



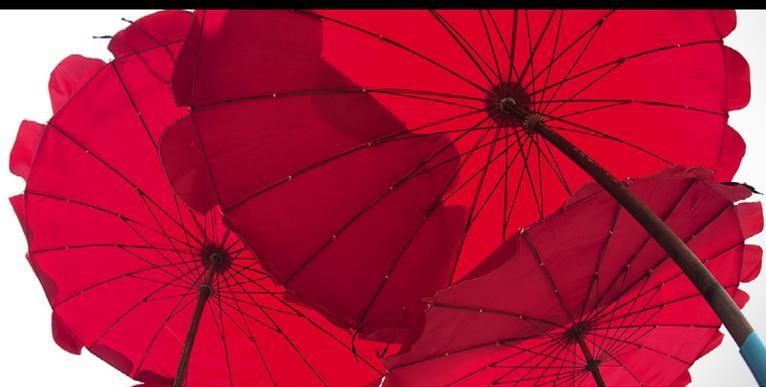
**Conditions
commerciales
et générales
de vente
du parrainage**

**sur France Télévisions
et les Chaînes Thématiques**

CAMPAGNES 2016

Avenant du 18 décembre 2015

sommaire



P 03 Décomposition du Chiffre d'Affaires 2016

P 04 Terminologie

P 05 Conditions commerciales de vente du parrainage sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

P 05 A. L'offre parrainage

P 06 B. Achat unitaire : conditions tarifaires

P 06 C. Achat de Solutions

P 06 D. Cumul des mandats

P 07 E. Taux CGV

P 07 F. Informations complémentaires

P 09 Conditions Générales de Vente du parrainage sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2016 du parrainage sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

CA INITIAL

Variations initiales (s'appliquent en cascade sur le Tarif Initial dans l'ordre ci-dessous)

- Incidents
- Gracieux
- Module jeu
- Solutions

CA DE RÉFÉRENCE

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Multi marques
- Multi annonceurs

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Cumul des mandats

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

CA FACTURE

- Taux CGV

CA NET

Terminologie :

- **Chaînes de France Télévisions (FTV)**

Les Chaînes de France Télévisions (FTV) regroupent France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô.

- **Chaînes Thématiques**

Les Chaînes Thématiques regroupent 13^{ème} Rue, E! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, NoLife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, SyFy, Trace Urban, Trace Sport Stars, TV5Monde "FBS" et Vivolta (ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement). Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.

- **Les Chaînes** France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les Chaînes Thématiques sont régies par France Télévisions Publicité.

- **Numérique** : sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, Smart TV, IPTV et tous modes de diffusions numériques non-linéaires.

- **Les Solutions** sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage tels que visés à l'article C.

- **C.A. France Télévisions**

Le Chiffre d'Affaires "France Télévisions" correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes de France Télévisions (FTV).

- **C.A. Thématiques**

Le Chiffre d'Affaires "Thématiques" correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes Thématiques.

- **Tarif Initial**

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans l'offre publiée par France Télévisions Publicité.

- **C.A. Initial**

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des dispositifs de parrainage achetés.

- **Tarif de Référence**

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial après déduction des éventuels incidents de diffusion, gracieux, module jeu et modulations Solutions.

- **C.A. de Référence**

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des dispositifs de parrainage achetés.

- **Tarif Facturé**

Le Tarif Facturé correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires, figurant à la section B des Conditions commerciales et du cumul des mandats.

- **C.A. Facturé**

Le Chiffre d'Affaires Facturé est la somme du Tarif Facturé des dispositifs de parrainage achetés.

- **Tarif Net**

Le Tarif Net correspond au Tarif Facturé après déduction du Taux CGV, tel que défini à l'article E des Conditions commerciales.

- **C.A. Net**

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif Net des dispositifs de parrainage achetés.

Conditions commerciales de vente du parrainage sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

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

A. L'offre parrainage

L'offre de parrainage est composée de quatre Solutions : Les Programmes courts, Les Identitaires, les Solutions Contenus et **SOmulti**.

Les Programmes courts

Pour les Programmes courts, se rapprocher de son interlocuteur commercial privilégié.

Les Identitaires

Les Identitaires sont construites autour des marques programmes les plus emblématiques, porteuses de valeurs fortes.

Les achats réalisés dans le cadre des Identitaires se font uniquement sur l'année. Aucune option n'est possible en dehors des priorités d'achat.

Les plus solutions : Post test offert et possibilité de relations publiques plateau (modalités à définir avec France Télévisions Publicité).

Solutions Contenus

Les Solutions Contenus s'articulent autour d'émissions porteuses de thématiques fortes, regroupées par contenus communs et constitués des Chaînes de France Télévisions, des Chaînes Thématiques et du Numérique. Les espaces de parrainage attachés aux émissions faisant partie de cette offre sont accessibles à l'unité, deux mois avant la diffusion.

Le plus solution : Prêt à Diffuser (PAD) offert.

SOmulti

SOmulti désigne une Solution constituée, discrétionnairement par France Télévisions Publicité, d'espaces de parrainage disponibles autour de programmes des Chaînes de France Télévisions relevant du même genre (fiction, magazine, documentaire ...).

Cette Solution garantit à l'annonceur un nombre de GRP sur une cible déterminée sur des Chaînes de France Télévisions, un volume d'espaces de parrainage sur une (les) Chaîne(s) Thématique(s) ainsi qu'un volume d'espaces publicitaires et de parrainage sur le Numérique (display et billboard). La composition des Solutions est susceptible d'être modifiée en fonction de la programmation des Chaînes de France Télévisions.

SOmulti fictions (Base 4 semaines - Solution ouverte au co-partenariat)

- Nombre de GRP garanti sur la cible 25-49 ans sur les Chaînes de France Télévisions autour des primes de fictions de France 2, France 3 National, et France Ô ;
- Volume d'espaces de parrainage sur des Chaînes Thématiques ;
- Volume d'espaces publicitaires et de parrainage sur le Numérique (*Display + reprise du billboard*).

La Solution est constituée discrétionnairement par France Télévisions Publicité.

B. Achat unitaire : conditions tarifaires

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de produits appelé conditions tarifaires.

Ces conditions tarifaires sont calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations tarifaires correspondant est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

• Majorations tarifaires

Multi marques

+15% pour la présentation ou citation de plusieurs marques d'un même annonceur dans une même Opération de parrainage.

Multi annonceurs

+15% pour la présentation ou citation de plusieurs annonceurs dans une même Opération de parrainage.

• Minorations tarifaires

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur les supports commercialisés par France Télévisions Publicité, en 2014 et 2015 (hors dotation).

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.

C. Achat de Solutions

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage qui sont proposés à un prix unique (Tarif de Référence). Tout achat réalisé sous forme de Solutions ne pourra être modifié a posteriori. Les achats de Solutions bénéficient d'une modulation tarifaire afin d'atteindre le prix de la Solution. Ils bénéficient du Taux CGV mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception de l'abattement cumul des mandats.

D. Cumul des mandats

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de **-1,6%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace publicitaire et de parrainage à un mandataire ou sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2015 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports - Publicité Classique, Parrainage (hors dotation), Numérique – sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- assurer l'achat, la programmation et le suivi des Opérations de parrainage pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs ;

Les investissements réalisés sur la chaîne France 3 Régions bénéficieront d'une bonification de -1,6%, soit un cumul des mandats de **-3,2%** sur le tarif de référence sur France 3 Régions.

Cet abattement cumul des mandats est appliqué sur le Chiffre d'Affaires de Référence des Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2016.

Il sera versé pour chaque contrat de parrainage, sur facture.

Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2016 (conforme au modèle disponible sur le site www.francetvpub.fr) et du contrat de parrainage dûment signé avant diffusion.

Dans le cas contraire, cet abattement ne s'appliquera pas et ne sera pas rendu rétroactivement.

En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat du dispositif de parrainage, la réservation d'espace, la signature du contrat de parrainage, la gestion et le suivi du contrat de parrainage, sera éligible à l'abattement cumul des mandats.

E. Taux CGV

Le Taux CGV se compose d'un dégressif : le Dégressif Volume.

Le dégressif obtenu s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé de Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques.

Dégressif Volume :

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2016 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 Classique - Parrainage - Numérique (hors dotation) En Euros		Dégressif Volume
0	39 999	0,00 %
40 000	99 999	- 1,00 %
100 000	199 999	- 2,00 %
200 000	299 999	- 3,00 %
300 000	499 999	- 4,50 %
500 000	899 999	- 6,00 %
900 000	1 499 999	- 7,50 %
1 500 000	2 499 999	- 9,00 %
2 500 000	3 999 999	- 10,00 %
4 000 000	5 499 999	- 11,50 %
5 500 000	6 999 999	- 12,50 %
7 000 000	8 499 999	- 13,50 %
8 500 000	9 999 999	- 15,00 %
10 000 000	et au-delà	- 18,00 %

F. Informations complémentaires

F.1 - Attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à France Télévisions Publicité une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année N (conforme au modèle disponible sur le site www.francetvpub.fr).

Avant toute réservation, un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courriel à facturation@francetvpub.fr et par courrier à France Télévisions Publicité (ADV-Facturation), 64 - 70, Avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 BOULOGNE BILLAN COURT Cedex.

L'attestation de mandat étant établie pour une durée d'un an, il est nécessaire de produire une nouvelle attestation de mandat pour l'année N, y compris en cas de mandat inchangé par rapport à l'année N-1.

F.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 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 (64 - 70 Avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 BOULOGNE BILLAN COURT Cedex), avant le 1^{er} janvier 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 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 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 par écrit à France Télévisions Publicité 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 ou mandataire 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.

F.3 - Extranet financier

Cet outil met à disposition des duplicatas de factures via Internet. Pour obtenir des codes d'accès, merci d'adresser un courriel avec le formulaire de demande d'accès (disponible sur le site www.francetvpub.fr) à l'adresse suivante : adv@francetvpub.fr.

Conditions Générales de Vente de parrainage sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

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

généralités

1. Définitions

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

- **les chaînes de France Télévisions** : France 2, le réseau national de France 3 (ci-après "France 3 National"), le réseau régional de France 3 (ci-après "France 3 Régions"), France 4, France 5, France Ô ;
- **les chaînes thématiques** : 13ème Rue, E! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, Nolife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, Syfy, Trace Urban, Trace Sport Stars, TV5 Monde "FBS" et Vivolta (ci-après "Chaînes Thématiques*") ;

dont France Télévisions Publicité, société anonyme au capital de 38 100 euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641), 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 332 050 038 R.C.S. Nanterre, assure la régie publicitaire exclusive et est seule habilitée à commercialiser les opérations de parrainage ;

** ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement. Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.*

France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les Chaînes Thématiques sont ci-après dénommées "les Supports" ou "le Support" chacune pour leur part.

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.
- "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 du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2016.

Seule leur version publiée sur le site Internet de France Télévisions Publicité, 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.

France Télévisions Publicité 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 France Télévisions Publicité, 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 modifié, relatif à la publicité, au parrainage et au téléachat.

L'Offre de parrainage

4. Acceptation des Conditions Générales de Vente

La conclusion d'une Opération de parrainage, quel que soit le mode de commercialisation 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 de France Télévisions Publicité et des Supports

France Télévisions Publicité pourra refuser tout parrainage :

- dont la provenance lui semblerait douteuse,
- ou émanant d'Annonces dont la solvabilité ne lui semblerait pas établie.

Chaque Support se réserve la possibilité de refuser :

- tout Annonceur 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 au cahier des charges de France Télévisions ou à la Charte de l'antenne du groupe France Télévisions.

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 France Télévisions Publicité, 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.

Les émissions télévisées ouvertes au parrainage et faisant l'objet, le cas échéant, d'une mise en ligne sur le(s) site(s) dont France Télévisions Publicité assure la régie, sont commercialisées au sein d'une même proposition commerciale constituant un ensemble indissociable d'espaces de parrainage antenne et d'espaces de parrainage numérique. Il est précisé qu'à défaut d'achat, deux mois avant la date de la première diffusion de la ou des émissions parrainées, France Télévisions Publicité se réserve le droit de commercialiser séparément les espaces de parrainage, objet de la proposition commerciale initiale.

7. Mandat

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

Tout achat d'espace de parrainage par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de France Télévisions Publicité, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et France Télévisions Publicité. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant à France Télévisions Publicité l'attestation de mandat conforme au modèle publié par France Télévisions Publicité 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 de parrainage, 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 France Télévisions Publicité.

L'Annonceur s'engage à informer France Télévisions Publicité de toute modification relative au mandat qu'il a confié à son Mandataire et ce, sans délai, 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.

8. Priorité d'achat

Seules les Opérations de parrainage de longue durée (6 mois consécutifs minimum) peuvent bénéficier d'une priorité d'achat pour la même période l'année suivante.

Les Opérations de parrainage de la grille de Noël et de la grille d'été ne peuvent pas faire l'objet d'une priorité d'achat.

Les modalités d'application de cette priorité d'achat sont définies par France Télévisions Publicité et précisées dans le contrat de parrainage initial, notamment son échéance qui sera fixée au moins à quatre mois avant la date de la première diffusion de la ou des émissions parrainées.

Si à l'échéance de son délai de priorité, l'Annonceur prioritaire n'a pas notifié par écrit à France Télévisions Publicité sa volonté de réitérer l'Opération, France Télévisions Publicité pourra alors commercialiser librement le parrainage de la ou des émissions.

9. Les partenaires officiels

Indépendamment des dispositions de l'article 10 ci-après, les Annonceurs "partenaires officiels" d'événements sportifs, bénéficient de droit (conformément au contrat signé entre l'organisateur et France Télévisions) 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 France Télévisions Publicité, 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. France Télévisions Publicité 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, France Télévisions Publicité ne retient, pour chaque dispositif proposé, que les trois premières options qui lui sont communiquées.

Les options sont retenues par ordre chronologique de réception.

A 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.

La durée de l'option est de 10 (dix) jours ouvrés.

En tout état de cause, aucune option ne sera enregistrée à moins de 8 (huit) semaines de la date de la première diffusion de la ou des émission(s) retenue(s).

- 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. Lorsque l'option est prise par un Mandataire, elle ne peut être confirmée ou annulée que par celui-ci, l'Annonceur s'interdisant d'intervenir parallèlement à son Mandataire à cet égard.

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** France Télévisions Publicité 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, un délai de confirmation de 48 (quarante huit) heures commence à courir, au lendemain du jour de la confirmation de l'Acheteur, pour tous les Acheteurs ayant posé une option.

Les confirmations d'achat ferme reçues pendant ce délai de 48 (quarante-huit) heures sont retenues en respectant les règles de priorité définies à l'article 10.5.

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

- 10.5** Si plusieurs Acheteurs ont posé une option pour un même dispositif, la priorité sera donnée à l'option portant sur la période la plus longue. Dans le cas de périodes d'action identiques, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option sera pris en compte.

- 10.6** France Télévisions Publicité 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, France Télévisions Publicité confirmera ou non les propositions d'achat ferme des autres Acheteurs, en fonction de la décision de l'Annonceur prioritaire.

En cas d'options d'achat par d'autres Acheteurs, France Télévisions Publicité 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 des articles 10.4 et 10.5.

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 de parrainage entre France Télévisions Publicité et l'Annonceur qui, au cas par cas, en précise le contenu.

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

- 11.2** Pour les Opérations de parrainage avec dotation, l'achat ne sera pris en compte par France Télévisions Publicité 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 France Télévisions Publicité deux semaines après l'envoi du contrat pour signature.

A défaut, France Télévisions Publicité se réserve le droit d'annuler l'Opération de parrainage programmée. Lors d'une réservation ferme, France Télévisions Publicité peut exiger de l'Acheteur le versement d'un acompte. En cas d'annulation de la réservation, cet acompte reste acquis à France Télévisions Publicité.

12. Annulation

- 12.1** Toute annulation d'une Opération de parrainage par l'Acheteur doit être adressée par écrit à France Télévisions Publicité.

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 s'acquitter auprès de France Télévisions Publicité d'un dédit d'un montant égal à 25% (vingt-cinq pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'opération annulée.

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 s'acquitter auprès de France Télévisions Publicité d'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.

12.4 Par dérogation aux articles 12.2 et 12.3, toute annulation par l'Acheteur d'une campagne de communication globale dite "opération spéciale" ou "cross média", incluant notamment une Opération de parrainage, entraînera, à la charge de l'Acheteur, le paiement d'un dédit dans les conditions suivantes :

- 30% (trente pour cent) du montant net hors taxes dû par l'Acheteur au titre de l'opération annulée, si l'annulation intervient plus de 4 (quatre) semaines avant la diffusion de la première émission concernée ;
- 100% (cent pour cent) du montant net hors taxes dû par l'Acheteur au titre de l'opération annulée, si l'annulation intervient moins de 4 (quatre) semaines avant la diffusion de la première émission concernée.

Il est entendu que France Télévisions Publicité se réserve le droit de disposer des espaces ainsi libérés.

L'Acheteur sera redevable auprès de France Télévisions Publicité Conseil du paiement intégral des frais techniques, tels que définis aux articles 16 et 20, engagés au titre de l'Opération de parrainage annulée.

13. Résiliation

13.1 La résiliation à l'initiative de l'Acheteur d'un contrat en cours d'exécution, doit être notifiée à France Télévisions Publicité 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 le suivant :

- 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) de la totalité 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 l'Opération 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'Annoncesur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille "nomenclature des codes secteurs" publiée par France Télévisions Publicité.

14.2 Le premier Acheteur 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 Annoncesur 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'Annoncesur 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** A l'initiative de France Télévisions Publicité, une étude d'impact sur l'action de parrainage peut être proposée. Dans ce cas, France Télévisions Publicité se réserve le droit d'exploiter les résultats sous toutes formes et à toutes fins commerciales, y compris présentations d'argumentaires commerciaux, communiqués, brochures et de faire mention du nom du parrain.
- 15.2** L'Annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, les bandes-annonces parrainées, les programmes courts parrainés, 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, France Télévisions Publicité pourra proposer à l'Annonceur d'être présent dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée.

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 et écrit du service juridique de France Télévisions Publicité et de la Direction Artistique de chaque Support concerné par l'Opération.

18. Incidents

En cas de réaction du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ou d'une évolution de la réglementation, France Télévisions Publicité 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 - Contenu des éléments de parrainage.

19.1 Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô :

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 sont impérativement produits par France Télévisions Publicité Conseil, société par actions simplifiée au capital de 40.000 €, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92100), 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 382 258622 RCS Nanterre, en coordination avec l'Acheteur. Toute exploitation, autre que celle prévue dans le cadre des présentes, des éléments de parrainage (billboards des émissions et/ou des jeux concours, bande-annonce, packshot de visualisation des lots, etc.) ainsi que des habillages écran est soumise à l'autorisation préalable et écrite de France Télévisions Publicité Conseil.

19.2 Concernant France 3 Régions et les ChaînesThématiques :

La production des éléments de parrainage (billboards des émissions et/ou des jeux concours, bandeannonce, packshot de visualisation de lots, etc.) ainsi que les habillages écran, ne sont assurés par France Télévisions Publicité Conseil qu'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 et/ou des jeux concours, bande-annonce, packshot de visualisation des lots, etc.) ainsi que des habillages écran est soumise à l'autorisation préalable et écrite de France Télévisions Publicité Conseil.

19.3 Contenu des éléments de parrainage

Les citations et animations propres aux créations de parrainage sont soumises de plein droit à la réglementation en vigueur et notamment aux dispositions du décret n°92-280 du 27 mars 1992.

A ce titre, et conformément à l'article 18-III dudit décret, l'identification du Parrain peut se faire par son nom, sa dénomination sociale, son secteur d'activité, ses marques ou par les facteurs d'image et signes distinctifs qui lui sont habituellement associés tels que sigle, logotype et indicatif sonore à l'exclusion de tout slogan publicitaire et de la représentation du produit lui-même ou de son conditionnement.

Il est précisé que s'agissant des créations de parrainage mises en ligne sur les services de médias audiovisuels à la demande (SMAAd) le décret n°2010-1379 du 12 novembre 2010 autorise l'identification du Parrain au moyen de son nom, logo ou autre symbole du Parrain, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif (article 17).

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, passé un délai de deux (2) jours ouvrés à compter de la réception du devis par l'Acheteur et à défaut de contestation du devis par l'Acheteur dans ce délai, le devis sera réputé accepté.

20.3 Les frais techniques font l'objet d'un devis et d'une facture séparée établis par France Télévisions Publicité Conseil. 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 32 ci-après.

20.4 Sous réserve de l'exécution intégrale par France Télévisions Publicité Conseil de la production des éléments de parrainage et du parfait paiement par l'Acheteur des sommes dues, l'Annonceur sera détenteur, à titre non exclusif, des droits de reproduction et de représentation des créations de parrainage fournies par France Télévisions Publicité Conseil et nécessaires à leur exploitation et à leur utilisation, dans la limite des droits obtenus par cette dernière.

A ce titre, l'Annonceur reconnaît et accepte que les droits ainsi concédés sont limités à leur exploitation sur le(s) Support(s) et le(s) site(s) dont France Télévisions Publicité assure la régie et pour une durée de 1 (un) an à compter de la date de première diffusion de l'opération de parrainage.

En outre, l'Annonceur est autorisé à exploiter ces créations de parrainage sur son site Internet institutionnel pour la durée indiquée au paragraphe précédent, sous réserve d'en avoir informé préalablement France Télévisions Publicité Conseil par écrit.

Toute autre exploitation des créations de parrainage devra faire l'objet d'un nouvel accord entre France Télévisions Publicité Conseil et l'Annonceur, à des conditions à définir de bonne foi.

21. Garantie de jouissance paisible des éléments fournis

21.1 L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que les créations communiquées par lui ou son Mandataire à France Télévisions Publicité Conseil 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 France Télévisions Publicité, 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 France Télévisions Publicité, 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 quel que 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 France Télévisions Publicité à ce titre.

23. Utilisations connexes à l'Opération de parrainage

23.1 La conclusion d'un contrat de parrainage donne à France Télévisions Publicité 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 France Télévisions Publicité 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.

A ce titre, l'Annonceur ne pourra en aucun cas, et pour quelle que raison que ce soit, s'opposer à la commercialisation, à des tiers, y compris concurrents, des éventuelles licences attachées au 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 ou d'un service, d'une marque ou de tout autre signe distinctif, ou de tout autre élément d'information, 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 écrit des Supports.

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

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 "France 2", "France 3", "France 4", "France 5", "France Ô" ainsi que des marques des Chaînes Thématiques devra être soumise au préalable à France Télévisions Publicité pour accord écrit et préalable desdits Supports. En cas d'accord des Supports, un devis concernant l'utilisation éventuelle du nom des Supports, du titre des émissions, du nom de ses animateurs ou tout autre élément, sera établi par les Supports.

parrainage - dotation

24. L'Annonceur peut fournir des lots en contrepartie de sa citation en tant que parrain dans le cadre d'émissions de jeux ou de séquences de jeux diffusées au sein d'émissions autres que des émissions de jeux.

Toute Opération de parrainage - dotation doit être conclue conformément aux dispositions des présentes Conditions Générales de Vente. Les lots offerts par l'Annonceur feront l'objet, d'un achat par France Télévisions Publicité, pour le compte des Supports. A cet effet, l'Annonceur adressera à France Télévisions Publicité les factures afférentes aux montants des lots offerts (valeur prix hors taxes). Lesdites factures doivent impérativement rappeler la référence du contrat de parrainage - dotation établi par France Télévisions Publicité.

Les montants des lots indiqués par l'Acheteur au moment de la conclusion de l'Opération de parrainage - dotation ne pourront faire l'objet de modification postérieurement à la facturation. En contrepartie des citations effectuées sur le(s) Support(s), une facture sera émise par France Télévisions Publicité et sera envoyée à l'Annonceur.

Lorsque le montant financier de l'espace de parrainage est supérieur au prix des lots offerts, France Télévisions Publicité adressera à l'Annonceur une facture relative à l'achat d'espace supplémentaire, dénommé "droit d'asile", qu'il réglera dans les délais impartis.

25. Livraison des lots et leur gestion matérielle

25.1 L'Annonceur est, dans tous les cas, seul responsable de la livraison des lots offerts auprès des gagnants, qui doit être effectuée au plus tard 2 (deux) mois après la date de diffusion de l'émission concernée (à l'exception des voyages et séjours qui relèvent de dispositions spécifiques définies dans le contrat).

A défaut de livraison dans le délai imparti, l'Acheteur s'engage à en informer immédiatement par écrit le service dotation de France Télévisions Publicité et les gagnants concernés.

25.2 Par ailleurs, la gestion matérielle des lots est à la charge de l'Acheteur.

L'Acheteur s'engage à fournir aux gagnants concernés un bon de garantie en bonne et due forme et leur garantit la conformité des lots à l'usage auquel ils sont destinés.

L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les Supports contre tout recours ou toute réclamation émanant de quiconque du fait de la dotation, et notamment pour défaut de conformité des lots offerts.

L'Annonceur s'engage en outre à traiter les réclamations des gagnants avec diligence et réactivité. Il répond de sa courtoisie et de celle de ses préposés à l'égard de la clientèle, des Supports et de France Télévisions Publicité notamment à l'égard des gagnants. L'Annonceur dispose d'un délai maximum de 10 (dix) jours à compter de la réception d'une plainte quelle qu'elle soit pour répondre aux relances des gagnants et en informera le service dotation de France Télévisions Publicité dès réception de la réclamation.

25.3 Voyages et séjours

Lorsque les lots offerts par l'Annonceur sont constitués de voyages et/ou de séjours, l'Annonceur s'engage par dérogation au paragraphe précédent, à délivrer ces lots aux gagnants durant le délai de validité des lots ou dans le délai stipulé au contrat.

En cas d'annulation, de report du vol et/ou des séjours remis à titre de lot et plus généralement de toute difficulté relative à l'exécution de la prestation, l'Acheteur s'engage à informer par écrit sans délai France Télévisions Publicité et les gagnants concernés.

En outre, l'Acheteur informera France Télévisions Publicité mensuellement et à défaut à sa première demande dans un délai de 7 (sept) jours, de l'état des lots consommés et des bénéficiaires auxquels ils ont été attribués.

L'Acheteur s'engage vis-à-vis des gagnants concernés à les avertir de la disponibilité des lots dans un délai de 4 (quatre) mois minimum avant la date du départ.

La durée de validité des lots est de 1 (un) an à partir de la diffusion (sauf disposition contraire prévue dans le contrat), hors période de vacances scolaires sauf pour le cas où le gagnant est membre du personnel enseignant ou pour les lots s'adressant aux familles entières avec enfants scolarisés et en fonction des disponibilités.

A l'échéance, la durée de validité des lots sera automatiquement prorogée d'une durée équivalente à celle initialement prévue, dans le cas où les lots n'auraient pas pu être consommés par le gagnant du fait de l'Annonceur dans ce délai.

Dans ce cas, l'Annonceur s'engage à proposer au gagnant, après accord préalable de France Télévisions Publicité, une solution alternative dans les plus brefs délais.

Si les lots ne peuvent être consommés du fait d'événement politique ou de toute autre circonstance imprévisible affectant les lots offerts, l'Annonceur s'engage à proposer aux gagnants concernés des lots de valeurs égales sur d'autres destinations.

26. En cas de non respect des obligations ci-dessus, l'Acheteur sera redevable à première demande de France Télévisions Publicité d'une pénalité forfaitaire et définitive équivalente au montant financier de l'Opération prévu au contrat de parrainage-dotation et ce sans préjudice de tout recours judiciaire ultérieur.

27. Tout Annonceur parrainant une émission ne peut s'opposer à ce que les Supports proposent à un autre Annonceur de participer à la dotation des jeux organisés dans ladite émission.

28. La présentation des lots offerts dans le cadre des émissions sera effectuée dans le respect des consignes techniques et artistiques (notamment visuel et sonore) de la production de l'émission et soumise au contrôle et à l'accord préalable du service juridique de France Télévisions Publicité.

Les frais techniques et de réalisation afférents aux éléments de présentation des lots ne sont pas compris dans le budget de l'Opération de parrainage-dotation et demeurent à la charge de l'Annonceur.

L'Annonceur est informé que les services télématiques, Audiotel et sites Internet des Supports pourront être mentionnés à l'antenne comme seules modalités de participation aux jeux.

29. Les lots offerts au titre de la dotation doivent faire l'objet d'un accord ferme et définitif entre l'Annonceur et France Télévisions Publicité au moins 15 (quinze) jours avant la date de début du tournage.

L'Annonceur s'engage à soumettre à l'accord préalable de France Télévisions Publicité toute modification relative à la nature, et/ou la quantité des lots concernés, au plus tard 6 (six) jours avant la date de début du tournage. Passé ce délai ou à défaut d'accord, les lots initialement prévus devront être fournis par l'Annonceur.

facturation et conditions de paiement

30. Les factures et avoirs sont établis par France Télévisions Publicité, à la fin de chaque mois de diffusion et au titre des citations diffusées au cours du mois, au nom de l'Annonceur.

L'original des factures et avoirs est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé, le cas échéant, au Mandataire habilité conformément à l'attestation de mandat.

31. 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 France Télévisions Publicité et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de France Télévisions Publicité.

L'Annonceur supporte seul les risques de défaillance de son Mandataire.

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 France Télévisions Publicité. Le paiement par France Télévisions Publicité du montant des avoirs au Mandataire libère France Télévisions Publicité vis à vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

En toute hypothèse, le Mandataire s'interdit de compenser le montant des avoirs émis par France Télévisions Publicité avec les factures émises par cette dernière.

- 32.** Les factures sont payables à France Télévisions Publicité par chèque ou par virement et éventuellement par compensation de facture dans le cas d'une Opération de parrainage avec dotation, 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, aux échéances suivantes :

Mois Facture	Date indicative d'émission de la facture	Date d'échéance (date limite de réception du paiement)
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

France Télévisions Publicité 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 France Télévisions Publicité sont payables à l'échéance mentionnée sur la facture.

Les traites ne sont pas acceptées.

- 33.** France Télévisions Publicité peut exiger le paiement intégral d'avance des Opérations de parrainage, et le paiement direct par l'Acheteur ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

- nouvel Acheteur (nouveau client pour France Télévisions Publicité) ;
- Acheteur pour lequel France Télévisions Publicité 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 France Télévisions Publicité doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 10 (dix) 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.

- 34.** En cas de non-respect des conditions de paiement, les Opérations non encore exécutées peuvent être annulées de plein droit par France Télévisions Publicité, 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.

Conformément aux dispositions de l'article L441-6 de Code de commerce, une indemnité forfaitaire de quarante (40) euros pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

France Télévisions Publicité se réserve aussi 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.

- 35.** France Télévisions Publicité ne pratique aucun escompte en cas de paiement d'avance.

incidents de diffusion

36. Les éléments de programmation de(s) l'émission(s) dont les 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 France Télévisions Publicité 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 le cahier des charges de France Télévisions 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.

37. Les Opérations de parrainage ou citations non diffusées pour des raisons techniques ou pour les raisons prévues à l'article 36 et imputables au(x) Support(s) ou à France Télévisions Publicité ne sont pas facturées, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à compensation ou réduction de prix.

38. Néanmoins, les incidents de diffusion ou même les interruptions de fonctionnement d'un ou de plusieurs émetteurs de télévision donnent droit à compensation ou réduction de prix, dans les conditions suivantes :

• **Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô :**

Les interruptions ou les incidents reconnus par France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô ou TDF intervenant dans les centres d'émission indiqués ci-après donnent droit à une réduction proportionnelle du prix dû par l'Acheteur :

PARIS (Tour Eiffel) 25%	LILLE (Bouvigny) 5%	AMIENS (Bouvigny) 5%
MARSEILLE (Grande Etoile) 6%	TOULOUSE (Pic du Midi) 5%	NIORT (Maisonnay) 4%
		LYON (Mont Pilat) 6%

Le remboursement effectué dans le cadre du présent article est exclusif de toute autre compensation, indemnité ou intérêt au profit de l'Acheteur ou de tout tiers intéressé.

• **Concernant les Chaînes Thématiques :**

Les interruptions ou les incidents reconnus par l'un des Supports ci-dessus, et attestés par leur(s) diffuseur(s) (opérateurs de satellite, câblo-opérateurs) donnent droit à une réduction du prix dû par l'Acheteur, proportionnelle au nombre de foyers pouvant recevoir la ou les chaînes concernées et n'ayant pas été techniquement en mesure de recevoir toute ou partie du ou des messages de parrainage.

Cette réduction, effectuée dans le cadre du présent article, est exclusive de toute autre compensation, indemnité ou intérêt au profit de l'Acheteur ou de tout tiers intéressé.

disposition générale

39. L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec France Télévisions Publicité 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, France Télévisions Publicité 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 de données dans les systèmes informatiques ou lors de la diffusion des espaces de parrainage sur les Supports.

40. France Télévisions Publicité 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.

France Télévisions Publicité 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

41. Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de 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.

francetvpublicité



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