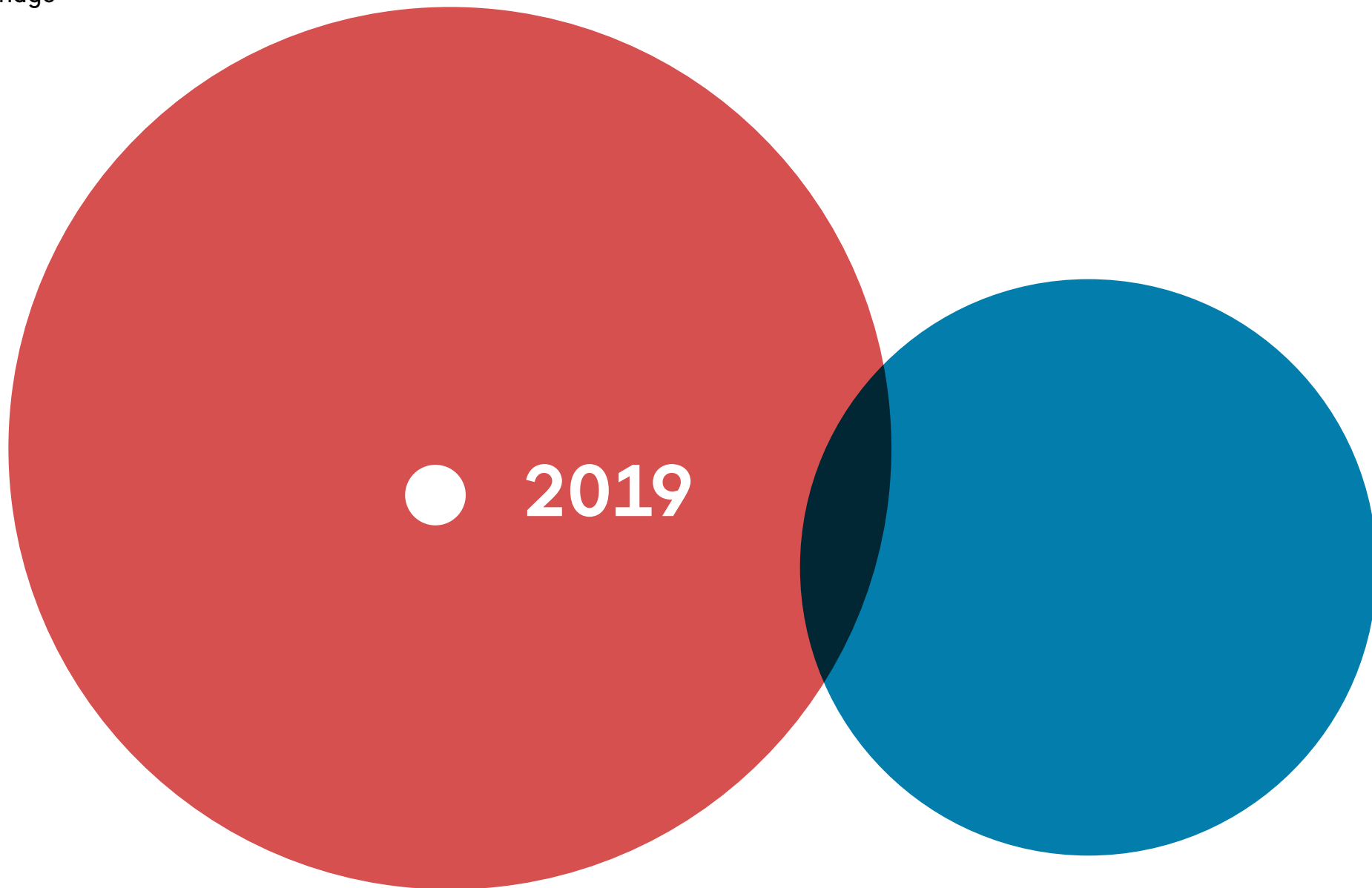


Conditions Générales de Vente

Publicité et Parrainage

Outre-mer



Sommaire



● **Les CGV de la publicité**
sur la Télévision et la Radio

3

● **Les CGV du parrainage**
sur la Télévision et la Radio

21



1

Conditions Générales de Vente de la publicité sur la Télévision et la Radio



Conditions Générales de Vente de Publicité

Télévision : Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti (signal Dom), Trace Latina (signal Dom) et Novelas TV (signaux Caraïbes et océan Indien).

Radio : Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace FM Guadeloupe, Trace FM Guyane, Trace FM Martinique, Trace FM Réunion et Free Dom.

Applicables aux messages diffusés entre le 1^{er} janvier 2019 et le 31 décembre 2019

1. Sauf stipulation expresse contraire, les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent à la vente des espaces publicitaires diffusés :
 - **sur les services de télévision** de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti, Trace Latina, Novelas TV (signaux Caraïbes et Océan Indien) ;
 - **sur les services radio** de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} et Trace Fm ;

dont « francetvpublicité outre-mer », nom commercial de la société France Télévisions Publicité Inter Océans, société par actions simplifiée au capital de 40.000 euros, ayant son siège social à Boulogne Billancourt (92100), 64/70, avenue Jean Baptiste Clément SIREN 420 609 984 RCS Nanterre, ci-après dénommée « la Régie », assure la Régie publicitaire exclusive et est seule habilitée à recevoir les Ordres de publicité.

* Les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent également à la vente des espaces publicitaires diffusés sur les services de radio Free Dom dont « francetvpublicité outre-mer » assure la Régie publicitaire extra-locale exclusive et est seule habilitée à recevoir les Ordres de publicité.

2. Les services de télévision Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Urban (signal Dom) Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti, Trace Latina, Novelas TV (signaux Caraïbes et Océan Indien), les services radio de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Fm et Free Dom sont ci-après dénommés "les Supports" ou "le Support" chacun pour sa part.

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

- **« Acheteur »** :
 - 1/ Notamment dans le cadre de l'application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 : 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 ;
 - 2/Hors application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 : tout Annonceur ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur ou sous son nom propre et pour le compte d'un Annonceur ;

- **« Ordre de publicité »** ou **« Ordre »** l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire, auquel sont parvenus la Régie et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par la Régie 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 prix compte tenu du format et le cas échéant, l'emplacement préférentiel acheté dans l'écran. L'exécution de l'Ordre de publicité correspond à la diffusion du message fourni par l'Annonceur dans l'emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente ;
- **« Code secteur »** le code à huit chiffres composé du numéro de famille, du numéro de classe, du numéro de segment et du numéro de variété permettant le rattachement du produit ou service que l'Acheteur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille "nomenclature des Codes secteurs" publiée par la Régie ;
- **« Annonceur »** la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire ;
- **« Mandataire »** uniquement dans le cadre de l'application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 : toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, dûment mandaté à cet effet par un contrat écrit.

3. Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres de publicité exécutés du 1er janvier 2019 au 31 décembre 2019. Seule leur version publiée sur le site Internet de la Régie, accessible à partir de l'adresse URL www.francetvpub.fr fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support, n'est effectuée qu'à titre indicatif.

La Régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de la Régie. En cas de modification des Conditions

Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme.

4. La conclusion d'un Ordre de publicité par l'Acheteur implique l'acceptation sans réserve des présentes Conditions Générales de Ventes, 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 et des avis du Jury de Déontologie Publicitaire, et ainsi que du code BCAP pour Trace Ayiti et Trace Latina.

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

5. Les présentes Conditions Générales de Vente ne s'appliquent pas aux Opérations de parrainage, qui font l'objet de Conditions Générales de Vente spécifiques.

ACHAT PAR :

6. ● **un Annonceur**

Les Ordres de publicité peuvent être passés directement par l'Annonceur, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie.

- **un Mandataire**

Les Ordres de publicité peuvent être passés au nom et pour le compte d'un Annonceur, par l'intermédiaire d'un Mandataire ; dès lors que les dispositions de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 sont applicables à la passation des Ordres, tout achat d'espace publicitaire par un

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

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

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

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

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

● un Intermédiaire

Les Ordres de publicité peuvent être passés pour le compte de l'Annonceur par un intermédiaire qui n'est pas tenu d'intervenir dans le cadre juridique du mandat lorsque les dispositions de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 ne sont pas applicables à la passation des Ordres. La passation d'un Ordre de publicité comporte acceptation des présentes Conditions par l'Acheteur qui lorsqu'il est un Intermédiaire s'engage en conséquence à informer l'Annonceur des présentes Conditions Générales de vente, et garantit la Régie que l'Annonceur les respectera. Ces Conditions sont opposables à l'Annonceur et à l'intermédiaire.

Un Intermédiaire ayant plusieurs comptes Annonceurs doit impérativement respecter le principe de gestion séparée des comptes pour chaque Annonceur. L'Annonceur qui confie à un Intermédiaire la passation de ses Ordres s'interdit d'intervenir parallèlement à son intermédiaire dans toute passation, confirmation, modification ou annulation d'Ordres, sauf dérogation écrite expressément accordée au préalable par la Régie.

CARACTÉRISTIQUES DES ORDRES

7. Chaque Ordre de publicité est strictement personnel à l'Acheteur. Il ne peut en aucun cas être cédé sous quelque forme et à quelque titre que ce soit.
8. La Régie se réserve le droit de diffuser, dans un même écran publicitaire, plusieurs messages portant sur des produits ou services similaires ou relevant du même Code secteur.
9. La Régie et les Supports sont libres de refuser l'exécution d'un Ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment :
 - lorsqu'un message est susceptible de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux ;
 - lorsqu'un message est susceptible d'engager leur responsabilité ;
 - lorsqu'un message est susceptible de heurter la sensibilité des téléspectateurs ;
 - ou encore en raison des missions du service public concernant les services télévision et radio de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}.

Les services télévision et radio Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} 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 tout service SMS ou de téléphonie dont elles estimeraient qu'ils ne respectent pas la réglementation en vigueur.

Les Ordres non-exécutés à ce titre ne seront pas facturés, l'Acheteur et/ou l'Annonceur ne pouvant prétendre de ce fait à aucune compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit.

Enfin, chaque Support se réserve le droit de limiter totalement ou partiellement et à tout moment l'accès de ses écrans publicitaires à certaines catégories d'Annonceurs compte tenu :

- de ses obligations légales ou réglementaires ;
- des obligations inhérentes à la Charte de l'antenne du groupe France Télévisions, concernant les services télévision et radio de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} ;
- ou encore pour des raisons d'image ou de déontologie.

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

Tout Mandataire agissant pour le compte d'un Annonceur devra en outre joindre impérativement l'attestation de mandat, dûment complétée et signée, conforme au modèle publié dans les présentes Conditions Générales de Vente.

L'Acheteur informera impérativement la Régie de toute modification des données renseignées dans la "fiche d'identification Annonceur" en envoyant une nouvelle "fiche d'identification Annonceur" dûment rectifiée, sans délai et avant exécution de ses Ordres. à défaut, les modifications demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à la Régie.

12. L'Acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'espaces publicitaires par télécopie ou par courrier électronique pour la période ouverte à la commercialisation, auprès du service planning de la Régie ou du commercial en charge du dossier, par :
- soit l'envoi d'un courriel d'accord faisant référence à une proposition chiffrée émise par la Régie,
 - soit l'envoi d'un bon de commande signé.
 - soit l'envoi d'un courriel comportant un fichier informatique standardisé contenant les données de media-planning issues du logiciel référant sur le marché publicitaire de l'Outre-Mer.

Cette demande vaut pollicitation aux conditions des présentes.

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

Toute modification ultérieure d'un élément quelconque de l'Ordre de publicité effectuée conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente doit donner lieu à un accord préalable et écrit de l'Acheteur.

- 14.** L'état des Ordres enregistrés au planning pour le compte de chaque Acheteur est accessible à ce dernier, par code produit, sur le site extranet de la Régie dont l'adresse URL est « www.francetvpub.fr » sous réserve de l'attribution par tout moyen approprié 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 2019, deux possibilités s'offrent à l'Acheteur :

- l'Acheteur doit indiquer au service planning de la Régie les noms et prénoms des personnes habilitées à confirmer et à consulter les Ordres, ainsi que leurs codes utilisateurs 2018 et ce, en remplissant le formulaire de demande de code d'accès tel que publié sur le site Internet de la Régie, www.francetvpub.fr ;
- ou l'Acheteur désigne un administrateur de son compte extranet en remplissant le formulaire de demande de code d'accès administrateur tel que publié sur le site Internet de la Régie, www.francetvpub.fr.

L'Acheteur via son administrateur aura la possibilité, sous sa seule responsabilité et à sa seule discrétion, de créer des comptes utilisateurs et de déterminer leur droit d'accès au sein du site extranet de la Régie.

Les codes d'accès et mots de passe sont transmis à l'Acheteur par courriel à ou aux adresses indiquées dans le formulaire communiqué. L'Acheteur peut demander à la Régie la remise de ses codes d'accès et mot de passe par un autre mode de transmission (notamment en main propre sous pli scellé contre décharge) et ce sous sa seule responsabilité. Les codes d'accès et mots de passe pourront être modifiés périodiquement à la seule initiative de la Régie ou sur demande écrite et motivée de l'Acheteur.

L'Acheteur assumera seul l'entière responsabilité de la transmission de ses codes et mots de passe confidentiels ainsi que l'entière responsabilité de tout usage qui sera fait desdits codes et mots de passe. L'Acheteur informera la Régie, par lettre recommandée avec avis de réception, des changements de représentants signataires ou de sa volonté de ne plus utiliser ses codes et mots de passe étant précisé que toute demande ne pourra prendre effet qu'à l'issue d'un délai d'un jour ouvré suivant la date de réception de la lettre recommandée avec avis de réception.

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

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

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

MODIFICATION, ANNULATION DES ORDRES

- 17.** Toute annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être adressée par écrit ou plus tard 11 (onze) jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre.

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

17. À moins de 11 (onze) 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 planning, en fonction des disponibilités, en vue d'une diffusion dans un délai de 11 jours, et pour un budget égal au budget affecté par les Ordres ainsi modifiés. À défaut de reprogrammation immédiate compte tenu des disponibilités du planning d'un budget au moins équivalent à celui déprogrammé "Hors Délai", les Ordres initialement réservés seront facturés intégralement à l'Acheteur et/ou l'Annonceur, la Régie se réservant la faculté de disposer des espaces publicitaires libérés.
18. Aucune modification des Ordres ne pourra plus être effectuée moins de 7 jours avant celui de la diffusion d'un message programmée sur un service de Télévision, à moins de 3 jours sur un service de radio.

TARIF, PRIX ET MODIFICATIONS TARIFAIRES

19. Le tarif applicable à un Ordre donné est celui en vigueur au jour de la diffusion.
Les tarifs sont indiqués en euros et/ou en CFP hors taxes et les facturations sont donc majorées des taxes applicables sur chacun des territoires.
20. Les tarifs publiés par la Régie sont susceptibles d'être modifiés, à la hausse ou à la baisse.

Modifications de tarifs à la hausse

Les modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages, dans la "Grille Tarifaire" publiée par la Régie.
Exceptionnellement et à titre indicatif, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes notamment en raison d'événements ou de l'actualité, la Régie se réserve la faculté de modifier les tarifs des écrans dans un délai inférieur à 10 jours de la diffusion. Dans cette hypothèse, les modifications de tarif à la hausse, peuvent être communiquées aux Acheteurs dans la "Grille Tarifaire"

publiée par la Régie ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai.

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

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

L'annulation d'un Ordre doit impérativement être notifiée par écrit, au plus tard dans les 72 heures suivant la date de publication des hausses tarifaires.

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

Modifications de tarifs à la baisse

Les modifications de tarifs à la baisse sont communiquées aux Acheteurs par l'intermédiaire de la "Grille Tarifaire" publiée par la Régie ou par tout autre moyen approprié, et entrent en vigueur dès leur publication, sans préavis.

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

MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION DES ÉCRANS PUBLICITAIRES

21. La Régie 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 (dix) jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans la "Grille Tarifaire" publiée par la Régie.

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

Dans cette hypothèse, ces modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs dans la "Grille Tarifaire" publiée par la Régie 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 la Régie affectés par une modification de programmation seront réputés acceptés et l'Acheteur et/ou l'Annonces sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

22. La Régie 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 de conventions conclues avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ou de tout autre autorité de régulation audiovisuelle, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des Ordres de publicité programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de la Régie et des Supports aucune réclamation ni demander de dommages et intérêts de quelque nature que ce soit.

CONDITIONS DE PAIEMENT

23. ● **Dans le cadre de l'application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 :**

Les factures et avoirs sont établis par la Régie au nom de l'Annonces. L'original des factures et avoirs est adressé à l'Annonces. Un duplicata est adressé, le cas échéant, à son Mandataire chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat.

L'Annonces 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'Annonces à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonces vis-à-vis de la Régie. L'Annonces supporte seul les risques de défaillance de son Mandataire.

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

● **Hors application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 :**

Les factures et avoirs sont établis par la Régie au nom de l'Annonceur ou de l'Intermédiaire. L'original des factures et avoirs est adressé à l'Annonceur et/ou à son Intermédiaire. Dans le cas d'un Ordre passé par un Intermédiaire, l'Annonceur et son Intermédiaire demeurent solidaires pour le paiement de l'Ordre. Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Intermédiaire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

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

Inversement, l'Intermédiaire supporte seul les risques de défaillance de son Annonceur.

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

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

MOIS FACTURE	DATE INDICATIVE D'ÉMISSION DE LA FACTURE	DATE D'ÉCHÉANCE (DATE LIMITE DE RÉCEPTION DES CHÈQUES)
JANVIER	31/01/19	11/03/19
FÉVRIER	28/02/19	10/04/19
MARS	29/03/19	10/05/19
AVRIL	30/04/19	11/06/19
MAI	31/05/19	10/07/19
JUIN	28/06/19	12/08/19
JUILLET	31/07/19	10/09/19
AOÛT	29/08/19	10/10/19
SEPTEMBRE	30/09/19	12/11/19
OCTOBRE	31/10/19	10/12/19
NOVEMBRE	29/11/19	10/01/20
DÉCEMBRE	31/12/19	10/02/20

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

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

Les traites et les paiements en espèces ne sont pas acceptés.

25. La Régie peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'Acheteur et/ou 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 et/ou Annonceur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

Le paiement d'avance signifie que la Régie doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 15 (quinze) jours avant la date de 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 étant envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a eu lieu.

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

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

Si le taux de 15% (quinze pour cent) 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.

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

La Régie 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.

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

INCIDENTS TECHNIQUES

28. Le règlement des messages publicitaires non diffusés pour des motifs techniques imputables au Support ou à la Régie n'est pas dû, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

Services de télévision :

- Les incidents de diffusion pour les chaînes Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} reconnus par MULTIPLEX ROM1 ou par TDF donnent droit à une réduction de prix proportionnelle à la population non exposée au message.
- 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).

Services de radio :

- Les incidents de diffusion reconnus par TDF donnent droit à une réduction de prix proportionnelle à la population non exposée au message.

29. 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 CHÂÎNES PAYANTES

30. À titre exceptionnel, la Régie 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 des chaînes télévision de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère} et Réunion la 1^{ère}, aux chaînes télévision et radio de Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} à des chaînes non directement concurrentes de ces dernières sur le marché de l'audience télévisée, pour autant que les programmes de la chaîne sollicitant la diffusion de messages publicitaires sur les supports mentionnés sont majoritairement diffusés par voie de télévision payante.
31. La diffusion de messages publicitaires sur les Supports 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 la Régie 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.
 - Engagement de réciprocité de la Chaîne au profit du ou des Supports.
32. La Régie 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 les Supports par retrait des présentes dispositions de ses Conditions Générales de Vente.

RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION DU CONTENU DES MESSAGES PUBLICITAIRES

33. L'Annonceur est seul responsable du contenu de son message publicitaire. L'Acheteur garantissant la Régie à ce titre.

Il garantit la Régie et les Supports contre toute action et/ou tout préjudice y afférent, et s'engage à ne livrer à la Régie que des messages conformes à la réglementation.

À ce titre, la Régie et les Supports se réservent le droit de ne pas diffuser ou de cesser sans préavis la diffusion de tout message publicitaire de l'Annonceur qui leur semblerait contrevenir à la réglementation. L'Annonceur aura néanmoins la possibilité de remplacer, dans les mêmes écrans que ceux qui avaient été initialement programmés, le message non conforme par un autre message qui ne contreviendrait pas à la réglementation. A défaut de fourniture en temps et en heure d'un tel message, la Régie sera en droit de commercialiser auprès de tout autre Annonceur les espaces des écrans publicitaires rendus ainsi disponibles. Dans l'hypothèse où cette nouvelle commercialisation se révélerait impossible ou infructueuse, l'Annonceur défaillant sera alors intégralement facturé du montant des espaces publicitaires initialement programmés à son intention et non-utilisés de son fait, sans pouvoir prétendre à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

PRODUCTION

34. Production et exploitation des messages.

L'Annonceur peut confier la conception et la production des messages publicitaires au Studio, service des établissements de la Régie à PAPEETE (rue des Remparts, Immeuble Tereora, BP 40265, 98714 PAPEETE) et à NOUMEA (30 bis rue de la Somme BP 3856 98846 NOUMEA).

Sous réserve de l'exécution intégrale par le Studio de la production des éléments des messages publicitaires et du parfait paiement par l'Acheteur et ou l'Annonceur des sommes dues, l'Annonceur sera détenteur, à titre non exclusif, des droits de reproduction et de représentation des messages publicitaires fournis par le Studio et nécessaire à leur exploitation et à leur utilisation, dans la limite des droits obtenus par ce dernier.

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

En outre, l'Annonceur est autorisé à exploiter ces créations sur son site internet institutionnel pour la durée indiquée au paragraphe précédent, sous réserve d'en avoir informé préalablement le Studio par écrit.

Toute autre exploitation des créations devra faire l'objet d'un nouvel accord entre la Régie et l'Annonceur, à des conditions à définir de bonne foi.

35. Modalités de production

35.1. Dans tous les cas où le Studio assure la production des messages, celle-ci est effectuée en coordination avec l'Annonceur ou avec l'agence spécialement mandatée à cet effet par ce dernier.

35.2. Le Studio transmet à l'Annonceur ou à son agence un devis relatif aux frais techniques par lettre recommandée avec accusé de réception, par mail ou par tout autre moyen qui puisse permettre de dater de façon certaine la réception de la proposition.

L'Annonceur ou son agence doit retourner le devis signé.

En toute hypothèse, une durée de validité du devis sera fixée d'un commun accord entre le Studio et l'Annonceur ou son agence. A défaut de réponse pendant ce délai, le devis sera réputé caduc.

La facture établie par la Régie dans l'hypothèse où la production serait faite par le Studio est payable à 30 (trente) jours date de facture, le 10 (dix) du mois, conformément à l'article 24.

36. Garantie de jouissance paisible des éléments fournis

36.1. L'Annonceur garantit à la Régie, aux Supports ainsi qu'au Studio que les créations communiquées par lui ou son agence au Studio en vue de la production des messages 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.

36.2 En particulier, l'Annonceur garantit à la Régie, aux Supports ainsi qu'au Studio 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.

37. Obtention des droits de tiers

37.1 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 des messages.

- 37.2** L'Annonceur garantit la Régie, les Supports, ainsi que le Studio 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 des messages, à quelque titre que ce soit.

CONDITIONS TECHNIQUES

- 38.** La Régie pourra confier l'exécution de tout ou partie des prestations techniques décrites ci-après à France Télévisions Publicité ou aux supports, ce que les Acheteurs reconnaissent et acceptent. Ces derniers en seront informés le cas échéant par la Régie afin que toutes les livraisons puissent être effectuées directement auprès de France Télévisions Publicité ou des supports concernés.

TÉLÉVISION

Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à la Régie accompagné d'une fiche d'identification sur laquelle seront consignés : le titre de la campagne, le titre du film, sa durée, sa version et sa correspondance avec le "time code" du message (début et fin). Au titre du film doit être rajouté l'identification OM. En outre s'il s'agit d'une campagne multi-sites avec des spots différents par support, il est impératif d'ajouter pour chacun des spots la mention du site de diffusion (Gpe pour Guadeloupe, Mtq pour Martinique, Guy pour Guyane, Run pour Réunion, May pour Mayotte, NC pour Nouvelle-Calédonie, PF pour Polynésie et WF pour Wallis et Futuna).

39. Livraison des messages publicitaires à la Régie

Les messages publicitaires sont à fournir sous forme de Fichier média numérique P.A.D.

Les Acheteurs déposent sur le site Internet « www.francetvpub.fr » leurs messages publicitaires, via un accès personnel sécurisé (consulter la Régie concernant la transmission de fichiers pour les films à diffuser sur Mayotte la 1ère et Nouvelle-Calédonie la 1ère).

Chaque Acheteur adresse au préalable à la Régie un bordereau de demande de code d'accès dûment complété afin de recevoir un code d'accès et un mot de passe lui permettant l'accès sécurisé au site Internet « francetvpub.fr » et visant à préserver la confidentialité de ses messages publicitaires.

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

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

Le support de diffusion doit être remis à La Régie au plus tard 6 (six) jours avant la date de première diffusion. Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Acheteur et/ou l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu. Dans l'hypothèse d'un changement de calendrier de diffusion, La Régie se réserve le droit de modifier le délai de livraison.

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

39.1 Normes communes à l'ensemble des P.A.D (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 protection et incrustation des mentions:**

Elles doivent être conformes à la norme CST-RT-018-TV-V3.0.

● **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 moyenne, 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 est inférieure ou égale à -23 LUFS.
- l'intensité sonore courte durée mesurée est 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.

39.2 Fichier media numérique P.A.D. HD ou SD

Le fichier P.A.D. sera transmis via internet à partir du site :

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

Concernant le format de fichier pour les films à diffuser sur Mayotte la 1ère, il convient de consulter la Régie.

Les formats suivants sont acceptés :

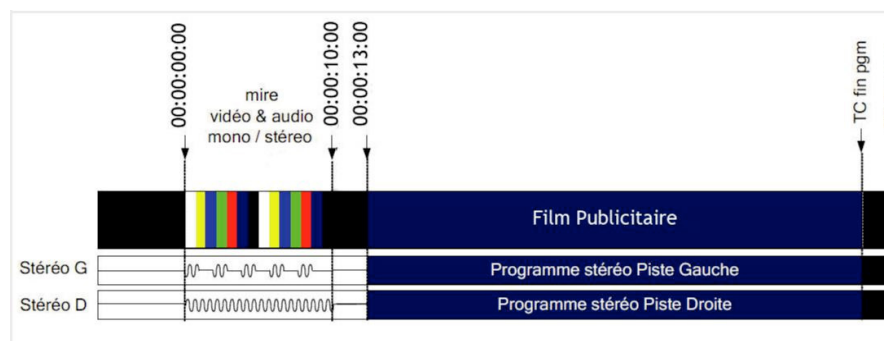
- XDCAM HD 422 50Mb/s (.mov ou. mxf)
- XDCAM HD 35Mb/s (.mov ou. mxf)
- DVCPRO HD 100Mb/s (.mov ou. mxf)

Bien que non conseillés en raison de leur qualité plus faible, les fichiers non HD, au format standard SD suivants sont acceptés :

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

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

- 00 :00 :00 :00 Mire de barre 75% 1VCC intégrant un son de 1000Hz = -18 dBFS sur pistes 1,2
- 00 :00 :10 :00 Noir codé
- 00 :00 :13 :00 Film publicitaire (durée : X secondes)
- 00 :00 :13+X : 00 Noir Codé (durée : 3 secondes)



40. L'Annonceur donne tous pouvoirs à la Régie pour effectuer ou faire effectuer toutes modifications sur les messages publicitaires, reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des Supports en vue de l'exécution de ses Ordres de publicité. L'Annonceur garantit la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui estimerait avoir un droit quelconque à faire valoir sur tout ou partie desdits messages publicitaires en raison de leur diffusion par les Supports.
41. La Régie vérifiera que la durée effective du message publicitaire livré correspond strictement à celle de l'espace réservé et ceci à la seconde près. Dans l'hypothèse où la durée du message publicitaire livré ne correspond pas à celle de l'espace réservé, la Régie établira un nouveau bon de commande tenant compte de la durée effective du message publicitaire livré. Le montant initial du bon de commande sera maintenu en cas de livraison à moins de 10 jours ouvrés de la première diffusion d'un message publicitaire d'une durée inférieure à celle de l'espace réservé.
42. Tous les frais notamment de production, de copie, de droits d'auteurs, de droits voisins et autres sont à la charge de l'Annonceur.
43. Passé un délai de 3 (trois) jours calendaires après la première diffusion d'un message publicitaire, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de diffusion ou le calendrier de diffusion du message publicitaire ne sera retenue.
44. Un « service dernière minute », qui a pour vocation de permettre à l'Acheteur de procéder au plus près de l'heure de diffusion à des modifications importantes de dernière minute, est accessible. Un Acheteur, dans le cas de circonstances exceptionnelles, peut demander la cessation de la diffusion du message, ou le remplacement par un autre message. Cette demande sera facturée à l'Acheteur 500 euros HT par écran publicitaire modifié dans la limite de 5 000 euros HT. 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.

45. Tous les fichiers medias livrés peuvent être détruit à l'initiative de France Télévision Publicité si leur date de réception dépasse une antériorité d'un an. 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.

RADIO

46. Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à la Régie, accompagné d'une fiche d'identification sur laquelle seront consignés : le titre de la campagne, le titre du message, sa durée, Au titre du message doit être rajouté l'identification OM. En outre s'il s'agit d'une campagne multi-sites avec des spots différents par chaîne, il est impératif d'ajouter pour chacun des message le site de diffusion (Gpe pour Guadeloupe, Mtq pour Martinique, Guy pour Guyane, Run pour Réunion, May pour Mayotte, NC pour Nouvelle-Calédonie, PF pour Polynésie et WF pour Wallis et Futuna). La livraison doit intervenir au plus tard trois (3) jours calendaires avant la date de la première diffusion prévue.

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

Si ces délais ne sont pas respectés et dans la mesure où à titre tout à fait exceptionnel, la Régie accepterait de diffuser un message publicitaire reçu hors délai, l'Acheteur et/ ou l'Annonceur accepte par avance que, s'il y a lieu, la Régie modifie automatiquement les niveaux des messages reçus afin de les rendre conformes aux recommandations FIMM/FICAM, et ce sans avoir besoin de prévenir l'Acheteur.

47. Le seul support accepté par la Régie pour la production publicitaire est un fichier son numérique MP3.

La Régie vérifiera que la durée effective du spot livré correspond strictement à celle du message réservé. Dans l'hypothèse où la durée du message publicitaire livré ne correspond pas à celle du message réservé conformément aux stipulations de l'Ordre de publicité, un Ordre modificatif sera adressé à l'Acheteur. Le montant initial du bon de commande sera maintenu en cas de livraison à moins de 6 jours ouvrés de la première diffusion d'un message publicitaire d'une durée inférieure à celle de l'espace réservé.

48. Tous les frais notamment de production, et de copie, droits d'auteurs et droits voisins et autres sont à la charge de l'Annonceur.
49. Le calendrier des diffusions des spots sur les espaces réservés doit parvenir à la Régie, soit sur papier à en-tête de l'Acheteur, soit sur papier à en-tête de l'agence de création, au plus tard 7 (sept) jours avant la date de diffusion prévue.

Il doit être daté, signé et comporter le cachet de l'Acheteur. Il est considéré comme accepté par l'Acheteur.

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

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

Passé ce 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 spot ne sera retenue.

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

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

50. 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 la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation à ce sujet.

En particulier et sans que cette liste soit limitative, l'Annonceur garantit la Régie 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.

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

L'Annonceur garantit à ce titre la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui s'estimerait lésée par les

messages publicitaires à quelque titre que ce soit, y compris en cas de dégradation de la qualité de réception et ce, quel que soit le mode de diffusion ou de distribution des Supports.

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

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

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

L'Annonceur garantit la Régie à cet effet.

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

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

54. La Régie 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.

La Régie s'engage à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne sur le(s) Support(s) du (des) message(s) publicitaire(s).

55. L'Acheteur reconnaît expressément que tout document électronique constitué par un scan d'une succession de documents signés lié à l'exécution des Ordres de parrainage (ci-après dénommé « Document ») constitue une preuve littérale au sens de l'article 1365 du Code civil et est considéré comme un document original ayant la même valeur et la même force probante qu'un écrit sur support papier conformément à l'article 1366 du Code civil et pourra lui être valablement opposé. En conséquence, l'Acheteur reconnaît que tout Document vaut preuve irréfutable de son contenu, de l'identité du signataire et de son consentement aux obligations et conséquences de faits et de droits qui en découlent et sera admissible comme preuve devant les tribunaux compétents.

GROUPE D'ANNONCEURS

- 56.** Les groupes de sociétés peuvent consolider les investissements réalisés par une société mère et ses filiales contrôlées directement ou indirectement à plus de 50% (cinquante pour cent) qui font partie du périmètre de consolidation du groupe.

Les demandes relatives aux groupes d'Annonces doivent être adressées au service de l'administration des ventes de la Régie avant le 1er janvier 2019 ou au moins un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'Annonces qui souhaite bénéficier de la consolidation.

La demande signée du représentant légal ou de toute personne habilitée représentant la société tête de groupe devra comporter la liste des entités qu'elle détient à plus de 50% (cinquante pour cent) et qui rentrent dans le périmètre de consolidation du groupe. Seront joints à la demande, les comptes consolidés et annexes comptables relatives aux filiales et participations et tout autre document (organigramme) susceptible de justifier la demande.

La société mère est garante de l'acceptation de la consolidation par l'ensemble de ses filiales et garantit la Régie contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par la Régie compte tenu du dossier présenté. Le périmètre est défini pour l'année civile et est reconduit tacitement chaque année. Il peut être révisé en cas de modification de la structure du groupe consolidé, sous réserve que ladite modification affecte une structure effectuant des investissements publicitaires auprès de la Régie.

La société ayant initié la demande de consolidation transmettra alors tous les éléments permettant de justifier sa demande de modification du périmètre de consolidation à la Régie pour accord de cette dernière.

Une fois la consolidation accordée, le périmètre du groupe reconnu sera le champ d'application des conditions commerciales de la Régie, sans dérogation.

Toutes les entités du groupe agissant en tant qu'Annonces continueront de recevoir les factures afférentes aux ventes d'espaces, la consolidation ne s'appliquant que pour l'application des conditions commerciales et le calcul des seuils de remises. L'imputation du bénéfice des remises ainsi calculées sur les différentes entités du groupe consolidé sera effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale.

- 57.** Toute tolérance dans l'application des présentes Conditions Générales de Ventes par la Régie ne pourra pas être interprétée comme une renonciation à ses droits découlant des présentes.

LITIGES

- 58.** 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 exclusivement de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.



2

Conditions Générales de Vente du **parrainage** sur la Télévision et la Radio



Conditions Générales de Vente du parrainage

Télévision : Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti, Trace Latina, Novelas TV (signaux Caraïbes et océan Indien), Canal+ Caraïbes, Canal+ Réunion, Canal+ Nouvelle-Calédonie, Canal+ cinéma Caraïbes, Canal+ cinéma Réunion, Canal+ cinéma Nouvelle-Calédonie, Canal+ série Caraïbes, Canal+ série Réunion, Canal+ série Nouvelle-Calédonie, Canal+ sport Outre-mer.

Radio : Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace FM Guadeloupe, Trace FM Guyane, Trace FM Martinique, Trace FM Réunion et Free Dom.

Applicables aux messages diffusés entre le 1^{er} janvier 2019 et le 31 décembre 2019.

- sur les services de télévision de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti, Trace Latina, Novelas TV (signaux Caraïbes et Océan Indien), et Canal+ Caraïbes, Canal+ Réunion, Canal+ Nouvelle-Calédonie, Canal+ cinéma Caraïbes, Canal+ cinéma Réunion, Canal+ cinéma Nouvelle-Calédonie, Canal+ série Caraïbes, Canal+ série Réunion, Canal+ série Nouvelle-Calédonie, Canal+ sport Outre-mer ;
- sur les services radio de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} et Trace Fm.

GÉNÉRALITÉS

1. Définitions

Les présentes conditions générales de vente (ci-après dénommées « Conditions Générales de Vente ») s'appliquent à la vente des espaces de parrainage diffusés sur :

- **les services de télévision** de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti, Trace Latina, Novelas TV (signaux Caraïbes et océan Indien) et Canal+ Caraïbes, Canal+ Réunion, Canal+ Nouvelle-Calédonie, Canal+ cinéma Caraïbes, Canal+ cinéma Réunion, Canal+ cinéma Nouvelle-Calédonie, Canal+ série Caraïbes, Canal+ série Réunion, Canal+ série Nouvelle-Calédonie, Canal+ sport Outre-mer ;

- **sur les services radio** de Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} et Trace Fm ;

dont « francetvpublicité outre-mer », nom commercial de la société France Télévisions Publicité Inter Océans, société par actions simplifiée au capital de 40.000 euros, ayant son siège social à Boulogne Billancourt (92100), 64/70, avenue Jean Baptiste Clément SIREN 420 609 984 RCS Nanterre, ci-après dénommée « la Régie », assure la Régie publicitaire exclusive et est seule habilitée à recevoir les Opérations de parrainage.

* Les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent également à la vente des espaces de parrainage diffusés sur les services de radio Free Dom dont « francetvpublicité outre-mer » assure la Régie publicitaire extra-locale exclusive et est seule habilitée à recevoir les Opérations de parrainage.

Les services de télévision et de radio Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}, les services de télévision Trace Urban (signal Dom), Trace Tropical (signal Dom), Trace Ayiti (signal Dom), Trace Latina (signal Dom), Novelas TV (signaux Caraïbes et océan Indien), Canal+ Caraïbes, Canal+ Réunion, Canal+ Nouvelle-Calédonie, Canal+ cinéma Caraïbes, Canal+ cinéma Réunion, Canal+ cinéma Nouvelle-Calédonie, Canal+ série Caraïbes, Canal+ série Réunion, Canal+ série Nouvelle-Calédonie, Canal+ sport Outre-mer, et les services de radio Trace FM et Freedom sont ci-après dénommés "les Supports" ou "le Support" chacun pour sa 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** » uniquement dans le cadre de l'application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 : toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, dûment mandaté à cet effet par un contrat écrit ;
- « **Opération de parrainage** » ou « **Opération** » toute Opération de parrainage Télévision et/ou Radio ;
- « **Opération de parrainage Télévision** » toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale, publique ou privée, n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion 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.
- « **Opération de parrainage Radio** » toute contributions d'entreprises publiques ou privées désirant financer des émissions dans le but de promouvoir leur image, leurs activités ou leurs réalisations, dès lors que le service conserve l'entière maîtrise de la programmation de ces émissions conformément au décret n°87-239 du 6 avril 1987 et au décret du 23 juin 2009 modifié fixant le cahier des missions et des charges de la société nationale de programme France Télévisions s'appliquant à Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère},

Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} ;

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

2. Domaine d'application et validité

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables aux Opérations de parrainage diffusées entre le 1er janvier 2019 et le 31 décembre 2019.

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

La Régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de la Régie.

3. Réglementation applicable

Le parrainage audiovisuel est réglementé notamment par les dispositions du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 et le parrainage radiophonique est réglementé par les dispositions du décret n° 87-239 du 6 avril 1987 ainsi que par le décret du 23 juin 2009 modifié fixant le cahier des missions et des charges de la société nationale de programme France Télévisions pour Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère}.

L'OFFRE DE PARRAINAGE

4. Acceptation des Conditions Générales de Vente

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

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

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'Acheteurs ou d'Annonces dont la solvabilité ne lui semblerait pas établie.

Chaque Support se réserve la possibilité de refuser :

- tout Parrain dont il estimerait qu'il ne correspond pas à son image ou à celle de l'émission concernée,
- ou tout parrainage qui porterait atteinte à ses intérêts commerciaux ou éditoriaux,
- ou tout Parrain ou tout parrainage pour des raisons d'image ou de déontologie,

Les services de télévision ou de radio Guadeloupe la 1^{ère}, Guyane la 1^{ère}, Martinique la 1^{ère}, Mayotte la 1^{ère}, Nouvelle-Calédonie la 1^{ère}, Polynésie la 1^{ère}, Réunion la 1^{ère}, Saint-Pierre et-Miquelon la 1^{ère}, Wallis-et-Futuna la 1^{ère} se réservent la possibilité de refuser tout parrain 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 la Régie, au nom des Supports, sous la forme de "propositions commerciales", régulièrement mises à jour et qui précisent les caractéristiques de l'émission, les modalités de l'Opération de parrainage, le tarif applicable et le cas échéant les conditions spécifiques de réservation.

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.

ACHAT PAR :

7. ● un Annonceur

Les Opérations de parrainage peuvent être passées directement par l'Annonceur, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie.

● un Mandataire

Les Opérations de parrainage peuvent être passées directement par l'Annonceur ou, en son nom et pour son compte, par l'intermédiaire d'un Mandataire ; dès lors que les dispositions de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 sont applicables à la passation des Ordres, tout achat d'espace de parrainage par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat écrit par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de la Régie, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur atteste de

l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant à la Régie l'attestation de mandat conforme au modèle publié par la Régie pour une année civile.

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

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

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

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

● un Intermédiaire

Les Opérations de parrainage peuvent être passés par l'Annonceur directement ou par un intermédiaire qui n'est pas tenu d'intervenir dans le cadre juridique du mandat lorsque les dispositions de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 ne sont pas applicables à la passation des Ordres. La passation d'une Opération de parrainage comporte acceptation des présentes Conditions par l'Acheteur qui s'engage en conséquence à informer l'Annonceur des présentes Conditions, qui doit lui-même les accepter. Ces Conditions sont opposables à l'Annonceur et à l'intermédiaire.

Un Intermédiaire ayant plusieurs comptes Annonceurs doit impérativement respecter le principe de gestion séparée des comptes pour chaque Annonceur.

L'Annonceur qui confie à un intermédiaire la passation de ses Ordres s'interdit d'intervenir parallèlement à son intermédiaire dans toute passation, confirmation, modification ou annulation d'Ordres, sauf dérogation écrite expressément accordée au préalable par la Régie

8. **Priorité d'achat**

Seules les Opérations de parrainage de longue durée (6 (six) mois consécutifs minimum), et/ou les Opérations de parrainage incluant plus de trois départements d'Outre-Mer, peuvent bénéficier d'une priorité d'achat pour la même période de l'année suivante.

Les modalités d'application de cette priorité d'achat sont précisées dans le contrat de parrainage initial, notamment son échéance qui sera fixée au moins 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'Acheteur prioritaire n'a pas notifié par écrit à la Régie sa volonté de réitérer l'Opération de parrainage, la Régie pourra alors commercialiser librement le parrainage de la ou des émissions concernées.

Les partenaires officiels

Indépendamment des dispositions de l'article 9 ci-après, les Annonceurs « partenaires officiels » d'événements sportifs, bénéficient de droits (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.

9. **La prise d'option**

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

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

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

Les options sont retenues par Ordre chronologique de réception.

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

9.1 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 Acheteur et ne peut pas être cédée.

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

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

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

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

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

La durée de l'option ne peut en aucun cas être prolongée.

9.5 La Régie se réserve le droit de proposer à la vente des offres sur lesquelles un Acheteur 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 du non-exercice de son droit de priorité par l'Acheteurs en bénéficiant.

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

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

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

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

10. Conclusion de l'Opération de parrainage
Chaque Opération de parrainage est personnelle à l'Acheteur et ne peut être cédée.

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

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

10.2 Pour les Opérations de parrainage avec **un module jeu**, l'achat ne sera pris en compte par la Régie que si le détail et le montant des lots offerts sont communiqués au moment de la confirmation d'achat.

10.3 Les Supports se réservent le droit de diffuser des **bandes-annonces non parrainées**.

10.4 Le contrat de parrainage doit impérativement être retourné signé à la Régie deux semaines après l'envoi du contrat pour signature. à défaut, la Régie se réserve le droit d'annuler l'Opération de parrainage programmée.

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

11. Annulation

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

11.2 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme, **plus de 4 (quatre) semaines** avant la date de 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 la Régie 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.

11.3 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme dans un délai **inférieur ou égal à 4 (quatre) semaines** avant la date de 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 la Régie 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.

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

12. Résiliation

12.1 La résiliation à l'initiative de l'Acheteur d'un contrat en cours d'exécution, doit être notifiée à la Régie par lettre recommandée avec accusé de réception.

La résiliation ne pourra prendre effet qu'à l'issue d'un préavis de 15 (quinze) jours à compter du jour de la réception du recommandé, étant précisé que ce délai pourra contractuellement être supérieur selon la durée de l'Opération et/ou le type d'émission parrainée.

12.2 Dans cette hypothèse, le montant du dédit dû par l'Acheteur et ou l'Annonceur 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 et/ou l'Annonceur au titre des diffusions et/ou des enregistrements de l'Opération de parrainage prévus dans les 30 (trente) jours qui suivent la date d'effet de la résiliation de l'Acheteur, sans que cette somme puisse être inférieure à 25 %(vingt-cinq pour cent) du budget net hors taxes dû par l'Acheteur et/ou l'Annonceur, à la date de résiliation, pour le reste de l'Opération.

13. Co-parrainage

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

13.2 Le premier Annonceur à avoir confirmé son achat bénéficie du droit de choisir son ordre de citation dans le cadre du dispositif de parrainage (billboard, voix off, etc.).

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

En cas de présence de plusieurs Annonceurs déjà présents en 2018 sur le même dispositif, l'ordre chronologique de confirmation d'achat sera respecté pour le choix de l'ordre de citation.

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

14. Offres annexes à l'Opération de parrainage

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

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

CRÉATIONS DE PRODUCTION PROPRES AU PARRAINAGE

15. Frais techniques

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

16. 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 de la Régie et de la Direction Artistique de chaque Support concerné par l'Opération.

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 modifié.

Il est précisé que s'agissant des créations de parrainage mises en ligne sur les services de médias audiovisuels à la demande (SMAd) celles-ci sont soumises de plein droit aux dispositions du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010.

17. Incidents

En cas de réaction du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, de tout autre autorité de régulation ou d'une évolution de la réglementation, la Régie se réserve le droit de déprogrammer la diffusion du billboard de l'Annonceur, sans délai.

L'Opération de parrainage pourra être annulée dans les conditions de l'article 12 ci-avant.

18. Production et exploitation des éléments de parrainage

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

- France Télévisions Publicité Conseil, société par actions simplifiée au capital de 40.000€, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92100),

64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 382 258 622 RCS Nanterre,
● Le Studio, service des établissements de la Régie à PAPEETE (rue des Remparts, Immeuble Tereora, BP 40265, 98714 PAPEETE) et à NOUMEA (30 bis rue de la Somme BP 3856 98846 NOUMEA).

Sous réserve de l'exécution intégrale par France Télévisions Publicité Conseil ou par le Studio de la production des éléments des messages de parrainage et du parfait paiement par l'Acheteur et/ou l'Annonceur 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 ou par le Studio et nécessaire à leur exploitation et à leur utilisation, dans la limite des droits obtenus par cette ou ce dernier.

À ce titre, l'Annonceur reconnaît et accepte que les droits ainsi concédés sont limités à leur exploitation sur le(s) Support(s) dont la Régie 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 suivant le cas France Télévisions Publicité Conseil ou le Studio par écrit.

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

19. Modalités de production

19.1 Dans tous les cas où France Télévisions Publicité Conseil ou le Studio assure la production des éléments de parrainage, celle-ci est effectuée en coordination avec l'Annonceur ou avec l'agence spécialement mandatée à cet effet par ce dernier.

19.2 France Télévisions Publicité Conseil ou le Studio transmet à l'Annonceur ou à son agence un devis relatif aux frais techniques, par lettre recommandée avec accusé de réception, par mail ou par tout autre moyen qui puisse permettre de dater de façon certaine la réception de la proposition.

L'Annonceur ou son agence doit retourner le devis signé.

En toute hypothèse, une durée de validité du devis sera fixée d'un commun accord entre France Télévisions Publicité Conseil ou le Studio et l'Annonceur ou son agence. A défaut de réponse pendant ce délai, le devis sera réputé caduc.

La facture établie par France Télévisions Publicité Conseil ou par la Régie dans l'hypothèse où la production serait faite par le Studio est payable à 30 (trente) jours date de facture, le 10 (dix) du mois, conformément à l'article 31 ci-après.

20. Garantie de jouissance paisible des éléments fournis

20.1 L'Annonceur garantit à la Régie, aux Supports, ainsi qu'à France Télévisions Publicité Conseil ou au Studio que les créations communiquées par lui ou son agence à France Télévisions Publicité Conseil ou au Studio 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.

20.2 En particulier, l'Annonceur garantit à la Régie, aux Supports, ainsi qu'à France Télévisions Publicité Conseil ou au Studio 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.

21. Obtention des droits de tiers

21.1 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.

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

21.2 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, compte tenu de la 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.

22. Utilisations connexes à l'Opération de parrainage

22.1 La conclusion d'un contrat de parrainage donne à la Régie le droit de procéder à des diffusions des créations de parrainage, en dehors des émissions ayant fait l'objet du contrat de parrainage et ce notamment pour les besoins de l'information des Annonceurs ou de leurs intermédiaires, 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.

22.2 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. À ce titre, l'Annonceur ne pourra en aucun cas, et pour quelque raison que ce soit, s'opposer à la commercialisation, à des tiers, y compris concurrents, des éventuelles licences attachées au programme parrainé. L'Annonceur s'engage à ne pas influencer, de quelque façon que ce soit, le contenu du programme parrainé.

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

22.4 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 ou de ses éléments (personnages, titre, nom des animateurs etc.) ou des marques des Supports devra être soumise au préalable à la Régie pour accord exprès desdits Supports.

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

PARRAINAGE — DOTATION

23. 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 fera l'objet de dispositions spécifiques concernant la nature, le montant et la gestion des lots ainsi que leur contrepartie, dispositions figurant au contrat établi entre la Régie et l'Acheteur.

CONDITIONS DE PAIEMENT

24. ● Dans le cadre de l'application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 :

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

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

Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie. L'Annonceur 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 la Régie. Le paiement par la Régie du montant des avoirs au Mandataire libère la Régie vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

● Hors application de la Loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 :

Les factures et avoirs sont établis par la Régie au nom de l'Annonceur ou de l'Intermédiaire. L'original des factures et avoirs est adressé à l'Annonceur et/ou à son Intermédiaire. Dans le cas d'un Ordre passé par un Intermédiaire, l'Annonceur et son Intermédiaire demeurent solidaires pour le paiement de l'Ordre. Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Intermédiaire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

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

Inversement, l'Intermédiaire supporte seul les risques de défaillance de son Annonceur.

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

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

MOIS FACTURE	DATE INDICATIVE D'ÉMISSION DE LA FACTURE	DATE D'ÉCHÉANCE (DATE LIMITE DE RÉCEPTION DES CHÈQUES)
JANVIER	31/01/19	11/03/19
FÉVRIER	28/02/19	10/04/19
MARS	29/03/19	10/05/19
AVRIL	30/04/19	11/06/19
MAI	31/05/19	10/07/19
JUIN	28/06/19	12/08/19
JUILLET	31/07/19	10/09/19
AOÛT	29/08/19	10/10/19
SEPTEMBRE	30/09/19	12/11/19
OCTOBRE	31/10/19	10/12/19
NOVEMBRE	29/11/19	10/01/20
DÉCEMBRE	31/12/19	10/02/20

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

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

Les traites et les paiements en espèces ne sont pas acceptés.

27. La Régie peut exiger le paiement intégral d'avance des Opérations de parrainage, et le paiement direct par l'Acheteur et/ou l'Annonceur 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 et/ou Annonceur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

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

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

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

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

Si le taux de 15% (quinze pour cent) 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.

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

La Régie 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.

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

INCIDENTS DE DIFFUSION

30. 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 et/ou l'Annonceur puissent faire valoir auprès de la Régie ou des Supports aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts notamment en cas de :

- force majeure, de grève ;
- de toute raison relative à leurs obligations de service public figurant notamment dans 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.

- 31.** Les Opérations de parrainage ou citations non diffusées pour des raisons techniques ou pour les raisons prévues à l'article 35 et imputables au Support ou à la Régie ne sont pas facturées, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à compensation ou réduction de prix.
- 32.** Les incidents de diffusion ou même les interruptions de fonctionnement d'un ou de plusieurs émetteurs de télévision ou de radio donnent droit à compensation ou réduction de prix, au prorata de la population occultée.

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.

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

- 33.** 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. À 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.

- 34.** L'Acheteur reconnaît expressément que tout document électronique constitué par un scan d'une succession de documents signés lié à l'exécution des Ordres de parrainage (ci-après dénommé « Document ») constitue une preuve littérale au sens de l'article 1365 du Code civil et est considéré comme un document original ayant la même valeur et la même force probante qu'un écrit sur support papier conformément à l'article 1366 du Code civil et pourra lui être valablement opposé. En conséquence, l'Acheteur reconnaît que tout Document vaut preuve irréfutable de son contenu, de l'identité du signataire et de son consentement aux obligations et conséquences de faits et de droits qui en découlent et sera admissible comme preuve devant les tribunaux compétents.

LITIGES

- 35.** 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.

Contacts

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
INTER OCÉANS

SAS au capital de 40 000 euros
Siren 420 609 984 RCS Nanterre