

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DE LA PUBLICITE 2016

ESPACE CLASSIQUE – SERVICES LINEAIRES

I. CADRE GENERAL

1.1. Sauf disposition expresse contraire, les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent à la vente d'espaces publicitaires dits « classiques » (ci-après dénommés « **Espace(s) Classique(s)** »), diffusés sur les chaînes de télévision beIN Sports 1, beIN Sports 2 et/ou beIN Sports 3 du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2016, et commercialisés par beIN REGIE.

Les présentes Conditions Générales de Vente ne s'appliquent pas aux opérations de parrainage ou aux espaces publicitaires numériques, qui font l'objet de conditions générales de vente spécifiques.

1.2. La conclusion d'un Ordre de Publicité par un Annonceur ou par son Mandataire, à quelque stade que ce soit, implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente ainsi que le respect des lois, règlements et usages en vigueur régissant les communications commerciales publicitaires et audiovisuelles.

1.3. La publicité est réglementée notamment par les dispositions du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié, relatif à la publicité, au parrainage et au téléachat.

II. DEFINITIONS

Tous les mots utilisés avec la première lettre en majuscule dans les présentes Conditions Générales de Vente ont la signification qui leur est donnée ci-dessous. Les mots au singulier incluent également le pluriel et vice-versa, lorsque le contexte l'exige.

« **Acheteur** » désigne tout Annonceur ou Mandataire ayant souscrit un Ordre de Publicité.

« **Annonceur** » désigne toute personne physique ou toute société ou groupe de sociétés qui réalise, directement ou par l'intermédiaire d'un Mandataire, un achat d'Espace Classique sur les chaînes de télévision beIN Sports 1, beIN Sports 2 et/ou beIN Sports 3 et pour le compte de qui le message publicitaire est diffusé. Sont considérées comme appartenant au même groupe, toutes sociétés dont le capital est majoritairement, directement ou indirectement, détenu par une même personne physique ou morale.

« **ARPP** » désigne l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité

« **Mandataire** » désigne tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, en vertu d'un contrat de mandat écrit d'achat d'espaces publicitaires, conformément à la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 modifiée.

« **Ordre de Publicité** » désigne l'accord conclu par écrit entre beIN REGIE et l'Annonceur ou son Mandataire, conformément aux présentes Conditions Générales de Vente, fixant les termes de l'achat du ou des espace(s) publicitaire(s).

« **La Régie** » désigne beIN REGIE.

« **Le(s) Support(s)** » désigne(nt) les chaînes de télévision beIN Sports 1, beIN Sports 2 et beIN Sports 3.

III. EXCLUSIVITE DE LA REGIE

3.1. beIN REGIE, ou toute société qu'elle aura désignée à cet effet, est seule habilitée à prospector la clientèle et à commercialiser les Espaces Classiques diffusés sur les Supports.

3.2. La Régie et/ou chaque Support se réservent le droit de ne pas donner suite à une demande de réservation d'Espace(s) Classique(s), notamment si cette demande devait contrevenir aux obligations contractuelles des Supports, à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux, et plus généralement aux lois, règlements et usages en vigueur régissant les communications commerciales publicitaires et audiovisuelles.

IV. ATTESTATION DE MANDAT

4.1. Toute demande effectuée par un Mandataire relative à une opération d'achat d'Espace(s) Classique(s) doit être obligatoirement accompagnée de l'attestation de mandat (voir modèle en Annexe 1) (ci-après dénommée « **Attestation de mandat** »), signée par l'Annonceur et son Mandataire, valable au titre de l'année civile 2016.

L'Attestation de mandat originale doit être adressée à la Régie avant toute demande de réservation d'Espace(s) Classique(s), à l'adresse suivante :

beIN REGIE
53-55 avenue Emile Zola
92100 BOULOGNE BILLANCOURT

4.2. Des opérations d'achat d'Espaces Classiques peuvent être réalisées par un sous-Mandataire sous réserve de l'accord exprès écrit de l'Annonceur, transmis à la Régie.

4.3. L'Annonceur s'interdit d'intervenir parallèlement à son Mandataire ou son sous-Mandataire, et s'engage à informer la Régie de toute modification ou résiliation relative au mandat confié, dans les plus brefs délais, par courrier recommandé avec demande d'avis de réception.

4.4. En tout état de cause, les obligations contractuelles s'établissent directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur reste tenu d'exécuter les engagements pris par son Mandataire ou son sous-Mandataire dans le cadre du mandat qui lui a été confié antérieurement à la réception de la notification de la modification ou de la résiliation dudit mandat.

V. MODES D'ACHAT

Les Espaces Classiques sur les Supports sont commercialisés soit à l'unité, en spot à spot, soit en coût GRP net garanti. Ces deux modes d'achat peuvent être combinés sur une même vague.

Les Conditions Tarifaires et Commerciales des Espaces Classiques des Supports pour l'achat en spot à spot et pour l'achat en coût GRP net garanti figurent sur <http://www.beinsports.com/france/regie/>.

5.1. SPOT A SPOT

L'achat en spot à spot permet à l'Annonceur ou son Mandataire de sélectionner des Espaces Classiques à l'unité parmi les écrans publicitaires des Supports, et donc de construire des campagnes publicitaires sur mesure, sans garantie de coût par GRP.

Il est précisé que les écrans n° 1, 7, 8 et 9 sont réservés à l'achat en spot à spot.

Les achats en spot à spot auront un traitement prioritaire par rapport aux achats en coût GRP net garanti lors des ouvertures de planning.

5.2. COUT GRP NET GARANTI

L'achat en coût GRP net garanti permet à l'Annonceur ou son Mandataire de construire des campagnes publicitaires en maîtrisant le « Coût GRP net désindexé base 30 secondes » garanti par beIN REGIE.

Le coût GRP net garanti est conjointement défini entre la Régie et l'Annonceur ou son Mandataire.

Les achats en coût GRP net garanti sont possibles, sous réserve d'acceptation de la Régie, sur les écrans 0, 2, 3, 4 et 6 sur les cibles suivantes :

Hommes : 15-49, 25-49, 25-59

Ensemble: 15-49, 25-49,25-59

I csp+

Jeunes : 25-34, 15-34, 15-24 ans

Pour toute autre cible, l'Annonceur ou son Mandataire devront consulter la Régie.

La programmation des spots est laissée à la discrétion de la Régie, qui pourra notamment les répartir sur les Supports de son choix et/ou modifier la programmation des spots jusqu'à leur date de diffusion.

L'Annonceur ou son Mandataire feront part à la Régie, au sein du brief de programmation (voir modèle en Annexe 2), de leurs objectifs en termes de budget publicitaire net et de leur souhait de volume de GRP sur une cible donnée, pour une vague et une période données, et ce conformément aux présentes Conditions Générales de Vente.

Les remises commerciales définies dans les Conditions Tarifaires et Commerciales (remises volumes...), à l'exception des remises professionnelles et mandataires, ne sont pas applicables en cas d'achat en coût GRP net garanti. Toutefois le montant brut facturé investi par l'Annonceur et/ou son Mandataire sera pris en compte dans la totalité des volumes 2016 investis pour le calcul des remises appliquées à l'achat en spot à spot (hors packages ou produits commerciaux spécifiques achetés en net Hors Taxes).

Les demandes d'achat en coût GRP net garanti doivent être adressées à la Régie au plus tard quatre (4) semaines avant leur diffusion. Toute demande devra être accompagnée d'un brief de programmation. Toute modification du brief de programmation moins de quatre (4) semaines avant la diffusion pourra être refusée par la Régie, à sa seule discrétion.

5.3. AUTRES MODES D'ACHAT

La Régie pourra proposer à la vente des packages de spots lors d'évènements ou de compétitions sportives majeurs ou des produits commerciaux spécifiques, à des conditions qui leurs sont propres et qui feront l'objet d'une publication spécifique.

Ces packages ou produits commerciaux spécifiques constituent chacun un ensemble indissociable de messages publicitaires, et tout Annonceur qui désirerait interrompre la diffusion d'un ou plusieurs spot(s) reste redevable de l'intégralité du prix dudit package ou dudit produit commercial.

L'engagement de la Régie ne porte que sur la diffusion, soit sur un seul Support, soit sur plusieurs Support, d'un nombre de messages publicitaires défini, sur une période définie, en dehors de tout engagement de coût GRP net garanti.

Les prix de ces packages ou produits commerciaux spécifiques sont fixés en net et ne pourront bénéficier d'aucune ristourne, rabais ou remise tarifaire, ni d'aucune offre publicitaire pouvant être mise en œuvre par la Régie.

VI. RESERVATION

6.1. Toute demande de réservation doit être notifiée à la Régie au plus tard quatre (4) semaine avant la date de diffusion, par EDI ou mail, et être accompagnée du brief de programmation (Annexe 2), de la fiche produit (Annexe 3), et le cas échéant de l'Attestation de mandat complétée et signée par l'Annonceur et son Mandataire (Annexe 1).

La Régie recommande que l'achat d'Espace(s) Classique(s) soit réalisé par EDI (Echange de Données Informatisées), conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité, sous réserve de la signature entre la Régie, l'Annonceur et/ou son Mandataire, d'un accord d'interchange établissant notamment les conditions juridiques et techniques de l'EDI.

6.2. La Régie enregistre informatiquement les demandes de réservation en fonction des disponibilités du planning du ou des Support(s). Cet enregistrement constitue l'Ordre de Publicité et la vente ferme de l'Espace Classique. Il vaut acceptation des présentes Conditions Générales de Vente et des Conditions Tarifaires et Commerciales de la Régie, ainsi que le respect de toute disposition applicable.

La Régie confirme tout ou partie de la demande de réservation en renvoyant à l'Annonceur ou à son Mandataire soit un relevé EDI en cas d'achat par EDI, soit un bon de commande, qui doit être renvoyé signé à la Régie au plus tard trois (3) jours calendaires avant la diffusion du message publicitaire. A défaut, l'Ordre de Publicité sera considéré accepté.

6.3. Toute modification de la fiche produit et/ou du brief de programmation doit être notifiée par écrit à la Régie sans délai et en tout état de cause avant toute exécution de l'Ordre de Publicité. A défaut, les modifications ne sont pas opposables à la Régie.

6.4. L'Ordre de Publicité :

- est personnel à l'Annonceur et ne peut être cédé en aucun cas, sauf accord préalable exprès de la Régie.
- ne confère aucune exclusivité à l'Annonceur ou à son Mandataire.
- ne peut être transféré d'un Support à l'autre.
- ne garantit pas d'horaires de diffusion précis.

6.5. La Régie vérifie l'exactitude des informations communiquées par l'Annonceur ou son Mandataire lors de la demande de réservation et apportera éventuellement les corrections qui s'imposent.

En outre, la Régie pourra à sa seule discrétion juger de la pertinence de la programmation et demander à l'Annonceur de la modifier au regard des contraintes horaires édictées par le CSA, l'ARPP et le cas échéant la convention CSA du ou des Supports, contraintes que l'Annonceur s'engage à respecter.

VII. ANNULATION / AMENAGEMENT DE L'ORDRE DE PUBLICITE PAR L'ACHETEUR

7.1. ANNULATION

7.1.1. Toute annulation totale ou partielle d'un Ordre de Publicité ou tout changement de format (ce dernier équivalant à une annulation) devra être adressée par écrit à la Régie au plus tard trente et un (31) jours calendaires avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s).

Passé ce délai, et sauf cas de force majeure, l'Annonceur sera redevable de pénalités suivantes :

- Annulation entre 31 jours et 14 jours inclus avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s) : 50% du montant net hors taxes du ou des message(s) annulé(s).
- Annulation moins de 14 jours avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s) : 100% du montant net hors taxes du ou des messages annulé(s).

Dès connaissance de cette annulation ou du changement de format, la Régie dispose des Espaces Classiques libérés.

Quelle que soit la cause de l'annulation ou du changement de format, la Régie facturera à l'Annonceur la totalité des frais techniques engagés au titre de l'Ordre de Publicité annulé.

7.1.2. En cas de force majeure au sens des critères habituellement retenus par les juridictions françaises ayant pour conséquence l'annulation de l'Ordre de Publicité, l'Acheteur a l'obligation de notifier l'évènement de force majeure à la Régie, par écrit, dans les 5 jours calendaires de sa survenance, en justifiant de la nature de force majeure de l'évènement et en fournissant une estimation de sa durée.

La Régie suspendra alors l'Ordre de Publicité dans les meilleurs délais, et ce jusqu'à la fin de l'évènement. Le montant de l'Ordre de Publicité sera réinvesti par l'Acheteur, d'un commun accord avec la Régie, à la survenance de la fin de l'évènement.

7.2. AMENAGEMENT

Tout aménagement de programmation d'un ou plusieurs message(s) publicitaire(s) par l'Acheteur devra être adressé par écrit à la Régie au plus tard douze (12) jours calendaires avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s), sous réserve que le budget des messages publicitaires objets de l'aménagement puisse être reprogrammé, à un niveau équivalent, intégralement et simultanément dans une période maximum de dix (10) jours calendaires suivant la date de diffusion initiale du ou des message(s) concerné(s), et ce dans la limite de deux (2) reprogrammations maximum.

A défaut, l'aménagement de programmation sera considéré comme une annulation et l'Annonceur sera redevable des pénalités visées à l'article 7.1.1 des présentes.

VIII. MODIFICATIONS A L'INITIATIVE DE LA REGIE

8.1. MODIFICATIONS DE LA PROGRAMMATION

8.1.1. De manière générale, l'obligation de la Régie porte sur la seule diffusion des messages publicitaires dans le cadre des écrans prévus sur les Supports, à l'exclusion de tout engagement en matière d'horaire de diffusion. En conséquence, l'Acheteur ne peut se prévaloir d'une modification d'horaire de diffusion pour solliciter soit une modification de l'Ordre de Publicité (notamment de prix), soit l'annulation de celui-ci, ou prétendre à une quelconque indemnité.

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

8.1.2. Si la Régie ne peut diffuser un message publicitaire sur le(s) Support(s) à la date et à l'emplacement prévus dans l'Ordre de Publicité, pour quelle que raison que ce soit (notamment modification des programmes ou à la suite de circonstances indépendantes de sa volonté), ce message peut, avec l'accord de l'Acheteur, être reporté à une date ultérieure et ce, sans que la Régie ne soit tenue de reprogrammer ledit message à l'identique.

Si ce report n'est pas possible ou si la proposition de la Régie n'est pas acceptée par l'Acheteur, le prix du message non diffusé n'est pas dû. En toute hypothèse, aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'Acheteur qui ne pourra se prévaloir de cette modification de programmation pour annuler les campagnes en cours.

8.2. MODIFICATIONS DES CONDITIONS TARIFAIRES ET COMMERCIALES ET DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

8.2.1. Les Conditions Tarifaires et Commerciales et les Conditions Générales de Vente de la Régie applicables aux Espaces Classiques sont celles en vigueur à la date de diffusion du ou des message(s) publicitaire(s) mentionnés dans l'Ordre de Publicité souscrit par l'Acheteur.

La Régie se réserve la faculté de modifier ses Conditions Tarifaires et Commerciales et/ou ses dispositifs et/ou ses Conditions Générales de Vente en cours d'année, compte tenu notamment des impératifs légaux, pratiques ou usages de la profession. Ces modifications prendront effet à la date de leur publication sur le site internet : <http://www.beinsports.com/france/regie/>.

La Régie s'engage à informer l'Acheteur desdites modifications au plus tard cinq (5) jours calendaires avant leur entrée en vigueur et lui adressera un Ordre de Publicité rectificatif.

En outre, la Régie se réserve le droit d'appliquer un ajustement tarifaire pour les achats en coût GRP net garanti, sous réserve d'en informer l'Acheteur au plus tard dix (10) jours calendaires avant l'entrée en vigueur dudit ajustement et de lui adresser un Ordre de Publicité rectificatif.

L'Acheteur disposera d'un délai de trois (3) jours calendaires pour :

- confirmer son accord sur lesdites modifications et retourner l'Ordre de Publicité rectificatif dûment signé. A défaut de réponse de l'Acheteur dans ce délai, les modifications seront considérées comme acceptées. L'ordre de Publicité rectificatif sera alors exécuté et l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du prix du ou des message(s) publicitaire(s) diffusé(s) à compter de la date d'entrée en vigueur desdites modifications, telles que stipulées dans l'Ordre de Publicité rectificatif.
- refuser lesdites modifications par écrit. Le ou les message(s) concerné(s) par les modifications seront alors annulés à compter de la date de notification du refus, et ce sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de publicité est établi et signé.
- demander à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Classiques en remplacement des Espaces Classiques modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui du ou des message(s) concerné(s) et à l'exclusion de toute indemnité de la part de la Régie. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de Publicité sera établi et signé.

8.2.2. En outre, à titre exceptionnel, la Régie se réserve la possibilité d'aménager dans un délai inférieur à cinq (5) jours calendaires avant leur entrée en vigueur, le tarif ou les caractéristiques d'un ou plusieurs Espace(s) Classique(s) d'une campagne en cours, en raison de la modification des programmes ou de réaménagement de son planning, dus notamment à un évènement exceptionnel ou à l'actualité.

Dans ce cas, la Régie en informera l'Acheteur dès que possible et lui adressera un Ordre de Publicité rectificatif.

L'Acheteur disposera d'un délai de deux (2) jours calendaires pour :

- confirmer son accord sur lesdites modifications et retourner l'Ordre de Publicité rectificatif dûment signé. A défaut de réponse de l'Acheteur dans ce délai, les modifications seront considérées comme acceptées. L'ordre de Publicité rectificatif sera alors exécuté et l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du prix du ou des message(s) publicitaire(s) diffusé(s) à compter de la date d'entrée en vigueur desdites modifications, telles que stipulées dans l'Ordre de Publicité rectificatif.
- refuser lesdites modifications par écrit. Le ou les message(s) concerné(s) par les modifications seront alors annulés à compter de la date de notification du refus, et ce sans indemnités de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de publicité est établi et signé.
- demander à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Classiques en remplacement des Espaces Classiques modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui du ou des message(s) concerné(s) et à l'exclusion de toute indemnité de la part de la Régie. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de Publicité est établi et signé.

8.2.3. La responsabilité de la Régie et/ou des Supports ne pourra en aucun cas être recherchée au titre du présent article. A ce titre, l'Acheteur ne pourra faire valoir auprès de la Régie et/ou des Supports aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts.

IX. RESERVES A L'ACCEPTATION D'UN MESSAGE PUBLICITAIRE

9.1. La Régie et/ou les Supports se réservent le droit, alors même que ledit message aurait reçu un avis favorable de l'ARPP, de refuser de diffuser ou d'annuler à tout moment tout message publicitaire prévu dans l'Ordre de Publicité notamment susceptible (i) d'engager leur responsabilité, (ii) de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux, et plus généralement aux lois, règlements et usages en vigueur régissant les communications commerciales publicitaires et audiovisuelles, (iii) de porter atteinte aux droits ou intérêts d'autrui.

En outre, la Régie se réserve le droit de refuser de diffuser ou d'annuler à tout moment tout message publicitaire qui conduirait, sous quelque forme que ce soit, à promouvoir directement ou indirectement un concurrent du ou des Support(s), notamment les émissions ou programmes dont ce dernier détiendrait les droits.

La Régie se conformera à toute décision du CSA ou de toute autre autorité administrative ou judiciaire, qui interdirait toute diffusion et/ou demanderait le retrait du ou des message(s) publicitaire(s).

9.2. Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité télévisée et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire ou déontologique. Dans ce cadre, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (par exemple : crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard...). Notamment, en ce qui concerne les vidéos, DVD, jeux vidéo, services téléphoniques, SMS, ou sites Internet, le message publicitaire ne doit pas comporter des scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public.

9.3. La Régie pourra demander à l'Annonceur ou son Mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages en vigueur régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'Annonceur ou son Mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

9.4. Les Ordres de Publicité non-exécutés au titre du présent article ne seront pas facturés à l'Annonceur ou à son Mandataire, ce dernier ne pouvant prétendre à aucune compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit.

X. CONFORMITE DU MESSAGE PUBLICITAIRE

10.1. Tout message publicitaire doit obligatoirement être soumis, avant toute diffusion, aux règles de procédure et de contrôle déontologique en vigueur. En conséquence, le message publicitaire doit, pour être diffusé, être remis à la Régie accompagné de l'avis favorable de l'ARPP au plus tard deux (2) jours ouvrés avant sa première diffusion.

En tout état de cause, la Régie se réserve le droit d'effectuer ou de faire effectuer tout contrôle permettant de s'assurer de la conformité du message publicitaire.

10.2. Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'Annonceur, qui en assume les conséquences juridiques et financières. L'Annonceur s'engage à respecter à tout moment et pendant toute la durée de diffusion de son message publicitaire, l'ensemble des dispositions légales, réglementaires ou administratives applicables, notamment celles régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

L'Annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires à l'exploitation du message publicitaire et notamment, à sa diffusion sur les Supports.

Il communiquera à la Régie un relevé des œuvres susceptibles de donner lieu à déclaration aux sociétés d'auteurs.

10.3. L'Annonceur déclare et garantit notamment que son message publicitaire ainsi que les produits ou services qu'il promet (i) respectent l'ensemble des dispositions légales, réglementaires ou administratives applicables, (ii) ne comportent aucune information ou élément diffamatoire, contrefaisant, illicite, (iii) ne portent pas atteinte, de quelque manière que ce soit, à l'ordre public, aux bonnes mœurs, aux droits des tiers, (iv) ne portent pas atteinte aux conventions CSA du ou des Support(s).

En conséquence, l'Annonceur garantit la Régie et les Supports de tout recours, réclamation ou action de tout tiers qui estimerait avoir des droits quelconques à faire valoir du fait du non-respect par l'Annonceur de ses obligations prévues au présent article, et s'engage à indemniser et prendre à sa charge et à ses frais la défense de la Régie et/ou des Supports.

10.4. L'Annonceur déclare et garantit qu'il dispose, sans restriction ni réserve, (i) de l'ensemble des droits nécessaires à l'exploitation de son message publicitaire (en ce compris l'ensemble des éléments qui constitue le message publicitaire, notamment : signes distinctifs, musique et vidéogrammes), et que ledit message publicitaire ne porte pas atteinte aux droits de tiers, y compris en matière de propriété intellectuelle, et ne présente aucun caractère illicite de nature à engager la responsabilité de la Régie (ii) de toutes les autorisations ou déclarations nécessaires à la diffusion du message publicitaire sur le(s) Support(s), le tout de telle manière que la Régie et/ou les Supports ne puissent être inquiétés à ce titre.

En conséquence, l'Annonceur garantit la Régie et les Supports contre de tout recours, réclamation ou action de tout tiers qui estimerait avoir des droits quelconques à faire valoir au titre de l'exploitation du message, notamment les auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, artistes-interprètes, etc., et d'une manière générale de toute personne qui s'estimerait lésée à cet égard.

A ce titre, l'Annonceur s'engage à indemniser et prendre à sa charge et à ses frais la défense de la Régie et/ou des Supports.

XI. CONDITIONS FINANCIERES

11.1. FACTURATION

11.1.1. Les tarifs sont indiqués hors taxes et hors éventuels impôts ou taxes nouvellement créés qui pourraient être dus par l'Annonceur du fait de la diffusion du message publicitaire. Ils comprennent :

- des abattements et majorations,
- des remises spécifiques.

11.1.2. La facturation est établie par la Régie mensuellement, à destination et au nom de l'Annonceur.

L'original des factures est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé, le cas échéant, au Mandataire, conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 modifiée.

Chaque facture mentionne pour chaque message publicitaire l'ensemble des références de sa présence sur un Support et le tarif de base correspondant. Cette facture détaillée vaut compte-rendu et justificatif de diffusion des Ordres de Publicité.

11.1.3. Les factures seront réputées approuvées et acceptées définitivement par l'Annonceur à moins qu'il ne les conteste par écrit, de manière motivée, dans un délai de trente (30) jours suivant leur date d'émission.

11.2. PAIEMENT

11.2.1. Les factures sont payables à la Régie au plus tard à trente (30) jours fin de mois de diffusion, et au plus tard le 10 du mois suivant. A défaut, les pénalités et sanctions prévues aux articles 11.2.4 et 11.2.5 ci-dessous s'appliquent de plein droit.

Le paiement des factures émises par la Régie s'entend exclusivement par virement. Tout autre mode de règlement devra faire l'objet d'un accord préalable exprès de la Régie.

En tout état de cause, l'Annonceur devra faire le nécessaire pour que les fonds soient à la disposition de la Régie au plus tard le jour de l'échéance, quel que soit le circuit de paiement retenu.

11.2.2. La Régie n'accorde pas d'escompte de règlement.

11.2.3. L'Annonceur est dans tous les cas responsable du paiement du prix de l'Ordre de Publicité ainsi que des intérêts de retard, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire.

Le paiement ou l'avance effectué(e) 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 des avoirs au Mandataire libère la Régie vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul le risque de défaillance ultérieure de son Mandataire.

11.2.4. Conformément aux dispositions de l'article L. 441-6 du Code de commerce, les factures non payées à leur échéance se verront appliquer, de plein droit et sans mise en demeure préalable, des pénalités de retard calculées au taux de 10 % (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois fois le taux d'intérêt légal). Ce taux s'applique sur le

montant total de l'encours non réglé dans le délai de 30 (trente) jours fin de mois de diffusion et au plus tard le 10 du mois suivant.

En outre, une indemnité forfaitaire de 40 € sera également exigible de plein droit par la Régie auprès de l'Annonceur pour frais de recouvrement, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire, sur justificatif, si les frais de recouvrement engagés par la Régie s'avéraient supérieurs au montant de l'indemnité forfaitaire.

En cas de non-paiement, le montant desdits intérêts et de l'indemnité pour frais de recouvrement pourra, à l'initiative de la Régie, se compenser de plein droit avec le montant des remises accordées sur facture.

11.2.5. La Régie se réserve en outre le droit, sans préavis et sans indemnité, de refuser à l'Annonceur qui n'aura pas respecté les conditions de paiement, le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et de réviser, suspendre ou annuler l'attribution de tous abattements ou remises accordés sur facture, et de ceux éventuellement dus en fin d'exercice.

La Régie se réserve également le droit d'annuler ou d'interrompre de plein droit tout Ordre de Publicité en cours, sans préavis ni indemnités pour l'Annonceur et sans préjudice de toute autre voie d'action.

L'Annonceur sera redevable du montant net total du ou des message(s) publicitaire(s) déjà diffusés et des frais techniques engagés par la Régie, sans préjudice de l'application de toute pénalité et demande d'indemnisation.

11.2.6. La Régie se réserve le droit de demander à l'Annonceur, dix (10) jours ouvrés avant la première diffusion d'un message publicitaire (i) un paiement intégral d'avance de tout ou partie du montant net total de l'Ordre de Publicité, ou (ii) le paiement direct par l'Annonceur des Ordres de Publicité, ou (iii) une caution bancaire à la réservation, dans les cas suivants :

- Nouvel Annonceur non référencé auprès de la Régie ;
- Annonceur référencé n'apportant pas de garanties suffisantes quant à sa solvabilité ;
- Annonceur avec lequel la Régie a relevé de précédents incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître. Dans ce cas, la Régie pourra exiger, en sus, le règlement de l'intégralité des sommes dues en principal et intérêts au titre de la ou des facture(s) restée(s) impayée(s).

Une facture pro-forma est alors envoyée à l'Annonceur, avec duplicata à son Mandataire le cas échéant. La facture définitive est envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a lieu.

XII. REMISE DES ELEMENTS DE PUBLICITE

12.1. Les éléments matériels nécessaires à la diffusion du message publicitaire (« **Eléments de Publicité** »), devront être livrés à la Régie au plus tard six (6) jours calendaires avant la date de première diffusion du message publicitaire.

Ces Eléments de Publicité doivent être accompagnés de l'avis favorable de l'ARPP, de la fiche d'identification dématérialisée (fichier XML - voir Annexe 4) et des instructions de diffusion du message publicitaire (comprenant notamment la confirmation du ou des films à diffuser (nom du produit ou service ou de la campagne, titre du film, sa durée, version numéro ARPP...) et le plan de roulement (indication sourds et malentendants le cas échéant, etc.) – voir formulaire en annexe 5).

12.2. Les Eléments de Publicité doivent être (i) remis à la Régie sous forme dématérialisée dans le respect de la recommandation technique de la FICAM CST-RT-017-TV-v3.0-2011 au format 16/9 et en Haute Définition (HD)

et (ii) dotés d'un son stéréophonique positionné sur la première piste AES, conformément aux standards de livraison décrits en Annexe 4.

La livraison des Eléments de Publicité doit être opérée par l'intermédiaire des sociétés ADSTREAM et IMD.

L'Acheteur s'engage à respecter cette modalité de livraison et à respecter les prérequis techniques de ces sociétés.

Dans l'hypothèse où les messages publicitaires seraient sous-titrés à destination des personnes sourdes et malentendantes, l'Acheteur devra livrer à la Régie des fichiers conformes à la norme N19-202 de l'UER.

Les Eléments de Publicité livrés doivent impérativement respecter la durée énoncée lors de la réservation, et stipulée dans l'Ordre de Publicité.

L'Acheteur s'engage à informer immédiatement la Régie de toute modification des Eléments de Publicité.

12.3. Si, pour des raisons techniques, un message publicitaire se révélait impropre à la diffusion, la Régie en avertira l'Acheteur dans les meilleurs délais. Ce dernier devra alors fournir à la Régie, à ses frais, des Eléments de Publicité conformes au plus tard cinq (5) jours calendaires avant la date de première diffusion prévue.

12.4. L'ensemble des frais (notamment frais techniques et droits d'auteur) liés à la production et la livraison des Eléments de publicité seront à la charge exclusive de l'Acheteur.

12.5. En cas de retard dans la remise des Eléments de Publicité et/ou de remise non conforme aux exigences énoncées aux présentes Conditions Générales de Vente entraînant une non diffusion du message publicitaire, l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du prix de la diffusion comme si elle avait eu lieu, sans indemnité ou compensation due par la Régie. L'Espace Classique concerné sera alors remis à la disposition de la Régie.

12.6. La régie se réserve le droit de refuser toute remise des Eléments de Publicité non conformes, notamment si la durée du message publicitaire n'est pas celle énoncée dans l'Ordre de Publicité ou d'exiger que l'Annonceur paie le prix réel du message publicitaire au regard de sa durée effective, sous réserve que ce prix ne soit pas en deçà du budget initial.

12.7. L'Acheteur pourra modifier, à ses frais, les instructions de diffusion sous réserve que le code secteur et la durée du nouveau film soient strictement identiques que ceux des premiers éléments reçus.

Toute demande de modification des instructions de diffusion intervenant entre 5 et 2 jours ouvrés avant diffusion fera l'objet d'une facturation forfaitaire de 1 000 € HT par Elément de Publicité à modifier, non soumise au barème des remises.

Toute demande de modification des instructions de diffusion intervenant entre 2 jours et 2 heures ouvrés avant diffusion fera l'objet d'une facturation forfaitaire de 2 000 € HT par Elément de Publicité à modifier, non soumise au barème des remises.

12.8. Les éléments matériels composant les Eléments de Publicité remis à la Régie sont conservés 12 mois à compter de la dernière diffusion du message publicitaire, sous la forme de fichier électronique.

12.9. L'Annonceur pourra, après accord préalable exprès de la Régie, apporter des modifications techniques au message diffusé, à ses frais.

12.10. La Régie et les Supports ne sont tenus qu'à une obligation de moyen quant à la diffusion des messages publicitaires et ne sauraient être tenus responsables en cas de défaillance des infrastructures techniques du diffuseur ou du distributeur des Supports. Toute réclamation concernant la diffusion et/ou la programmation d'un message publicitaire doit être impérativement formulée par l'Annonceur ou son Mandataire auprès de la Régie dans les trois (3) jours ouvrés après la première diffusion du message publicitaire concerné, à peine de déchéance.

XIII. AUTORISATION D'EXPLOITATION

L'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à la Régie et/ou aux Supports, le droit, à titre gratuit :

- de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis, en vue d'une communication au public, autant de fois que la régie le souhaitera, sur tout support et particulièrement sur les sites Internet et/ou extranet de la Régie et des Supports (y compris ses applications smartphone) ;
- 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 intermédiaires ;
- de diffuser lesdits 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 exploitations.

XIV. MESURES D'AUDIENCE

Les campagnes publicitaires programmées en Espace Classique sur les Supports ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des messages publicitaires (Fichiers Médiaplanning Mediamat' Thématik).

Fichiers Mediaplanning Mediamat Thematik	
Fichier servant de base à la tarification	Date d'application des tarifs
Janvier - Juin 2015 - V29	du 01/09.2015 au 30/04/2016
Septembre 2015 - Février 2016 – V30	du 01/05/16 au 31/08/2016
Janvier - Juin 2016 – V31	du 01/09/16 au 30/04/2017

XV. COMMUNICATION/PROMOTION

15.1. L'Acheteur autorise la Régie et les Supports à reproduire et/ou représenter dans leurs actions de communication publicitaire et de promotion, les éléments du message publicitaire, y compris le nom, la marque ou le logo de l'Annonceur. Dans ce cadre, la Régie pourra diffuser tout ou partie des éléments du message publicitaire, en tous lieux publics et/ou privés et sur tout support.

19.2. L'Acheteur peut communiquer sur l'achat d'Espaces Classiques, sous la réserve d'avoir obtenu préalablement à cette communication, l'accord exprès et écrit de la Régie et du/des Support(s) concerné(s).

XVI. CONFIDENTIALITE

L'Acheteur ainsi que la Régie et les Supports s'engagent à observer toute réserve et toute confidentialité sur les informations échangées dans le cadre de l'achat d'Espaces Classiques ainsi que sur les dispositions contractuelles en ayant découlé.

XVII. DROIT APPLICABLE ET COMPETENCE

Toute contestation portant sur la validité, l'application, l'interprétation, l'exécution, leurs conséquences et leurs suites, de l'Ordre de Publicité et des présentes Conditions Générales de Vente est régie par le droit français et relève de la compétence exclusive des tribunaux compétents de Nanterre, y compris en cas de référé ou requête, de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.