

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE DE LA PUBLICITÉ

SUR FRANCE TÉLÉVISIONS
ET LES CHÂÎNES THÉMATIQUES



francetv**publicité**

la marque des marques

CAMPAGNES 2017

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES SUR FRANCE 2, FRANCE 3 NATIONAL, FRANCE 3 RÉGIONS, FRANCE 4, FRANCE 5, FRANCE Ô ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES

APPLICABLES AUX MESSAGES PUBLICITAIRES DIFFUSÉS ENTRE LE 1^{ER} JANVIER 2017 ET LE 31 DÉCEMBRE 2017

1. Les présentes conditions (ci-après « Conditions Générales de Vente ») sont applicables à la vente des Espaces publicitaires 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, Boing, Boomerang (Boomerang+1), Cartoon Network, E! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, Nolife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, Syfy, Trace Urban, 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 RCS Nanterre, assure la régie publicitaire exclusive et est seule habilitée à recevoir les Ordres de publicité.
** ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement. Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.*

2. 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 :

- « **Acheteur** » tout Annonceur ou Mandataire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur en vertu d'un mandat écrit et souscrivant un Ordre de publicité ;
 - « **Ordre de publicité** » ou « **Ordre** » l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire, auquel sont parvenus France Télévisions Publicité et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par France Télévisions Publicité compte tenu des disponibilités de son planning, et conclu conformément aux présentes. Les éléments constitutifs de l'Ordre sont le support, l'écran publicitaire concerné (date de diffusion et « intitulé de l'écran »), la durée du message, le code secteur auquel le produit ou service promu se rattache, le Tarif Initial sous réserve de l'application des conditions commerciales de vente, l'emplacement préférentiel acheté dans l'écran publicitaire concerné. L'exécution de l'Ordre de publicité consiste en la diffusion du message fourni par l'Annonceur dans l'emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente ;
 - « **Code secteur** » le code à huit chiffres composé du numéro de famille, du numéro de classe, du numéro de secteur et du numéro de variété permettant le rattachement du produit ou service que l'Acheteur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille « nomenclature des codes secteurs » publiée par France Télévisions Publicité ;
 - « **Annonceur** » la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire ;
 - « **Mandataire** » toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, dûment mandaté par un contrat écrit.
3. Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres de publicité exécutés du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2017. Seule la 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. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme.

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

Il est précisé que tout autre document quel qu'il soit, adressé à France Télévisions Publicité par l'Acheteur, faisant référence à ses propres conditions commerciales, n'a qu'une valeur indicative et n'implique aucune acceptation desdites conditions par France Télévisions Publicité lesquelles lui sont inopposables.

5. Les présentes Conditions Générales de Vente ne s'appliquent pas aux opérations de parrainage, ni aux Espaces publicitaires du numérique qui font l'objet de Conditions Générales de Vente spécifiques.

ACHAT PAR L'INTERMÉDIAIRE D'UN MANDATAIRE

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

Tout achat d'espace publicitaire 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 Ordres, s'interdit d'intervenir parallèlement à son Mandataire dans toute passation, confirmation, modification ou annulation d'Ordres, sauf dérogation écrite expressément accordée au préalable par 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 délais, par lettre recommandée avec avis de réception.

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

CARACTÉRISTIQUES DES ORDRES

7. Chaque Ordre de publicité est strictement personnel à l'Annonceur. Il ne peut en aucun cas être cédé sous quelque forme et à quelque titre que ce soit.
8. France Télévisions Publicité se réserve le droit de diffuser, dans un même écran publicitaire, plusieurs messages, quel qu'en soit l'Annonceur, portant sur des produits ou services similaires ou relevant du même code secteur.
9. France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô ne diffusent pas de messages publicitaires en faveur de produits ou de services d'horoscope, d'astrologie, de numérologie, de voyance, de tarots, de produits ou services de prédiction ainsi que de tous services SMS ou de téléphonie dont ils estimeraient qu'ils ne respectent pas la réglementation en vigueur.

France Télévisions Publicité et les supports sont libres de refuser l'exécution d'un Ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment :

- lorsqu'un message est susceptible de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux ;
- lorsqu'un message est susceptible d'engager leur responsabilité ;
- lorsqu'un message est susceptible de heurter la sensibilité des téléspectateurs ;
- ou encore en raison des missions de service public des supports.

Les Ordres non exécutés à ce titre ne seront pas facturés à l'Annonceur, ce dernier ne pouvant prétendre à aucune compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit.

Les supports se réservent le droit de limiter totalement ou partiellement et à tout moment l'accès de leurs écrans publicitaires à certaines catégories d'Annonceurs compte tenu :

- de leurs obligations légales ou réglementaires ;
- de leurs obligations inhérentes à la Charte de l'antenne du groupe France Télévisions ;
- ou encore pour des raisons d'image ou de déontologie.

10. Les intitulés d'écrans mentionnés dans les Ordres ou tous autres documents correspondent à des références d'emplacements insérés entre ou à l'intérieur des émissions, et non à des horaires de diffusion des messages publicitaires, ce que l'Acheteur reconnaît et accepte. Quelle que soit la façon dont sont libellés les intitulés d'écrans, ils ne constituent en aucun cas un engagement de diffusion d'un message à un horaire précis. L'exécution de l'Ordre consiste en la diffusion d'un message publicitaire dans un écran publicitaire donné tel qu'il est programmé entre ou à l'intérieur des émissions de la grille des programmes des supports. De ce fait, l'Acheteur ne peut se prévaloir d'un droit à diffusion de ses messages à un horaire précis ou d'une quelconque similitude ou différence entre les intitulés d'écrans figurant dans les Ordres et un horaire de diffusion. L'Acheteur ne peut en aucun cas prétendre à une quelconque indemnité au titre des horaires de diffusion des messages publicitaires.

PROCÉDURE D'ACHAT

11. Préalablement à toute demande de réservation, l'Acheteur doit faire parvenir à France Télévisions Publicité :
- la « fiche d'identification Annonceur » ;
 - le cas échéant, le formulaire « Acceptation des échanges de données informatisées » tel que publié par France Télévisions Publicité, pour obtenir l'agrément de France Télévisions Publicité en vue de l'utilisation de l'EDI (Échange de Données Informatisées) ;
 - l'attestation de mandat, dûment complétée, conforme au modèle publié par France Télévisions Publicité en cas d'achat par un intermédiaire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur.

L'Acheteur informera impérativement France Télévisions Publicité, par écrit, de toute modification des données ainsi renseignées, sans délai et avant exécution de ses Ordres. À défaut, les modifications demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à France Télévisions Publicité.

12. L'Acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'Espaces publicitaires par EDI, par télécopie, par courrier électronique, par téléphone ou par tous moyens écrits à France Télévisions Publicité pour la période ouverte à la commercialisation, auprès du service planning de France Télévisions Publicité. Cette demande vaut pollicitation, aux conditions des présentes.
13. L'enregistrement informatique par France Télévisions Publicité de la demande reçue, en fonction des disponibilités du planning, vaut acceptation de la pollicitation aux Conditions Générales de Vente et conditions commerciales de France Télévisions Publicité et constitue l'Ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

Les Ordres de publicité commandés au lancement des campagnes sont confirmés à l'Acheteur soit par l'envoi d'un relevé des Ordres commandés par EDI, en cas d'achat par EDI ou à défaut, par l'envoi d'un bon de commande sur support papier.

Pour chaque Ordre, et quel que soit le mode de confirmation de commande, par EDI ou bon de commande sur support papier, France Télévisions Publicité communique à l'Acheteur les informations suivantes :

- le(s) support(s) et la date de diffusion de l'écran publicitaire concerné ;
- l'intitulé de l'écran publicitaire concerné ;
- le format du ou des message(s) publicitaire(s) acheté(s) ;
- le montant des Options souscrites dans le cadre de l'Ordre.

Toute modification ultérieure d'un élément quelconque de l'Ordre de publicité effectuée conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente donne lieu à l'envoi dans les 24 heures d'un relevé des Ordres commandés par EDI, en cas d'achat par EDI ou à défaut, par l'envoi d'un bon de commande sur support papier, une fois par semaine.

- 14.** L'état des Ordres enregistrés au service planning pour le compte de chaque Acheteur est accessible à ce dernier, par code produit, sur le site extranet de France Télévisions Publicité dont l'adresse est www.francetvpub.fr sous réserve de l'attribution d'un mot de passe et d'un code d'accès qui sont strictement personnels et confidentiels.

Pour obtenir son code d'accès et son mot de passe 2017, l'Acheteur doit indiquer au service planning de France Télévisions Publicité les noms et prénoms des personnes habilitées à confirmer et à consulter les Ordres, ainsi que leurs codes utilisateurs 2016 et ce, en remplissant le formulaire de demande de code d'accès tel que publié par France Télévisions Publicité.

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

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

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

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

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

- 15.** L'Acheteur s'engage à valider ses commandes soit :
- en adressant à France Télévisions Publicité une impression signée de ses Ordres enregistrés sur le site extranet ;
 - ou
 - en retournant le bon de commande papier signé en cas d'achat hors EDI et hors accès à l'extranet.

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

- sous 48 heures à compter de l'envoi EDI ou de la mise à jour du site extranet de France Télévisions Publicité pour les Acheteurs bénéficiant d'un accès à l'extranet et/ou utilisant l'EDI, le délai le plus favorable étant retenu dans l'hypothèse où l'Acheteur a accès à l'extranet et utilise l'EDI ;
- dans les 5 jours suivant la date d'édition du bon de commande, pour les Acheteurs n'ayant pas d'accès à l'extranet et n'utilisant pas l'EDI

À défaut de réclamation expresse, l'Acheteur s'interdit de contester les Ordres qui auront été enregistrés informatiquement selon la procédure décrite ci-dessus.

16. L'Acheteur accepte la procédure d'achat auprès de France Télévisions Publicité telle que définie ci-dessus et s'interdit de contester au-delà du délai prévu les Ordres qui auront été enregistrés selon les procédures décrites ci-dessus. En toute hypothèse, la production par France Télévisions Publicité des documents informatiques ayant enregistré les Ordres, vaudra preuve irréfutable de la formation des contrats de vente d'Espaces publicitaires souscrits par l'Acheteur.

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

MODIFICATION, ANNULATION DES ORDRES

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

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

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

À défaut de reprogrammation immédiate compte tenu des disponibilités du planning d'un budget au moins équivalent à celui investi avant le « hors-délai », les Ordres initialement réservés seront facturés intégralement à l'Annonceur, France Télévisions Publicité se réservant la faculté de disposer des Espaces publicitaires libérés.

19. Par dérogations aux articles 17 et 18, l'annulation et/ou la modification des solutions SOrta, SObusiness, SOlive et SOlaunch, font l'objet de modalités spécifiques stipulées dans les conditions de commercialisation propres à ces solutions et auxquelles il convient de se référer.
20. Par dérogation aux articles 17 et 18, toute annulation par l'Annonceur d'une campagne de communication globale dite « opération spéciale » ou « cross media », combinant un dispositif média et hors-média, entraînera, à la charge de l'Annonceur, le paiement d'un dédit dans les conditions suivantes :

- 30 % du montant net hors taxes total dû par l'Annonceur au titre de l'opération spéciale annulée, si l'annulation intervient plus de 4 semaines avant le démarrage des prestations inhérentes à cette opération ;
- 100 % du montant net hors taxes total dû par l'Annonceur au titre de l'opération spéciale annulée, si l'annulation intervient moins de 4 semaines avant le démarrage des prestations inhérentes à cette opération.

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

21. Aucune modification des Ordres ne pourra plus être effectuée par l'Acheteur moins de 7 jours avant la diffusion d'un message publicitaire.

TARIF, PRIX ET MODIFICATIONS TARIFAIRES

22. Les tarifs sont indiqués en euros hors taxes et les facturations sont donc majorées de la TVA applicable.
23. Les tarifs publiés par France Télévisions Publicité lors de chaque ouverture de planning sont susceptibles d'être modifiés, à la hausse ou à la baisse, en fonction de la programmation.

Modifications de tarifs à la hausse

Les modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs par France Télévisions Publicité au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans le « flash programme » ou le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité.

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

Dans cette hypothèse, ces modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs dans le « flash programme », le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai.

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

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

L'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit impérativement être notifiée par écrit, au plus tard le premier jour ouvré suivant la date de publication des hausses tarifaires dans le « flash programme » ou le « flash spécial » ou la date d'information de l'Acheteur.

Par dérogation au paragraphe précédent, l'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être notifiée par écrit dans les 48 heures suivant la hausse tarifaire pour les écrans régionaux de France 3. À défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les Ordres enregistrés par France Télévisions Publicité affectés par une hausse de tarif seront réputés acceptés et l'Annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

Un Ordre modificatif est adressé à l'Acheteur sous forme papier ou par fichier EDI conformément aux dispositions de l'article 13.

Modifications de tarifs à la baisse

Les modifications de tarifs à la baisse sont communiquées aux Acheteurs par l'intermédiaire du « flash programme », du « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié, et entrent en vigueur dès leur publication, sans préavis.

L'Acheteur doit alors impérativement reprogrammer auprès de France Télévisions Publicité le budget issu desdites baisses de tarifs.

MODIFICATIONS DE LA PROGRAMMATION DES ÉCRANS PUBLICITAIRES

- 24.** France Télévisions Publicité se réserve la faculté de modifier à tout moment la programmation des écrans publicitaires. Les modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans le « flash programme » ou le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité.

Exceptionnellement et notamment, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes notamment en raison d'événements ou de l'actualité, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier la programmation des écrans publicitaires dans un délai inférieur à 10 jours de la diffusion.

Dans cette hypothèse, ces modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs dans le « flash programme », le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai.

En cas de modification de programmation des écrans publicitaires, l'Acheteur peut :

- soit maintenir son Ordre au nouvel intitulé d'écran communiqué ;
- soit choisir d'annuler, sans indemnité, ses Ordres affectés par la modification de programmation.

L'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit impérativement être notifiée par écrit au plus tard le premier jour ouvré suivant la date de notification à l'Acheteur de la modification de programmation.

À défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les Ordres enregistrés par France Télévisions Publicité affectés par une modification de programmation seront réputés acceptés et l'Annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

25. France Télévisions Publicité et les supports se réservent, notamment en cas de force majeure, de grève, de toute cause tenant aux obligations issues du cahier des missions et des charges ou des conventions conclues par les supports avec le CSA, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des Ordres de publicité programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de France Télévisions Publicité et des supports aucune réclamation ni demander de dommages et intérêts de quelque nature que ce soit.

FACTURATION ET CONDITIONS DE PAIEMENT

26. Les factures et avoirs sont établis par France Télévisions Publicité au nom de l'Annonceur.

Leur original est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé le cas échéant à son Mandataire chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat.

L'Annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'Ordre de publicité, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire.

Tout paiement ou toute avance 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 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.

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

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

MOIS FACTURE	DATE INDICATIVE D'ÉMISSION DE LA FACTURE	DATE D'ÉCHÉANCE (DATE LIMITE DE RÉCEPTION DU PAIEMENT)
Janvier	31/01/17	10/03/17
Février	28/02/17	10/04/17
Mars	31/03/17	10/05/17
Avril	28/04/17	12/06/17
Mai	31/05/17	10/07/17
Juin	30/06/17	10/08/17
Juillet	31/07/17	11/09/17
Août	31/08/17	10/10/17
Septembre	29/09/17	10/11/17
Octobre	31/10/17	11/12/17
Novembre	30/11/17	10/01/18
Décembre	29/12/17	12/02/18

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.

28. Chaque solution est constituée d'un ensemble d'Espaces publicitaires et est proposée à un prix unique. En aucun cas les éléments constitutifs des solutions ne peuvent faire l'objet d'une réclamation ou d'un avoir, France Télévisions Publicité s'engageant sur l'ensemble de la solution, et non sur chacun de ses éléments.
29. France Télévisions Publicité peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'Annonceur des Ordres de publicité ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :
- nouvel Acheteur (nouveau client pour 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 jours avant la première diffusion d'un message. Dans ce cas, une facture pro forma est envoyée à l'Annonceur, avec duplicata au Mandataire, le cas échéant. La facture définitive est envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a eu lieu.

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

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

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

Conformément aux dispositions de l'article L. 441-6 du Code de commerce, une indemnité de 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.

Le calcul des remises en fin d'ordre ne sera effectué par France Télévisions Publicité qu'après réception d'une demande écrite émanant de l'Acheteur au plus tard le 30 juin de l'année n+1.

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

31. France Télévisions Publicité ne pratique aucun escompte en cas de paiement d'avance.

INCIDENTS DE DIFFUSION

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

Néanmoins, les incidents de diffusion ou même les interruptions de fonctionnement d'un ou de plusieurs émetteurs de télévision donnent droit à une 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 5, France 4 et France Ô ou TDF intervenant dans les centres d'émission indiqués ci-dessous donnent droit à une réduction proportionnelle du prix dû par l'Annonceur :

Amiens (Bouvigny) 5 %	Paris (tour Eiffel) 25 %	Lille (Bouvigny) 5 %
Niort (Maisonny) 4 %	Marseille (Grande Étoile) 6 %	Toulouse (pic du Midi) 5 %
Lyon (mont Pilat) 6 %		

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

• **Concernant les autres supports**

Les interruptions ou les incidents reconnus par l'un de ces supports, et attestés par leur(s) diffuseur(s) (opérateurs de satellite, câblo-opérateurs) donneront droit à une réduction du prix dû par l'Annonceur, proportionnelle au nombre de foyers pouvant recevoir le (ou les) support(s) concerné(s) et n'ayant pas été techniquement en mesure de recevoir tout ou partie du (ou des) message(s) publicitaire(s).

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

PUBLICITÉS POUR DES CHAÎNES PAYANTES

33-1. À titre exceptionnel, France Télévisions Publicité se réserve – dans le respect de la ligne éditoriale et des missions de service public de France Télévisions – le droit d'ouvrir l'accès aux Espaces publicitaires de France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô, à des chaînes non directement concurrentes de ces dernières sur le marché de l'audience télévisée, pour autant que les conditions suivantes soient cumulativement remplies :

1/ Les programmes de la chaîne (ci-après la Chaîne) sollicitant la diffusion de messages publicitaires sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô sont majoritairement diffusés par voie de télévision payante ;

2/ La diffusion de la Chaîne ne s'intègre pas dans le cadre d'une quelconque offre de base de services de télévision distribuée par satellite, par câble ou par TNT. Dans un souci de clarté, l'offre de base est entendue comme l'offre commune à l'ensemble des abonnés auprès d'un même distributeur de services de télévision par satellite, par câble ou par TNT ;

3/ La Chaîne est exclusivement accessible en option par l'abonné aussi bien sur le satellite, sur le câble que sur la TNT.

33-2. La diffusion de messages publicitaires sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô en faveur de la Chaîne est soumise aux présentes Conditions Générales de Vente, le cas échéant modifiées.

Elle sera également régie par un accord individuel conclu entre France Télévisions Publicité et la chaîne, ayant notamment pour objet de préciser les modalités de diffusion des messages publicitaires de la chaîne, en particulier les conditions suivantes :

- absence de promotion directe ou indirecte de programmes à accès gratuit ;
- absence de référence expresse ou tacite aux programmes des chaînes du groupe France Télévisions ou de toute chaîne tierce ;
- absence de promotion directe ou indirecte d'un ou plusieurs programmes ou émissions individualisés, notamment accompagnés de leur date et de leur horaire de diffusion ; et engagement de réciprocité de la Chaîne admise à diffuser un message publicitaire sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô permettant à ces dernières de diffuser, individuellement ou collectivement, des messages publicitaires sur cette chaîne.

33-3. France Télévisions Publicité se réserve le droit de mettre fin à tout moment à la faculté pour les Chaînes remplissant les conditions précitées, de diffuser des messages publicitaires sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô par retrait des présentes dispositions de ses Conditions Générales de Vente.

CONDITIONS DE DIFFUSION

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

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

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

Concernant les messages publicitaires dont la diffusion est envisagée dans le cadre de la solution SOrta, l'Annonceur, afin d'obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion, doit impérativement lui faire parvenir une copie du message destiné à être actualisé, en précisant les paramètres d'actualisation.

Enfin, certains supports étant soumis à des réglementations relatives à la publicité télévisée autres que la réglementation française, l'Annonceur qui souhaite diffuser un message publicitaire dans des écrans desdits supports, s'engage à ce que ledit message respecte la réglementation à laquelle est soumis le support concerné.

Ces supports se réservent à tout moment le droit de refuser ou d'interrompre la diffusion de tout message qui ne respecterait pas la réglementation relative à la publicité télévisée à laquelle ils sont soumis.

35. Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à France Télévisions Publicité, avec un numéro d'Ordre et l'avis favorable de l'ARPP, au plus tard six (6) jours ouvrés avant la date de la première diffusion prévue à l'adresse suivante : 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 Boulogne-Billancourt Cedex. Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu.

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

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

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

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

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

LES SUPPORTS ET LES FORMATS

36. Livraison des messages publicitaires à France Télévisions Publicité

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

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

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

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

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

- Fichier média numérique PAD haute définition
- Casette HD CAM 1080i/50

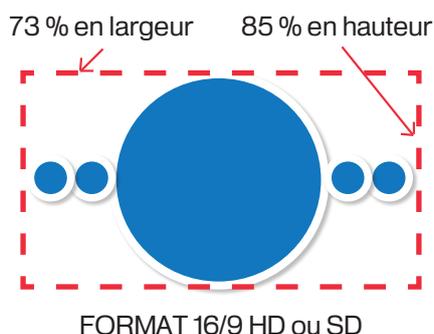
Ces deux supports permettent d'aborder, de manière optimale, tous les modes de diffusion (télévision, Internet, mobiles...) et d'offrir, à la fois des nouveaux écrans publicitaires donnant plus d'impact aux marques, tout en conservant une diffusion sans perte sur les anciens modes de diffusion en définition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

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

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

36.1 Normes communes à l'ensemble des PAD (quel que soit le type de support) :

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



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

• **Niveau sonore :**

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

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

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

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

36.2 Fichier média numérique PAD haute définition

Le fichier PAD HD sera transmis *via* Internet à partir du site : **www.francetvpub.fr** Une liste exhaustive des formats de fichiers est disponible sur ce site.

Les formats suivants sont acceptés :

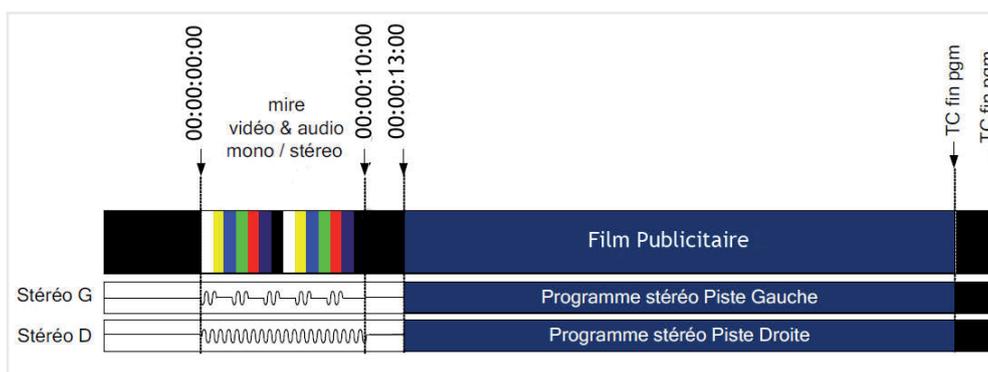
- XDCAM HD 422 50Mb/s (.mov ou .mxf) ;
- DVCPRO HD 100Mb/s (.mov ou .mxf) ;
- XDCAM HD 35Mb/s (.mov ou .mxf).

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

- IMX 50Mb/s (.mov ou .mxf) - DVcpRO50 (.mov ou .mxf) ;
- MPEG2 50Mb/s CBR (.mov ou .mxf) ;
- DV 25Mb/s (.mov ou .mxf).

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

- 00:00:00:00 Mire de barre 75 % 1VCC intégrant un son de 1000Hz = -18 dBFS sur pistes 1,2 ;
- 00:00:10:00 Noir codé ;
- 00:00:13:00 Film publicitaire (durée : X secondes).



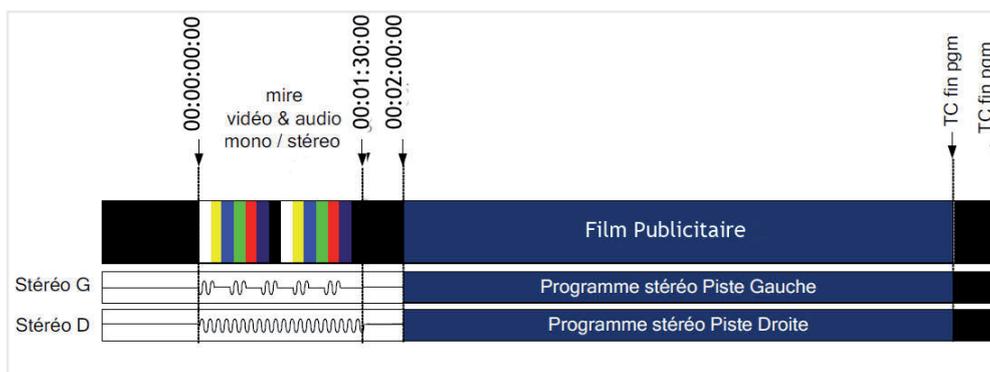
36.3 Casette HDCAM 1080i/50 (Le HDCAM SR n'est pas accepté).

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

Son stéréo sur piste 1 et 2 (aes1).

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

L'image vidéo doit être présente sur toute la largeur disponible, sauf en cas de volonté créative. Son stéréo sur piste 1 et 2 (aes1).



À partir de ces éléments 16/9 (HD ou SD) France Télévisions Publicité réalisera une copie pour les diffusions sur les supports qui seront encore en 4/3. Ce changement de format se fera avec un ratio de 14/9. Dans le cas d'une remise d'un support physique (cassette petit format), France Télévisions Publicité demande la remise d'éléments fabriqués avec le minimum de générations (deux au maximum), étant entendu que le support fourni sera numérisé et compressé à son arrivée après vérification et acceptation.

37. L'Annonceur donne tous pouvoirs à France Télévisions Publicité pour effectuer toutes modifications sur les messages publicitaires reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des supports en vue de l'exécution de ses Ordres de publicité. L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui estimerait avoir un droit quelconque à faire valoir sur tout ou partie desdits messages publicitaires en raison de leur diffusion par les supports.
38. France Télévisions Publicité vérifiera que la durée effective du message publicitaire livré correspond strictement à celle de l'espace réservé. Le message publicitaire sera refusé si cette vérification révèle que la durée du message livré ne correspond pas à celle de l'espace réservé conformément aux stipulations de l'Ordre de publicité.
39. Tous les frais notamment de production, de copie, de droits d'auteur, de droits voisins et autres sont à la charge de l'Annonceur.
40. Passé un délai de 3 jours calendaires après la première diffusion d'un message publicitaire, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de diffusion ou de calendrier de diffusion du message publicitaire ne sera retenue.
41. Un « service dernière minute », qui a pour vocation de permettre à l'Annonceur ou son Mandataire de procéder au plus près de l'heure de diffusion à des modifications importantes de dernière minute, est accessible.

Seuls les messages publicitaires ayant reçu un avis favorable de l'ARPP, et en possession de France Télévisions Publicité, peuvent se substituer aux messages publicitaires prévus pour la diffusion.

Pour toute modification intervenant dans une période allant de deux jours ouvrables avant le jour de la diffusion jusqu'au jour ouvrable, veille du jour de la diffusion, un montant de 1500 euros HT par écran publicitaire modifié sera facturé. Le montant maximum facturé par France Télévisions Publicité pour des modifications faites simultanément sur plusieurs écrans pour un même produit, objet du message publicitaire, sera plafonné à 15000 euros HT. Ce « service dernière minute » ne peut être mis en œuvre pour les diffusions d'écrans régionalisés de France 3 ainsi que les diffusions prévues sur les Chaînes Thématiques. La facturation de ces modifications de dernière minute sera adressée à l'Annonceur avec duplicata au demandeur de la modification.

En fonction du calendrier des jours fériés, France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier les délais du « service dernière minute ». France Télévisions Publicité se réserve le droit de suspendre ce service sans préavis, sans qu'aucune réclamation ne puisse être formulée à son encontre, ni donner lieu à versement d'indemnité d'aucune sorte.

42. Dans la mesure où, à titre tout à fait exceptionnel, un message publicitaire serait monté sans avis de l'ARPP, le fait de recevoir un avis ARPP « à ne pas diffuser » ou « cessation de diffusion » ou « à modifier » entraînera le versement par l'Acheteur d'une pénalité de 1500 euros HT par écran publicitaire modifié dans la limite de 15 000 euros HT.

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

43. Tous les supports magnétiques doivent être retirés par l'Acheteur auprès de France Télévisions Publicité, dans un délai de six mois après la première diffusion. Passé ce délai, les supports magnétiques seront détruits à l'initiative de France Télévisions Publicité.

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

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

44. Les antennes régionales de France 3 sont organisées sur la base du découpage administratif de la France. Toutefois, il est précisé que les zones de diffusion couvertes par les émetteurs hertziens de TDF ne permettent pas de respecter l'exact découpage administratif, compte tenu du relief, ce que l'Annonceur reconnaît et accepte.

Il est rappelé par ailleurs que les programmes de France 3 sont soumis au régime du « *must carry* », conformément aux dispositions législatives et réglementaires. La reprise et la distribution de ces programmes relevant donc de la seule responsabilité des opérateurs concernés, France Télévisions Publicité ne saurait se voir reprocher par les Annonceurs l'absence de visualisation de leurs messages publicitaires au sein des programmes ainsi distribués.

Les tarifs tenant compte de ces particularités régionales, les Annonceurs ne peuvent prétendre à une quelconque indemnité à ce titre.

45. L'Annonceur certifie que ses messages publicitaires n'utilisent pas de techniques subliminales, que leur contenu ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et qu'ils ne comportent aucune imputation ou allusion diffamatoire ou, plus généralement, dommageable à l'égard de tiers.

L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les supports contre toute action ou réclamation à ce sujet.

En particulier et sans que cette liste soit limitative, l'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les supports contre tout recours ou réclamation de tiers fondé sur la méconnaissance d'un droit de propriété intellectuelle (droit d'auteur, marque, dessins et modèles, etc.) ou d'un droit de la personnalité quel qu'il soit et notamment du droit à l'image et/ou au respect de la vie privée.

46. En outre, l'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à France Télévisions Publicité le droit :

- de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis, pour une communication au public, autant de fois que France Télévisions Publicité le souhaitera, sur tout support et particulièrement sur les Sites Internet ou extranet de France Télévisions Publicité et des supports, y compris sur l'application pour smartphone intitulée « Télépub™ », en vue notamment d'actions de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- 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 France Télévisions Publicité, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs intermédiaires ;
- de diffuser les messages sur les Sites Internet des supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

L'Annonceur s'engage à obtenir toutes les autorisations nécessaires et garantit France Télévisions Publicité et les supports contre tout litige lié à ces utilisations.

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

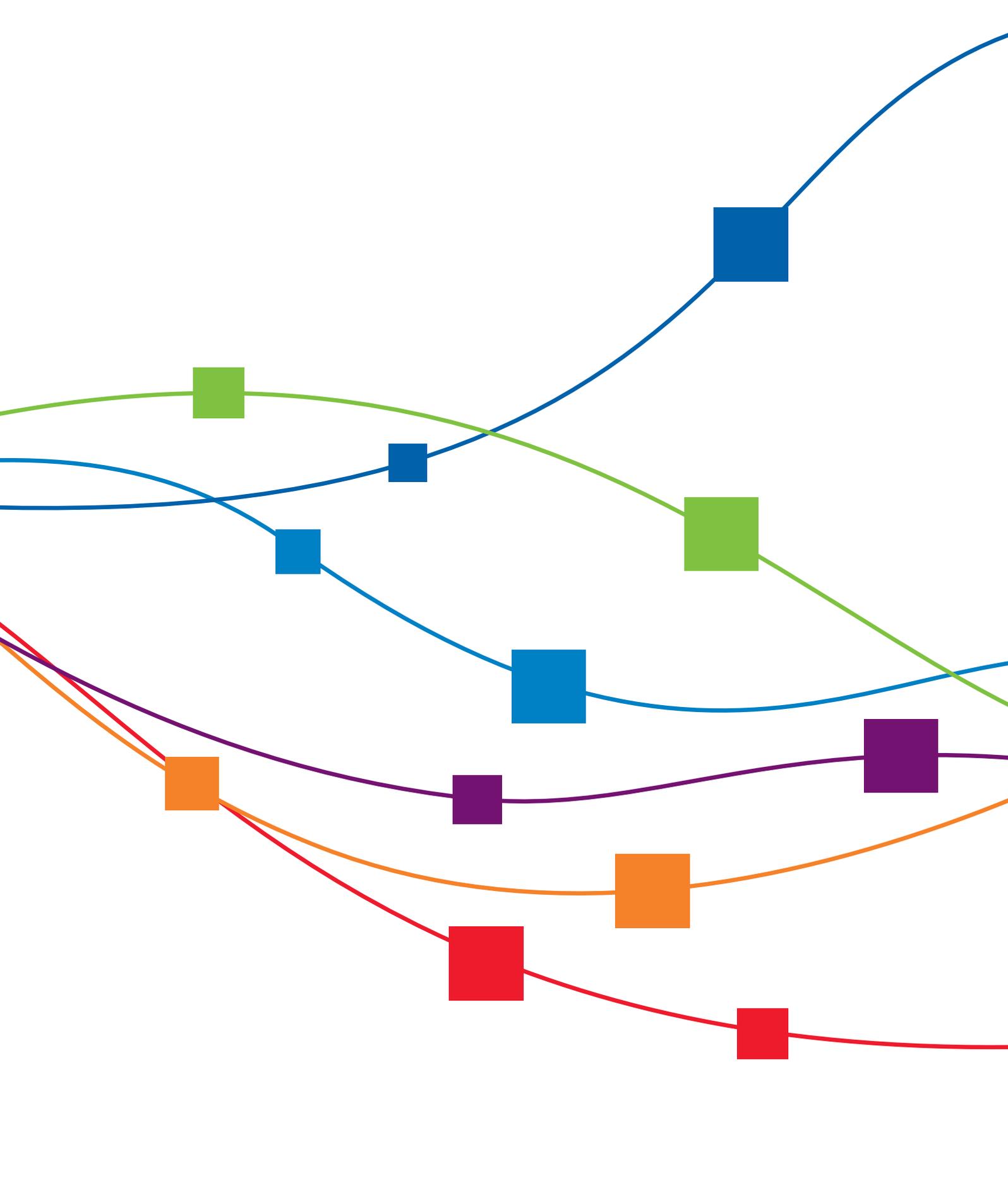
L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité à cet effet.

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

48. France Télévisions Publicité s'interdit de divulguer les informations confidentielles auxquelles elle pourrait avoir accès dans le cadre des Ordres de publicité. Seront considérées comme confidentielles, toutes les informations, quels qu'en soient la nature, le support, qui auront été préalablement signalées par écrit comme confidentielles par les Acheteurs. France Télévisions Publicité s'engage à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne sur le(s) support(s)/le(s) Site(s) du (des) message(s) publicitaire(s).
49. L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec France Télévisions Publicité à l'occasion de l'exécution des Ordres de publicité sont susceptibles de faire l'objet d'intrusions ou de contaminations par un tiers, notamment à l'occasion des transmissions par Internet. À ce titre, France Télévisions Publicité ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et 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 messages publicitaires sur les supports.

LITIGES

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



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

FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ
S.A. au capital de 38 100 euros,
Siren 332 050 038 RCS Nanterre,
64-70 avenue Jean-Baptiste Clément
92641 Boulogne-Billancourt Cedex