

CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE
2024

PUBLICITÉ,
PARRAINAGE
ET NUMÉRIQUE

Destination 2024

Un temps d'avance

francetvpub.fr



france•tv
publicité

Sommaire

1

*Conditions Générales de Vente de la **Publicité***

sur France Télévisions
et les chaînes thématiques

2

*Conditions Générales de Vente du **Parrainage***

sur France Télévisions
et les chaînes thématiques

3

*Conditions Générales de Vente du **Numérique***

sur France Télévisions
et les chaînes thématiques



Conditions Générales
de Vente de la Publicité
sur France Télévisions
et les chaînes thématiques

Conditions Générales de Vente des Espaces Publicitaires

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

1 GÉNÉRALITÉS

Les présentes conditions (ci-après « Conditions Générales de Vente ») sont applicables à la vente des Espaces publicitaires diffusés sur :

- **les chaînes de France Télévisions :** France 2, le réseau national de France 3 (ci-après « France 3 National »), le réseau régional de France 3 (ci-après « France 3 Régions »), France 5 ;
- **les chaînes thématiques :** 13ÈME Rue, Cartoonito, Boomerang (Boomerang+1), Cartoon Network, E! Entertainment, France 24 (signal France), La Chaîne Météo, Melody, Museum TV, My Zen TV, National Geographic Channel, National Geographic Wild, Sport en France, SYFY, Trace Vanilla, Trace Urban, Trace Ayiti, Trace Caribbean, Sport en France, Maison & Travaux TV, MGG TV, DreamWorks, TV5 Monde « FBS », Public Sénat, LCP Assemblée Nationale, Warner TV Next, Warner TV et Disney (Disney Channel, Disney Channel +1 ; Disney Junior) (ci-après « Chaînes Thématiques »*).

dont France Télévisions Publicité, société anonyme au capital de 38 100 euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641), 64-70, avenue Jean-Baptiste-Clément, SIREN 332 050 038 RCS Nanterre, assure la régie publicitaire exclusive et est seule habilitée à recevoir les Ordres de publicité.

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

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

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

- **« Acheteur »** tout Annonceur ou Mandataire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur en vertu d'un mandat écrit et souscrivant un Ordre de publicité ;

- **« Ordre de publicité »** ou **« Ordre »** l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire, auquel sont parvenus France Télévisions Publicité et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par France Télévisions Publicité compte tenu des disponibilités de son planning, et conclu conformément aux présentes. Les éléments constitutifs de l'Ordre sont le support, l'écran publicitaire concerné (date de diffusion et « intitulé de l'écran »), la durée du message, le Code secteur auquel le produit ou service promu se rattache, le Tarif Initial sous réserve de l'application des conditions commerciales de vente, l'emplacement préférentiel acheté dans l'écran publicitaire concerné. L'exécution de l'Ordre de publicité consiste en la diffusion du message fourni par l'Annonceur dans l'emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente ;
- **« Code secteur »** le code à huit chiffres composé du numéro de famille, du numéro de classe, du numéro de secteur et du numéro de variété permettant le rattachement du produit ou service que l'Acheteur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille « nomenclature des codes secteurs » publiée par France Télévisions Publicité ;
- **« Annonceur »** la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire ;
- **« Mandataire »** toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, dûment mandaté par un contrat écrit ;
- **« Cookie »** englobe les fichiers informatiques permettant d'enregistrer des informations relatives à la navigation de l'utilisateur mais également les tags, pixels ou tout autre traceur ou moyen de récupérer des informations via un outil technique comprenant notamment la méthode du « *fingerprinting* » ;

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- « **Programmatique** » : système d'enchères automatisé pour l'achat d'espace publicitaire.

- 3 Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres de publicité exécutés du 1^{er} janvier 2024 au 31 décembre 2024. Seule la version publiée sur le Site Internet de France Télévisions Publicité, accessible à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> », fait foi.** Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support n'est effectuée qu'à titre indicatif.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de France Télévisions Publicité. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme. Le cas échéant, les offres commerciales pourront prévoir des dispositions dérogatoires aux présentes Conditions Générales de Vente.

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

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

- 5 Les présentes Conditions Générales de Vente :**

- ne s'appliquent pas aux opérations de parrainage, ni aux Espaces publicitaires du numérique qui font l'objet de Conditions Générales de Vente spécifiques ;
- s'appliquent à tous les modes de ventes et notamment la vente en Programmatique sur les chaînes éligibles à l'exception de la section « Procédure d'Achat », « Modification », « Annulation des ordres » ;
- s'appliquent aux espaces vendus en TV segmentée sur les chaînes éligibles.

ACHAT PAR L'INTERMÉDIAIRE D'UN MANDATAIRE

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

Tout achat d'espace publicitaire par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de France Télévisions Publicité, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et France Télévisions Publicité. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant obligatoirement à France Télévisions Publicité une attestation de mandat conforme et valable pour une année civile. Cette attestation peut se présenter :

- sous forme dématérialisée et signée électroniquement, dès lors qu'elle a été enregistrée et communiquée par la plateforme MyMandat, éditée par EDIPUB,
- selon le modèle publié par France Télévisions Publicité, dûment rempli et signé, et transmis par tous moyens permettant de s'assurer de sa régularité.

Conditions Générales de Vente des Espaces Publicitaires

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 5 et les chaînes thématiques



Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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

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

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

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

CARACTÉRISTIQUES DES ORDRES

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

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

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

Les Ordres non exécutés à ce titre ne seront pas facturés à l'Annonceur, ce dernier ne pouvant prétendre à aucune compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit. Les supports se réservent le droit de limiter totalement ou partiellement et à tout moment l'accès de leurs écrans publicitaires à certaines catégories d'Annonceurs compte tenu :

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

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

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

entre les intitulés d'écrans figurant dans les Ordres et un horaire de diffusion. L'Acheteur ne peut en aucun cas prétendre à une quelconque indemnité au titre des horaires de diffusion des messages publicitaires.

PROCÉDURE D'ACHAT

France Télévisions Publicité propose à chaque Acheteur plusieurs procédures d'achat d'espace possibles :

- un achat d'Ordre de publicité directement auprès du service Planning par téléphone, e-mail ou par EDI (Échange de Données Informatisées) ;
- un achat d'Ordre de publicité directement sur le compte de l'Acheteur via la plateforme d'achats ADspace de France Télévisions Publicité ;
- un achat d'Ordre de publicité directement via les plateformes partenaires de France Télévisions Publicité dont les modalités d'achat peuvent déroger aux présentes Conditions Générales de Vente.

Il est à préciser que toute demande d'achat d'Ordre de publicité pour les **écrans après 20h** des chaînes du groupe de France Télévisions se fera obligatoirement en direct avec le service planning, selon les disponibilités de celui-ci et sous réserve de l'éligibilité du message publicitaire.

A/ DISPOSITIONS COMMUNES

- 11** Préalablement à toute demande de réservation, l'Acheteur doit faire parvenir à France Télévisions Publicité :
- la « fiche d'identification Annonceur » ;
 - le cas échéant, le formulaire « Acceptation des échanges de données informatisées » tel que publié par France Télévisions Publicité, pour obtenir l'agrément de France Télévisions Publicité en vue de l'utilisation de l'EDI ;
 - l'attestation de mandat, dûment complétée, conforme au modèle

publié par France Télévisions Publicité en cas d'achat par un intermédiaire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur. L'Acheteur informera impérativement France Télévisions Publicité, par écrit, de toute modification des données ainsi renseignées, sans délai et avant exécution de ses Ordres. À défaut, les modifications demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à France Télévisions Publicité.

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

Pour obtenir son code d'accès et son mot de passe 2023, deux possibilités s'offrent à l'Acheteur :

- l'Acheteur doit indiquer au service planning de France Télévisions Publicité les noms et prénoms des personnes habilitées à confirmer et à consulter les Ordres, ainsi que leurs adresses e-mail, et ce en remplissant le formulaire de demande de code d'accès tel que publié par France Télévisions Publicité ;
- ou l'Acheteur désigne un administrateur de son compte sur la plateforme ADspace en remplissant le formulaire de demande de code d'accès administrateur tel que publié par France Télévisions Publicité. 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 leurs droits d'accès au sein de la plateforme ADspace de France Télévisions Publicité.

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 s'engage à reconnaître et accepter la charte informatique de France Télévisions Publicité.

L'Acheteur informera France Télévisions Publicité, par lettre recommandée avec avis de réception, des changements de représentants signataires

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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 à la plateforme ADspace de France Télévisions Publicité s'engage à consulter ses Ordres dans les 48 heures de chaque enregistrement ou modification et à formuler expressément, dans les 48 heures, toute réclamation en cas de désaccord sur les Ordres enregistrés par France Télévisions Publicité.

- 13** L'activation du compte se fait par l'Acheteur dès la réception de son identifiant et d'un mot de passe temporaire fournis par France Télévisions Publicité. Une fois activé, l'Acheteur a l'obligation de modifier ce mot de passe ; France Télévisions Publicité n'a aucun accès à ce mot de passe. Par l'activation du compte en ligne, l'Acheteur reconnaît et accepte la charte informatique de France Télévisions Publicité en toutes ses dispositions.

B/ DISPOSITIONS PARTICULIÈRES

Procédure d'achat directement auprès du service planning (et notamment pour les écrans après 20h, chaînes thématiques et autres)

- 14** L'Acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'Espaces publicitaires par EDI (notamment pour les chaînes nationales hors régions), par courrier électronique, par téléphone ou par tous moyens écrits à France Télévisions Publicité pour la période ouverte à la commercialisation, auprès du service planning de France Télévisions Publicité. Cette demande vaut pollicitation, aux conditions des présentes.
- 15** L'enregistrement informatique par France Télévisions Publicité de la demande reçue, en fonction des disponibilités du planning, vaut acceptation de la pollicitation et des Conditions Générales de Vente et

conditions commerciales de France Télévisions Publicité et constitue l'Ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente. Les Ordres de publicité commandés au lancement des campagnes sont confirmés à l'Acheteur soit par l'envoi d'un relevé des Ordres commandés par EDI, en cas d'achat par EDI ou à défaut, par l'envoi d'un bon de commande sur support papier.

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

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

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

- 16** L'Acheteur sera réputé accepter les Ordres, dans l'état où ils étaient enregistrés informatiquement au planning sauf réclamation formulée par écrit :
- sous 48 heures à compter de l'envoi de la confirmation EDI ou de la mise à jour de la plateforme ADspace de France Télévisions Publicité pour les Acheteurs bénéficiant d'un accès à la plateforme ADspace et/ou utilisant l'EDI, le délai le plus favorable étant retenu dans l'hypothèse où l'Acheteur a accès à la plateforme ADspace et utilise l'EDI ;

Conditions Générales de Vente des Espaces Publicitaires

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 5 et les chaînes thématiques



Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- dans les 5 jours suivant la date d'édition du bon de commande, pour les Acheteurs n'ayant pas d'accès à la plateforme ADspace et n'utilisant pas l'EDI.

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

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

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

PROCÉDURE D'ACHAT VIA LA PLATEFORME ADSPACE

- 18** France Télévisions Publicité met à la disposition des Acheteurs un accès à une plateforme dénommée ADspace. Cette plateforme ADspace permet aux Acheteurs de réaliser directement leurs achats d'espaces publicitaires et d'accéder à plusieurs fonctionnalités comprenant notamment l'optimisation des campagnes publicitaires.

L'accès à la plateforme ADspace est soumis à l'acceptation par l'Acheteur des Conditions Générales d'Utilisation de la plateforme ADspace accessibles sur le site Internet de France Télévisions Publicité à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> ». Il est précisé que France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment les fonctionnalités de la plateforme ADspace et de suspendre temporairement

ou définitivement la mise à disposition de cet outil ce que l'Acheteur reconnaît et accepte expressément.

- 19** L'Acheteur, s'il a un accès valide à la plateforme ADspace et qu'il dispose des droits nécessaires *via* les procédures définies en A ci-avant, peut effectuer ses achats d'espace lui-même, pendant les jours ouvrés et horaires habituels d'ouverture de la plateforme ADspace (de 8h00 à 20h00 sauf cas particuliers). Le périmètre de l'offre accessible est déterminé par France Télévisions Publicité.

- 20** L'Acheteur sélectionnera directement *via* la plateforme ADspace les modalités de ses achats d'espace et procédera à la validation de ses choix par un clic qui vaut acceptation de la pollicitation et des Conditions Générales de Vente et constitue l'Ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire, sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

Les Ordres de publicité générés *via* ADspace sont confirmés à l'Acheteur par l'envoi d'un relevé des Ordres commandés par EDI ou par l'envoi d'un bon de commande.

Pour chaque Ordre, France Télévisions Publicité communique à l'Acheteur les informations suivantes :

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

Toute modification ultérieure d'un élément quelconque de l'Ordre de publicité effectuée conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente donne lieu à l'envoi dans les 24 heures d'un relevé des Ordres commandés par ADspace.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

21 L'Acheteur sera réputé accepter les Ordres, dans l'état où ils étaient enregistrés informatiquement via la plateforme ADspace, sauf réclamation formulée par écrit sous 48 heures à compter de l'envoi de la confirmation de commande par EDI ou de la mise à jour de la plateforme ADspace (le délai le plus favorable étant retenu dans l'hypothèse où l'Acheteur a accès à la plateforme ADspace et utilise l'EDI).

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

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

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

MODIFICATION, ANNULATION DES ORDRES

23 Toute annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être adressée par écrit au plus tard 31 jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre. À défaut, le ou les messages annulés seront facturés intégralement à l'Annonceur, France Télévisions Publicité se réservant la faculté de disposer des espaces concernés.

À moins de 31 (trente et un) jours calendaires de la diffusion (période « hors délai »), les éléments constitutifs des Ordres peuvent être modifiés sous réserve d'une reprogrammation immédiate des Ordres

au service planning, en fonction des disponibilités, en vue d'une diffusion dans un délai de 31 jours à compter de la demande de modification, et pour un budget égal au budget affecté par les Ordres ainsi modifiés.

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

24 Par dérogations aux articles 23 et 25 l'annulation et/ou la modification de certaines offres prévues aux conditions commerciales peuvent faire l'objet de modalités spécifiques, prévues aux dites conditions commerciales.

25 Par dérogation à l'article 23 toute annulation par l'Annonceur d'une campagne de communication globale dite « opération spéciale » ou « cross-média », combinant un dispositif média et hors-média, entraînera, à la charge de l'Annonceur, le paiement d'un dédit dans les conditions suivantes :

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

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

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

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

TARIF, PRIX ET MODIFICATIONS TARIFAIRES

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

MODIFICATIONS DE TARIFS À LA HAUSSE

Les modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs par France Télévisions Publicité (y compris pour les écrans régionaux de France 3) jusqu'à la veille de la date de diffusion des messages publicitaires, dans le « flash programme » ou le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité et notamment, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes en raison d'événements ou de l'actualité.

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

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

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

L'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit impérativement être notifiée par écrit dans les meilleurs délais suivant la date de publication des hausses tarifaires dans le « flash programme » ou le « flash spécial » ou la date d'information de l'Acheteur.

Un Ordre modificatif est adressé à l'Acheteur sous forme papier ou par fichier EDI conformément aux dispositions de l'article 15.

MODIFICATIONS DE TARIFS À LA BAISSSE

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

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

- 29 France Télévisions Publicité se réserve la faculté de modifier à tout moment la programmation des écrans publicitaires. Les modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans le « flash programme » ou le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité. Exceptionnellement et notamment, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes notamment en raison d'événements ou de l'actualité, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier la programmation des écrans publicitaires dans un délai inférieur à 10 jours de la diffusion. Dans cette hypothèse, ces modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs dans le « flash programme », le « flash spécial » publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai. En cas de modification de programmation des écrans publicitaires, l'Acheteur peut :

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- a. soit maintenir son Ordre au nouvel intitulé d'écran communiqué ;
- b. 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.

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

France Télévisions Publicité et les supports se réservent, notamment en cas de force majeure, de pandémie, de grève, de toute cause tenant aux obligations issues du cahier des missions et des charges ou des conventions conclues par les supports avec l'ARCOM ou toute autre autorité de contrôle de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des Ordres de publicité programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de France Télévisions Publicité et des supports aucune réclamation ni demande de dommages et intérêts de quelque nature que ce soit. Dans le cadre d'un événement présentant les caractéristiques de la force majeure, produisant des effets comparables à la crise du Covid-19, France Télévisions Publicité traitera en priorité les annulations d'Ordres consécutives à des restrictions d'activités énoncées par le Gouvernement. France Télévisions Publicité se réserve le droit de ne pas donner suite à des éventuelles demandes liées à de l'optimisation de planning ou de budget.

FACTURATION ET CONDITIONS DE PAIEMENT

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

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

Les factures et avoirs sont établis électroniquement, au sens de l'article 289 VII 2° du Code général des impôts, par France Télévisions Publicité au nom de l'Annonceur. L'acceptation par l'Annonceur de la facturation électronique résulte de la signature des contrats de vente d'Espaces publicitaires souscrits par l'Acheteur, en l'absence d'opposition formulée par l'Annonceur. Il est rappelé que l'Annonceur et/ou le Mandataire demeurent seuls responsables (1) de la vérification de la signature électronique apposée sur les factures au moyen des données de vérification contenues dans le certificat électronique, (2) de la vérification de l'authenticité et de la validité du certificat attaché à la signature électronique et, enfin, (3) du stockage et de l'archivage de la facture et des signature et certificat y étant attachés.

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

Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à France Télévisions Publicité et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de France Télévisions Publicité.

Dans une telle hypothèse, en cas d'ouverture d'une procédure collective à l'encontre du mandataire qui aurait reçu un paiement ou une avance de la part de l'Annonceur, France Télévisions Publicité demandera le paiement directement à l'Annonceur, à charge pour ce dernier de déclarer sa créance au passif sur la base de son contrat de mandat.

L'Annonceur peut, sous sa seule responsabilité, donner mandat au Mandataire d'encaisser en son nom et pour son compte le montant des

Conditions Générales de Vente des Espaces Publicitaires

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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

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

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

MOIS FACTURE	DATE INDICATIVE D'ÉMISSION DE LA FACTURE	DATE D'ÉCHÉANCE (DATE LIMITE DE RÉCEPTION DU PAIEMENT)
Janvier	31/01/24	11/03/24
Février	29/02/24	10/04/24
Mars	29/03/24	10/05/24
Avril	30/04/24	10/06/24
Mai	31/05/24	10/07/24
Juin	28/06/24	12/08/24
Juillet	31/07/24	10/09/24
Août	30/08/24	10/10/24
Septembre	30/09/24	12/11/24
Octobre	31/10/24	10/12/24
Novembre	29/11/24	10/01/25
Décembre	31/12/24	10/02/25

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

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

Les traites ne sont pas acceptées.

- 33** Chaque solution est constituée d'un ensemble d'Espaces publicitaires et est proposée à un prix unique. En aucun cas les éléments constitutifs des solutions ne peuvent faire l'objet d'une réclamation ou d'un avoir, France Télévisions Publicité s'engageant sur l'ensemble de la solution, et non sur chacun de ses éléments.

- 34** France Télévisions Publicité peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'Annonceur des Ordres de publicité ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

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

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

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

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



Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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

Conformément aux dispositions de l'article L. 441-10 du Code de commerce, une indemnité de quarante (40) euros pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

France Télévisions Publicité se réserve aussi le droit de refuser la prise en compte des factures qui n'auront pas été réglées à échéance pour le calcul des remises consenties dans le cadre de ses conditions commerciales.

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

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

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

INCIDENTS DE DIFFUSION

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

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

a. Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 3 Régions et France 5

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

Amiens (Bouvigny)	5 %	Paris (Tour Eiffel)	25 %
Lille (Bouvigny)	5 %	Niort (Maisonny)	4 %
Marseille (Grande Étoile)	6 %	Toulouse (Pic du Midi)	5 %
Lyon (Mont Pilat)	6 %		

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

b. Concernant les autres supports

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

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

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

PUBLICITÉS POUR DES CHAÎNES PAYANTES

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

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

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

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

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

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

- absence de promotion directe ou indirecte de programmes à accès gratuit ;
- absence de référence expresse ou tacite aux programmes des chaînes du groupe France Télévisions ou de toute chaîne tierce ;

- absence de promotion directe ou indirecte d'un ou plusieurs programmes ou émissions individualisés, notamment accompagnés de leur date et de leur horaire de diffusion ; et engagement de réciprocité de la Chaîne admise à diffuser un message publicitaire sur France 2, France 3 National et France 5 permettant à ces dernières de diffuser, individuellement ou collectivement, des messages publicitaires sur cette chaîne.

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

CONDITIONS DE DIFFUSION

39 A - L'Annonceur reconnaît et accepte que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à France Télévisions Publicité le droit de :

- Reproduire, présenter, adapter les messages publicitaires remis en vue d'une communication au public, autant de fois que France Télévisions Publicité le souhaitera, sur tous supports notamment sur les sites Internet ou extranet de France Télévisions Publicité dans le but d'une action de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- Représenter lesdits messages suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à France Télévisions Publicité en vue d'une communication pour un usage professionnel en vue de l'information des Annonceurs et leurs intermédiaires ;
- Diffuser les messages sur les sites Internet des supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

39 B - L'Annonceur certifie que ses messages publicitaires n'utilisent pas de techniques subliminales, que leur contenu ne déroge à aucun droit, règle ou législation en vigueur, qu'ils ne font l'objet d'aucune imputation, allusion diffamatoire ou plus généralement qu'ils ne causent pas de dommage à un tiers. L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les supports contre toute action ou réclamation à ce sujet.

39 C - L'Annonceur s'engage à obtenir toutes les autorisations nécessaires à la diffusion des messages publicitaires sur tous supports, et garantit France Télévisions Publicité et les supports contre toute action ou réclamation notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et plus généralement de tiers fondés sur la méconnaissance d'un droit de propriété intellectuelle ou d'un droit de la personnalité quel qu'il soit (droit à l'image et/ou au respect de la vie privée).

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

Cette obligation vaut également pour toutes les déclinaisons d'un message aux fins de TV segmentée. Les messages destinés à être diffusés en TV segmentée devront également comporter le moyen d'identification prévu par le décret du 5 août 2020.

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

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

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

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

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

40 B - Le calendrier des diffusions des messages publicitaires sur les espaces réservés doit être remis à France Télévisions Publicité en même temps que le support de diffusion, soit au plus tard six (6) jours avant la date de première diffusion prévue, via la plateforme MyDiffTV.

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

Si le calendrier de diffusion n'est pas fourni de manière écrite par e-mail ou sur MyDiffTV, les erreurs ou omissions éventuelles de diffusion relèveront de la responsabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire. Dans l'hypothèse où plusieurs calendriers de diffusion seraient fournis soit par le Mandataire, soit par l'agence de création, soit par l'Annonceur, seul le dernier calendrier reçu dans les délais de montage mentionnés en tête des présentes sera pris en compte.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Toutes les instructions de diffusion doivent être déposées sur MyDiffTV à l'adresse URL www.mydiff.tv, la plateforme dédiée et commune aux régies membres du SNPTV.

LES SUPPORTS ET LES FORMATS

41 Livraison des messages publicitaires à France Télévisions Publicité

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

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

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

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

Les messages publicitaires seront exclusivement fournis en Fichier média numérique PAD haute définition.

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

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

42 A - Normes communes à l'ensemble des PAD :

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

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

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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.

42 B - Fichier média numérique PAD haute définition

Le fichier PAD HD sera transmis *via* Internet à partir du site : www.francetvpub.fr.

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

Les formats suivants sont acceptés :

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

Bien que non conseillés en raison de leur qualité plus faible (visible par les téléspectateurs et internautes), les fichiers non HD, au format standard SD pourront à titre purement exceptionnel être acceptés, à savoir :

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

Quel que soit le type de fichier choisi, celui-ci doit contenir un code temporel continu et croissant.

Le fichier doit uniquement contenir le message publicitaire et avoir une durée à la seconde entière.

- 43 L'Annonceur donne tous pouvoirs à France Télévisions Publicité pour effectuer toutes modifications sur les messages publicitaires reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des supports en vue de l'exécution de ses Ordres de publicité. L'Annonceur garantit

France Télévisions Publicité et les supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui estimerait avoir un droit quelconque à faire valoir sur tout ou partie desdits messages publicitaires en raison de leur diffusion par les supports.

- 44 France Télévisions Publicité vérifiera que la durée effective du message publicitaire livré correspond strictement à celle de l'espace réservé.

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

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

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

- 47 Un « service dernière minute », qui a pour vocation de permettre à l'Annonceur ou son Mandataire de procéder au plus près de l'heure de diffusion à des modifications importantes de dernière minute, est accessible.

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

Pour toute modification intervenant dans une période allant de deux jours ouvrables avant le jour de la diffusion jusqu'au jour ouvrable, veille du jour de la diffusion, un montant de 1 500 euros HT par écran publicitaire modifié sera facturé. Le montant maximum facturé par France Télévisions Publicité pour des modifications faites simultanément sur plusieurs

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

écrans pour un même produit, objet du message publicitaire, sera plafonné à 15 000 euros HT. Ce « service dernière minute » ne peut être mis en œuvre pour les diffusions d'écrans régionalisés de France 3 ainsi que les diffusions prévues sur les Chaînes thématiques. La facturation de ces modifications de dernière minute sera adressée à l'Annonceur avec duplicata au demandeur de la modification.

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

48 Dans la mesure où, à titre tout à fait exceptionnel, un message publicitaire serait monté sans avis de l'ARPP, le fait de recevoir un avis ARPP « à ne pas diffuser » ou « cessation de diffusion » ou « à modifier » entraînera le versement par l'Acheteur d'une pénalité de 1 500 euros HT par écran publicitaire modifié dans la limite de 15 000 euros HT.

49 Tous les fichiers médias livrés peuvent être détruits à l'initiative de France Télévisions 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.

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

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

Il est rappelé par ailleurs que les programmes de France 3 sont soumis

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

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

51 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, certains supports étant soumis à des législations spécifiques, et qu'ils ne comportent aucune imputation ou allusion diffamatoire ou, plus généralement, dommageable à l'égard de tiers.

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

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

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

a. de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis, pour une communication au public, autant de fois que France Télévisions Publicité le souhaitera, sur tout support et particulièrement sur les sites Internet ou extranet de France Télévisions Publicité et des supports, en vue notamment d'actions de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

b. de représenter lesdits messages suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à France Télévisions Publicité, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs intermédiaires ;

c. de diffuser les messages sur les sites Internet des supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

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

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

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

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

- 55** France Télévisions Publicité et les Acheteurs s'interdisent de divulguer les informations confidentielles auxquelles ils pourraient avoir accès dans le cadre des Ordres de publicité. Seront considérées comme confidentielles, toutes informations ou toutes données de quelque nature qu'elles soient, notamment informatique, technique, marketing, commerciale ou financière, sous quelque forme ou sur quelque support que ce soit, divulguée par l'une ou l'autre des parties, par tout moyen. France Télévisions Publicité et les Acheteurs s'engagent à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne sur le(s) support(s)/le(s) site(s) du (des) message(s) publicitaire(s).

L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec France Télévisions Publicité à l'occasion de l'exécution des Ordres de publicité sont susceptibles de faire l'objet d'intrusions ou de contaminations par un tiers, notamment à l'occasion des transmissions par Internet. À ce titre, France Télévisions Publicité ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/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.

- 56** L'Acheteur convient expressément que tout document pourra être signé de manière dématérialisée dans le cadre de la plateforme de signature électronique utilisée par France Télévisions et que ce dernier :

- constitue l'original dudit document ;
- constitue une preuve écrite au sens de l'article 1365 du Code Civil ;
- a la même valeur probante qu'un écrit signé de façon manuscrite sur support papier conformément à l'article 1366 du Code Civil et pourra valablement être opposé à chacune des Parties et aux tiers ;

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- est susceptible d'être produit en justice, à titre de preuve par écrit, en cas de litiges, y compris dans les litiges opposant les Parties.

En conséquence, l'Acheteur reconnaît que tout document signé de manière dématérialisée vaut preuve du contenu dudit document, de l'identité du signataire et de son consentement aux obligations et conséquences de faits et de droit qui découlent du document signé de manière dématérialisée.

- 57** France Télévisions Publicité s'est engagée dans la conduite de ses activités à respecter un ensemble de valeurs et de principes consignés au sein de la « Charte d'éthique de France Télévisions ». Ces principes incluent notamment, et de manière non limitative, l'engagement de France Télévisions Publicité de conduire ses activités dans le respect des personnes et de l'environnement.

France Télévisions Publicité garantit que ses activités sont menées dans le respect des procédures applicables, et dans le souci constant de prévenir tout conflit d'intérêts et de lutter contre la corruption.

France Télévisions Publicité a la volonté de partager ces principes éthiques avec ses fournisseurs et prestataires. À cet égard, l'Acheteur déclare avoir pris connaissance, pour ce qui le concerne, de la Charte d'éthique, disponible à l'adresse suivante : <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/charte-ethique-france-televisions/>.

Il s'engage à respecter des pratiques similaires dans la conduite de ses activités et plus particulièrement dans le cadre des prestations qu'il réalise pour le compte de France Télévisions Publicité.

Par ailleurs, l'Acheteur est informé que, conformément à la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016, France Télévisions Publicité s'est dotée d'un Code de conduite anti-corruption. Ce Code a pour objet d'énoncer ou de rappeler les valeurs et les principes fondamentaux que France Télévisions Publicité s'engage à respecter en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence. Il est disponible sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante : <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/code-de-conduite-anti-corruption/>.

L'Acheteur s'engage à en prendre connaissance et garantit à France Télévisions Publicité qu'il n'entreprendra aucune action qui serait en contravention avec les dispositions dudit Code anti-corruption, et/ou qui violerait une disposition légale ou réglementaire de lutte ou de prévention contre la corruption ou autre loi ou réglementation applicable dans la conduite de ses activités.

De plus, afin de compléter sa démarche éthique et de garantir que ses activités dans le cadre des relations qu'elle entretient avec ses partenaires commerciaux obéissent bien aux mêmes principes, France Télévisions Publicité s'est engagée à respecter le Code de conduite des partenaires commerciaux. L'Acheteur déclare avoir pris connaissance du Code de conduite des partenaires commerciaux, disponible à l'adresse suivante : <https://static.francetelevvisions.fr/inline-images/code%20de%20conduite%20partenaires%20commerciaux.pdf>

Il s'engage à le respecter dans le cadre de ses relations d'affaires avec France Télévisions Publicité ou à appliquer des standards équivalents dans le cadre des activités qu'il mène pour le compte de France Télévisions Publicité.

France Télévisions Publicité attache une grande importance au respect des dispositions internationales et nationales relatives au respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, à la protection de la santé et de la sécurité des personnes, ainsi qu'à la protection de l'environnement.

La politique RSE de France Télévisions Publicité s'appuie sur le respect des principes éthiques et des droits humains tels que définis dans :

- la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;
- la Déclaration de l'Organisation internationale du Travail (OIT) relative aux principes et droits fondamentaux au travail et les déclarations et conventions de cette même Organisation contre le travail forcé et le travail des enfants ;
- le Pacte mondial des Nations Unies (Global Compact) et les Principes d'autonomisation des Femmes (Women Empowerment Principles) ;

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- la Charte Éthique du groupe France Télévisions (<https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/charte-ethique-france-televisions/>).

De la même manière, France Télévisions Publicité s'engage pour la protection de l'environnement.

Les dispositions du Groupe France Télévisions en matière de RSE sont détaillées dans le document accessible en cliquant sur le lien suivant: <https://www.francetelevvisions.fr/groupe/nos-engagements/les-engagements-en-matiere-de-rse-3925>.

L'Acheteur s'engage donc à respecter les principes définis dans ces textes, disponibles sur Internet, et veille à ce que ses sous-traitants fassent de même, et à ne conduire aucune action contraire aux engagements environnementaux et sociétaux du Groupe France Télévisions.

L'Acheteur se conformera aux prescriptions légales concernant la réglementation du travail et assurera seul la charge et l'exécution des obligations imposées par les lois sociales et fiscales en faveur ou du fait de son personnel.

Les travailleurs étrangers doivent être munis du titre les autorisant à exercer une activité salariée en France, lorsque la possession de ce titre est exigée, en vertu de dispositions législatives ou réglementaires, ou de traités ou accords internationaux.

L'Acheteur atteste sur l'honneur que les prestations sont réalisées par des salariés employés régulièrement au regard de la réglementation en vigueur et notamment des articles L.3243-1 à 5, L.1221-10 à 13, et L.8251-1 du code du travail.

L'Acheteur s'engage à remettre à France Télévisions Publicité les documents visés à l'article D.8222-5 du code du travail ou D.8222-7 du même code pour les entreprises établies à l'étranger dès la conclusion du contrat, puis tous les six (6) mois à compter de celle-ci pendant toute la durée du contrat.

De même afin que France Télévisions Publicité puisse satisfaire à son obligation de vigilance, l'Acheteur déclare avoir remis, en application des

articles L.8221-3 et L.8221-5 du code du travail, à France Télévisions Publicité lors de la conclusion du contrat, une attestation relative au respect de ses obligations en matière de déclarations sociales, complétée de la mention du paiement des cotisations et contributions de sécurité sociale, et faisant apparaître :

- L'identification de l'entreprise ;
- Le nombre de salariés employés ;
- L'assiette de rémunération déclarée sur le dernier récapitulatif des cotisations de sécurité sociale adressées à l'organisme de recouvrement.

L'Acheteur s'engage à remettre cette attestation à France Télévisions Publicité tous les six (6) mois et ce jusqu'à la fin de l'exécution du contrat.

L'Acheteur reconnaît que le respect par lui et tout au long du contrat, des obligations issues des articles L.8221-3 et L.8221-5 du code du travail constitue une obligation essentielle d'exécution du contrat.

- 58** L'Annonceur s'engage à respecter et à faire respecter à son Mandataire, ainsi qu'à tous ses prestataires intervenant en son nom et/ou pour son compte pour des opérations de traitement de Données personnelles, en tout point la réglementation applicable, et plus particulièrement celle en matière de Données personnelles, telle qu'issue du Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des Données personnelles et à la libre circulation de ces données, de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, ou bien encore des Délibérations de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés et notamment la Délibération n° 2020-091 du 17 septembre 2020 portant adoption de lignes directrices relatives à l'application de l'article 82 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée aux opérations de lecture ou écriture dans le terminal d'un utilisateur et la Délibération n°2020-092 du 17 septembre 2020 portant adoption d'une recommandation proposant des modalités pratiques de mise en conformité en cas de recours aux « cookies et autres traceurs ».

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

À cet effet, l'Annonceur, son Mandataire, et tous ses prestataires intervenant en son nom et/ou pour son compte pour des opérations de traitement de Données personnelles, s'interdisent strictement, sauf accord contractuel préalable de France Télévisions Publicité, toute insertion ou utilisation de Cookies, dans les messages publicitaires destinés à être diffusés suite à l'achat de l'espace publicitaire, quelles que soient les modalités de cet achat.

L'Annonceur s'engage tant en son nom et pour son compte qu'au nom et pour le compte de tout Mandataire ou prestataire, à traiter les Données personnelles des téléspectateurs ou utilisateurs auxquelles il pourrait avoir accès par quelque procédé que ce soit (et notamment dans le cadre de bid-request à l'occasion de la commercialisation en Programmatique) avec le respect des conditions suivantes :

- le traitement des Données personnelles ne pourra être réalisé que dans le cadre d'achat d'espace publicitaire sur les supports afin de fournir une publicité personnalisée aux téléspectateurs ou utilisateurs exclusivement à l'exception de toute autre utilisation ;
- les Données personnelles récupérées par l'Annonceur ne pourront être transmises à des tiers, Mandataires, prestataires que dans le cadre du traitement mentionné ci-dessus ;
- l'utilisation des Données personnelles à des fins d'enrichissement d'une DMP ou de toute base de données de l'Annonceur, du Mandataire ou de tout tiers ou sous-traitant est interdite ;
- tout croisement avec d'autres données que l'Annonceur détient directement ou indirectement, notamment à des fins de ciblage publicitaire est interdit ;
- l'Annonceur garantit à France Télévisions Publicité que les conditions d'hébergement des Données personnelles respectent les exigences de sécurité et de confidentialité de la réglementation applicable.

Dans l'hypothèse où l'Acheteur, son Mandataire ou ses prestataires intervenant en son nom et/ou pour son compte pour des opérations de

traitement de Données personnelles ne respecteraient pas les obligations visées ci-avant, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité d'annuler la programmation de la campagne dans les conditions prévues à la section « Annulation » ci-avant en exigeant de l'Annonceur ou de son Mandataire le paiement intégral du montant de ladite campagne.

Il est précisé que l'Annonceur, son Mandataire ou des tiers ne pourront prétendre en toute hypothèse à une quelconque indemnité dans une telle hypothèse et que France Télévisions Publicité ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/ou indirects qui résulteraient pour toute personne de la présence ou de l'usage des Cookies ou des technologies de ciblage comportemental intégrés au sein des messages concernés en contravention des présentes dispositions.

L'Annonceur souhaitant exploiter les Données personnelles qu'il a lui-même collectées à des fins de publicité personnalisée dans le cadre de la TV segmentée (ou du replay IPTV cf. Conditions Générales de Vente du Numérique) devra obligatoirement avoir préalablement contracté avec le ou les tiers de confiance choisi(s) par chaque fournisseur d'accès Internet (ci-après « FAI ») dont la liste est disponible auprès de France Télévisions Publicité afin de permettre le croisement avec les Données personnelles du FAI (ci-après « l'Onboarding »).

A cet effet, l'Annonceur garantit France Télévisions Publicité comme le FAI du respect des obligations suivantes :

- Utiliser uniquement la base légale du consentement lors de la collecte des Données personnelles pour la réalisation d'Onboarding ;
- Pouvoir à tout moment mettre à disposition du FAI et de France Télévisions Publicité la preuve de ce consentement ;





Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- Permettre à France Télévisions Publicité et au FAI la réalisation d'audits sur les Données personnelles destinées à l'Onboarding ;
- Permettre la prise en compte par le FAI et France Télévisions Publicité de tout retrait du consentement ou demande de droit des personnes concernées en relation avec l'Annonceur, ainsi que de toute violation de données concernant des Données personnelles traitées dans le cadre de l'Onboarding ;
- De manière générale, accepter tous les pré-requis imposés par le tiers de confiance du FAI.

Il est entendu que les Données personnelles objet de l'Onboarding ne pourront être utilisées par France Télévisions Publicité que dans le cadre des campagnes de l'Annonceur concerné.

LITIGES

- 59** Toute contestation ou tout litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, et plus généralement de la formation et de l'exécution des Ordres de publicité relève de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs. La formation, l'interprétation, l'exécution et la résiliation des présentes sont soumises au droit français.

2

*Conditions Générales de Vente **du Parrainage*** sur France Télévisions et les chaînes thématiques

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

GÉNÉRALITÉS

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

- **les chaînes de France Télévisions :** France 2, le réseau national de France 3 (ci-après « France 3 National »), le réseau régional de France 3 (ci-après « France 3 Régions »), France 4, France 5 ;
- **les chaînes thématiques :** 13ÈME Rue, Cartoonito, Boomerang (Boomerang+1), Cartoon Network, E! Entertainment, France 24 (signal France), La Chaîne Météo, Melody, Museum TV, My Zen TV, National Geographic Channel, National Geographic Wild, Sport en France, SYFY, Trace Vanilla, Trace Urban, Trace Ayiti, Trace Caribbean, Maison et Travaux TV, MGG TV, DreamWorks, Sport en France, TCM Cinéma, Warner TV Next, TV5 Monde « FBS », LCP Assemblée Nationale, Public Sénat, Millenium Good Game, Warner TV et Disney (Disney Channel, Disney Channel +1 ; DisneyJunior) (ci-après « Chaînes Thématiques »*)

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

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

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

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

- **« Annonceur »** ou **« Parrain »** la personne morale pour le compte de laquelle est diffusée l'Opération de parrainage ;
- **« Mandataire »** toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur dûment mandaté par un contrat écrit ;

- **« Acheteur »** tout Annonceur, Parrain ou Mandataire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur ou du Parrain en vertu d'un mandat écrit et souscrivant à une Opération de parrainage ;
- **« Opération de parrainage »** ou **« Opération »** toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale, publique ou privée, n'exerçant pas d'activité d'édition de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement d'émission télévisée afin de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations conformément à l'article 17 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 ;
- **« Document électronique »** : Tout document signé de manière dématérialisée dans le cadre de la plateforme de signature électronique utilisée par France Télévisions Publicité et/ou l'acheteur, dans des conditions conformes au régime fixé par le règlement de l'Union européenne 910/2014 du 23 juillet 2014 sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques au sein du marché intérieur (eIDAS).

2 Domaine d'application et validité

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables aux Opérations de parrainage diffusées sur les Supports du 1^{er} janvier 2024 au 31 décembre 2024. Seule leur version publiée sur le site Internet de France Télévisions Publicité, accessible à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> », fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support n'est effectuée qu'à titre indicatif.

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

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

la mise à jour des Conditions Générales de Vente publiées sur ledit site Internet. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Opérations de parrainage valablement conclues avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme. Le cas échéant, les offres commerciales pourront prévoir des dispositions dérogoratoires aux présentes Conditions Générales de Vente.

3 Réglementation applicable

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

L'OFFRE DE PARRAINAGE

4 Acceptation des Conditions Générales de Vente

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

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

5 Droit de réserve de France Télévisions Publicité et des Supports

France Télévisions Publicité pourra refuser tout parrainage :

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

Chaque Support se réserve la possibilité de refuser :

- tout Annonceur dont il estimerait qu'il ne correspond pas à son image ou à celle de l'émission concernée ;

- ou tout parrainage qui porterait atteinte à ses intérêts commerciaux ou éditoriaux ;
- ou tout Parrain ou tout parrainage pour des raisons d'image ou de déontologie, ou encore pour des raisons tenant aux obligations inhérentes au cahier des charges de France Télévisions ou à la Charte de l'antenne du groupe France Télévisions.

6 Propositions commerciales

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

7 Mandat

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

Tout achat d'espace de parrainage par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de France Télévisions Publicité, les obligations ▶

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et France Télévisions Publicité. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant obligatoirement à France Télévisions Publicité une attestation de mandat conforme et valable pour une année civile. Cette attestation peut se présenter :

- sous forme dématérialisée et signée électroniquement, dès lors qu'elle a été enregistrée et communiquée par la plateforme MyMandat, éditée par EDIPUB ;
- selon le modèle publié par France Télévisions Publicité, dûment rempli et signé, et transmis par tous moyens permettant de s'assurer de sa régularité.

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

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

L'Annonceur s'engage à informer France Télévisions Publicité de toute modification relative au mandat qu'il a confié à son Mandataire, et ce sans délai, par lettre recommandée avec avis de réception. Au titre des présentes Conditions Générales de Vente, les stipulations relatives au Mandataire s'appliquent, le cas échéant, au Sous-Mandataire.

8 Priorité d'achat

Seules les Opérations de parrainage de longue durée (6 mois consécutifs minimum) peuvent bénéficier d'une priorité d'achat pour la même période l'année suivante. Les Opérations de parrainage de la grille de Noël et de la grille d'été ne peuvent pas faire l'objet d'une priorité d'achat. Les modalités d'application de cette priorité d'achat sont définies par France Télévisions Publicité et précisées dans la convention de parrainage

initial, notamment son échéance qui sera fixée au moins à quatre mois avant la date de la première diffusion de la ou des émissions parrainées. Si à l'échéance de son délai de priorité, l'Annonceur prioritaire n'a pas notifié par écrit à France Télévisions Publicité sa volonté de réitérer l'Opération, France Télévisions Publicité pourra alors commercialiser librement le parrainage de la ou des émissions.

9 Les partenaires officiels

Indépendamment des dispositions de l'article 10 ci-après, les Annonceurs « partenaires officiels » d'événements sportifs, bénéficient de droits (conformément à la convention signée 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 une convention de parrainage conclu antérieurement avec un autre Annonceur.

10 La prise d'option

10 A - Tout Acheteur peut déposer auprès de France Télévisions Publicité, une option permettant une priorité d'achat sur une ou plusieurs des émissions proposées à la vente d'espaces de parrainage dans les conditions de l'article 10.E.

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

La durée de l'option est de 10 (dix) jours ouvrés. La durée de l'option ne peut être prolongée, y compris lorsque le délai de confirmation de 48 (quarante-huit) heures de l'article 10.F commence à courir 24 (vingt-quatre) heures avant la date d'échéance de l'option.

Aucune option ne sera enregistrée à moins de 8 (huit) semaines de la date de la première diffusion de la ou des émission(s) retenue(s).

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

La prise d'option est expressément exclue dans les cas de compensations tels que prévus aux présentes CGV.

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

À la date d'expiration de l'option, France Télévisions Publicité confirmera ou non les propositions d'achat ferme des autres titulaires d'option et/ou des acheteurs, en fonction de la décision des Annonceurs prioritaires.

- 10 B** - La prise d'option doit indiquer clairement le nom de l'émission, les dates d'opération retenues, le nom du Parrain et de sa marque, ainsi que le montant financier de l'Opération.

Elle doit mentionner également impérativement l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente pour pouvoir être retenue.

- 10 C** - La ou les options doivent faire l'objet d'une demande écrite envoyée par tout moyen qui puisse permettre de dater la réception de la demande d'option.

Lorsque la demande d'option est envoyée par courrier électronique, France Télévisions Publicité en accuse réception en indiquant par retour à l'Acheteur la date d'échéance et son rang d'option. Passée cette date et à défaut de confirmation, l'option devient caduque.

- 10 D** - 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.

- 10 E** - France Télévisions Publicité ne retient, pour chaque dispositif proposé, que trois options. Les rangs des options déterminent l'ordre dans lequel la priorité d'achat sera proposée aux annonceurs.

Les rangs seront déterminés par le nombre de semaines consécutives

des dispositifs proposés, le dispositif le plus long bénéficiant du premier rang (ordre croissant). Dans le cas d'options reposant sur un nombre identique de semaines consécutives, la priorité sera donnée à l'option ayant été déposée en premier (selon l'ordre chronologique de réception) et/ou prévoyant la date de démarrage la plus proche.

Après enregistrement des options, et pendant les 10 jours de la validité de chaque option, les rangs des options pourront être modifiés par France Télévisions Publicité selon les critères du présent article, notamment si un nouvel Acheteur souhaite enregistrer une option d'un nombre de semaines consécutives supérieur aux options déjà enregistrées.

- 10 F** - Après enregistrement des options, et pendant les 10 jours de la validité de chaque option, France Télévisions Publicité conserve le droit de proposer à la vente des dispositifs sur lesquels des options ont été déposées.

Dans l'hypothèse d'une offre d'achat ferme formée sur un dispositif optionné :

- Si un ou des Acheteur(s) forme(nt) une proposition ferme d'achat reposant sur un nombre de semaines consécutives supérieur à celui des options enregistrées, France Télévisions Publicité sera libre de donner suite à cette/ces proposition(s) ferme(s) sans que les titulaires des options ne bénéficient d'un droit de priorité, et sans que cela ne leur ouvre aucun droit à indemnité de quelque nature que ce soit ;
- Si un ou des Acheteur(s) forme(nt) une proposition ferme d'achat reposant sur un nombre de semaines consécutives inférieur ou égal à celui des options enregistrées, les titulaires des options disposeront d'un délai de 48 (quarante-huit) heures pour lever leurs options et formaliser une offre ferme d'achat. Les confirmations d'achat ferme reçues pendant ce délai de 48 (quarante-huit) heures sont retenues en respectant les règles de priorité définies à l'article 10.E.

Le délai de 48h de la priorité d'achat commence à courir au lendemain du jour de la confirmation de l'Acheteur jusqu'au surlendemain 18h00 (dix-huit heures), dans la limite du respect du délai de la durée de l'option. ▶

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- 10 G** - Les modifications ou suppressions d'un rang d'option résultant de l'application des présents articles n'ouvrent droit à aucune indemnité, de quelque nature que ce soit.

CONCLUSION DE L'OPÉRATION DE PARRAINAGE

France Télévisions Publicité propose deux modes d'achat dans le cadre de la vente d'espaces de parrainage :

- la procédure d'achat classique soumise aux présentes Conditions Générales de Vente ;
- la procédure d'achat via ADspace soumise aux présentes Conditions Générales de Vente étant précisé que certaines offres peuvent déroger à ces dernières.

11 Procédure d'achat classique (hors ADspace)

Chaque Opération de parrainage est personnelle à l'Annonceur et ne peut être cédée. Elle fait l'objet d'une convention de parrainage entre France Télévisions Publicité et l'Annonceur qui, au cas par cas, en précise le contenu.

- 11 A** - Quand une proposition commerciale de parrainage est mise sur le marché par France Télévisions Publicité et qu'un Acheteur fait une proposition d'achat ferme validée par France Télévisions Publicité, aucune autre vente ne pourra se substituer à la première.
- 11 B** - Pour les Opérations de parrainage avec dotation, l'achat ne sera pris en compte par France Télévisions Publicité que si le détail et le montant des lots offerts sont communiqués au moment de la confirmation d'achat.
- 11 C** - Les Supports se réservent le droit de diffuser des bandes-annonces non parrainées.

- 11 D** - La convention de parrainage doit impérativement être retournée signée à France Télévisions Publicité deux semaines après l'envoi de la convention pour signature.

À défaut, France Télévisions Publicité se réserve le droit d'annuler l'Opération de parrainage programmée.

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

- 11 E** - Hors procédure d'achat sur la plateforme ADspace si une opération de parrainage prend la forme d'un document électronique, celui-ci constituera l'original dudit document. Conformément aux articles 1366 et 1367 du Code civil, le document électronique :

- a la même valeur probante qu'un écrit signé de façon manuscrite sur support papier et pourra ainsi valablement être opposé à chacun des signataires et aux tiers, et produit en justice,
- vaut preuve du contenu du document, de l'identité des signataires et des consentements aux obligations et conséquences qui découlent du document signé de manière dématérialisée.

12 Procédure d'achat via la plateforme ADspace

France Télévisions Publicité met à la disposition des Acheteurs un accès à une plateforme dénommée ADspace. Cette plateforme ADspace permet aux Acheteurs de réaliser directement leurs achats d'espaces de parrainage et d'accéder à plusieurs fonctionnalités.

L'accès à la plateforme ADspace est soumis à l'acceptation par l'Acheteur des Conditions Générales d'Utilisation de la plateforme ADspace accessibles sur le site Internet de France Télévisions Publicité à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> ». Il est précisé que France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment les fonctionnalités de la plateforme ADspace et de suspendre temporairement ou définitivement la mise à disposition de cet outil ce que l'Acheteur reconnaît et accepte expressément.

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

13 L'Acheteur, s'il a un accès valide à la plateforme ADspace et qu'il répond aux obligations définies ci-dessus, peut retenir auprès de France Télévisions Publicité, sous forme de proposition d'achat ferme, l'offre concernée et sa période, ainsi que le nom du Parrain et de sa marque, pendant les jours ouvrés et horaires habituels d'ouverture de la plateforme ADspace (de 8h00 à 20h00 sauf cas particuliers). Le périmètre de l'offre accessible est déterminé par France Télévisions Publicité et figure dans les conditions commerciales de France Télévisions Publicité.

14 L'Acheteur sélectionnera directement via la plateforme ADspace ses propositions d'achat ferme par un clic qui vaut acceptation de la sollicitation et des Conditions Générales de Vente et des conditions commerciales de France Télévisions Publicité. Ses propositions d'achat ferme seront soumises à la validation de France Télévisions Publicité. Dès validation par France Télévisions Publicité de ses propositions d'achat ferme, l'opération de parrainage est constituée et la vente ferme est réalisée.

Les Opérations de parrainage générées via ADspace sont confirmées à l'Acheteur par l'envoi d'un courrier électronique. Chaque Opération de parrainage générée par ADspace est encadrée par les dispositions des articles des présentes Conditions Générales de Vente du Parrainage. Pour chaque Opération de parrainage, France Télévisions Publicité communique à l'Acheteur les détails relatifs à cette opération (telles que notamment l'offre et la période concernée, le montant financier de l'opération).

L'Acheteur accepte la procédure d'achat auprès de France Télévisions Publicité telle que définie ci-dessus et s'interdit de contester au-delà du délai prévu les Opérations de parrainage qui auront été enregistrées selon les procédures décrites ci-dessus. En toute hypothèse, la production par France Télévisions Publicité des documents informatiques ayant enregistré les Opérations de parrainage vaudra preuve irréfragable de la formation des conventions de parrainage souscrites par l'Acheteur. France Télévisions Publicité ne peut être tenue pour responsable de toute

action frauduleuse ou malveillante opérée sur le réseau informatique ou téléphonique utilisé.

15 Annulation

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

15 A - En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme :

- plus de 12 (douze) semaines avant le démarrage de l'Opération de parrainage, c'est-à-dire de la diffusion de la première émission concernée, l'Acheteur doit s'acquitter auprès de France Télévisions Publicité d'un dédit d'un montant égal à 50 % (cinquante pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération annulée ;
- entre 12 (douze) et 4 (quatre) semaines incluses avant le démarrage de l'Opération de parrainage l'Acheteur doit s'acquitter auprès de France Télévisions Publicité d'un dédit d'un montant égal à 75 % (soixante-quinze pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération annulée.

Moins de 4 (quatre) semaines avant le démarrage de l'Opération de parrainage l'Acheteur doit s'acquitter auprès de France Télévisions Publicité d'un dédit d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération annulée.

En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme après le démarrage de l'Opération de parrainage, c'est-à-dire pendant la diffusion des émissions concernées par l'Opération de parrainage, l'Acheteur doit s'acquitter auprès de France Télévisions Publicité d'un dédit d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération annulée, quelle que soit la durée de ladite Opération.

L'Acheteur qui annulerait une réservation ferme ne pourra pas racheter ultérieurement le même dispositif à un prix inférieur, et ce même si

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

France Télévisions Publicité l'aurait remis sur le marché à un prix inférieur. Une fois qu'un Annonceur a procédé à l'annulation d'un dispositif, il ne pourra pas le racheter dans le cadre d'une autre offre.

15 B - En cas de contradiction entre les dispositions d'annulation d'une offre commerciale et des articles de l'article 15.A ci-avant, celles de l'offre commerciale prévalent.

15 C - L'article 15.A est également applicable pour toute annulation par l'Acheteur d'une campagne de communication globale dite « opération spéciale » ou « cross-média », incluant notamment une Opération de parrainage.

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

L'Acheteur sera redevable auprès de France Télévisions Publicité Conseil du paiement intégral des frais techniques, tels que définis aux articles 19 et 23, engagés au titre de l'Opération de parrainage annulée.

15 D - L'Acheteur qui annulerait une Opération après avoir dument accepté un report pour les motifs visés à l'article 39.A, devra s'acquitter d'un dédit d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération, et ce quel que soit le délai d'annulation.

15 E - Pour les Opérations attachées aux événements sportifs, lors de survenance des cas prévus à l'article 39.A ayant abouti :

- à l'annulation de l'événement sportif : l'Opération ne donnera lieu à aucune facturation, pour toutes les catégories d'Annonceurs ;
- au report de l'événement sportif :
 - L'Annonceur « partenaire officiel » qui annulerait une Opération devra s'acquitter d'un dédit d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération, quelle que soit la date à laquelle le report de l'événement sportif a été programmé (année n ou n+1).

- L'Annonceur relevant des autres catégories que « partenaire officiel » :

- qui annulerait une Opération devra s'acquitter d'un dédit d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) de la totalité du budget net hors taxes de l'Opération, si le report de l'événement a été programmé en année n ;
- pourra en revanche annuler l'Opération sans dédit si l'événement sportif est reporté en année n+1.

16 Résiliation

16 A - La résiliation à l'initiative de l'Acheteur d'une convention en cours d'exécution, doit être notifiée à France Télévisions Publicité par lettre recommandée avec accusé de réception.

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

16 B - Dans cette hypothèse, le montant du dédit dû par l'Acheteur est le suivant :

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

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

17 Coparrainage

17 A - Dans l'hypothèse où l'Opération de parrainage est ouverte à un copartariat, il ne pourra pas y avoir deux Annonceurs du même secteur d'activité dans un même dispositif.

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

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

18 Offres annexes à l'Opération de parrainage

18 A - À l'initiative de France Télévisions Publicité, une étude d'impact sur l'action de parrainage peut être proposée. Dans ce cas, France Télévisions Publicité se réserve le droit d'exploiter les résultats sous toutes formes et à toutes fins commerciales, y compris présentations d'argumentaires commerciaux, communiqués, brochures et de faire mention du nom du Parrain.

18 B - L'Annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, les bandes-annonces parrainées, les programmes courts parrainés, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. De la même façon, un annonceur présent dans une bande-annonce ne peut pas arguer d'une exclusivité autour de la bande-annonce (éléments de parrainage des émissions attenantes). Chaque convention de parrainage est indépendante des autres conventions de parrainage et des Ordres de publicité. Néanmoins, si l'Annonceur en fait la demande et sous réserve de disponibilité du planning, France Télévisions Publicité pourra proposer à l'Annonceur

d'être présent dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée.

Aucune exclusivité sectorielle ne pourra être invoquée au sein d'une même émission :

- au profit du Parrain présent au titre du billboard et/ou par le Parrain présent au titre de la dotation ;
- au profit du Parrain présent au titre du billboard et/ou par le Parrain présent au titre du placement de produit.
- y compris entre les deux parties de l'émission (émission interrompue par un écran publicitaire et donc composée de deux parties distinctes).

De la même manière, si une même émission comprend plusieurs Parrains au titre de la dotation, aucune exclusivité sectorielle ne pourra être invoquée au profit desdits Parrains.

ÉLÉMENTS DE PARRAINAGE

19 On entend par éléments de parrainage toutes créations audiovisuelles réalisées en vue d'exécuter l'opération de parrainage et destinées à la diffusion.

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

20 Les éléments de parrainage à diffuser et propres à l'opération sont soumis au contrôle et à l'accord préalable et écrit de France Télévisions Publicité et de la Direction Artistique de chaque Support concerné par l'Opération.

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

21 Incidents

En cas de réaction du Conseil supérieur de l'audiovisuel ou d'une évolution de la réglementation, France Télévisions Publicité se réserve le droit de déprogrammer la diffusion du billboard de l'Annonceur, sans délai. L'Opération de parrainage pourra être annulée dans les conditions de l'article 15.A.

22 Production — Contenu des éléments de parrainage

22 A - Dispositions générales

Les éléments de parrainage peuvent être produits par France Télévisions Publicité Conseil, dans les conditions prévues à l'article 23, ou par toute société de production choisie par l'Acheteur.

Si les éléments de parrainage non produits par France Télévisions Publicité Conseil font mention de la marque de l'émission, ou du nom de la chaîne, l'annonceur doit faire son affaire de l'obtention des droits pour toute utilisation et exploitation, et en particulier hors des supports et des sites prévus à la convention de parrainage, France Télévisions Publicité étant exonérée de toute responsabilité à ce titre.

22 B - Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 4 et France 5 : Pour les billboards destinés à être diffusés de 20h à 21h, l'Acheteur a l'obligation de fournir à France Télévisions Publicité des billboards avec des créations visuelles clairement distinctes entre le « IN » et le « OUT ». L'appréciation de cette distinction est à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

22 C - 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.

La chaîne se réserve le droit d'imposer de citer le nom du programme dans l'élément de parrainage de l'Annonceur.

22 D - Dispositions applicables au 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.

23 Modalités de production par France Télévisions Publicité Conseil

23 A - France Télévisions Publicité Conseil, société par actions simplifiée au capital de 40 000 €, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641 Cedex), 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément, Siren 382 258622 RCS Nanterre fixe avec l'Acheteur les conditions de son intervention.

La production des éléments de parrainage est toujours effectuée en coordination avec l'Acheteur.

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

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

23 C - Les frais de production font l'objet d'un devis et d'une facture, séparée de celle(s) afférente(s) à l'achat d'espace de parrainage, établis par France

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Télévisions Publicité Conseil. La facture établie par France Télévisions Publicité Conseil est payable à trente (30) jours date de facture, le 10 (dix) du mois, conformément à l'article 35 ci-après.

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

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

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

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

24 Exploitation des éléments de parrainage

- 24 A** - La réception d'une livraison et la mise à l'antenne d'un élément de parrainage sont réalisées par France Télévisions Publicité Conseil et sont facturées dans des conditions propres à chaque opération.
- 24 B** - En matière de parrainage de programmes courts, toute relivraison qui annulerait et remplacerait une première livraison d'éléments de parrainage d'un/de programme(s) court(s) sera facturée par France Télévisions Publicité Conseil au tarif de 100 (cent) euros par film relivré. Il ne pourra pas être tenu compte d'une relivraison réceptionnée dans un

délai inférieur à 5 jours ouvrés, sans que cela ne puisse ouvrir un droit à une quelconque indemnité à l'Acheteur ou à un tiers.

25 Garantie de jouissance paisible des éléments fournis

- 25 A** - L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que les créations communiquées par lui ou son Mandataire à France Télévisions Publicité Conseil en vue de la production et la diffusion 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. L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité, les supports et France Télévisions Publicité Conseil contre toute action ou réclamation à ce sujet

- 25 B** - L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que la 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.

- 25 C** - 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 production et/ou de leur diffusion sur les Supports, dans le cadre des créations spécifiques à l'Opération de parrainage.

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

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

25 E - L'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'une convention de parrainage confère aux Supports le droit de diffuser les créations de parrainage, quel que soit le terminal de réception, y compris en cas de reprise intégrale du signal de certains programmes en vue de leur diffusion sur tout support de télécommunication. L'Annonceur reconnaît être titulaire de tous les droits nécessaires à la diffusion de ces créations sur ces Supports et garantit France Télévisions Publicité à ce titre.

26 Utilisations connexes à l'Opération de parrainage

26 A - La conclusion d'une convention de parrainage donne à France Télévisions Publicité le droit de procéder à des diffusions des créations de parrainage, en dehors des émissions ayant fait l'objet de la convention de parrainage dans le cadre de communication interne et externe de France Télévisions Publicité, et ce notamment pour les besoins de l'information des Acheteurs, ce à quoi l'Annonceur consent expressément, tant pour son compte que pour le compte de tout tiers ayant concouru à la réalisation des éléments de parrainage.

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

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.

26 C - L'Acheteur s'engage à ne pas utiliser, et ce en aucune façon, la diffusion du programme comme support de lancement ou de promotion d'un produit ou d'un service, d'une marque ou de tout autre signe distinctif, ou de tout autre élément d'information, effectué concomitamment ou non à la diffusion, ni à utiliser un élément quelconque du programme dans un but promotionnel ou publicitaire sans accord préalable et écrit des Supports. L'Annonceur s'engage en outre à ne pas

influencer, de quelque façon que ce soit, le contenu du programme parrainé.

26 D - Toute mention sur d'autres supports (PLV, presse, radio, etc.) de l'Opération de parrainage mise en place sur les Supports, notamment dans un but promotionnel, et/ou toute utilisation du programme, de ses éléments (personnages, titre, nom des animateurs, etc.) ou des marques « France 2 », « France 3 », « France 4 », « France 5 », ainsi que des marques des Chaînes thématiques devra être soumise au préalable à France Télévisions Publicité pour accord écrit et préalable desdits Supports. En cas d'accord des Supports, un devis concernant l'utilisation éventuelle du nom des Supports, du titre des émissions, du nom de ses animateurs ou tout autre élément, sera établi par les Supports.

PARRAINAGE — DOTATION

27 L'Annonceur peut fournir des lots en contrepartie de sa citation et visibilité de son produit en tant que Parrain dans le cadre d'émissions de jeux ou de séquences de jeux diffusées au sein d'émissions autres que des émissions de jeux.

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

Les montants des lots indiqués par l'Acheteur au moment de la conclusion de l'Opération de parrainage — dotation ne pourront faire l'objet de modification postérieurement à la facturation. En contrepartie des

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

citations et visibilité de produits effectuées par le(s) Support(s), une facture sera émise par France Télévisions Publicité et sera envoyée à l'Annonceur.

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

28 Livraison des lots et leur gestion matérielle

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

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

28 B - Par ailleurs, la gestion matérielle des lots est à la charge de l'Acheteur. L'Acheteur s'engage à fournir aux gagnants concernés un bon de garantie en bonne et due forme et leur garantit la conformité des lots à l'usage auquel ils sont destinés.

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

L'Annonceur s'engage en outre à traiter les réclamations des gagnants avec diligence et réactivité. Il répond de sa courtoisie et de celle de ses préposés à l'égard de la clientèle, des Supports et de France Télévisions Publicité notamment à l'égard des gagnants.

L'Annonceur dispose d'un délai maximum de 10 (dix) jours à compter de la réception d'une plainte quelle qu'elle soit pour répondre aux

relances des gagnants et en informera le service dotation de France Télévisions Publicité dès réception de la réclamation.

28 C - Voyages et séjours

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

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

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

L'Acheteur s'engage vis-à-vis des gagnants concernés à les avertir de la disponibilité des lots dans un délai de 4 (quatre) mois minimum avant la date du départ. La durée de validité des lots est de 1 (un) an à partir de la diffusion (sauf disposition contraire prévue dans le contrat), hors période de vacances scolaires sauf pour le cas où le gagnant est membre du personnel enseignant ou pour les lots s'adressant aux familles entières avec enfants scolarisés et en fonction des disponibilités.

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

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

Si les lots ne peuvent être consommés du fait d'événement politique ou de toute autre circonstance imprévisible affectant les lots offerts, ►

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

L'Annonceur s'engage à proposer aux gagnants concernés des lots de valeurs égales sur d'autres destinations si son activité le lui permet.

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

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

De plus, comme énoncé à l'article 18, aucune exclusivité sectorielle ne pourra être invoquée par l'Annonceur présent au titre de la dotation au sein d'une émission, et notamment à l'encontre d'une autre opération de parrainage-dotation.

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

Les frais techniques et de réalisation afférents aux éléments de présentation des lots ne sont pas compris dans le budget de l'Opération de parrainage — dotation et demeurent à la charge de l'Annonceur. L'Annonceur est informé que les services télématiques, Audiotel et sites Internet des Supports pourront être mentionnés à l'antenne comme seules modalités de participation aux jeux.

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

L'Annonceur s'engage à soumettre à l'accord préalable de France

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

FACTURATION ET CONDITIONS DE PAIEMENT

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

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

- 34** Les factures et avoirs sont établis électroniquement, au sens de l'article 289 VII 2° du Code général des impôts, par France Télévisions Publicité au nom de l'Annonceur. L'acceptation par l'Annonceur de la facturation électronique résulte de la signature de la convention de parrainage souscrite par l'Acheteur, en l'absence d'opposition formulée par l'Annonceur. Il est rappelé que l'Annonceur et/ou le Mandataire demeurent seuls responsables

- de la vérification de la signature électronique apposée sur les factures au moyen des données de vérification contenues dans le certificat électronique ;
- de la vérification de l'authenticité et de la validité du certificat attaché à la signature électronique et, enfin ;
- du stockage et de l'archivage de la facture et des signature et certificat y étant attachés.

- 35** 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.

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à France Télévisions Publicité et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de France Télévisions Publicité.

Dans une telle hypothèse, en cas d'ouverture d'une procédure collective à l'encontre du mandataire qui aurait reçu un paiement ou une avance de la part de l'Annonceur, France Télévisions Publicité demandera le paiement directement à l'Annonceur, à charge pour ce dernier de déclarer sa créance au passif sur la base de son contrat de mandat.

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

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

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

Les factures sont payables à France Télévisions Publicité par chèque ou par virement et éventuellement par compensation de facture dans le cas d'une Opération de parrainage avec dotation, à 30 jours date de facture, le 10 du mois (ou le premier jour ouvré suivant le 10 du mois si le 10 n'est pas un jour ouvré), avant 16 heures, aux échéances suivantes :

MOIS FACTURE	DATE INDICATIVE D'ÉMISSION DE LA FACTURE	DATE D'ÉCHÉANCE (DATE LIMITE DE RÉCEPTION DU PAIEMENT)
Janvier	31/01/24	11/03/24
Février	29/02/24	10/04/24
Mars	29/03/24	10/05/24
Avril	30/04/24	10/06/24
Mai	31/05/24	10/07/24
Juin	28/06/24	12/08/24
Juillet	31/07/24	10/09/24
Août	30/08/24	10/10/24
Septembre	30/09/24	12/11/24
Octobre	31/10/24	10/12/24
Novembre	29/11/24	10/01/25
Décembre	31/12/24	10/02/25

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

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

Les traites ne sont pas acceptées.

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

- Nouvel Acheteur (nouveau client pour France Télévisions Publicité) ;

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- Acheteur pour lequel France Télévisions Publicité a constaté des incidents ou les retards de paiement ou un litige né ou à naître ;
- Acheteur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

Le paiement d'avance signifie que France Télévisions Publicité doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 10 (dix) jours avant la première diffusion d'une Opération.

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

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

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

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

Conformément aux dispositions de l'article L. 441-10 du Code de commerce, une indemnité forfaitaire de quarante (40) euros pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

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

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

INCIDENTS DE DIFFUSION

- 39 A** - Les éléments de programmation de(s) l'émission(s) dont les bandes-annonces, objet de la convention de parrainage, sont donnés à titre purement indicatif et sans garantie. Les Supports se réservent le droit de modifier en tout ou partie les dates, heures et durées des émissions ou d'annuler celles-ci, sans que l'Acheteur puisse faire valoir auprès de France Télévisions Publicité ou des Supports aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts notamment en cas de :

- force majeure, de pandémie, de grève ;
- 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 ;
- nécessités de l'antenne, de perturbations dans l'organisation et la diffusion des programmes, de modifications substantielle des conventions liant les Supports aux détenteurs des droits sur des retransmissions d'événements.

En cas de déprogrammation pour des nécessités de l'antenne d'une partie d'une émission prévue initialement en deux parties distinctes, l'Acheteur ne peut annuler la partie maintenue de son dispositif si les GRP prévus dans la proposition commerciale faite à celui-ci sont atteints au moins à 50 % (cinquante pour cent) par celle-ci, sauf à payer les débits prévus à l'article 15.A.

Pour atteindre les GRP manquants du dispositif en partie déprogrammé, France Télévisions Publicité proposera un nouveau dispositif. En cas de refus par l'Acheteur, le dispositif fera l'objet d'une réévaluation budgétaire, au prorata des GRP atteints par la partie maintenue.

- 39 B** - Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4 et France 5 :

Pour les cas prévus à l'article 39.A, en cas de modification et/ou annulation partielle, toute campagne qui atteint 95 % (quatre-vingt-quinze pour

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

cent) ou plus des GRP prévus dans la proposition commerciale initiale ne donnera pas lieu à compensation. Dans ces conditions, la modification du nombre d'émissions parrainées ne donnera pas lieu en elle-même à des compensations, ou toute autre indemnité.

Pour les cas prévus à l'article 39.A et dans lesquels la modification et/ou annulation partielle aboutirait à un volume de GRP atteint inférieur à 95 % (quatre-vingt-quinze pour cent), France Télévisions Publicité proposera une nouvelle opération, calculée sur la base d'un volume de GRP évalué sur une cible unique, déterminée à l'avance d'un commun accord entre l'Acheteur et France Télévisions Publicité, et ce afin de compenser les GRP non atteints.

Dans le cas où le volume de GRP visé dans le cadre de la proposition de compensation serait supérieur à celui visé dans la proposition commerciale initiale, ce nouveau seuil ne constituera pas un nouvel engagement de France Télévisions Publicité : le volume de GRP à atteindre demeurera celui prévu dans la proposition commerciale initiale.

L'Acheteur est informé et accepte qu'aucun remboursement, ni aucune indemnité, ne seront accordés en cas de refus de la proposition de compensation.

Dans le cadre du présent article, le seuil de GRP à atteindre pour déclencher le droit à compensation s'examine au regard du volume global de GRP prévu pour l'Opération, et non pas du volume de GRP prévu par produit (si plusieurs produits se partagent l'Opération) ni du volume de GRP prévu pour une partie de l'Opération (telles que par émission ou par vague).

40 Les Opérations de parrainage ou citations non diffusées pour des raisons techniques ou pour les raisons prévues à l'article 39.A et imputables au(x) Support(s) ou à France Télévisions Publicité ne sont pas facturées, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit.

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

Paris (Tour Eiffel)	25 %	Marseille (Grande Étoile)	6 %
Lyon (Mont Pilat)	6 %	Lille (Bouvigny)	5 %
Toulouse (Pic du Midi)	5 %	Amiens (Bouvigny)	5 %
Niort (Maisonny)	4 %		

● Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4 et France 5

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

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

● Concernant les Chaînes thématiques

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

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

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

- 42** 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.
- 43** France Télévisions Publicité et les Acheteurs s'interdisent de divulguer les informations confidentielles auxquelles ils pourraient avoir accès dans le cadre des Opérations de parrainage. Seront considérées comme confidentielles, toutes informations ou toutes données de quelque nature qu'elles soient, notamment informatique, technique, marketing, commerciale ou financière, sous quelque forme ou sur quelque support que ce soit, divulguées par l'une ou l'autre des parties, par tout moyen. France Télévisions Publicité et les Acheteurs s'engagent à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne sur le(s) support(s)/le(s) Site(s) du (des) message(s) publicitaire(s).

RÉSILIATION ET LITIGES

- 44** France Télévisions Publicité s'est engagée dans la conduite de ses activités à respecter un ensemble de valeurs et de principes consignés au sein de la Charte d'éthique de France Télévisions. Ces principes incluent notamment, et de manière non limitative, l'engagement de France Télévisions Publicité de conduire ses activités dans le respect des personnes et de l'environnement.

- 45** France Télévisions Publicité garantit que ses activités sont menées dans le respect des procédures applicables, et dans le souci constant de prévenir tout conflit d'intérêts et de lutter contre la corruption.

France Télévisions Publicité a la volonté de partager ces principes éthiques avec ses fournisseurs et prestataires. À cet égard, l'Acheteur déclare avoir pris connaissance, pour ce qui le concerne, de la Charte d'éthique, disponible à l'adresse suivante : « <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/charte-ethique-france-televisions/> ». Il s'engage à respecter des pratiques similaires dans la conduite de ses activités et plus particulièrement dans le cadre des prestations qu'il réalise pour le compte de France Télévisions Publicité.

Par ailleurs, l'Acheteur est informé que, conformément à la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016, France Télévisions Publicité s'est dotée d'un Code de conduite anti-corruption. Ce Code a pour objet d'énoncer ou de rappeler les valeurs et les principes fondamentaux que France Télévisions Publicité s'engage à respecter en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence. Il est disponible sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse URL suivante : <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/code-de-conduite-anti-corruption/>.

- 46** L'Acheteur s'engage à en prendre connaissance et garantit à France Télévisions Publicité qu'il n'entreprendra aucune action qui serait en contravention avec les dispositions dudit Code anti-corruption, et/ou qui violerait une disposition légale ou réglementaire de lutte ou de prévention contre la corruption ou autre loi ou réglementation applicable dans la conduite de ses activités.

De plus, afin de compléter sa démarche éthique et de garantir que ses activités dans le cadre des relations qu'elle entretient avec ses partenaires commerciaux obéissent bien aux mêmes principes, France Télévisions Publicité s'est engagée à respecter le Code de conduite des partenaires commerciaux. L'Acheteur déclare avoir pris connaissance du Code de conduite des partenaires commerciaux, disponible à l'adresse suivante : <https://static.francetelevisions.fr/inline-images/code%20de%20conduite%20partenaires%20commerciaux.pdf>

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Il s'engage à le respecter dans le cadre de ses relations d'affaires avec France Télévisions Publicité ou à appliquer des standards équivalents dans le cadre des activités qu'il mène pour le compte de France Télévisions Publicité.

France Télévisions Publicité attache une grande importance au respect des dispositions internationales et nationales relatives au respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, à la protection de la santé et de la sécurité des personnes, ainsi qu'à la protection de l'environnement.

La politique RSE de France Télévisions Publicité s'appuie sur le respect des principes éthiques et des droits humains tels que définis dans :

- la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;
- la Déclaration de l'Organisation internationale du Travail (OIT) relative aux principes et droits fondamentaux au travail et les déclarations et conventions de cette même Organisation contre le travail forcé et le travail des enfants ;
- le Pacte mondial des Nations Unies (Global Compact) et les Principes d'autonomisation des Femmes (Women Empowerment Principles) ;
- la Charte Éthique du groupe France Télévisions (<https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/charte-ethique-france-televisions/>).

De la même manière, France Télévisions Publicité s'engage pour la protection de l'environnement.

Les dispositions du Groupe France Télévisions en matière de RSE sont détaillées dans le document accessible en cliquant sur le lien suivant: <https://www.francetelevisions.fr/groupe/nos-engagements/les-engagements-en-matiere-de-rse-3925>.

L'Acheteur s'engage donc à respecter les principes définis dans ces textes, disponibles sur Internet, et veille à ce que ses sous-traitants fassent de même, et à ne conduire aucune action contraire aux engagements environnementaux et sociétaux du Groupe France Télévisions.

L'Acheteur se conformera aux prescriptions légales concernant la réglementation du travail et assurera seul la charge et l'exécution des obligations imposées par les lois sociales et fiscales en faveur ou du fait de son personnel.

Les travailleurs étrangers doivent être munis du titre les autorisant à exercer une activité salariée en France, lorsque la possession de ce titre est exigée, en vertu de dispositions législatives ou réglementaires, ou de traités ou accords internationaux.

L'Acheteur atteste sur l'honneur que les prestations sont réalisées par des salariés employés régulièrement au regard de la réglementation en vigueur et notamment des articles L.3243-1 à 5, L.1221-10 à 13, et L.8251-1 du code du travail.

L'Acheteur s'engage à remettre à France Télévisions Publicité les documents visés à l'article D.8222-5 du code du travail ou D.8222-7 du même code pour les entreprises établies à l'étranger dès la conclusion du contrat, puis tous les six (6) mois à compter de celle-ci pendant toute la durée du contrat.

De même afin que France Télévisions Publicité puisse satisfaire à son obligation de vigilance, l'Acheteur déclare avoir remis, en application des articles L.8221-3 et L.8221-5 du code du travail, à France Télévisions Publicité lors de la conclusion du contrat, une attestation relative au respect de ses obligations en matière de déclarations sociales, complétée de la mention du paiement des cotisations et contributions de sécurité sociale, et faisant apparaître :

- L'identification de l'entreprise ;
- Le nombre de salariés employés ;
- L'assiette de rémunération déclarée sur le dernier récapitulatif des cotisations de sécurité sociale adressées à l'organisme de recouvrement.

Conditions Générales de Vente du Parrainage

Sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et les chaînes thématiques

Applicables aux opérations de parrainage diffusées entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

L'Acheteur s'engage à remettre cette attestation à France Télévisions Publicité tous les six (6) mois et ce jusqu'à la fin de l'exécution du contrat.

L'Acheteur reconnaît que le respect par lui et tout au long du contrat, des obligations issues des articles L.8221-3 et L.8221-5 du code du travail constitue une obligation essentielle d'exécution du contrat.

- 47 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 conventions 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. La formation, l'interprétation, l'exécution et la résiliation des présentes sont soumises au droit français.

3

**Conditions Générales
de Vente *du Numérique***
sur France Télévisions
et les chaînes thématiques

Conditions Générales de Vente du Numérique

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

GÉNÉRALITÉS

Les présentes conditions (ci-après « Conditions Générales de Vente ») sont applicables à la vente des Espaces publicitaires et de parrainage (ci-après dénommés « les Espaces publicitaires ») du Numérique (dont la liste des sites ou des applications figure dans la terminologie des conditions commerciales de vente du Numérique), ci-après dénommés « le(s) Site(s) » ou « le(s) Numérique(s) ». Les Conditions Générales de Vente s'appliquent à tous les modes de vente et notamment la vente en Programmatique à l'exception des dispositions comprises de la clause « Conclusion des achats publicitaires » à la clause « Procédure d'achat via la plateforme ADspace » comprise.

dont France Télévisions Publicité, société anonyme au capital de 38 100 euros, immatriculée au RCS de Nanterre sous le numéro SIREN 332 050 038, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641), 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément, assure la régie publicitaire. Elles s'appliquent également le cas échéant à la vente des Espaces publicitaires de tout autre support interactif tel que HbbTV, smart TV, IPTV, newsletters et tous modes de diffusion numérique non linéaire dont France Télévisions Publicité assurerait la régie.

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

- « **Annonceur** » la personne pour le compte de laquelle est mis en ligne le message publicitaire et/ou du parrainage sur le(s) Site(s) ;
- « **Mandataire** » toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, dûment mandaté par un contrat écrit ;
- « **Acheteur** » tout Annonceur ou Mandataire, agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur en vertu d'un mandat écrit, souscrivant un Ordre d'insertion ;
- « **Formats** » les différentes spécifications techniques des Espaces publicitaires tels que visées à l'article 39 des présentes Conditions Générales de Vente ;

- « **Ordre d'insertion** » ou « **Ordre** » l'accord pour la mise en ligne d'un message publicitaire et/ou d'un message de parrainage, auquel sont parvenus France Télévisions Publicité et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par France Télévisions Publicité compte tenu des disponibilités des inventaires du ou des Site(s), et conclu conformément aux présentes. L'exécution de l'Ordre d'insertion consiste en la mise en ligne du message fourni par l'Annonceur dans l'emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente ;
- « **Cookie** » englobe les fichiers informatiques susceptibles d'être installés sur le terminal d'un utilisateur lors de sa navigation sur les Sites, et permettant d'enregistrer des informations relatives à la navigation de l'utilisateur mais également les tags, pixels ou tout autre traceur (y compris lorsqu'il est inséré au sein d'un message publicitaire ou de parrainage) ou autre moyen de récupérer des informations via un outil technique comprenant notamment la méthode du « *fingerprinting* » ;
- « **Programmatique** » : système d'enchères automatisé pour l'achat d'Espace publicitaire ;
- « **Document électronique** » : Tout document signé de manière dématérialisée dans le cadre de la plateforme de signature électronique utilisée par France Télévisions Publicité et/ou l'acheteur, dans des conditions conformes au régime fixé par le règlement de l'Union européenne 910/2014 du 23 juillet 2014 sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques au sein du marché intérieur (eIDAS).

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Seule la version publiée sur le site Internet de France Télévisions Publicité, accessible à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> », fait foi. Toute publication sur un autre support n'est effectuée qu'à titre indicatif. France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de France Télévisions Publicité. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme. Il est précisé que tout autre document quel qu'il soit, adressé à France Télévisions Publicité par l'Acheteur, faisant référence à ses propres conditions commerciales, n'a qu'une valeur indicative et n'implique aucune acceptation desdites conditions par France Télévisions Publicité lesquelles lui sont inopposables. Le cas échéant, les offres commerciales pourront prévoir des dispositions dérogoires aux présentes Conditions Générales de Vente.

CONCLUSION DES ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES

- 1 Tout achat d'Espace publicitaire fait l'objet d'un Ordre d'insertion, qui en précise les différentes modalités. Il est conclu par l'Acheteur, avec France Télévisions Publicité, laquelle est seule habilitée à commercialiser les Espaces publicitaires des Sites dont elle assure la régie. L'Ordre d'insertion, préalablement rempli par France Télévisions Publicité et envoyé par courrier électronique au format « pdf » à l'Acheteur, constitue un achat d'Espaces publicitaires ferme. L'Acheteur s'engage à le retourner signé et accompagné du tampon de l'Acheteur à France Télévisions Publicité avant la date limite précisée sur l'Ordre. Passé ce délai, France Télévisions Publicité se réserve le droit de disposer librement des Espaces publicitaires définis dans ledit Ordre. Les droits et obligations résultant dudit Ordre d'insertion ne peuvent être cédés à un tiers quel qu'il soit par l'Annonceur, sous quelque forme ou à quelque titre que ce soit.

- 2 Hors procédure d'achat sur la plateforme ADspace, si l'achat d'Espaces publicitaires prend la forme d'un document électronique, celui-ci constituera l'original dudit document. Le document électronique a la même valeur probante qu'un écrit signé de façon manuscrite sur support papier et pourra valablement être opposé à chacun des signataires et aux tiers, et produit en justice. Le document électronique vaut preuve du contenu du document, de l'identité des signataires et des consentements aux obligations et conséquences qui découlent du document signé de manière dématérialisée.

- 3 Les Sites ouverts à la commercialisation sont publiquement proposés par France Télévisions Publicité, sous la forme d'offres commerciales régulièrement mises à jour, qui précisent les modalités de l'achat d'Espaces publicitaires et les tarifs applicables.

Dans l'hypothèse où une émission télévisée ouverte au parrainage fait l'objet d'une mise en ligne sur le(s) Site(s), France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de commercialiser l'ensemble des espaces de parrainage antenne et numérique au sein d'une même offre commerciale constituant un ensemble indissociable d'espaces de parrainage. À défaut d'achat desdits espaces 2 (deux) mois avant la date de première diffusion de la ou des émissions concernées, France Télévisions Publicité se réserve le droit de commercialiser séparément les espaces de parrainage, objet de l'offre commerciale initiale.

- 4 France Télévisions Publicité et le(s) Site(s) se réservent la possibilité de refuser tout Annonceur ou tout message qu'ils estimeraient ne pas correspondre à leur image, à leurs obligations légales, réglementaires ou conventionnelles, à leurs lignes artistiques, éthiques et éditoriales, ou à la nature de la rubrique sur laquelle figure l'Espace publicitaire, ainsi que tout message publicitaire émanant d'un autre support numérique pour un service concurrent de celui dans l'environnement duquel la diffusion du message publicitaire est envisagée.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

ACHAT PAR L'INTERMÉDIAIRE D'UN MANDATAIRE

- 5 Tout achat d'Espace publicitaire sur le(s) Site(s) est soumis au respect des dispositions de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993. Les Ordres d'insertion peuvent être conclus directement par l'Annonceur ou, en son nom et pour son compte, par l'intermédiaire d'un Mandataire.

Tout achat d'Espace publicitaire par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de France Télévisions Publicité, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et France Télévisions Publicité. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant obligatoirement à France Télévisions Publicité une attestation de mandat conforme et valable pour une année civile. Cette attestation peut se présenter :

- sous forme dématérialisée et signée électroniquement, dès lors qu'elle a été enregistrée et communiquée par la plateforme MyMandat, éditée par EDIPUB,
- selon le modèle publié par France Télévisions Publicité, dûment rempli et signé, et transmis par tous moyens permettant de s'assurer de sa régularité.

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

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

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

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

PRIORITÉ D'ACHAT

- 6 Seuls les dispositifs du Numérique de longue durée (6 (six) mois consécutifs minimum) peuvent bénéficier d'une priorité d'achat pour la même période l'année suivante.

L'Annonceur prioritaire et/ou son Mandataire doit notifier, par lettre recommandée avec accusé de réception, par télécopie ou de toute autre manière qui puisse permettre de dater la réception de la notification, son intention de bénéficier de la priorité d'achat au moins quatre (4) mois avant la date de diffusion du dispositif. France Télévisions Publicité accuse réception de la priorité d'achat par courrier électronique.

Il est d'ores et déjà précisé que la priorité d'achat ne s'applique que pour les Sites et les Formats concernés par le précédent dispositif numérique de longue durée de l'Annonceur prioritaire.

Si à l'échéance de son délai de priorité, l'Annonceur prioritaire n'a pas notifié à France Télévisions Publicité sa volonté de réitérer l'opération, France Télévisions Publicité pourra alors commercialiser librement les espaces du Numérique qui bénéficiaient d'une priorité d'achat.

La priorité d'achat est personnelle à un Annonceur et ne peut être cédée.

PRISE D'OPTION

- 7 Tout Acheteur peut retenir, par écrit, auprès de France Télévisions Publicité, sous forme d'option, un ou plusieurs dispositifs du Numérique proposés à la vente, en indiquant clairement le(s) Site(s), le ou les Formats, les dates retenues, ainsi que le montant financier de l'opération.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

France Télévisions Publicité se réserve le droit de ne pas enregistrer d'options sur certains Sites. Cette décision fait l'objet d'une information à l'attention des Acheteurs.

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

Les options sont retenues par ordre chronologique de réception.

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.

En tout état de cause, aucune option ne sera enregistrée à moins de huit (8) semaines de la date de la première mise en ligne du (ou des) dispositif(s) retenu(s).

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

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

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

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

- 7 C -** France Télévisions Publicité accuse réception de l'option par courrier électronique en indiquant à l'Acheteur la date d'échéance de l'option.

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

- 7 D -** Si plusieurs Acheteurs ont posé une option pour un même dispositif et si un Acheteur fait une proposition d'achat ferme, un délai de confirmation de 48 (quarante-huit) heures commence à courir, au

lendemain du jour de la confirmation de l'Acheteur, pour tous les Acheteurs ayant posé une option.

Les confirmations d'achat ferme reçues pendant ce délai de 48 (quarante-huit) heures sont retenues en respectant les règles de priorité définies à l'article 7.E.

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

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

- 7 F -** France Télévisions Publicité se réserve le droit de proposer à la vente des dispositifs sur lesquels un Acheteur bénéficie d'une priorité d'achat en application de l'article 6.

Ces dispositifs pourront faire l'objet d'achat ferme ou d'options par d'autres Acheteurs, sous condition suspensive de non-exercice de son droit de priorité par l'Acheteur 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, France Télévisions Publicité confirmera ou non les propositions d'achat ferme des autres Annonceurs, en fonction de la décision de l'Acheteur prioritaire.

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

Si un Acheteur fait une proposition d'achat ferme, le ou les Acheteurs bénéficiant d'une option se verront appliquer les stipulations des articles 7.D et 7.E.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- 8 Lors d'une réservation ferme, France Télévisions Publicité pourra exiger de l'Acheteur le versement d'un acompte égal à 10 % du budget net de l'opération, objet de cette réservation. Cet acompte viendra en déduction du montant global de l'opération en fin de contrat.

PROCÉDURE D'ACHAT VIA LA PLATEFORME ADSPACE

- 9 France Télévisions Publicité met à la disposition des Acheteurs un accès à une plateforme dénommée ADspace. Cette plateforme ADspace permet aux Acheteurs de réaliser directement leurs achats d'espaces publicitaires et d'accéder à plusieurs fonctionnalités.

L'accès à la plateforme ADspace est soumis à l'acceptation par l'Acheteur des Conditions Générales d'Utilisation de la plateforme ADspace accessibles sur le site Internet de France Télévisions Publicité à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> ». Il est précisé que France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment les fonctionnalités de la plateforme ADspace et de suspendre temporairement ou définitivement la mise à disposition de cet outil ce que l'Acheteur reconnaît et accepte expressément.

- 10 L'Acheteur, s'il a un accès valide à la plateforme ADspace et qu'il répond aux obligations définies ci-dessus, peut retenir auprès de France Télévisions Publicité, sous forme de proposition d'achat ferme, un ou plusieurs dispositifs du Numérique proposés à la vente, en indiquant l'offre et la période concernée, le mode d'achat (gré à gré ou Programmatique) ainsi que le montant financier de l'opération pendant les jours ouvrés et horaires habituels d'ouverture de la plateforme ADspace (de 8h00 à 20h00 sauf cas particuliers). Le périmètre de l'offre accessible est déterminé par France Télévisions Publicité et figure dans les conditions commerciales de France Télévisions Publicité.

- 11 L'Acheteur sélectionnera directement via la plateforme ADspace ses propositions d'achat ferme. Lorsque les Espaces publicitaires sont disponibles, celui-ci validera son choix en cochant une case qui vaut acceptation de la pollicitation et des Conditions Générales de Vente et conditions commerciales de France Télévisions Publicité. Une fois la case cochée par l'Acheteur, la vente est formée et un Ordre d'insertion est généré par la plateforme ADspace. Dans l'hypothèse où les Espaces publicitaires ne seraient pas disponibles, France Télévisions Publicité se rapprochera de l'Acheteur afin d'envisager de nouvelles propositions.

- 12 Les Ordres d'insertion générés via ADspace sont directement accessibles via ladite plateforme. Chaque Ordre d'insertion généré par ADspace est encadré par les dispositions des articles des présentes Conditions Générales de Vente du Numérique.

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

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

ANNULATION

- 14 Toute annulation d'une réservation ferme par l'Acheteur devra être adressée à France Télévisions Publicité par écrit, quels qu'en soient le support et les modalités de transmission dès lors qu'il permet de garantir la date de réception de la demande d'annulation.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- 15 En cas d'annulation de la réservation ferme, l'acompte défini à l'article 8 des présentes reste acquis à France Télévisions Publicité.
- 16 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme, dans un délai supérieur à 4 (quatre) semaines de la première mise en ligne envisagée, l'Acheteur n'a pas à verser de dédit à France Télévisions Publicité.
- 17 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme, dans un délai compris entre 4 (quatre) et 2 (deux) semaines de la première mise en ligne envisagée, l'Acheteur doit verser à France Télévisions Publicité un dédit d'un montant égal à 50 % (cinquante pour cent) du budget net total de l'opération annulée.
- 18 En cas d'annulation par l'Acheteur d'une réservation ferme, dans un délai inférieur à 2 (deux) semaines de la première mise en ligne envisagée, l'Acheteur doit verser à France Télévisions Publicité un dédit d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) du budget net total de l'opération annulée.
- 19 Par dérogation aux articles 14, 15, 16 et 17, toute annulation par l'Acheteur d'une campagne de communication globale dite « opération spéciale » ou « cross-média », combinant un dispositif média et hors média, entraînera, à la charge de l'Acheteur, le paiement d'un dédit dans les conditions suivantes :
 - 30 % (trente pour cent) du montant net hors taxes total dû par l'Acheteur au titre de l'opération spéciale annulée, si l'annulation intervient plus de 4 (quatre) semaines avant le démarrage des prestations inhérentes à cette opération ;
 - 100 % (cent pour cent) du montant net hors taxes total dû par l'Acheteur au titre de l'opération spéciale annulée, si l'annulation intervient moins de 4 (quatre) semaines avant le démarrage des prestations inhérentes à cette opération.

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

L'Acheteur sera redevable auprès de France Télévisions Publicité du paiement intégral des frais techniques engagés au titre des Espaces publicitaires annulés.

- 20 En cas de résiliation du fait de l'Acheteur d'un contrat en cours d'exécution, ce dernier doit le signifier à France Télévisions Publicité par lettre recommandée avec accusé de réception. Dans cette hypothèse, le montant du dédit dû par l'Acheteur, sera d'un montant égal à 100 % (cent pour cent) du budget net total de l'opération annulée.

INCIDENTS DE MISE EN LIGNE

- 21 Les dates de mise en ligne des pages Internet sont données à titre indicatif et sans garantie. Le(s) Site(s) et France Télévisions Publicité se réservent, notamment en cas de force majeure, de pandémie, de grève ou encore en cas d'événements exceptionnels, notamment techniques, perturbant l'organisation et la présentation des pages Internet, le droit de modifier en tout ou partie les dates de mise en ligne des campagnes publicitaires et ou de parrainage ou d'annuler celles-ci, sans que l'Acheteur puisse faire valoir auprès du site et/ou de France Télévisions Publicité, aucune réclamation ni demander de dommages et intérêts.
- 22 Les opérations d'achat d'Espace publicitaire non mises en ligne pour des raisons prévues à l'article 21 ne seront pas facturées, l'Annonceur, son Mandataire ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à compensation ou réduction de prix.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

FACTURATION ET CONDITIONS DE PAIEMENT

23 Facturation selon les modes de commercialisation

Facturation au CPM (Coût Pour Mille)

L'Annonceur sera facturé chaque fin de mois en fonction du nombre d'impressions constaté pour le(les) message(s) publicitaire(s) sur un mois donné, ramené à une base de 1 000 (mille) impressions au prorata des diffusions du(des) message(s) publicitaire(s) sur les supports Numériques conformément à l'Ordre d'insertion signé par l'Acheteur sans excéder le montant net HT souscrit sur la période dudit Ordre d'insertion.

Facturation au CPV (Coût Par Vue)

L'Annonceur sera facturé chaque fin de mois en fonction du nombre d'impressions vues pour le (les) message(s) publicitaire(s) sur les supports Numériques conformément à l'Ordre d'insertion signé par l'Acheteur sans excéder le montant net HT souscrit sur la période dudit Ordre d'insertion.

Facturation au CPC (Coût par Clic)

L'Annonceur sera facturé chaque fin de mois en fonction du nombre de clics générés sur le(les) message(s) publicitaire(s) diffusés sur les supports numériques, conformément à l'Ordre d'insertion signé par l'Acheteur sans excéder le montant net HT souscrit sur la période dudit Ordre d'insertion.

Facturation au CPHV (Coût par heure visible)

L'annonceur sera facturé chaque fin de mois en fonction de la durée d'exposition visible cumulée en heures (telle que fixée aux conditions commerciales) du(des) message(s) publicitaire(s) sur les support numérique(s), conformément à l'Ordre d'insertion signé par l'Acheteur sans excéder le montant net HT souscrit sur la période dudit Ordre d'insertion.

Facturation au Forfait

L'Annonceur sera facturé au titre des diffusions du (des) message(s) publicitaire conformément au montant net HT de l'Ordre d'insertion au Forfait signé par l'Acheteur :

- au prorata mensuel ;
- ou en fin de mois de la fin du (des) dispositif(s).

Les factures et avoirs sont établis électroniquement, au sens de l'article 289 VII 2° du Code général des impôts, par France Télévisions Publicité au nom de l'Annonceur. L'acceptation par l'Annonceur de la facturation électronique résulte de la signature de l'Ordre d'insertion souscrit par l'Acheteur, en l'absence d'opposition formulée par l'Annonceur. Il est rappelé que l'Annonceur et/ou le Mandataire demeurent seuls responsables (1) de la vérification de la signature électronique apposée sur les factures au moyen des données de vérification contenues dans le certificat électronique, (2) de la vérification de l'authenticité et de la validité du certificat attaché à la signature électronique et, enfin, (3) du stockage et de l'archivage de la facture et des signature et certificat y étant attachés.

- 24 L'Annonceur est toujours le débiteur vis-à-vis de France Télévisions Publicité du paiement des Espaces publicitaires mis en ligne pour son compte, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire. Par conséquent, tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à France Télévisions Publicité et ne le libère pas vis-à-vis de France Télévisions Publicité. Dans une telle hypothèse, en cas d'ouverture d'une procédure collective à l'encontre du mandataire qui aurait reçu un paiement ou une avance de la part de l'Annonceur, France Télévisions Publicité demandera le paiement directement à l'Annonceur, à charge pour ce dernier de déclarer sa créance au passif sur la base de son contrat de mandat.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

25 Les factures et avoirs sont établis par France Télévisions Publicité au nom de l'Annonceur, à la fin de chaque mois de diffusion et au titre des messages mis en ligne au cours du mois. Leur original est adressé à l'Annonceur. Le cas échéant, un duplicata est adressé au Mandataire habilité conformément à l'attestation de mandat. L'Annonceur supporte seul les risques de défaillance de son Mandataire.

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

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

MOIS FACTURE	DATE INDICATIVE D'ÉMISSION DE LA FACTURE	DATE D'ÉCHÉANCE (DATE LIMITE DE RÉCEPTION DU PAIEMENT)
Janvier	31/01/24	10/03/24
Février	29/02/24	10/04/24
Mars	29/03/24	10/05/24
Avril	30/04/24	10/06/24
Mai	31/05/24	10/07/24
Juin	28/06/24	12/08/24
Juillet	31/07/24	10/09/24
Août	30/08/24	10/10/24
Septembre	30/09/24	10/11/24
Octobre	31/10/24	12/12/24
Novembre	29/11/24	10/01/25
Décembre	31/12/24	10/02/25

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

26 France Télévisions Publicité peut exiger le paiement d'avance de l'opération d'achat d'espace, notamment dans les cas suivants :

- Nouvel Annonceur ou nouveau Mandataire (nouveau client pour France Télévisions Publicité) ;
- Annonceur ou Mandataire pour lequel France Télévisions Publicité a constaté des incidents ou des retards de paiement ou un litige né ou à naître ;
- Annonceur ou Mandataire présentant une solvabilité incertaine.

Le paiement d'avance signifie qu'il doit être effectué avant toute mise en ligne de la campagne prévue.

Dans ce cas, une facture pro forma est envoyée à l'Annonceur, avec duplicata au Mandataire, le cas échéant.

La facture définitive est envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la mise en ligne a eu lieu.

27 Dans le cadre d'une commercialisation de Solutions, chaque Solution est constituée d'un ensemble d'Espaces publicitaires sur le Numérique et est proposée à un prix unique. En aucun cas les éléments constitutifs des Solutions ne peuvent faire l'objet d'une réclamation ou d'un avoir, France Télévisions Publicité s'engageant sur l'ensemble de la Solution, et non sur chacun de ses éléments.

28 En cas de non-respect des conditions de paiement, les campagnes non encore mises en ligne peuvent être annulées de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préavis ni indemnités 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

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

date, au prorata du nombre de jours de retard, sur une base annuelle de 360 (trois cent soixante) jours. Si le taux de 15 % (quinze pour cent) précité devenait inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal, le taux de pénalité appliqué serait alors porté au taux de trois fois le taux d'intérêt légal arrondi au nombre entier supérieur.

Conformément aux dispositions de l'article L. 441-10 du Code de commerce, une indemnité de quarante (40) euros pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

France Télévisions Publicité se réserve également 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** Il est entendu que l'outil de gestion de campagne de France Télévisions Publicité fait foi entre les parties.

Les réclamations, quelle qu'en soit la nature, et notamment les réclamations relatives à la mise en ligne d'une campagne ou au contenu d'une facture, ne seront reçues par France Télévisions Publicité que par écrit, et dans un délai maximum de 30 (trente) jours après la date de la facture correspondante.

DÉONTOLOGIE — RÉGLEMENTATION

- 30** La responsabilité éditoriale du ou des Site(s) implique que l'Annonceur respecte les principes déontologiques définis dans les présentes Conditions Générales de Vente, y compris lorsque France Télévisions Publicité autorisera le « reroutage ».
- 31** France Télévisions Publicité respecte notamment les principes déontologiques suivants :

- 31 A** - Le « reroutage » pourra être autorisé exclusivement au profit d'un site agréé par France Télévisions Publicité, c'est-à-dire respectant les présentes Conditions Générales de Vente. Tout autre « reroutage » est interdit.
- 31 B** - France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de vérifier si le contenu des Sites des Annonceurs respecte les principes déontologiques définis dans les présentes Conditions Générales de Vente.
- 32** En cas de non-respect de ces principes déontologiques, France Télévisions Publicité interrompra systématiquement et sans délai le système de « reroutage », et ce sans remboursement ni versement d'indemnités à quelque titre que ce soit.
- 33** De manière générale, l'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les Sites que ses messages publicitaires et de parrainage respectent la réglementation en vigueur ainsi que les usages en matière de communications commerciales notamment sur les services de communication au public en ligne.
- 34** France Télévisions Publicité n'acceptera sur les Sites que des messages publicitaires et de parrainage respectant les principes définis ci-dessous :
- 34 A** - Sont interdits de publicité les produits et secteurs économiques relevant des ARMES À FEU, du TABAC, des MÉDICAMENTS et TRAITEMENTS MÉDICAUX uniquement disponibles sur prescription médicale.
- 34 B** - Les messages doivent être conformes au respect de la personne et de sa dignité ainsi qu'aux bonnes mœurs en général. Toute incitation à la violence est proscrite. Les messages ne doivent comporter aucune discrimination en raison de la race, du sexe, de la nationalité des personnes. Toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé et à la sécurité des personnes, et plus particulièrement des mineurs, est proscrite. Toute exploitation abusive de la nudité, notamment infantine, est proscrite.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- 34 **C** - Sont interdits les messages de nature à induire en erreur les consommateurs ou à exploiter leur crédulité.
- 34 **D** - Sont interdits les messages dont le contenu pourrait choquer les convictions religieuses et philosophiques des personnes. France Télévisions Publicité ne mettra en ligne sur ses supports et notamment les Sites, aucun message publicitaire produit par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales ou professionnelles ou des familles de pensées politiques, philosophiques ou religieuses.
- 34 **E** - Les messages doivent être conformes au respect de l'environnement.
- 35 Le Numérique édité par France Télévisions ne programme pas de messages publicitaires et de parrainage en faveur de produits ou de services d'horoscope, d'astrologie, de numérogie, de voyance, de tarots, de produits ou services de prédiction ainsi que de tous services SMS ou de téléphonie dont il estimerait qu'ils ne respectent pas la réglementation en vigueur.
- 36 Par ailleurs, les citations et animations propres aux créations de parrainage mises en ligne sur les services de médias audiovisuels à la demande (SMAd) sont soumises à la réglementation en vigueur et notamment aux dispositions du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 autorisant l'identification du parrain au moyen de son nom, logo ou autre symbole du parrain, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif.

CRÉATION PROPRE À L'ANNONCEUR

- 37 Les citations et animations propres à la campagne prévue sont soumises de plein droit aux principes déontologiques énoncés dans les présentes Conditions Générales de Vente, ainsi que, plus largement, à toute

réglementation applicable aux messages publicitaires et de parrainage. À ce titre, le contenu de la campagne pourra être soumis à un contrôle du service juridique de France Télévisions Publicité, avant la date de la première mise en ligne. En toute hypothèse, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de refuser ou suspendre l'opération, sans remboursement ni versement d'indemnités à quelque titre que ce soit, si le service juridique de France Télévisions Publicité considère que les créations mises en ligne ne respectent notamment pas les principes déontologiques énoncés dans les présentes Conditions Générales de Vente ou toute autre réglementation applicable aux messages publicitaires et de parrainage.

Les dispositions du présent article s'appliquent aux campagnes diffusées en « redirect » (formats non hébergés par France Télévisions Publicité, mais hébergés directement chez l'Annonceur ou son Mandataire). Dans cette hypothèse, il est entendu que l'hébergeur susvisé devra assurer le contrôle de la conformité à la réglementation et aux principes déontologiques déterminés dans les présentes Conditions Générales de Vente des formats hébergés. D'une façon générale, France Télévisions Publicité se réserve le droit de retirer du ou des Site(s) tout message dont elle estime que le contenu porte atteinte aux principes déontologiques précités ou à la réglementation en vigueur applicable aux messages publicitaires et de parrainage. L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité à cet effet.

- 38 La conception, la fabrication et la réalisation des créations, animations et autres éléments d'identification propres à la campagne prévue sont entièrement assurés par l'Annonceur et sous sa responsabilité.

Toutefois, à la demande de l'Annonceur ou de son Mandataire, France Télévisions Publicité pourra prendre en charge la conception, la fabrication et la réalisation des messages publicitaires et de parrainage, en coordination avec l'Annonceur ou son Mandataire. Dans cette hypothèse, la facture correspondante émise par France Télévisions Publicité est

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

payable à 30 (trente) jours date de facture, le 10 (dix) du mois (ou le premier jour ouvré suivant le 10 du mois si le 10 n'est pas un jour ouvré).

- 39** L'Annonceur fait dans tous les cas son affaire personnelle de l'acquittement de tous les droits de reproduction, d'adaptation, de diffusion et de représentation et plus généralement de tous les droits de propriété littéraire et artistique et/ou de propriété industrielle afférents aux signes distinctifs, vidéos (y compris en ce qui concerne les messages publicitaires et de parrainage « TV » qui seraient diffusés, après encodage, dans le cadre des Espaces publicitaires des Sites) photos, musiques et autres éléments concernés par la mise en ligne sur les Sites visés des créations spécifiques à la campagne prévue, le tout de telle manière que le(s) Site(s) et/ou France Télévisions Publicité ne puissent jamais être inquiétés à ce sujet.

CONDITIONS DE DIFFUSION

- 40** Les supports de diffusion des citations et animations propres à la campagne prévue, ainsi que tous les éléments nécessaires à la diffusion de la campagne, doivent être remis par courrier électronique à France Télévisions Publicité à l'adresse « traffic.manager@francetvpub.fr », au plus tard 72 (soixante-douze) heures ouvrées avant la date prévue de leur mise en ligne.

En cas de retard de livraison des éléments, France Télévisions Publicité ne peut s'engager à ce que la campagne puisse débiter aux dates prévues initialement.

FORMATS	CARACTÉRISTIQUES
La mégabannière	Désigne une bannière ou un espace publicitaire de 728 x 90 pixels
La gigabannière	Désigne une bannière ou un espace publicitaire de 1000 x 90 pixels
Le pavé	Désigne une bannière ou un espace publicitaire de 300 x 250 pixels
Le launch unit/ Push-Down	Désigne un espace publicitaire de 1000 x 400 pixels en position ouverte et 1000 x 90 en position fermée
L'expand banner	Désigne un espace publicitaire extensible au passage de la souris, pouvant atteindre un format de 728 ou 1000 x 400 pixels ou 600 x 250 ou 600 pixels
Grand angle	Désigne une bannière ou un espace publicitaire de 300 x 600 pixels
Masthead	Désigne un espace publicitaire de 1000 x 250 pixels ou 970 x 250 pixels
Flash Transparent	Désigne un format publicitaire statique ou animé se déroulant quelques secondes en surexposition d'une page web
Pré-home/Interstitial	Désigne un format publicitaire plein écran apparaissant lors de l'accès initial à un site, une application ou entre la consultation de deux pages
Habillage de Page (nous consulter pour les différentes spécifications techniques)	Désigne un format publicitaire impactant qui se compose d'une arche autour de la page, en fond de page, et d'un ou plusieurs formats compagnons
Le clickTag du Flash	Fonction à implémenter sur toutes les zones cliquables. on (release) {getURL (clickTAG,« _blank ») ;}
Le Bouton fermer sur les Flash Transparents	Fonction à implémenter sur le bouton fermer : on (release) {getURL (« javascript:oas_fermer() »);}
Pré-roll/Billboard	Désigne la diffusion d'un message publicitaire vidéo pendant quelques secondes avant la visualisation d'une vidéo de contenu cf. article 36
Mid-Roll	Désigne la diffusion d'un message publicitaire vidéo pendant quelques secondes pendant la visualisation d'une vidéo de contenu cf. article 36
Focus	Désigne une bannière ou un espace publicitaire de 400 x 400 pixels exclusive à la plateforme france.tv
Paysage	Désigne une bannière ou un espace publicitaire de 1 200 x 300 pixels exclusive à la plateforme france.tv
Native Ad	Désigne un format publicitaire sponsorisé d'apparence éditorial et le mieux intégré possible à la page source (thèmes et textes proches de ceux traités par la page source)

Liste de formats fournie à titre indicatif.

En cas de format Flash, fournir un JPEG, GIF ou PNG de back up.

- 41** **Formats vidéo publicité ou parrainage : pré-roll, pavé vidéo**
 Tout Annonceur, souhaitant mettre en ligne un message publicitaire vidéo (pré-roll) avant, pendant et/ou après des émissions de télévision et/ou de vidéo de rattrapage et vidéo à la demande, (ci-après dénommés « SMAd »), doit impérativement faire parvenir à l'Autorité de Régulation

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Professionnelle de la Publicité (ci-après dénommée « ARPP ») une copie de chacun des messages au format H264 (aussi dénommé « mpeg4 » ou « AVC part 10 ») prêts à être mis en ligne pour obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute mise en ligne.

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

Seuls les messages publicitaires vidéo ayant reçu un avis favorable de l'ARPP, et en possession de France Télévisions Publicité, seront mis en ligne sur les SMAAd.

L'avis favorable de l'ARPP ne comporte aucun engagement, même tacite, des Sites quant à la mise en ligne desdits messages publicitaires.

La conclusion d'un Ordre d'insertion par l'Acheteur implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente, des usages et de la réglementation afférents à la publicité, ainsi que des règles d'éthique publicitaire applicables dans la zone de diffusion des Sites telles qu'elles ressortent du code consolidé de la Chambre de Commerce Internationale, des recommandations déontologiques de l'ARPP, et des avis du Jury de Déontologie Publicitaire.

41 A - Formats display :

Tout annonceur et/ou mandataire s'assurent de la conformité des messages publicitaires display aux recommandations de l'ARPP, et plus particulièrement à la Recommandation « Développement durable », notamment dans le cas de campagnes nationales. Dans le cas contraire, France Télévisions Publicité se réserve le droit de refuser d'exécuter l'ordre d'insertion concerné, sans que cette décision ne puisse ouvrir un quelconque droit à réclamation ou bien à indemnisation de l'Annonceur.

41 B - Livraison des messages publicitaires à France Télévisions Publicité

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

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

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

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

Les messages publicitaires seront exclusivement fournis en Fichier média numérique PAD haute définition.

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

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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

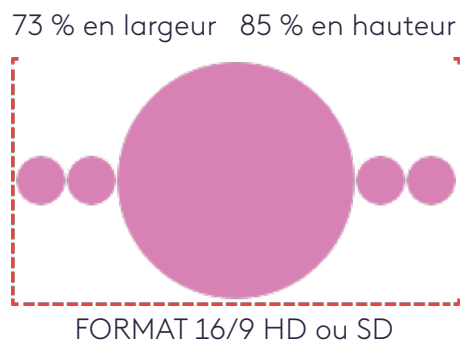
41 C - Normes communes à l'ensemble des PAD (quel que soit le type de support) :

Ratio de l'image

Il doit être impérativement en 16/9 (natif ou anamorphosé suivant les formats vidéo).

Zones de sécurité

La lecture des supports sur un équipement vidéo doit impérativement respecter les consignes en matière de zones de sécurité (ci-après « safe area ») suivantes :



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

Niveau sonore

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

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

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

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

41 D - Fichier média numérique PAD haute définition

Le fichier PAD HD sera transmis via Internet à partir du site : www.francetvpub.fr

Une liste exhaustive des formats de fichiers est disponible sur ce site. Les formats suivants sont acceptés :

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

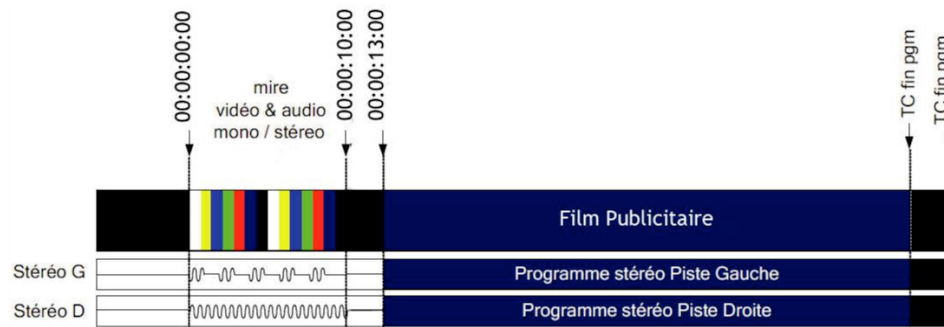
Bien que non conseillés en raison de leur qualité plus faible (visible par les téléspectateurs et internautes), les fichiers non HD, au format standard SD suivants sont acceptés :

- IMX 50 Mb/s (.mov ou. mxf) ;
- DVCPRO50 (.mov ou. mxf) ;
- mpeg2 50 Mb/s CBR (.mov ou. mxf) - DV 25 Mb/s (.mov).

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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 1 000 Hz = -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).



- 42 L'Annoncéur donne tous pouvoirs à France Télévisions Publicité pour effectuer toute modification sur les messages publicitaires reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de mise en ligne du Numérique en vue de l'exécution de ses Ordres d'insertion. L'Annoncéur garantit France Télévisions Publicité et le Numérique 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 mise en ligne sur le Numérique.

France Télévisions Publicité réalisera à sa charge toutes les adaptations d'encodage et de numérisation nécessaire pour permettre au message

publicitaire fourni une diffusion sur tous les signaux, ADSL (catchup), Sites Internet, Sites mobiles et Applications mobiles qu'elle commercialise.

- 43 France Télévisions Publicité vérifiera que la durée effective du message publicitaire livré correspond strictement à celle de l'espace réservé. Le message publicitaire sera refusé si cette vérification révèle que la durée du message livré ne correspond pas à celle de l'espace réservé conformément aux stipulations de l'Ordre d'insertion.
- 44 Tous les frais, notamment de production, de copie, de droits d'auteur et droits voisins et autres, sont à la charge de l'Annoncéur.
- 45 Passé un délai de 3 (trois) jours calendaires après la première mise en ligne d'un message publicitaire, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de mise en ligne, ou de calendrier de mise en ligne, du message publicitaire ne sera retenue.
- 46 Dans la mesure où, à titre tout à fait exceptionnel, un message publicitaire vidéo (pré-roll) serait mis en ligne avant, pendant et/ou après un SMAd (tel que défini à l'article 36 ci-avant) sans avis de l'ARPP, le fait de recevoir un avis ARPP « à ne pas diffuser » ou « cessation de diffusion » ou « à modifier » entraînera le versement par l'Acheteur d'une pénalité de 1 500 euros HT par jour programmé jusqu'à livraison d'une nouvelle version. France Télévisions Publicité ainsi que le Numérique ne peuvent être tenus responsables des pertes ou dommages subis par les bandes-vidéo ou documents à l'occasion de l'exécution de l'Ordre d'insertion, avant leur arrivée à France Télévisions Publicité.
- 47 Tous les supports magnétiques doivent être retirés par l'Annoncéur auprès de France Télévisions Publicité, dans un délai de 6 (six) mois après la première mise en ligne. Passé ce délai, les supports magnétiques seront détruits à l'initiative de France Télévisions Publicité. De manière générale, l'Annoncéur informera par écrit France Télévisions Publicité, et ce dans les meilleurs délais, de tout arrêt définitif de mise en ligne d'un message publicitaire.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

48 Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à France Télévisions Publicité, avec un numéro d'Ordre et, le cas échéant, l'avis favorable de l'ARPP, au plus tard six (6) jours ouvrés avant la date de la première mise en ligne prévue à l'adresse suivante : 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément – 92641 Boulogne-Billancourt Cedex. Passés ces délais, la date de démarrage de la campagne sera décalée d'une durée équivalente au retard de livraison.

Le plan de roulement des messages sur les Espaces réservés doit être remis à France Télévisions Publicité en même temps que le support de diffusion, soit au plus tard six (6) jours avant la date de première mise en ligne prévue, sur papier à en-tête du Mandataire ou de l'agence de création. Il doit être daté, signé et comporter le cachet de l'Annonceur ou de son Mandataire. Il est considéré comme accepté par l'Annonceur et son Mandataire. Si ce délai n'est pas respecté et si le message publicitaire peut être, à titre exceptionnel, diffusé sur indication téléphonique, sous réserve d'une confirmation immédiate par télécopie de la part de l'Annonceur ou de son Mandataire, les erreurs ou omissions éventuelles dans la diffusion de ce message publicitaire engageront la seule responsabilité de l'Annonceur, ainsi que du Mandataire. Si le calendrier de mise en ligne n'est pas fourni de manière écrite par mail, les erreurs ou omissions éventuelles de mise en ligne relèveront de la responsabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire. Dans l'hypothèse où plusieurs calendriers de mise en ligne seraient fournis soit par le Mandataire, soit par l'agence de création, soit par l'Annonceur, seul le dernier calendrier reçu dans les délais de montage mentionnés en tête des présentes sera pris en compte.

DOTATION PAR L'ANNONCEUR DE JEUX ORGANISÉS SUR LE(S) SITE(S)

49 Tout Annonceur mettant en ligne une campagne publicitaire ou de parrainage au titre des présentes, ne peut s'opposer à ce que le(s) Site(s) s'associe(nt) à un ou plusieurs autres partenaires, y compris à des

concurrents ou à des marques concurrentes de la sienne, en vue de doter de cadeaux les jeux qu'il pourrait organiser sur ses pages.

En tout état de cause, l'Annonceur prend en charge toute la gestion du jeu qu'il dote et, à ce titre, garantit le(s) Site(s) et France Télévisions Publicité contre tout recours ou réclamation émanant de quiconque à cet égard, notamment des bénéficiaires.

DISPOSITIONS DIVERSES

50 En outre, l'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre d'insertion confère à France Télévisions Publicité, ainsi qu'à tout prestataire contractuellement lié à France Télévisions Publicité et nécessaire à la diffusion du message, le droit :

- de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires et de parrainage qui lui sont remis, pour une communication au public, autant de fois que France Télévisions Publicité le souhaitera, sur tout support et particulièrement sur les Sites Internet ou extranet de France Télévisions Publicité et des Sites, en vue notamment d'actions de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- de représenter lesdits messages suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à France Télévisions Publicité, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs intermédiaires ;
- de diffuser les messages sur les Sites y compris lors de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

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

- 51 Dans le cadre d'une exploitation de la campagne sur d'autres supports (presse, radio, PLV, etc.), l'Annonceur ou son Mandataire doit préalablement soumettre à France Télévisions Publicité tous les éléments (documents, maquettes, etc.) pour accord. Le site communiquera un devis lié notamment à l'utilisation éventuelle du nom du site et du titre de la rubrique ou de la page Internet.
- 52 En dehors des citations expressément prévues par l'Ordre d'insertion, cet Ordre d'achat d'espace ne confère à l'Annonceur et, le cas échéant, à son Mandataire, aucun droit présent ou futur de quelque nature que ce soit sur le(s) Site(s).
- 53 Ni l'Annonceur, ni le cas échéant son Mandataire, ne bénéficie d'une quelconque priorité pour la reconduction de l'opération d'achat d'espace, sauf disposition contraire expressément stipulée et jointe à l'Ordre d'insertion initial.
- 54 En cas de changement de la réglementation modifiant l'offre commerciale de France Télévisions Publicité, rendant en tout ou partie les présentes Conditions Générales de Vente caduques, France Télévisions Publicité s'engage à publier dans les meilleurs délais de nouvelles Conditions Générales de Vente prenant en compte le nouveau contexte juridique.
- 55 À l'initiative de France Télévisions Publicité, une étude d'impact sur l'action commerciale peut être proposée.

Dans ce cas, France Télévisions Publicité se réserve le droit d'exploiter les résultats sous toutes formes et à toutes fins commerciales, y compris sous la forme de présentations d'argumentaires commerciaux, communiqués, brochures, et de faire mention du nom de l'Annonceur.

56 France Télévisions Publicité et les Acheteurs s'interdisent de divulguer les informations confidentielles auxquelles ils pourraient avoir accès dans le cadre des Ordres d'insertion. Seront considérées comme confidentielles, toutes informations ou toute données de quelque nature qu'elles soient, notamment informatique, technique, marketing, commerciale ou financière, sous quelque forme ou sur quelque support que ce soit, divulguée par l'une ou l'autre des parties, par tout moyen. France Télévisions Publicité et les Acheteurs s'engagent à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne sur le(s) support(s)/le(s) Site(s) du (des) message(s) publicitaire(s).

57 L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec France Télévisions Publicité à l'occasion de l'exécution des Ordres d'insertion sont susceptibles de faire l'objet d'intrusions ou de contaminations par un tiers, notamment à l'occasion des transmissions par Internet.

58 L'Annonceur s'engage à respecter et à faire respecter à son Mandataire, ainsi qu'à tous ses prestataires (responsable de traitement ou sous-traitant) intervenant pour des opérations de traitement de Données personnelles (ci-après désignés indistinctement les « Opérateurs de l'Annonceur »), en tout point la réglementation applicable, et plus particulièrement celle en matière de Données personnelles, telle qu'issue du Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des Données personnelles et à la libre circulation de ces données, de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, ou bien encore des Délibérations de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés et notamment la Délibération n° 2020- 091 du 17 septembre 2020 portant adoption de lignes directrices relatives à l'application de l'article 82 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée aux opérations de lecture ou écriture dans le terminal d'un utilisateur et la Délibération n°2020-092 du 17 septembre 2020 portant adoption d'une recommandation proposant des modalités pratiques de mise en conformité en cas de

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

recours aux « cookies et autres traceurs ». En cas de modification de la réglementation applicable en cours d'année, l'Annonceur s'engage à s'y conformer. En tout état de cause, l'Annonceur se porte-fort du respect par les Opérateurs de l'Annonceur des présentes Conditions Générales de Vente et s'engage à répercuter toutes clauses utiles de ces Conditions Générales de Vente dans ses contrats avec les Opérateurs de l'Annonceur.

À cet effet, l'Annonceur et les Opérateurs de l'Annonceur, s'interdisent strictement, sauf accord contractuel préalable de France Télévisions Publicité, toute insertion ou utilisation de Cookies, dans les messages publicitaires ou de parrainage destinés à être diffusés suite à l'achat de l'Espace publicitaire ou de parrainage, quelles que soient les modalités de cet achat.

Ainsi, avant tout dépôt/lecture de Cookies sur le terminal de l'utilisateur, l'Annonceur et/ou les Opérateurs de l'Annonceur devront porter à la connaissance de France Télévisions Publicité les informations suivantes :

- l'Opérateur de l'Annonceur déposant le Cookie et son adhésion à l'IAB (Interactive Advertising Bureau) ou à toute autre norme technique qui viendrait s'y substituer,
- les caractéristiques techniques des Cookies déposés,
- le type d'informations collectées par l'intermédiaire des Cookies,
- la finalité de la collecte d'information effectuée par l'intermédiaire des Cookies,
- les destinataire(s) des informations collectées par l'intermédiaire des Cookies,
- la durée de vie des Cookies sur le terminal des utilisateurs des Sites (étant précisé que les Cookies déposés ne devront pas pouvoir être conservés sur les terminaux des utilisateurs des Sites au-delà de la durée légale de vie des cookies conformément à la réglementation applicable relative à la protection des données),
- le lieu d'hébergement et de stockage des Données personnelles.

L'Annonceur et/ ou les Opérateurs de l'Annonceur garantissent respecter les obligations suivantes :

- L'adhésion à l'IAB (Interactive Advertising Bureau), ou à toute autre norme technique qui viendrait s'y substituer, des Opérateurs de l'Annonceur qui participeront au dépôt de Cookie (étant précisé que le dépôt de Cookie doit obligatoirement être réalisé par une entité ayant adhéré à l'IAB) ;
- Le respect des signaux techniques dans leur version V.2 de la TC String de l'IAB Transparency and Consent Framework, ou de toute autre norme qui viendrait s'y substituer, relatifs au consentement ou au refus de l'utilisateur des Sites concernant le dépôt/lecture de Cookies en fonction des différentes finalités et l'interprétation de toute absence de signal ou de tout signal de mauvaise qualité comme un refus au dépôt de Cookies ;
- L'interdiction de l'utilisation des Données personnelles à des fins d'enrichissement d'une DMP (Data Management Platform) ou de toute base de données de l'Annonceur et/ou des Opérateurs de l'Annonceur ;
- L'interdiction de tout croisement avec d'autres données que l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur détiendrait directement ou indirectement, notamment à des fins de ciblage publicitaire ;
- La garantie que les conditions d'hébergement des Données personnelles respectent les exigences de sécurité et de confidentialité de la réglementation applicable ;
- La conservation des preuves du respect de ces obligations.

France Télévisions Publicité pourra, à tout moment et par tout moyen, contrôler le respect par l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur des conditions de dépôt et/ou lecture des Cookies et de toutes données qui en sont issues afin de s'assurer que l'Annonceur respecte la réglementation applicable, les règles relatives à l'application de la TC

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

String de l'IAB Transparency and Consent Framework et les obligations des présentes Conditions Générales de Vente. Ainsi, l'Annonceur s'engage à transmettre, à la demande de France Télévisions Publicité et ce, dans les meilleurs délais, tout élément permettant de démontrer que celui-ci et/ou tout Opérateur de l'Annonceur concerné respecte les obligations prévues au présent article et à effectuer toute démarche utile pour mettre fin aux éventuels manquements identifiés par France Télévisions Publicité.

Dans l'hypothèse où l'Annonceur, et/ou tout Opérateur de l'Annonceur ne respecterait pas les obligations visées ci-avant, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de suspendre temporairement, le cas échéant jusqu'à mise en conformité complète de l'Annonceur et/ou de l'Opérateur de l'Annonceur concerné et/ou d'annuler la programmation de la campagne concernée mais également de toute nouvelle campagne en exigeant de l'Annonceur ou de son Mandataire le paiement intégral du montant de ladite campagne. France Télévisions Publicité se réserve la possibilité d'apprécier l'opportunité, en dernier recours, de mettre un terme aux relations commerciales avec cet Annonceur. Il est précisé que l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur ne pourra prétendre à une quelconque indemnité dans une telle hypothèse et que France Télévisions Publicité ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/ou indirects qui résulteraient pour toute personne de la présence ou de l'usage des Cookies ou des technologies de ciblage comportemental intégrés au sein des messages concernés en contravention des présentes dispositions. Il est en de même en cas de dysfonctionnement lié aux Cookies déposés par l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur.

L'Annonceur souhaitant exploiter les Données personnelles qu'il a lui-même collectées à des fins de publicité personnalisée dans le cadre du replay IPTV (ou de la TV segmentée cf. Conditions Générales de Vente sur France Télévisions et les chaînes thématiques) devra obligatoirement avoir préalablement contracté avec le ou les tiers de confiance choisi(s) par chaque fournisseur d'accès Internet (ci-après « FAI ») dont la liste est disponible auprès de France Télévisions Publicité afin de permettre le

croisement avec les Données personnelles du FAI (ci-après « l'Onboarding »).

A cet effet, l'Annonceur garantit France Télévisions Publicité comme le FAI du respect des obligations suivantes :

- Utiliser uniquement la base légale du consentement lors de la collecte des Données personnelles pour la réalisation d'Onboarding ;
- Pouvoir à tout moment mettre à disposition du FAI et de France Télévisions Publicité la preuve de ce consentement ;
- Permettre à France Télévisions Publicité et au FAI la réalisation d'audits sur les Données personnelles destinées à l'Onboarding ;
- Permettre la prise en compte par le FAI et France Télévisions Publicité de tout retrait du consentement ou demande de droit des personnes concernées en relation avec l'Annonceur, ainsi que de toute violation de données concernant des Données personnelles traitées dans le cadre de l'Onboarding ;
- De manière générale, accepter tous les pré-requis imposés par le tiers de confiance du FAI.

Il est entendu que les Données personnelles objet de l'Onboarding ne pourront être utilisées par France Télévisions Publicité que dans le cadre des campagnes de l'Annonceur concerné.

59 L'Acheteur convient expressément que tout document pourra être signé de manière dématérialisée dans le cadre de la plateforme de signature électronique utilisée par France Télévisions et que ce dernier :

- constitue l'original dudit document ;
- constitue une preuve écrite au sens de l'article 1365 du Code Civil ;
- a la même valeur probante qu'un écrit signé de façon manuscrite sur support papier conformément à l'article 1366 du Code civil et pourra valablement être opposé à chacune des Parties et aux tiers ;

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- est susceptible d'être produit en justice, à titre de preuve par écrit, en cas de litiges, y compris dans les litiges opposant les Parties.

En conséquence, l'Acheteur reconnaît que tout document signé de manière dématérialisée vaut preuve du contenu dudit document, de l'identité du signataire et de son consentement aux obligations et conséquences de faits et de droit qui découlent du document signé de manière dématérialisée.

- 60** France Télévisions Publicité s'est engagée dans la conduite de ses activités à respecter un ensemble de valeurs et de principes consignés au sein de la « Charte d'éthique de France Télévisions ». Ces principes incluent notamment, et de manière non limitative, l'engagement de France Télévisions Publicité de conduire ses activités dans le respect des personnes et de l'environnement.

France Télévisions Publicité garantit que ses activités sont menées dans le respect des procédures applicables, et dans le souci constant de prévenir tout conflit d'intérêts et de lutter contre la corruption.

France Télévisions Publicité a la volonté de partager ces principes éthiques avec ses fournisseurs et prestataires. À cet égard, l'Acheteur déclare avoir pris connaissance, pour ce qui le concerne, de la Charte d'éthique, disponible à l'adresse suivante : <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/charte-ethique-france-televisions/>. Il s'engage à respecter des pratiques similaires dans la conduite de ses activités et plus particulièrement dans le cadre des prestations qu'il réalise pour le compte de France Télévisions Publicité.

Par ailleurs, l'Acheteur est informé que, conformément à la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016, France Télévisions Publicité s'est dotée d'un Code de conduite anti-corruption. Ce Code a pour objet d'énoncer ou de rappeler les valeurs et les principes fondamentaux que France Télévisions Publicité s'engage à respecter en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence. Il est disponible sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante : <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/code-de-conduite-anti-corruption/>.

- 61** L'Acheteur s'engage à en prendre connaissance et garantit à France Télévisions Publicité qu'il n'entreprendra aucune action qui serait en contravention avec les dispositions dudit Code anti-corruption, et/ou qui violerait une disposition légale ou réglementaire de lutte ou de prévention contre la corruption ou autre loi ou réglementation applicable dans la conduite de ses activités.

De plus, afin de compléter sa démarche éthique et de garantir que ses activités dans le cadre des relations qu'elle entretient avec ses partenaires commerciaux obéissent bien aux mêmes principes, France Télévisions Publicité s'est engagée à respecter le Code de conduite des partenaires commerciaux. L'Acheteur déclare avoir pris connaissance du Code de conduite des partenaires commerciaux, disponible à l'adresse suivante : <https://static.francetelevisions.fr/inline-images/code%20de%20conduite%20partenaires%20commerciaux.pdf>

Il s'engage à le respecter dans le cadre de ses relations d'affaires avec France Télévisions Publicité ou à appliquer des standards équivalents dans le cadre des activités qu'il mène pour le compte de France Télévisions Publicité.

France Télévisions Publicité attache une grande importance au respect des dispositions internationales et nationales relatives au respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, à la protection de la santé et de la sécurité des personnes, ainsi qu'à la protection de l'environnement.

La politique RSE de France Télévisions Publicité s'appuie sur le respect des principes éthiques et des droits humains tels que définis dans :

- la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;
- la Déclaration de l'Organisation internationale du Travail (OIT) relative aux principes et droits fondamentaux au travail et les déclarations et conventions de cette même Organisation contre le travail forcé et le travail des enfants ;

Applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

- le Pacte mondial des Nations Unies (Global Compact) et les Principes d'autonomisation des Femmes (Women Empowerment Principles) ;
- la Charte Éthique du groupe France Télévisions (<https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/charte-ethique-france-televisions/>).

De la même manière, France Télévisions Publicité s'engage pour la protection de l'environnement.

Les dispositions du Groupe France Télévisions en matière de RSE sont détaillées dans le document accessible en cliquant sur le lien suivant: <https://www.francetelevisions.fr/groupe/nos-engagements/les-engagements-en-matiere-de-rse-3925>.

L'Acheteur s'engage donc à respecter les principes définis dans ces textes, disponibles sur Internet, et veille à ce que ses sous-traitants fassent de même, et à ne conduire aucune action contraire aux engagements environnementaux et sociétaux du Groupe France Télévisions.

- 62** L'Acheteur se conformera aux prescriptions légales concernant la réglementation du travail et assurera seul la charge et l'exécution des obligations imposées par les lois sociales et fiscales en faveur ou du fait de son personnel.

Les travailleurs étrangers doivent être munis du titre les autorisant à exercer une activité salariée en France, lorsque la possession de ce titre est exigée, en vertu de dispositions législatives ou réglementaires, ou de traités ou accords internationaux.

L'Acheteur atteste sur l'honneur que les prestations sont réalisées par des salariés employés régulièrement au regard de la réglementation en vigueur et notamment des articles L.3243-1 à 5, L.1221-10 à 13, et L.8251-1 du code du travail.

L'Acheteur s'engage à remettre à France Télévisions Publicité les documents visés à l'article D.8222-5 du code du travail ou D.8222-7 du même code pour les entreprises établies à l'étranger dès la conclusion du contrat, puis tous les six (6) mois à compter de celle-ci pendant toute la durée du contrat.

De même afin que France Télévisions Publicité puisse satisfaire à son obligation de vigilance, l'Acheteur déclare avoir remis, en application des articles L.8221-3 et L.8221-5 du code du travail, à France Télévisions Publicité lors de la conclusion du contrat, une attestation relative au respect de ses obligations en matière de déclarations sociales, complétée de la mention du paiement des cotisations et contributions de sécurité sociale, et faisant apparaître :

- L'identification de l'entreprise ;
- Le nombre de salariés employés ;
- L'assiette de rémunération déclarée sur le dernier récapitulatif des cotisations de sécurité sociale adressées à l'organisme de recouvrement.

L'Acheteur s'engage à remettre cette attestation à France Télévisions Publicité tous les six (6) mois et ce jusqu'à la fin de l'exécution du contrat.

L'Acheteur reconnaît que le respect par lui et tout au long du contrat, des obligations issues des articles L.8221-3 et L.8221-5 du code du travail constitue une obligation essentielle d'exécution du contrat.

LITIGES

- 63** 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 d'insertion relève de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs. La formation, l'interprétation, l'exécution et la résiliation des Ordres présentes sont soumises au droit français.



Contacts

Tél. : +33 (0)1 56 22 62 00
www.francetvpub.fr

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

francetvpub.fr



france•tv
publicité