



**Conditions
commerciales
de vente
de publicité
et de parrainage**

**sur France Télévisions
Publicité International**

CAMPAGNES 2016

sommaire



Conditions commerciales de vente de publicité sur France Télévisions Publicité International Diffusion entre le 1er janvier 2016 et le 31 décembre 2016

P 03 Décomposition du Chiffre d'Affaires 2016

P 04 Terminologie

P 05 Conditions commerciales de vente de publicité sur France Télévisions Publicité International

P 05 A. Achat unitaire

P 07 B. Taux CGV

P 08 C. Commission d'agence

P 08 D. Informations complémentaires

Conditions commerciales de vente du parrainage sur France Télévisions Publicité International Diffusion entre le 1er janvier 2016 et le 31 décembre 2016

P 11 Décomposition du Chiffre d'Affaires 2016

P 13 A. Conditions tarifaires

P 13 B. Commission d'agence

P 13 C. Vignette

P 14 D. Périmètre

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2016 de la publicité sur France Télévisions Publicité International

CA INITIAL

Incidents
Gracieux
Remise Multi-signaux

CA DE RÉFÉRENCE

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Emplacements préférentiels
- Deuxième annonceur
- Exclusivité sectorielle

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Publicité collective
- Publicité d'intérêt général
- Publireportage

L'ensemble des conditions tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif de Référence

CA FACTURE

- Taux CGV
- Commission d'agence

CA NET

Terminologie :

• Chaînes Internationales :

Deutsche Welle (réglementation allemande), TV5Monde (réglementation française), TV5Monde Style HD (réglementation française), France 24 (réglementation française), M-Net Action (réglementation sud-africaine), M-Net East (réglementation sud-africaine), M-Net West (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 1 (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 2 (réglementation sud-africaine), M-Net Series (réglementation sud-africaine), Supersport 3 (réglementation sud-africaine), Africa Magic (réglementation sud-africaine), Channel o (réglementation sud-africaine), Africable (réglementation malienne).

• Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité International sur la base du format 30 secondes.

• Chiffre d'Affaires Initial

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des espaces publicitaires achetés après application de l'indice format (cf: paragraphe D1 des présentes Conditions commerciales).

• Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial corrigé de l'indice format après déduction des éventuels incidents de diffusion, gracieux et remise Multi-signaux.

• Chiffre d'Affaires de Référence

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des espaces publicitaires achetés.

• Tarif Facturé

Le Tarif Facturé correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires, figurant à l'article A des présentes Conditions commerciales.

• Chiffre d'Affaires Facturé

Le Chiffre d'Affaires Facturé est la somme du Tarif Facturé des espaces publicitaires achetés.

• Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Facturé après déduction du Taux CGV et de la Commission d'agence tels que définis aux articles B et C des présentes Conditions commerciales.

• Chiffre d'Affaires Net

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif Net des espaces publicitaires achetés

Conditions commerciales de vente de la publicité sur France Télévisions Publicité International

diffusion entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016

Le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit sur la base des tarifs publiés par France Télévisions Publicité International corrigés de l'indice format (paragraphe D1 des présentes Conditions commerciales).

France Télévisions Publicité International se réserve la possibilité de modifier la grille des écrans publicitaires et leurs tarifs.

A. Achat unitaire

Il est possible d'acheter des espaces publicitaires à l'unité sur l'ensemble des Chaînes Internationales.

Remise Multi-signaux

Bénéficie d'un abattement Multi-signaux sur le Tarif Initial, tout annonceur communiquant sur plusieurs signaux d'une même chaîne. Cette remise s'applique uniquement sur les chaînes France 24, TV5 Monde et Deutsche Welle.

Remise pour TV5Monde et Deutsche Welle

- 10 % pour l'achat de 2 signaux sur une même chaîne
- 15 % pour l'achat de 3 signaux sur une même chaîne
- 20 % pour l'achat de 4 signaux sur une même chaîne
- 25 % pour l'achat de 5 signaux sur une même chaîne
- 30 % pour l'achat de 6 signaux ou plus sur une même chaîne

Remise pour France 24

- 20 % pour l'achat de 2 signaux sur France 24
- 40 % pour l'achat de 3 signaux sur France

conditions tarifaires

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de conditions tarifaires, calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations correspondant est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

• Majorations tarifaires

Toutes les majorations ci-dessous sont cumulables.

Emplacement préférentiel dans un écran

- +15% pour le premier ou le dernier emplacement dans l'écran.

Deuxième annonceur

- +15% pour la présence d'un second annonceur dans le message.

Exclusivité dans un écran

- +50% pour la réservation de l'exclusivité sectorielle dans un écran.

• Majorations tarifaires

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-10 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué en publicité classique sur les Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions publicité International en 2014 et 2015.

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2016 ne sera pas considéré comme Nouvel annonceur.

Un annonceur qui communique en 2016 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2014 et 2015 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme Nouvel annonceur.

Publicité collective

Bénéficie d'un abattement de **- 10 %** sur le Tarif de Référence tout annonceur éligible à la publicité collective.

La publicité collective sert à promouvoir un secteur d'activité, un groupement de professionnels, une catégorie de produits ou services présentés sous leur appellation générique (exemple : les produits laitiers).

La qualification de campagne collective est attribuée par France Télévisions Publicité International après étude du dossier (cf. fiche Publicité Collective).

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires, hormis l'abattement Nouvel annonceur et la Commission d'agence.

Publicité d'intérêt général

Bénéficie d'un abattement de **- 40 %** sur le Tarif de Référence :

- les campagnes des organisations caritatives et humanitaires ;
- les campagnes d'information des administrations ou des ministères ;
- les campagnes d'information gouvernementale, c'est-à-dire les campagnes SIG.

Les campagnes d'intérêt général sont programmées par France Télévisions Publicité International après les ouvertures de planning à 3 semaines de la diffusion, en fonction des disponibilités du planning.

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires, hormis l'abattement Nouvel annonceur et la Commission d'agence.

Publireportage (ou Infomercial)

Les publireportages bénéficient d'un abattement de **- 30 %** sur le Tarif de Référence de l'espace publicitaire.

La qualification de publireportage (ou infomercial) est attribuée par France Télévisions Publicité International à des films publicitaires de durée égale ou supérieure à 180 secondes et après étude du dossier.

Leur contenu sert à promouvoir l'image d'une marque, d'une institution, d'un organisme, d'une entreprise publique ou privée. En sont exclus, les partis politiques, les syndicats, les groupements confessionnels ou philosophiques.

Le contenu des publireportages doit être de nature informative, sans usage de terme subjectif ou indémontrable. Une identification de début et de fin encadre les publireportages afin de les différencier de la programmation de la Chaîne Internationale concernée.

La programmation est faite par France Télévisions Publicité International, en fonction des disponibilités du planning. France Télévisions Publicité International se réserve le droit de modifier la programmation jusqu'à 5 jours avant diffusion.

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires, hormis l'abattement Nouvel annonceur et la Commission d'agence.

B. Taux CGV

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs investissant un volume de Chiffre d'Affaires Facturé en achat d'espaces publicitaires durant l'année 2016 sur les Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions Publicité International bénéficie d'un dégressif de volume selon le barème suivant :

Monde : Deutsche Welle, TV5Monde (hors Afrique), France 24 (hors décrochage Afrique)

C.A. Facturé (en Euros)		Modulation
de	à	
15 000	34 999	- 5,0 %
35 000	49 999	- 10,0 %
50 000	74 999	- 15,0 %
75 000	99 999	- 20,0 %
100 000	149 999	- 25,0 %
Plus de 150 000		- 30,0 %

Afrique : France 24 décrochage Afrique, TV5Monde Afrique, M-Net, Supersport 3, Africa Magic, Channel O, Africable

C.A. Facturé (en Euros)		Modulation
de	à	
5 000	14 999	- 2,0 %
15 000	24 999	- 2,5 %
25 000	34 999	- 5,0 %
35 000	49 999	- 7,5 %
50 000	74 999	- 10,0 %
Plus de 75 000		- 15,0 %

Modalités d'application :

Lorsque les investissements sont réalisés sur les médias Afrique uniquement, alors le dégressif de volume qui s'applique est celui qui figure sur le barème Afrique.

Lorsque les investissements sont réalisés sur les médias Afrique et/ou sur les médias Monde (Europe, Asie, Moyen Orient, Amérique du Nord et Amérique Latine), alors le dégressif de volume qui s'applique sur l'ensemble est celui qui figure sur le barème Monde.

C. Commission d'agence

Toute agence média bénéficiera d'une commission de -15 % (taux pouvant varier selon les pays) appliquée sur le Chiffre d'Affaires Facturé, déduction faite du Taux CGV dans la mesure où la loi "Sapin" n°93-122 du 29 janvier 1993 s'appliquerait.

Elle est pratiquée sur l'achat d'espace publicitaire, après prise en compte de l'intégralité des conditions tarifaires telles que définies à l'article A ci-dessus.

Assiette :

- Chiffre d'Affaires Facturé – Taux CGV

D. Informations complémentaires

France Télévisions Publicité International se réserve le droit de refacturer tout avantage et abattement accordés aux annonceurs et/ou leurs mandataires, dont les échéances de règlement ne sont pas respectées (soit 30 jours le 10 date de facturation).

D.1 Indices tarifaires par format pour 2016

TV5MONDE – France 24 –Deutsche Welle				
3"	29		31"	110
4"	33		32"	115
5"	36		33"	120
6"	39		34"	125
7"	42		35"	133
8"	45		36"	137
9"	48		37"	141
10"	51		38"	145
11"	54		39"	149
12"	58		40"	155
13"	62		41"	159
14"	65		42"	163
15"	68		43"	167
16"	71		44"	171
17"	74		45"	175
18"	77		46"	179
19"	80		47"	183
20"	82		48"	187
21"	85		49"	191
22"	88		50"	195
23"	90		51"	199
24"	93		52"	203
25"	95		53"	207
26"	96		54"	211
27"	97		55"	215
28"	98		60"	250
29"	99		75"	325
30"	100		90"	400

M-Net East – M-Net West – M-Net Movies 1
M-Net Movies 2 - M-Net Series - Supersport 3
Africa Magic - Channel O - M-Net Action

5"	17	
10"	33	
15"	50	
20"	67	
25"	83	
30"	100	
35"	117	
40"	133	
45"	150	
50"	167	
55"	183	
60"	200	

les durées non indiquées ci-dessus (ex : 6,12, 34, 48...)
ne sont pas acceptées par ces chaînes

Pour les formats non mentionnés, se rapprocher de France Télévisions Publicité International.

France Télévisions Publicité International se réserve le droit de faire évoluer les indices tarifaires.

D.2 – Périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des Conditions commerciales de France Télévisions Publicité International sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L 233-3 I – 1 du code de commerce et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale.

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée au service de l'administration des ventes de France Télévisions Publicité International 64 - 70 Avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 BOULOGNE BILLANCOURT, avant le 1er janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;

- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit France Télévisions Publicité International contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité International compte tenu du dossier présenté.

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avant le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité International publicitaire sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

Décomposition du Chiffre d’Affaires 2016 du parrainage sur France Télévisions Publicité International

CA INITIAL

Incidents
Gracieux

CA DE RÉFÉRENCE

Conditions tarifaires
- Multi-annonceurs et Multi-marques
- Nouvel annonceur

CA FACTURE

- Commission d’agence

CA NET

Terminologie :

• Chaînes Internationales :

Deutsche Welle (réglementation allemande), TV5Monde (réglementation française), TV5Monde Style HD (réglementation française), France 24 (réglementation française), M-Net Action (réglementation sud-africaine), M-Net East (réglementation sud-africaine), M-Net West (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 1 (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 2 (réglementation sud-africaine), M-Net Series (réglementation sud-africaine), Supersport 3 (réglementation sud-africaine), Africa Magic (réglementation sud-africaine), Channel o (réglementation sud-africaine), Africable (réglementation malienne).

• Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité International sur la base du format 30 secondes.

• Chiffre d'Affaires Initial

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des espaces publicitaires achetés après application de l'indice format (cf: paragraphe D1 des présentes Conditions commerciales).

• Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial corrigé de l'indice format après déduction des éventuels incidents de diffusion, gracieux et remise Multi-signaux.

• Chiffre d'Affaires de Référence

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des espaces publicitaires achetés.

• Tarif Facturé

Le Tarif Facturé correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires, figurant à l'article A des présentes Conditions commerciales.

• Chiffre d'Affaires Facturé

Le Chiffre d'Affaires Facturé est la somme du Tarif Facturé des espaces publicitaires achetés.

• Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Facturé après déduction du Taux CGV et de la Commission d'agence tels que définis aux articles B et C des présentes Conditions commerciales.

• Chiffre d'Affaires Net

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif Net des espaces publicitaires achetés

Conditions commerciales de parrainage sur France Télévisions Publicité International

diffusion entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016

Il est possible d'acheter des dispositifs de parrainage à l'unité sur l'ensemble des Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions Publicité.

A. Conditions tarifaires

Il est possible d'acheter des espaces publicitaires à l'unité sur l'ensemble des Chaînes Internationales.

Multi-annonceurs

+ **15 %** sur le Tarif de Référence pour la présentation ou citation de plusieurs annonceurs dans une même opération de parrainage.

Multi-marques

+ **15 %** sur le Tarif de Référence pour la présentation ou citation de plusieurs marques d'un même annonceur dans une même opération de parrainage.

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-10 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué en parrainage sur les Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions publicité International en 2014 et 2015.

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2016 ne sera pas considéré comme Nouvel annonceur.

Un annonceur qui communique en 2016 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2014 et 2015 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme Nouvel annonceur.

B. Commission d'agence

Toute agence médias bénéficiera d'une commission de **-15 %** (taux pouvant varier selon les pays) appliquée sur le Chiffre d'Affaires Facturé après déduction d'éventuelles Conditions commerciales dans la mesure où la loi "Sapin" n°93-122 du 29 janvier 1993 s'appliquerait.

C. Vignette

Programme court à caractère non publicitaire entouré de 2 billboards de 6 secondes chacun en début et fin de programme. La qualification de vignette est acceptée par France Télévisions Publicité International après consultation des Chaînes Internationales.

Les vignettes bénéficient d'un abattement de **- 50 %** sur le Tarif de Référence

D. Périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des Conditions commerciales de France Télévisions Publicité International sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L 233-3 I – 1 du code de commerce et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale.

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée au service de l'administration des ventes de France Télévisions Publicité International, 64 - 70 Avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 BOULOGNE BILLANCOURT, avant le 1er janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;
- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation

de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit France Télévisions Publicité International contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité International compte tenu du dossier présenté.

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement, sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avant le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité International sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

Conditions Générales de Vente des espaces publicitaires sur France Télévisions Publicité International

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016

Il est possible d'acheter des dispositifs de parrainage à l'unité sur l'ensemble des Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions Publicité.

1. Les présentes conditions (ci-après "Conditions Générales de Vente") sont applicables à la vente des espaces publicitaires diffusés sur :

• **les chaînes internationales** : Deutsche Welle (réglementation allemande), TV5Monde (réglementation française), TV5Monde Style HD (réglementation française), France 24 (réglementation française), M-Net Action (réglementation sud-africaine), M-Net East (réglementation sud-africaine), M-Net West (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 1 (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 2 (réglementation sud-africaine), M-Net Series (réglementation sud-africaine), Supersport 3 (réglementation sud-africaine), Africa Magic (réglementation sud-africaine), Channel o (réglementation sud-africaine), Africable (réglementation malienne), (ci-après dénommées "les Supports" ou "le Support" chacune pour leur part), dont France Télévisions Publicité, agissant sous le nom commercial "France Télévisions Publicité International" (ci-après dénommée "la Régie"), société anonyme, au capital de 38 100 Euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641) 64/70, avenue Jean-Baptiste Clement, SIREN 332 050 038 R.C.S Nanterre, assure la régie publicitaire et est seule habilitée à recevoir les ordres de publicité.

2. Dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente, on entend par :

- **"Acheteur"** tout Annonceur ou Mandataire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur en vertu d'un mandat écrit donné par ce dernier, faisant l'objet d'une attestation conforme au modèle publié par France Télévisions Publicité International en annexe des présentes, et souscrivant un Ordre de publicité. Dans l'hypothèse où les dispositions de la loi "Sapin" n°93-122 du 29 janvier 1993 ne seraient pas applicables, l'intermédiaire de l'Annonceur ne sera pas tenu d'intervenir dans le cadre juridique du mandat.
- **"Annonceur"** la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire.
- **"Mandataire"** toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, dûment mandaté par un contrat écrit.
- **"Code secteur"** le code à huit chiffres composé du numéro de famille, du numéro de classe, du numéro de secteur et du numéro de variété permettant le rattachement du produit ou service que l'Acheteur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille "nomenclature des Codes secteurs" publiée par France Télévisions Publicité International.
- **"Ordre de publicité"** ou **"Ordre"** l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire, auquel sont parvenus France Télévisions Publicité International et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par France Télévisions Publicité International compte tenu des disponibilités de son planning, et conclu conformément aux présentes. Les éléments constitutifs de l'Ordre sont le Support, l'écran publicitaire concerné, la durée du message, le Code secteur auquel le produit ou service promu se rattache, le prix compte tenu du format et le cas échéant, l'emplacement préférentiel acheté dans l'écran. L'exécution de l'Ordre de publicité correspond à la diffusion du message fourni par l'Annonceur dans l'emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente.

3. Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres de publicité diffusés du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2016.

Seule la version des Conditions Générales de Vente publiée sur le site Internet de la Régie, accessible à partir de l'adresse URL "<http://www.francetvpub.fr/>", fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre Support n'est effectuée qu'à titre indicatif.

La Régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de la Régie. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme.

4. La conclusion d'un Ordre de publicité par l'Acheteur implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente, des usages et de la réglementation afférents à la publicité télévisée, ainsi que des règles d'éthique publicitaire applicables dans la zone de diffusion des Supports telles qu'elles ressortent du Code Consolidé de la Chambre de Commerce Internationale, des recommandations déontologiques de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ci-après dénommée "ARPP"), et des avis du Jury de Déontologie Publicitaire.

Achat par l'intermédiaire d'un Mandataire

5. Les Ordres de publicité peuvent être passés directement par l'Annonceur ou, en son nom et pour son compte par l'intermédiaire d'un Mandataire.

En cas d'achat par un intermédiaire, les dispositions de la loi "Sapin" 93-122 du 29 janvier 1993 s'appliquent quel que soit le lieu d'établissement de l'intermédiaire, dès lors que le message publicitaire est réalisé au bénéfice d'une entreprise française et qu'il est principalement reçu sur le territoire français.

Tout achat d'espace publicitaire par un intermédiaire soumis aux dispositions de la loi "Sapin" 93-122

du 29 janvier 1993 s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de la Régie, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant à la Régie l'attestation de mandat conforme au modèle publié par la Régie pour une année civile.

En cas de pluralité de mandats, l'intermédiaire doit impérativement respecter le principe de gestion séparée des comptes pour chaque Annonceur.

L'Annonceur qui mandate un intermédiaire aux fins de passation de ses Ordres, s'interdit d'intervenir

parallèlement à son Mandataire dans toute passation, confirmation, modification ou annulation d'Ordres, sauf dérogation écrite expressément accordée au préalable par la Régie.

L'Annonceur s'engage à informer la Régie de toute modification relative au mandat qu'il a confié à son Mandataire et ce, sans délais, par lettre recommandée avec avis de réception.

Au titre des présentes Conditions Générales de Vente, les stipulations relatives au Mandataire s'appliquent, le cas échéant, au sous-Mandataire.

Caractéristiques des ordres

6. Chaque Ordre de publicité est strictement personnel à l'Annonceur. Il ne peut en aucun cas être cédé sous quelque forme et à quelque titre que ce soit.

7. La Régie se réserve le droit de diffuser, dans un même écran publicitaire, plusieurs messages, quel qu'en soit l'Annonceur, portant sur des produits ou services similaires relevant du même Code secteur.

8. La Régie et les Supports sont libres de refuser l'exécution d'un Ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment :

- Lorsqu'un message est susceptible de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux,
- Lorsqu'un message est susceptible d'engager leur responsabilité,
- Lorsqu'un message est susceptible de heurter la sensibilité des téléspectateurs.

Les Ordres non exécutés à ce titre ne seront pas facturés, l'Annonceur ne pouvant prétendre de ce fait à aucune compensation.

9. Chaque Support se réserve en outre le droit de limiter totalement ou partiellement et à tout moment l'accès de leurs écrans publicitaires à certaines catégories d'Annonceurs compte tenu :

- de leurs obligations légales ou réglementaires,
- ou encore pour des raisons d'image ou de déontologie.

10. Les intitulés d'écrans publicitaires mentionnés dans les Ordres ou tous autres documents ne constituent que des références à des emplacements insérés entre ou à l'intérieur des émissions prévues par la grille de programmes des Supports, et non à des horaires de diffusion des messages publicitaires, ce que l'Annonceur reconnaît et accepte. Quelle que soit la façon dont sont libellés ces intitulés, ils ne constituent en aucun cas un engagement de diffusion d'un message à un horaire précis. De ce fait, l'Annonceur ne peut se prévaloir d'une quelconque similitude ou différence entre les intitulés d'écrans figurant dans les Ordres et les horaires effectifs de diffusion desdits écrans.

L'Annonceur ne peut en aucun cas prétendre à une quelconque indemnité au titre des horaires de diffusion des messages publicitaires.

Procédure d'achat

11. Préalablement à toute demande de réservation, l'Acheteur doit faire parvenir à la Régie la "fiche d'identification Annonceur". Tout intermédiaire soumis aux dispositions de la loi "Sapin" 93-122 du 29 janvier 1993, agissant pour le compte d'un Annonceur, devra en outre joindre impérativement une attestation de mandat, dûment complétée, conforme au modèle publié dans les présentes Conditions Générales de Vente.

Toute modification des données renseignées dans "la fiche d'identification Annonceur" devra être notifiée sans délai à la Régie par l'envoi d'une nouvelle "fiche d'identification Annonceur". À défaut, les modifications demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à la Régie.

12. L'Acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'espaces publicitaires par télécopie, par courrier électronique pour la période ouverte à la commercialisation, auprès du service planning de la Régie. Cette demande vaut offre d'achat, aux conditions des présentes.

L'enregistrement informatique par la Régie de la demande reçue, en fonction des disponibilités du planning, vaut acceptation de la sollicitation aux Conditions Générales de Vente et Conditions commerciales de la Régie et constitue l'Ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

Les Ordres de publicité acceptés par la Régie sont confirmés à l'Acheteur par l'envoi d'un bon de commande sur support papier. Toute modification ultérieure d'un élément quelconque de l'Ordre de publicité effectuée conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente donne lieu à l'envoi dans les 24 heures ouvrées de la demande de modification d'un bon de commande modificatif sur support papier, une fois par semaine.

13. L'état des Ordres enregistrés au service planning de la Régie pour le compte de chaque Acheteur est accessible à ce dernier, par code produit, sur le site extranet de la Régie dont l'adresse est "<http://www.francetvpub.fr> sous réserve de l'attribution d'un mot de passe et d'un code d'accès qui sont strictement personnels et confidentiels.

Pour obtenir son code d'accès et son mot de passe 2016, l'Acheteur doit indiquer au service planning de la Régie les noms et prénoms des personnes habilitées à confirmer et à consulter les Ordres en remplissant le formulaire de demande de code d'accès annexé aux présentes Conditions Générales de Vente.

La Régie préconise la remise en main propre à l'Acheteur, sous pli scellé contre décharge, de ses codes d'accès et mot de passe. Tout autre mode de transmission des codes et mot de passe à l'Acheteur (téléphone, courrier, courriel, télécopie) est mis en œuvre à la demande exclusive de l'Acheteur sous la seule responsabilité de ce dernier.

Les codes d'accès et mot de passe pourront être modifiés périodiquement à la seule initiative de la Régie ou sur demande écrite et motivée de l'Acheteur.

L'Acheteur assumera seul l'entière responsabilité de la transmission de ses codes et mot de passe confidentiels ainsi que l'entière responsabilité de tout usage qui sera fait desdits codes et mot de passe.

L'Acheteur informera la Régie, par lettre recommandée avec avis de réception, des changements de représentants signataires ou de sa volonté de ne plus utiliser ses codes et mots de passe étant précisé que toute demande ne pourra prendre effet qu'à l'issue d'un délai d'un jour ouvré suivant la date de réception de la lettre recommandée avec avis de réception d'information.

L'Acheteur ayant accès au site extranet de la Régie s'engage à consulter ses Ordres dans les 48 heures de chaque enregistrement ou modification et à formuler expressément, dans les 48 heures, toute réclamation en cas de désaccord sur les Ordres enregistrés par la Régie.

14. L'Acheteur s'engage à valider ses commandes soit :

- En retournant le bon de commande papier signé,
- En envoyant à la Régie une impression signée de ses Ordres enregistrés sur le site extranet.

À défaut, l'Acheteur sera réputé accepter les Ordres, dans l'état où ils étaient enregistrés informatiquement au planning sauf réclamation formulée par écrit :

- Dans les 5 jours suivant la date d'édition du bon de commande, pour les Acheteurs n'ayant pas d'accès à l'extranet.
- Sous 48 heures à compter de la mise à jour du site extranet de la Régie pour les Acheteurs bénéficiant d'accès à l'extranet.

La Régie reste toujours libre d'annuler, à tout moment, les Ordres qui n'auront pas donné lieu à confirmation écrite de la part de l'Acheteur.

L'Acheteur accepte la procédure d'achat auprès de la Régie telle que définie ci-dessus et s'interdit de contester au-delà du délai prévu les Ordres qui auront été enregistrés selon les procédures décrites ci-dessus.

En toute hypothèse, la production par la Régie des documents informatiques ayant enregistré les Ordres, vaudra preuve irréfragable de la formation des contrats de vente d'espaces publicitaires souscrits par l'Acheteur.

La Régie ne peut être tenue pour responsable de toute action frauduleuse ou malveillante opérée sur le réseau informatique ou téléphonique utilisé.

Modification, annulation des ordres

15. Toute annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être adressée par écrit au plus tard 31 (trente et un) jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre.

À défaut, le ou les messages annulés seront facturés intégralement à l'Annonceur, la Régie se réservant la faculté de disposer des espaces concernés.

À moins de 31 (trente et un) jours calendaires de la diffusion (période "Hors Délai"), les éléments constitutifs des Ordres peuvent être modifiés sous réserve d'une reprogrammation immédiate des Ordres au service planning, en fonction des disponibilités, en vue d'une diffusion dans un délai de 31 (trente et un) jours à compter de la demande de modification, et pour un budget égal au budget affecté par les Ordres ainsi modifiés.

À défaut de reprogrammation immédiate compte tenu des disponibilités du planning d'un budget au moins équivalent à celui déprogrammé "Hors-Délai", les Ordres initialement réservés seront facturés intégralement à l'Annonceur, la Régie se réservant la faculté de disposer des espaces publicitaires libérés.

Aucune modification des Ordres ne pourra plus être effectuée par l'Acheteur moins de 7 (sept) jours avant la diffusion.

Tarif et modifications tarifaires

16. Le tarif applicable à un Ordre donné est celui en vigueur au jour de la diffusion.

Les tarifs sont indiqués en euros hors taxes et les facturations sont majorées le cas échéant de la TVA applicable.

Les tarifs publiés par la Régie lors de chaque ouverture de planning sont susceptibles d'être modifiés, à la hausse ou à la baisse, en fonction de la programmation.

Modifications de tarifs à la hausse

Les modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs au moins 10 jours calendaires avant diffusion des messages par tout moyen approprié compte tenu du délai.

Exceptionnellement et notamment à titre indicatif, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes notamment en raison d'événements ou de l'actualité, la Régie se réserve la faculté de modifier les tarifs des écrans dans un délai inférieur à 10 jours de la diffusion.

Dans cette hypothèse, les modifications de tarifs à la hausse peuvent être communiquées aux Acheteurs par tout moyen approprié compte tenu du délai.

En cas de modification de tarifs à la hausse, l'Acheteur peut :

- Soit maintenir son Ordre au nouveau tarif communiqué ;
- Soit demander à la Régie la reprogrammation immédiate dans la même période et dans d'autres écrans d'un budget équivalent à celui du ou des messages annulés dans la limite des disponibilités du planning ;
- Soit choisir d'annuler, sans indemnité, son ou ses Ordres affectés par la hausse de tarif.

L'annulation d'un Ordre doit impérativement être notifiée par écrit, au plus tard dans les 48 heures suivant la communication de la hausse tarifaire.

À défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les Ordres enregistrés par la Régie seront réputés acceptés et l'Annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

Un Ordre modificatif est adressé à l'Acheteur sous forme papier conformément aux stipulations de l'article 12.

Modifications de tarifs à la baisse

Les modifications de tarifs à la baisse sont communiquées aux Acheteurs par tout moyen approprié, et entrent en vigueur dès leur publication, sans préavis.

L'Acheteur doit alors impérativement reprogrammer auprès de la Régie le budget issu desdites baisses de tarifs.

Modification de la programmation des écrans publicitaires

17. La Régie peut à titre exceptionnel modifier les caractéristiques de ses écrans en fonction de la modification des programmes du Support ou du nécessaire réaménagement de son planning.

Si ces changements affectent les Ordres de l'Acheteur, ce dernier en est informé et peut annuler sans indemnité les Ordres affectés par ces modifications, l'annulation devant être notifiée par écrit à la Régie au plus tard dans les 3 jours ouvrables suivant la date à laquelle l'Acheteur a été informé de la modification.

À défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les Ordres enregistrés par la Régie seront réputés acceptés et l'Annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

18. La Régie et les Supports se réservent, notamment en cas de force majeure, de grève, de toute cause tenant aux obligations issues des conventions conclues par les Supports avec le CSA ou toute autre autorité compétente, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des Ordres de publicité programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de la Régie et des Supports aucune réclamation ni demander de dommages et intérêts.

Conditions de paiement

19. Les factures et avoirs seront établis par la Régie au nom de l'Annonceur. Leur original est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé le cas échéant à son Mandataire chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat.

L'Annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'Ordre de publicité, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire. Tout paiement ou toute avance effectués par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

L'Annonceur peut, sous sa seule responsabilité, donner mandat au Mandataire d'encaisser en son nom et pour son compte le montant des avoirs émis par la Régie. Le paiement par la Régie du montant des avoirs au Mandataire libère la Régie vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

La facture vaut compte-rendu et justificatif des conditions de diffusion des Ordres de publicité qui y sont mentionnés.

Les factures sont payables à la Régie par chèque ou par virement, à 30 jours date de facture, le 10 du mois (ou le premier jour ouvré suivant si le 10 du mois n'est pas un jour ouvré), avant 16 heures, aux échéances suivantes :

Mois Facture	Date indicative d'émission de la facture	Date d'échéance (date limite de réception des chèques)
Janvier	29/01/16	10/03/16
Février	29/02/16	11/04/16
Mars	31/03/16	10/05/16
Avril	29/04/16	10/06/16
Mai	31/05/16	11/07/16
Juin	30/06/16	10/08/16
Juillet	29/07/16	12/09/16
Août	31/08/16	10/10/16
Septembre	30/09/16	10/11/16
Octobre	31/10/16	12/12/16
Novembre	30/11/16	10/01/17
Décembre	30/12/16	10/02/17

La Régie doit être en possession des fonds de l'Annonceur au plus tard à la date d'échéance figurant sur la facture.
Les factures de régularisation émises par la Régie sont payables à l'échéance mentionnée sur la facture.
Les traites ne sont pas acceptées.

20. La Régie peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'Annonceur des Ordres de publicité ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

- nouvel Acheteur (nouveau client pour la Régie) ;
- Acheteur pour lequel la Régie a constaté des incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître ;
- Acheteur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

Le paiement d'avance signifie que la Régie doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 10 (dix) jours avant la première diffusion. Dans ce cas, une facture pro-forma est envoyée à l'Annonceur, avec duplicata au Mandataire le cas échéant. La facture définitive étant envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a eu lieu.

21. En cas de non-respect des conditions de paiement, les Ordres non encore exécutés peuvent être annulés de plein droit par la Régie, sans préavis ni indemnité et sans préjudice de toute autre voie d'action.

En outre, des pénalités de retard d'un taux de 15 % (quinze pour cent), seront exigibles sur les sommes non réglées à la date d'échéance mentionnée sur la facture, à compter du premier jour suivant cette date, sur une base annuelle de 360 jours, au prorata du nombre de jours de retard.

Si le taux de 15 % devenait inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal, le taux de pénalité appliqué serait de trois fois le taux d'intérêt légal, arrondi au nombre entier supérieur.

Conformément aux dispositions de l'article L 441-6 du Code de Commerce, une indemnité de 40 € (quarante euros) pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par France Télévisions Publicité International, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

La Régie se réserve le droit de refuser la prise en compte des factures qui n'auront pas été réglées à échéance pour le calcul des remises consenties dans le cadre de ses Conditions commerciales.

En outre, la Régie se réserve aussi le droit de ne pas rembourser les sommes dues à l'Annonceur au titre de la liquidation des remises en fin d'ordre et/ou de compenser le montant des remises de fin d'ordre avec toutes sommes dont l'Annonceur resterait débiteur à son égard, y compris les pénalités de retard, ce que l'Annonceur reconnaît et accepte.

22. La Régie ne pratique aucun escompte en cas de paiement d'avance.

Incidents de diffusion

23. Le paiement des messages non diffusés pour des motifs tels que force majeure, grève, événements exceptionnels perturbant leur diffusion et imputables au(x) Support(s) ou à la Régie n'est pas dû, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

Conditions techniques

24. La Régie pourra confier l'exécution de tout ou partie des prestations techniques décrites ci-après à France Télévisions Publicité ou aux Supports, ce que les Acheteurs reconnaissent et acceptent.

Ces derniers en sont informés par la Régie afin que toutes les livraisons puissent être effectuées directement auprès de la Régie ou des Supports concernés.

Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à la Régie, au plus tard dix (10) jours ouvrés avant la date de la première diffusion.

Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu.

Conditions de diffusion

Pour tout Support soumis à la réglementation française, les conditions ci-dessous s'appliquent :

25. Tout Annonceur souhaitant diffuser dans les écrans un message publicitaire doit impérativement faire parvenir à l'ARPP une copie de chacun des messages au format H264 (aussi dénommé mpeg4 ou AVC part 10) prêts à être diffusés afin d'obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

L'ARPP est l'organisme d'autodiscipline de la publicité en France. Il a pour but de mener une action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine dans l'intérêt des professionnels de la publicité, des consommateurs et du public. Il a en charge l'examen systématique et avant diffusion de l'intégralité de la production publicitaire télévisuelle.

L'avis favorable de l'ARPP ne comporte aucun engagement, même tacite, des Supports quant à la diffusion desdits messages publicitaires.

26. Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à la Régie, avec un numéro d'ordre et l'avis favorable de l'ARPP, au plus tard six (6) jours ouvrés avant la date de la première diffusion prévue à l'adresse suivante : 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92641 BOULOGNE-BILLANCOURT CEDEX.

Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu.

Le calendrier des diffusions des messages publicitaires sur les espaces réservés doit être remis à la Régie en même temps que le support de diffusion, soit au plus tard six (6) jours avant la date de première diffusion prévue, sur papier à en-tête du Mandataire ou de l'agence de création.

Il doit être daté, signé et comporter le cachet de l'Annonceur ou de son Mandataire. Il est considéré comme accepté par le Mandataire et son Annonceur.

Si ce délai n'est pas respecté et si le message publicitaire peut être, à titre exceptionnel, diffusé sur indication téléphonique, sous réserve d'une confirmation immédiate par télécopie de la part de l'Annonceur ou de son Mandataire, les erreurs ou omissions éventuelles dans la diffusion de ce message publicitaire engageront la seule responsabilité de l'Annonceur, ainsi que celle, éventuellement, du Mandataire.

Si le calendrier de diffusion n'est pas fourni de manière écrite par courrier, par télécopie ou par mail, les erreurs ou omissions éventuelles de diffusion relèveront de la responsabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire.

Dans l'hypothèse où plusieurs calendriers de diffusion seraient fournis soit par le Mandataire, soit par l'agence de création, soit par l'Annonceur, seul le dernier calendrier reçu dans les délais de montage mentionnés en tête des présentes sera pris en compte.

27. Il est précisé que si l'Annonceur en fait la demande par lettre recommandée avec accusé de réception auprès de la Régie, cette dernière s'engage à lui adresser, dans des délais raisonnables, les justificatifs de diffusion de la campagne programmée.

Les supports et formats

28. Tous les Acheteurs ont ainsi la possibilité, sans supplément de prix, de déposer sur le site Internet www.francetvpub.fr leurs messages publicitaires, via un accès personnel sécurisé.

Chaque Acheteur souhaitant utiliser ce service devra au préalable adresser à la Régie un bordereau de demande de code d'accès dûment complété afin de recevoir un code d'accès et un mot de passe lui permettant l'accès sécurisé au site Internet www.francetvpub.fr et préservant ainsi la confidentialité de ses messages publicitaires.

Les codes d'accès et mots de passe ainsi attribués aux Acheteurs sont strictement personnels, et exclusivement réservés aux personnes physiques dûment autorisées et désignées nominativement sur le bordereau de demande de code d'accès.

En conséquence et afin de préserver la qualité de service et la sécurité des accès, la Régie se réserve le droit, en cas d'utilisation des codes d'accès et mots de passe par des tiers qu'elle n'aurait pas expressément autorisés, de désactiver lesdits codes d'accès et mots de passe et, sur leur demande, d'en attribuer de nouveaux aux Acheteurs concernés. Par ailleurs, l'Acheteur s'engage à tenir informée la Régie, sans délai, de toute modification relative à l'un des éléments figurant au bordereau visé au paragraphe précédent. En cas de modification de la situation professionnelle de l'une des personnes physiques ainsi dûment autorisées, la Régie procédera à la désactivation des codes d'accès et mots de passe qui lui auront été attribués.

Les messages publicitaires pourront être fournis sur les deux supports suivants :

- Fichier média numérique P.A.D haute définition
- Casette HD CAM 1080i/50

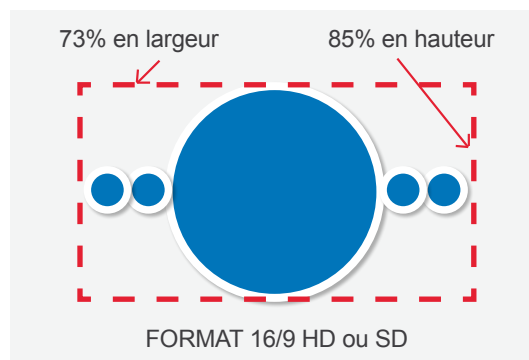
Ces deux supports permettent d'aborder, de manière optimale, tous les modes de diffusion (télévision, Internet, mobiles,...) et d'offrir, à la fois des nouveaux écrans publicitaires donnant plus d'impact aux marques, tout en conservant une diffusion sans perte sur les anciens modes de diffusion standard et en 4/3.

Le support de diffusion doit être remis à la Régie au plus tard six (6) jours avant la date de première diffusion. Dans l'hypothèse d'un changement de calendrier de diffusion, la Régie se réserve le droit de modifier le délai de livraison.

Le service diffusion de France Télévisions Publicité se réserve le droit de demander aux Acheteurs la livraison d'un même message publicitaires sur différents supports de diffusion.

28.1 Normes communes à l'ensemble des P.A.D (quelque soit le type de support) :

- **Ratio de l'image** : Il doit être impérativement en 16/9 (natif ou anamorphosé suivant les formats vidéo).
- **Zones de sécurité** : La lecture des supports sur un équipement vidéo doit impérativement respecter les consignes en matière de zones de sécurité (ci-après "safe area") suivantes :



Il faut donc prévoir sur l'élément 16/9 une "safe area" de 85% en hauteur de 73% en largeur (en rouge sur le schéma) pour être sûr que l'ensemble des éléments "texte et logo" du message sera diffusé sur tous les types d'écrans.

- Niveau sonore :

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a adopté le 19 juillet 2011 une délibération relative "aux caractéristiques techniques de l'intensité sonore en diffusion des programmes et des messages publicitaires de télévision".

L'intensité sonore, mesurée selon la recommandation ITU-R BS-1770-2, des séquences publicitaires et de chacun des messages qu'elles comportent, est paramétrée selon les modalités suivantes :

- l'intensité sonore moyenne mesurée doit être inférieure ou égale à -23 LUFS.
- l'intensité sonore courte durée mesurée doit être inférieure ou égale à -20 LUFS.

Dans le cas où ces valeurs ne seraient pas respectées : France Télévisions Publicité pourra ajuster le niveau sonore pour le rendre conforme à la norme imposée.

28.2 Fichier media numérique P.A.D. haute définition

Le fichier P.A.D. HD sera transmis via internet à partir du site : www.francetvpub.fr

Une liste exhaustive des formats de fichiers est disponible sur ce site.

Les formats suivants sont acceptés :

- XDCAM HD 422 50Mb/s (.mov ou. mxf)
- DVCPRO HD 100Mb/s (.mov ou. mxf)
- XDCAM HD 35Mb/s (.mov ou. mxf)

Bien que non conseillés en raison de leur qualité plus faible (visible par les téléspectateurs et internautes), les fichiers non HD, au format standard SD suivants sont acceptés :

- IMX 50Mb/s (.mov ou. mxf)
- DVCPRO50 (.mov ou. mxf)
- MPEG2 50Mb/s CBR (.mov ou. mxf)
- DV 25Mb/s (.mov ou. mxf)

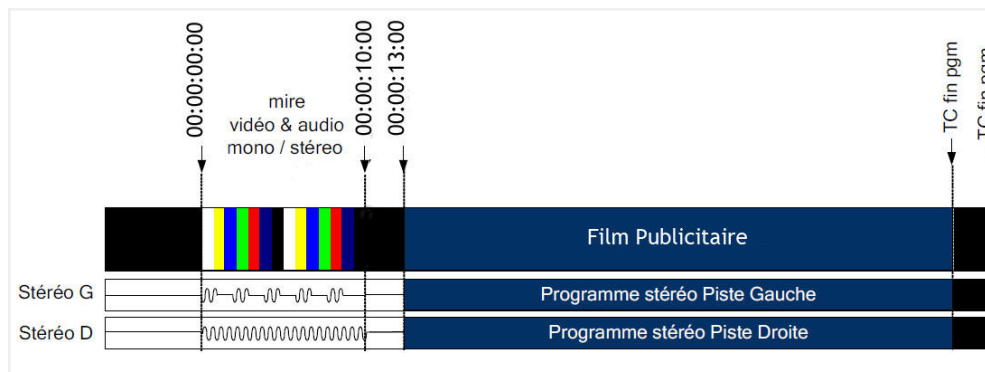
Quel que soit le type de fichier choisi, celui-ci doit contenir un code temporel continu et croissant et être structuré comme suit :

00 :00 :00 :00 Mire de barre 75% 1VCC intégrant un son de 1000Hz = -18 dBFS sur pistes 1,2

00 :00 :10 :00 Noir codé

00 :00 :13 :00 Film publicitaire (durée : X secondes)

00 :00 :13+X :00 Noir Codé (durée : 3 secondes)



28.3 Cassette HDCAM 1080i/50 (Le HDCAM SR n'est pas accepté).

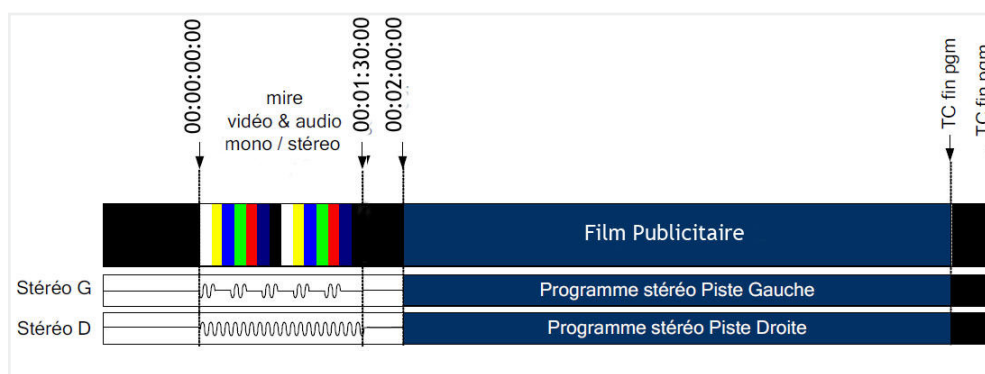
L'image fournie sur ce support doit être nativement en HD.

Son stéréo sur piste 1 et 2 (AES1).

Bien que non conseillée en raison de sa qualité plus faible (visible par les téléspectateurs et les internautes), la cassette Digital Betacam norme PAL 16/9 anamorphosé est acceptée.

L'image vidéo doit être présente sur toute la largeur disponible, sauf en cas de volonté créative.

Son stéréo sur piste 1 et 2 (AES1).



29. L'Annonceur donne tous pouvoirs à la Régie pour effectuer toutes modifications sur les messages publicitaires reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des Supports en vue de l'exécution de ses Ordres de publicité. L'Annonceur garantit la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui estimerait avoir un droit quelconque à faire valoir sur tout ou partie desdits messages publicitaires en raison de leur diffusion par les Supports.

30. La Régie vérifiera que la durée effective du message publicitaire livré correspond strictement à celle de l'espace réservé. Le message publicitaire sera refusé si cette vérification révèle que la durée du message livré ne correspond pas à celle de l'espace réservé conformément aux stipulations de l'Ordre de publicité.

31. Tous les frais notamment de production, de copie, de droits d'auteurs, de droits voisins et autres sont à la charge de l'Annonceur.

32. Passé un délai de 3 jours calendaires après la première diffusion d'un message publicitaire, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de diffusion ou de calendrier de diffusion du message publicitaire ne sera retenue.

33. Sur tout Support soumis à la réglementation française, dans la mesure ou à titre tout à fait exceptionnel, un message publicitaire serait monté sans avis de l'ARPP, le fait de recevoir un avis ARPP "à ne pas diffuser" ou "cessation de diffusion" ou "à modifier" entraînera le versement par l'Acheteur d'une pénalité de 1 500 euros HT par écran publicitaire modifié dans la limite de 15 000 euros HT.

La Régie ainsi que les Supports ne peuvent être tenus responsables des pertes ou dommages subis par les bandes vidéo ou documents à l'occasion de l'exécution de l'Ordre de publicité, avant leur arrivée à France Télévisions Publicité.

34. Tous les supports magnétiques doivent être retirés par l'Acheteur auprès de la Régie, dans un délai de six mois après la première diffusion.

Passé ce délai, les supports magnétiques seront détruits à l'initiative de la Régie.

De manière générale, l'Acheteur informera par écrit la Régie et ce, dans les meilleurs délais de tout arrêt définitif de diffusion d'un message publicitaire.

Respect de la réglementation du contenu des messages publicitaires

35. Les Annonceurs sont seuls et uniques responsables du contenu de leurs messages publicitaires.

Les Annonceurs s'engagent à livrer à la Régie des messages publicitaires conformes à la réglementation en vigueur telle que précisée pour chacun des Supports ci-avant, qui n'utilisent pas de techniques subliminales, et qui ne comportent aucune imputation ou allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers. Les Annonceurs garantissent la Régie et les Supports à cet effet.

La diffusion des messages publicitaires des Annonceurs sur les Supports ne signifie pas que la Régie ou les Supports considèrent que ces messages publicitaires respectent la réglementation.

Tout message publicitaire que la Régie ou les Supports considèrent comme ne respectant pas la réglementation ne sera pas diffusé, ou ne sera plus diffusé même si celui-ci a fait l'objet de diffusions antérieures sur les Supports.

Dispositions générales

36. L'Annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires à l'exécution de ses Ordres de publicité sur les Supports, quels que soient leurs modes de diffusion ou de distribution.

L'Annonceur garantit à ce titre la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui s'estimerait lésée par les messages publicitaires à quelque titre que ce soit, y compris en cas de dégradation de la qualité de réception, et ce, quel que soit le mode de diffusion ou de distribution des Supports.

En outre, l'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à la Régie le droit :

- de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis sur tout support en vue d'une communication au public à titre gratuit, notamment sur les sites Internet ou extranet de la Régie et ce, autant de fois que la Régie le souhaitera ;
- de représenter lesdits messages suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à la Régie, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs Mandataires ;
- de diffuser les messages sur les sites Internet des Supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

L'Annonceur s'engage à obtenir toutes les autorisations nécessaires et garantit la Régie et les Supports contre tout litige lié à ces utilisations.

37. L'Annonceur qui mentionne dans ses messages publicitaires des noms et/ou des adresses de sites Internet, ou des noms et/ou des numéros de services téléphoniques ou télématiques, certifie que le contenu des sites et services téléphoniques ou télématiques ne peut, directement ou indirectement, contrevenir à aucun droit, sans préjudice des stipulations de l'article 9 ci-avant, ni, plus généralement, à la législation en vigueur.

L'Annonceur garantit la Régie à cet effet.

En cas de mise en cause de l'Annonceur et/ou de la Régie au titre de la promotion de ces sites ou services téléphoniques ou télématiques, la Régie pourra interrompre immédiatement la diffusion des messages publicitaires en cause, sans que l'Annonceur puisse formuler à l'égard de la Régie ou des Supports la moindre réclamation à ce sujet.

38. L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec la Régie à l'occasion de l'exécution des Ordres de Publicité sont susceptibles de faire l'objet d'intrusions ou de contaminations par un tiers, notamment à l'occasion des transmissions par Internet. A ce titre, la Régie ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/ou indirects qui résulteraient pour l'Acheteur de virus informatiques ou de tout autre programme malveillant ou nuisible ayant entraîné des dysfonctionnements, blocages et/ou altérations des données dans les systèmes informatiques ou lors de la diffusion des messages publicitaires sur les Supports.

39. France Télévisions Publicité s'interdit de divulguer les informations confidentielles auxquelles elle pourrait avoir accès dans le cadre des Ordres de publicité. Seront considérées comme confidentielles, toutes les informations, quels qu'en soient la nature, le support, qui auront été préalablement signalées par écrit comme confidentielles par les Acheteurs.

France Télévisions Publicité s'engage à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion sur le(s) Support(s) du (des) message(s) publicitaire(s).

Loi applicable

40. Les contrats conclus entre la Régie et les Acheteurs sont soumis à la loi française, seule applicable tant pour leur formation que pour leur interprétation et leur exécution, et seule leur version rédigée en langue française fait foi.

Litiges

41. Toute contestation ou tout litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, dont seule la version rédigée en langue française fait foi, et plus généralement de la formation et de l'exécution des Ordres de publicité relève exclusivement de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

Conditions Générales de Vente des espaces parrainage sur France Télévisions Publicité International

applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016

1. Les présentes conditions (ci-après "Conditions Générales de Vente") sont applicables à la vente des espaces de parrainage diffusés sur :

• **les chaînes internationales** : Deutsche Welle (réglementation allemande), TV5Monde (réglementation française), TV5Monde Style HD (réglementation française), France 24 (réglementation française), M-Net Action (réglementation sud-africaine), M-Net East (réglementation sud-africaine), M-Net West (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 1 (réglementation sud-africaine), M-Net Movies 2 (réglementation sud-africaine), M-Net Series (réglementation sud-africaine), Supersport 3 (réglementation sud-africaine), Africa Magic (réglementation sud-africaine), Channel o (réglementation sud-africaine), Africable (réglementation malienne), (ci-après dénommées "les Supports" ou "le Support" chacune pour leur part),

dont France Télévisions Publicité, agissant sous le nom commercial "France Télévisions Publicité International" (ci-après dénommée "la Régie"), société anonyme, au capital de 38 100 Euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641) 64/70, avenue Jean-Baptiste Clement, SIREN 332 050 038 R.C.S Nanterre, assure la régie publicitaire et est seule habilitée à commercialiser les opérations de parrainage.

Dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente, on entend par :

• **"Annonceur"** ou **"Parrain"** la personne morale pour le compte de laquelle est diffusée l'Opération de parrainage.

• **"Mandataire"** toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur dûment mandaté par un contrat écrit. Dans l'hypothèse où les dispositions de la loi "Sapin" n°93-122 du 29 janvier 1993 ne seraient pas applicables, l'intermédiaire de l'Annonceur ne sera pas tenu d'intervenir dans le cadre juridique du mandat.

• **"Acheteur"** tout Annonceur, Parrain ou Mandataire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur ou du Parrain en vertu d'un mandat écrit et souscrivant à une Opération de parrainage.

• **"Opération de parrainage"** ou **"Opération"** toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale, publique ou privée, n'exerçant pas d'activité d'édition de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement d'émission télévisée afin de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations conformément à l'article 17 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992.

2. Domaine d'application et validité

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables aux Opérations de parrainage diffusées entre le 1er janvier 2016 et le 31 décembre 2016 sur les Supports.

Seule la version publiée sur le site Internet de la Régie, accessible à partir de l'adresse URL "<http://www.francetvpub.fr>", fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support n'est effectuée qu'à titre indicatif.

La Régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication dans le flash programme, disponible sur le site Internet de la Régie, et de la mise à jour des Conditions Générales de Vente publiées sur ledit site Internet. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Opérations de parrainage valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme.

3. Réglementation applicable

Le parrainage est réglementé notamment par les dispositions du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pour tous les Supports soumis à la réglementation française. Pour les autres Supports, la réglementation propre à leur nationalité est applicable.

L'offre de parrainage

4. Acceptation des Conditions Générales de Vente

La conclusion d'une Opération de parrainage implique l'acceptation par l'Acheteur des présentes Conditions Générales de Vente, ainsi que le respect de la réglementation en vigueur concernant le parrainage.

5. Droit de réserve des Supports

Chaque Support se réserve la possibilité de refuser :

- tout Parrain dont il estimerait qu'il ne correspond pas à son image ou à celle de l'émission concernée ;
- ou tout parrainage qui porterait atteinte à ses intérêts commerciaux ou éditoriaux ;
- ou tout Parrain ou tout parrainage pour des raisons d'image ou de déontologie, ou encore pour des raisons tenant aux obligations inhérentes à son cahier des charges.

6. Propositions commerciales

Les émissions ouvertes au parrainage sur les Supports, autres que celles pour lesquelles un accord de parrainage a déjà été conclu avant que la grille de programmes n'ait été publiée, sont commercialisées par la Régie, au nom des Supports, sous la forme de "propositions commerciales", régulièrement mises à jour et qui précisent les caractéristiques de l'émission, les modalités de l'Opération de parrainage et le tarif applicable.

7. Mandat

Les Opérations de parrainage peuvent être passées directement par l'Annonceur ou, en son nom et pour son compte par l'intermédiaire d'un Mandataire.

En cas d'achat par un intermédiaire, les dispositions de la loi "Sapin" 93-122 du 29 janvier 1993 s'appliquent quel que soit le lieu d'établissement de l'intermédiaire, dès lors que l'Opération de parrainage est réalisée au bénéfice d'une entreprise française et qu'il est principalement reçu sur le territoire français.

Tout achat d'espace de parrainage par un intermédiaire soumis aux dispositions de la loi "Sapin" 93-122 du 29 janvier 1993 s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de la Régie, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant à la Régie l'attestation de mandat conforme au modèle publié par la Régie pour une année civile.

En cas de pluralité de mandats, l'intermédiaire doit impérativement respecter le principe de gestion séparée des comptes pour chaque Annonceur.

L'Annonceur qui mandate un intermédiaire aux fins de passation de ses Opérations, s'interdit d'intervenir parallèlement à son Mandataire dans toute passation, confirmation, modification ou annulation des Opérations, sauf dérogation écrite expressément accordée au préalable par la Régie.

L'Annonceur s'engage à informer la Régie de toute modification relative au mandat qu'il a confié à son Mandataire et ce, sans délais, par lettre recommandée avec avis de réception.

Au titre des présentes Conditions Générales de Vente, les stipulations relatives au Mandataire s'appliquent, le cas

18. Incidents

En cas d'une évolution de la réglementation, la Régie se réserve le droit de déprogrammer la diffusion du billboard de l'Annonceur, sans délai. L'Opération de parrainage pourra être annulée dans les conditions de l'article 12.

19. Production des éléments de parrainage.

Les éléments de parrainage (billboards des émissions et/ou des jeux concours, bande-annonce, packshot de visualisation de lots, etc.) ainsi que les habillages-écran peuvent être produits par France Télévisions Publicité Conseil, société par actions

Si à l'échéance de son délai de priorité, l'Annonceur prioritaire n'a pas notifié par écrit à la Régie sa volonté de réitérer l'opération, la Régie pourra alors commercialiser librement le parrainage de la ou les émissions.

9. Les partenaires officiels

Indépendamment des stipulations de l'article 10 ci-après, les Annonceurs "partenaires officiels" d'événements sportifs bénéficient de droit d'une priorité d'achat des dispositifs de parrainage des retransmissions desdits événements sportifs. Cette priorité d'achat l'emporte sur toute priorité éventuellement inscrite dans un contrat de parrainage conclu antérieurement avec un autre Annonceur.

10. La prise d'option

Tout Acheteur peut retenir auprès de la Régie, sous forme d'option, une ou plusieurs des émissions proposées à la vente, en indiquant clairement le nom de l'émission, les dates retenues, le nom du parrain et de sa marque, ainsi que le montant financier de l'Opération.

La Régie se réserve le droit de ne pas enregistrer d'options sur certaines émissions. Cette décision fait l'objet d'une information à l'attention des Acheteurs.

En toute hypothèse, la Régie ne retient, pour chaque dispositif proposé, que les trois premières options qui lui sont communiquées.

Les options sont retenues par ordre chronologique de réception.

À cet effet, la ou les options doivent faire l'objet d'un envoi en recommandé, par télécopie ou de toute autre manière qui puisse permettre de dater la réception de l'option.

10.1 Une option n'est valable, si elle est reçue d'un Mandataire, que pour autant que lui soit jointe l'attestation de mandat précitée.

Une option est personnelle à un Annonceur et ne peut pas être cédée.

10.2 Toute option émanant d'un Acheteur doit mentionner impérativement **l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente** pour pouvoir être retenue.

10.3 La Régie accuse réception de l'option par télécopie ou par courrier électronique en indiquant à l'Acheteur la date d'échéance de l'option.

Passé cette date et à défaut de confirmation, l'option devient caduque.

10.4 Si plusieurs Acheteurs ont posé une option pour une même Opération et si un Acheteur fait une proposition d'achat ferme, le délai de 48 (quarante-huit) heures commence à courir, pour tous les Acheteurs ayant posé une option, au lendemain du jour de la confirmation de l'Acheteur.

Les confirmations d'achat ferme reçues pendant ce délai de 48 (quarante-huit) heures sont retenues en respectant l'ordre chronologique de réception des options.

La durée de l'option ne peut en aucun cas être prolongée, notamment dans le cas d'un délai de 48 (quarante-huit) heures commençant à courir 24 (vingt-quatre) heures avant la fin de la durée de l'option.

10.5 La Régie se réserve **le droit de proposer à la vente des offres sur lesquelles un Annonceur bénéficie d'une priorité d'achat** en application de l'article 8.

Ces offres pourront faire l'objet d'achat ferme ou d'options par d'autres Acheteurs, sous condition suspensive de non-exercice de son droit de priorité par l'Annonceur en bénéficiant.

En cas de proposition d'achat ferme par d'autres Acheteurs, ces propositions seront prises en compte par ordre chronologique

de réception.

A la date d'expiration de la priorité d'achat, la Régie, en fonction de la décision de l'Annonceur prioritaire, confirmera ou non les propositions d'achat ferme des autres Acheteurs.

En cas d'options d'achat par d'autres Acheteurs, la Régie ne retiendra que les trois premières options qui lui seront communiquées par ordre chronologique de réception.

Si un Acheteur fait une proposition d'achat ferme, le ou les Acheteur(s) bénéficiant d'une option se verront appliquer les stipulations de l'article 10-4.

11. Conclusion de l'Opération de parrainage

Chaque Opération de parrainage est personnelle à l'Annonceur et ne peut être cédée.

Elle fait l'objet d'un contrat spécifique entre la Régie et l'Acheteur qui, au cas par cas, en précise le contenu.

11.1 Quand une proposition commerciale de parrainage est mise sur le marché par la Régie et qu'un Acheteur fait une proposition ferme validée par la Régie, aucune autre vente ne pourra se substituer à la première.

11.2 Pour les Opérations de parrainage avec un module jeu, l'achat ne sera pris en compte par la Régie que si le détail et le montant des lots offerts sont communiqués au moment de la confirmation d'achat. **11.3** Les Supports se réservent le droit de diffuser des bandes-annonces non parrainées.

11.4 Le contrat de parrainage doit impérativement être retourné signé à la Régie deux semaines après l'envoi du contrat pour signature.

À défaut, la Régie se réserve le droit d'annuler l'Opération de parrainage programmée.

Lors d'une réservation ferme, la Régie peut exiger de l'Acheteur le versement d'un acompte. En cas d'annulation de la réservation, cet acompte reste acquis à la Régie.

12. Annulation

12.1 Toute annulation d'une Opération de parrainage par l'Acheteur doit être adressée par écrit à la Régie.

12.2 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme, plus de 4 (quatre) semaines avant le démarrage de l'Opération de parrainage, c'est-à-dire de la diffusion de la première émission concernée ou de l'enregistrement de celle-ci, l'Acheteur doit acquitter à la Régie un dédit d'un montant égal à 25 % (vingt-cinq pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération.

12.3 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme dans un délai inférieur ou égal à 4 (quatre) semaines avant le démarrage de l'Opération de parrainage, c'est-à-dire de la diffusion de la première émission concernée ou de l'enregistrement de celle-ci, l'Acheteur doit acquitter à la Régie un dédit selon les modalités suivantes :

- 100 %(cent pour cent) du montant net hors taxes dû par l'Acheteur au titre des diffusions et/ou des enregistrements de l'Opération de parrainage prévus dans les 30 (trente) jours suivant la date à laquelle l'Opération devait prendre effet (diffusion de la première émission).
- et 25 %(vingt-cinq pour cent) du montant net hors taxes dû pour le reste de l'Opération.

13. Résiliation

13.1 La résiliation à l'initiative de l'Acheteur d'un contrat en cours d'exécution, doit être notifiée à la Régie par lettre recommandée avec accusé de réception. La résiliation ne pourra prendre effet qu'à l'issue d'un préavis de 15 (quinze) jours, à compter du jour de la réception du recommandé, étant précisé que ce délai pourra contractuellement être supérieur selon la durée de l'Opération et/ou le type d'émission parrainée.

13.2 Dans cette hypothèse, le montant du dédit dû par l'Acheteur est de :

- En cas d'Opération d'une durée inférieure ou égale à un mois, le dédit sera égal à 100 % (cent pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération,
- En cas d'Opération d'une durée supérieure à un mois, le dédit sera au moins égal à 100 % (cent pour cent) du montant net hors taxes dû par l'Acheteur au titre des diffusions et/ou des enregistrements de l'Opération de parrainage prévus dans les 30 (trente) jours qui suivent la date d'effet de la résiliation de l'Acheteur, sans que cette somme puisse être inférieure à 25 % (vingt-cinq pour cent) du budget net hors taxes dû par l'Acheteur, à la date de résiliation, pour le reste de l'Opération.

14. Co-parrainage

14.1 Dans l'hypothèse où le dispositif de parrainage est ouvert à un co-partenariat, il ne pourra pas y avoir deux Annonceurs du même secteur d'activité dans un même dispositif.

On entend par "Code secteur" le code à huit chiffres composé du numéro de famille, du numéro de classe, du numéro de secteur et du numéro de variété permettant le rattachement du produit ou service que l'Acheteur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille "nomenclature des codes secteurs" publiée par la Régie.

14.2 Le premier Annonceur à avoir confirmé son achat bénéficie du droit de choisir son ordre de citation dans le cadre du dispositif de parrainage (billboard, voix off, etc.). Cet ordre de passage ne peut en aucun cas varier au sein des billboards et des bandes-annonces. En outre, aucun roulement n'est possible.

Toutefois, lorsqu'un Annonceur est prioritaire sur un dispositif en application de l'article 8, il aura automatiquement une priorité dans l'ordre de citation.

En cas de présence de plusieurs Annonceurs déjà présents en 2015 sur le même dispositif, l'ordre chronologique de confirmation d'achat sera respecté pour le choix de l'ordre de citation.

14.3 L'Annonceur ne peut jamais s'opposer à ce que l'émission qu'il parraine soit co-parrainée par les médias associés à la promotion de l'émission en cause.

15. Offres annexes à l'Opération de parrainage

15.1 L'Annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. Chaque contrat de parrainage est indépendant des autres contrats de parrainage et des ordres de publicité.

Néanmoins, si l'Annonceur en fait la demande et sous réserve de disponibilité du planning, la Régie pourra proposer à l'Annonceur d'être présent dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée.

15.2 Tout Annonceur parrainant une émission ne peut s'opposer à ce que les Supports s'associent à un autre partenaire en vue de doter de cadeaux les jeux qu'ils pourraient organiser dans ladite émission.

Créations de production propres au parrainage

16. Frais techniques

Les frais techniques et de réalisation des éléments de parrainage ne sont pas compris dans le budget de l'Opération de parrainage.

17. Contrôle des éléments à diffuser

Les citations et animations propres à l'Opération de parrainage sont soumises au contrôle et à l'accord préalable de chaque Support concerné par l'Opération.

En cas d'une évolution de la réglementation, la Régie se réserve le droit de déprogrammer la diffusion du billboard de l'Annonceur, sans délai. L'Opération de parrainage pourra être annulée dans les conditions de l'article 12.

siège social au capital de 40 000 €, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641), 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 382 258 622 RCS Nanterre, à la demande écrite de l'Annonceur et après accord préalable et écrit de France Télévisions Publicité Conseil.

Dans ce cas, toute exploitation, autre que celle prévue dans le cadre des présentes, des éléments de parrainage (billboards des émissions, bande-annonce, etc.) ainsi que les habillages-écran est soumise à l'autorisation préalable et écrite de France Télévisions Publicité Conseil.

20. Modalités de production

20.1 Dans tous les cas où France Télévisions Publicité Conseil assure la production des éléments de parrainage, celle-ci est effectuée en coordination avec l'Acheteur.

20.2 France Télévisions Publicité Conseil transmet à l'Acheteur une proposition de scénarimage accompagnée d'un devis relatif aux frais techniques, par lettre recommandée avec accusé de réception, par télécopie ou par tout autre moyen qui puisse permettre de dater de façon certaine la réception de la proposition.

L'Acheteur doit retourner le devis signé. En toute hypothèse, une durée de validité du devis sera fixée d'un commun accord entre France Télévisions Publicité Conseil et l'Acheteur. À défaut de réponse pendant ce délai, le devis sera réputé caduc.

La facture établie par France Télévisions Publicité Conseil est payable à trente (30) jours date de facture, le 10 du mois, conformément à l'article 26 ci-après.

21. Garantie de jouissance paisible des éléments fournis

21.1 L'Annonceur garantit la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que les créations communiquées par lui ou son Mandataire à la Régie en vue de la production des éléments de parrainage n'utilisent pas de techniques subliminales et que leur contenu ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et ne comporte aucune allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers.

21.2 En particulier, l'Annonceur garantit la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que ladite création ne porte atteinte à aucun droit de propriété intellectuelle de tiers (droits d'auteur, dessins et modèles, marques et autres signes distinctifs, etc.) ni aux droits de la personnalité et, en particulier, au droit à l'image des tiers.

22. Obtention des droits de tiers

22.1 L'Annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits de reproduction, d'adaptation, de représentation, de traduction et, plus généralement, de tous les droits de propriété littéraire et artistique et/ou de propriété industrielle afférents aux signes distinctifs, photographies, musiques, vidéo et autres éléments qu'il apporte en vue de leur diffusion sur les Supports, dans le cadre des créations spécifiques à l'Opération de parrainage.

22.2 L'Annonceur garantit la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil contre toute action quelle qu'elle soit émanant, notamment, des auteurs, producteurs, réalisateurs, interprètes ou de toute autre personne qui s'estimerait lésée par les créations de parrainage, à quelque titre que ce soit.

22.3 L'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un contrat de parrainage confère aux Supports le droit de diffuser les créations de parrainage, quel que soit le terminal de réception, y compris en cas de reprise intégrale du signal de certains programmes en vue de leur diffusion sur tout support de télécommunication.

L'Annonceur reconnaît être titulaire de tous les droits nécessaires à la diffusion de ces créations sur ces Supports et garantit la Régie à ce titre.

23. Utilisations connexes à l'Opération de parrainage

23.1 La conclusion d'un contrat de parrainage donne à la Régie le droit de procéder à des diffusions des créations de parrainage, en dehors des émissions ayant fait l'objet du contrat de parrainage dans le cadre de communication interne et externe de la Régie et ce notamment pour les besoins de l'information des Acheteurs, ce à quoi l'Annonceur consent expressément, tant pour son compte que pour le compte de tout tiers ayant concouru à la réalisation des éléments de parrainage.

23.2 En dehors des citations expressément prévues par le contrat de parrainage, celui-ci ne confère à l'Annonceur, aucun droit présent ou futur, de quelque nature que ce soit, sur l'émission objet du contrat.

L'Annonceur s'engage à ne pas influencer, de quelque façon que ce soit, le contenu du programme parrainé.

23.3 L'Acheteur s'engage à ne pas utiliser et ce, en aucune façon, la diffusion du programme comme Support de lancement ou de promotion d'un produit, d'une marque, effectué concomitamment ou non à la diffusion, ni à utiliser un élément quelconque du programme dans un but promotionnel ou publicitaire sans accord préalable et par écrit des Supports.

23.4 Toute mention sur d'autres supports (PLV, presse, radio, etc.) de l'Opération de parrainage mise en place sur les Supports, notamment dans un but promotionnel, et/ou toute utilisation du programme, de ses éléments (personnages, titre, nom des animateurs, etc.) ou des marques des chaînes concernées devra être soumise au préalable à la Régie pour accord exprès desdits Supports.

En cas d'accord des Supports, un devis concernant l'utilisation éventuelle du nom des Supports, du titre des émissions ou du nom de ses animateurs ou tout autre élément, sera établi par les Supports.

Conditions de paiement

24. Les factures et avoirs seront établis par la Régie au nom de l'Annonceur. Leur original est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé le cas échéant à son Mandataire chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat.

L'Annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'Opération de parrainage, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire. Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

L'Annonceur peut, sous sa seule responsabilité, donner mandat au Mandataire d'encaisser en son nom et pour son compte le montant des avoirs émis par la Régie. Le paiement par la Régie du montant des avoirs au Mandataire libère la Régie vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

La facture vaut compte-rendu et justificatif des conditions de diffusion des Ordres de parrainage qui y sont mentionnés.

25. Les factures sont payables à la Régie par chèque ou par virement, à 30 jours date de facture, le 10 du mois (ou le premier jour ouvré suivant le 10 du mois si le 10 n'est pas un jour ouvré), avant 16 heures (heures de Paris), dans les conditions suivantes :

Mois Facture	Date indicative d'émission de la facture	Date d'échéance (date limite de réception des chèques)
Janvier	29/01/16	10/03/16
Février	29/02/16	11/04/16
Mars	31/03/16	10/05/16
Avril	29/04/16	10/06/16
Mai	31/05/16	11/07/16
Juin	30/06/16	10/08/16
Juillet	29/07/16	12/09/16
Août	31/08/16	10/10/16
Septembre	30/09/16	10/11/16
Octobre	31/10/16	12/12/16
Novembre	30/11/16	10/01/17
Décembre	30/12/16	10/02/17

La Régie doit être en possession des fonds de l'Annonceur au plus tard à la date d'échéance figurant sur la facture.

Les factures de régularisation émises par la Régie sont payables à l'échéance mentionnée sur la facture.

Les traites ne sont pas acceptées.

26. La Régie peut exiger le paiement intégral d'avance des Opérations de parrainage, et le paiement direct par l'Annonceur ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

- Nouvel Acheteur (nouveau client pour la Régie) ;
- Acheteur pour lequel la Régie a constaté des incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître;
- Acheteur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

Le paiement d'avance signifie que la Régie doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 15 jours avant la première diffusion d'une Opération.

Dans ce cas, une facture pro forma est envoyée à l'Annonceur, avec envoi d'un duplicata le cas échéant au Mandataire, la facture définitive étant envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a eu lieu.

27. En cas de non-respect des conditions de paiement, les Opérations non encore exécutées peuvent être annulées de plein droit par la Régie, sans préavis ni indemnité et sans préjudice de toute autre voie d'action.

En outre, une pénalité de 15 % (quinze pour cent) sera exigible sur les sommes non réglées à la date d'échéance mentionnée sur la facture, à compter du premier jour suivant cette date, sur une base annuelle de 360 jours, au prorata du nombre de jours de retard.

Si le taux de 15 % devenait inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal, le taux de pénalité appliqué serait de trois fois le taux d'intérêt légal arrondi au nombre entier supérieur.

Enfin, conformément aux dispositions de l'article L 441-6 du Code de Commerce, une indemnité de 40 € (quarante euros) pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par la Régie, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

28. La Régie ne pratique aucun escompte en cas de paiement d'avance.

Incidents de diffusion

29. Les dates, horaires et durées de diffusion de(s) l'émission(s) et éventuellement des bandes-annonces, objet du contrat de parrainage, sont donnés à titre purement indicatif et sans garantie.

Les Supports se réservent le droit de modifier en tout ou partie les dates, heures et durées des émissions ou d'annuler celles-ci, sans que l'Acheteur puisse faire valoir auprès de la Régie ou des Supports aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts notamment en cas de :

- force majeure, de grève ;
- de toute raison relative à leurs obligations de service public figurant notamment dans leur cahier des missions et des charges ou conventions passées avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ;
- de nécessités de l'antenne, de perturbations dans l'organisation et la diffusion des programmes, de modification substantielle des contrats liant les Supports aux détenteurs des droits sur des retransmissions d'événements.

30. Les Opérations de parrainage ou citations non diffusées pour des raisons techniques ou pour les raisons prévues à l'article 30 et imputables au(x) Support (s) ou à la Régie ne sont pas facturées, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à compensation ou réduction de prix.

Loi applicable

31. Les contrats conclus entre la Régie et les Acheteurs sont soumis à la loi française, tant pour leur formation que pour leur interprétation et leur exécution, et seule leur version rédigée en langue française fait foi.

Disposition générale

32. L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec la Régie à l'occasion de l'exécution des Opérations de parrainage sont susceptibles de faire l'objet d'intrusions ou de contaminations par un tiers, notamment à l'occasion des transmissions par Internet. A ce titre, la Régie ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/ou indirects qui résulteraient pour l'Acheteur, de virus informatiques ou de tout autre programme malveillant ou nuisible ayant entraîné des dysfonctionnements, blocages et/ou altérations des données dans les systèmes informatiques ou lors de la diffusion des espaces de parrainage sur les supports.

33. Il est précisé que si l'Annonceur en fait la demande par lettre recommandée avec accusé de réception auprès de la Régie, cette dernière s'engage à lui adresser, dans des délais raisonnables, les justificatifs de diffusion de la l'Opération programmée.

34. La Régie s'interdit de divulguer les informations confidentielles auxquelles elle pourrait avoir accès dans le cadre des Opérations de parrainage. Seront considérées comme confidentielles, toutes les informations, quels qu'en soient la nature et le support, qui auront été préalablement signalées par écrit comme confidentielles par les Acheteurs.

La Régie s'engage à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne

sur le(s) Support(s) et/ou le(s) site(s) de(s) l'Opération(s) de parrainage.

Résiliation et litiges

35. Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou l'exécution des présentes, et plus généralement de la formation et de l'exécution des contrats de parrainage, relève de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.



tél .: +33(0)1 56 22 62 00
fax : +33(0)1 56 22 62 01
www.francetvpub.fr
www.twitter.com/francetelepub

FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE,
S.A au capital de 38 100 Euros,
SIREN 332 050 038 RCS Nanterre,
64/70, avenue Jean-Baptiste Clément
92641 Boulogne Billancourt cedex