

CONDITIONS
COMMERCIALES
DE VENTE
2024

PUBLICITÉ,
PARRAINAGE
ET NUMÉRIQUE
SUR FRANCE TÉLÉVISIONS
PUBLICITÉ
INTERNATIONAL

Destination 2024

Un temps d'avance

francetvpub.fr



france.tv
publicité
international

Sommaire

1 Conditions Commerciales de Vente **de Publicité** sur France Télévisions Publicité International

Décomposition du chiffre d'affaires 2024.....	P. 4
Terminologie.....	P. 5
Achat unitaire.....	P. 6
Achat de solutions.....	P. 8
Taux CGV.....	P. 8
Informations complémentaires	P. 8

2 Conditions Commerciales de Vente **du Parrainage** sur France Télévisions Publicité International

Décomposition du chiffre d'affaires 2024.....	P. 12
Terminologie.....	P. 13
Achat unitaire.....	P. 14
Achat de solutions.....	P. 15
Taux CGV.....	P. 15
Informations complémentaires	P. 15

3 Conditions Générales de Vente **des Espaces Publicitaires** sur France Télévisions Publicité International P. 17

4 Conditions Générales de Vente **des Espaces Parrainage** sur France Télévisions Publicité International P. 40

A large, bold, red number '1' is centered in the upper half of the page. The background is dark blue with several thin, curved lines in yellow, red, and cyan on the left side.

Conditions Commerciales de Vente de la **Publicité** sur France Télévisions Publicité International

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

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITÉ 2024 SUR FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ INTERNATIONAL

C.A. Initial

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

- Incidents
- Solutions

C.A. Initial Corrigé

Modulations tarifaires (x % du Tarif Initial Corrigé)

L'ensemble des modulations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif Initial Corrigé.

- Gracieux
- Emplacement préférentiel
- Exclusivité
- Co-branding

C.A. de Référence

Minorations tarifaires (x % du Tarif de Référence)

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

- Nouvel annonceur
- Nouvel entrant TV
- Publicité collective
- Publicité collective « charte alimentaire »
- Publicité d'intérêt général
- Publicité secteur cinématographique
- Remise couplage
- Remise Secteur Tourisme

C.A. NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

TERMINOLOGIE

Chaînes Internationales

TV5Monde (Hors Afrique), France 24 (Hors Afrique), Museum International et My Zen International.

Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité International sur la base du format 30 secondes.

Chiffre d'Affaires Initial

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des espaces publicitaires achetés après application de l'indice format (cf. page 9)

Tarif Initial Corrigé

Le Tarif Initial Corrigé correspond au Tarif Initial après application de l'indice format et après déduction des éventuels incidents de diffusion, modulations solutions et blocs.

C.A. Initial Corrigé

Le Chiffre d'Affaires Initial Corrigé est la somme du Tarif Initial Corrigé des espaces publicitaires achetés.

Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial corrigé de l'indice format après déduction des éventuels gracieux et modulations tarifaires.

Chiffre d'Affaires de Référence

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des espaces publicitaires achetés.

Tarif Net Avant Remise

Le Tarif Net Avant Remise correspond au Tarif de Référence après application des minorations tarifaires.

Chiffre Net Avant Remise

Le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise est la somme du Tarif Net Avant Remise des espaces publicitaires achetés.

Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Net Avant Remise après déduction du Taux CGV.

Chiffre d'Affaires Net

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif Net des espaces publicitaires achetés.

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

CONDITIONS TARIFAIRES

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion est disponible à la page 9. Le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit sur la base des tarifs publiés par France Télévisions Publicité International.

France Télévisions Publicité International se réserve la possibilité de modifier la grille des écrans publicitaires et leurs tarifs.

ACHAT UNITAIRE

Il est possible d'acheter des espaces publicitaires à l'unité sur l'ensemble des Chaînes Internationales. Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de conditions tarifaires.

MAJORATIONS TARIFAIRES

Les majorations tarifaires sont calculées à partir du Tarif Initial Corrigé. Leur montant est ajouté au Tarif Initial Corrigé.

Toutes les majorations ci-dessous sont cumulables.

Emplacement préférentiel dans un écran

+ 20 % du Tarif Initial Corrigé de l'espace publicitaire pour la réservation du premier ou du dernier emplacement dans l'écran.

Exclusivité sectorielle

+ 30 % du Tarif Initial Corrigé, par code secteur, pour la réservation de l'exclusivité sectorielle dans un écran.

Co-branding

+ 15 % du Tarif Initial Corrigé pour la présentation ou la citation de plusieurs produits ou marques d'annonceurs dans un message publicitaire.

MINORATIONS TARIFAIRES

Les minorations tarifaires sont calculées à partir du Tarif de Référence. Leur montant est déduit du Tarif de Référence.

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **- 5%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué en publicité classique sur les Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions Publicité International en 2022 et 2023. Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2022 et/ou 2023, d'une communication exclusive en Gracieux Chaînes Grandes Causes bénéficieront également de l'abattement. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2024 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022 et 2023 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Cet abattement est non cumulable avec le nouvel entrant TV.

Nouvel entrant

Bénéficie d'un abattement de **- 7%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur un service de télévision quel qu'en soit l'éditeur entre le 01/01/2022 et le 31/12/2023. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 ne sera pas considéré comme nouvel entrant TV. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement nouvel annonceur.

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

Publicité collective

Bénéficie d'un abattement de **- 5%** sur le Tarif de Référence tout annonceur éligible à la publicité collective. La publicité collective sert à promouvoir un secteur d'activité, un groupement de professionnels, une catégorie de produits ou services présentés sous leur appellation générique (exemple : les produits laitiers). La qualification de campagne collective est attribuée par France Télévisions Publicité International après étude du dossier (cf. fiche Publicité Collective). Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires, hormis l'abattement Nouvel annonceur et le nouvel entrant.

Publicité collective « charte alimentaire »

Bénéficie d'un abattement de **- 7%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur éligible à la publicité collective « charte alimentaire ». La publicité collective « charte alimentaire » sert à promouvoir une catégorie de produits ou services alimentaires autres que les boissons avec ajout de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et les produits alimentaires manufacturés. La qualification de campagne collective « charte alimentaire » est attribuée par France Télévisions Publicité International après étude du dossier. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur et le nouvel entrant TV.

Publicité d'intérêt général

Bénéficie d'un abattement de **- 5%** sur le Tarif de Référence :

- les campagnes des organisations caritatives et humanitaires ;
- les campagnes d'information des administrations ou des ministères ;
- les campagnes d'information gouvernementale, c'est-à-dire les campagnes SIG.

Les campagnes d'intérêt général sont programmées par France Télévisions Publicité International après les ouvertures de planning à 3 semaines de la diffusion, en fonction des disponibilités du planning.

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires, hormis l'abattement Nouvel annonceur et le nouvel entrant.

Publicité Secteur cinématographique

Bénéficie d'un abattement sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir un film cinématographique.

BUDGET PRODUCTION FILM	SANS CONTRAINTE DE PROGRAMMATION
< 5 M€	-82%
entre 5M€ et 7M€	-72%
>= 7M€	-67%

La qualification de campagne Secteur cinématographique est attribuée par France Télévisions Publicité International après étude du dossier (cf. Attestation Publicité Secteur cinématographique). Cet abattement est non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV.

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

Remise couplage

Bénéficiaire de **- 5%** sur le Tarif de Référence tout annonceur réalisant un achat couplé selon les conditions suivantes :

- Achat simultané de campagnes classique et parrainage sur la même période de diffusion ;
- Achat simultané de campagnes classique et digital (hors digital issu du parrainage) sur la même période de diffusion.

L'abattement s'appliquera sur la campagne classique uniquement.

Remise Secteur Tourisme

Bénéficiaire de **-10 %** sur le Tarif de Référence les campagnes relatives aux codes secteurs suivants :

- Cie aériennes : 12 01 02 01
- Agences de voyages : 12 01 04 01
- Offices de tourisme : 12 01 06 01
- Hôtellerie : 12 01 08 01 / 12 01 08 02 / 12 01 08 04
- Comparateur de voyages sans exclusivité : 12 01 09 01

ACHAT DE SOLUTIONS

Une solution est indissociable et ne peut être recomposée. Sa composition relève de la compétence exclusive de France Télévisions Publicité International, qui se réserve le droit de modifier les solutions en cours d'année. Aucun achat réalisé sous forme de solution ne pourra être modifié à posteriori.

Pour tout achat d'opération de brand content sur les chaînes MyZen et Museum International, nous consulter.

TAUX CGV

Le taux CGV est accordé en fonction du CA Net réalisé en 2023 par un annonceur sur les chaînes internationales selon le barème ci-après. Il s'applique sur le CA Net avant remise.

CA NET 2023 RÉALISÉ SUR LES CHAINES INTERNATIONALES	TAUX CGV
De 0 à 14 999€	0%
De 15 000€ à 24 999€	-5%
De 25 000€ à 49 999€	-10%
De 50 000€ à 99 999€	-15%
De 100 000€ à 149 999€	-20%
Au-delà de 150 000€	-25%

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

France Télévisions Publicité International se réserve le droit de refacturer tout avantage et abattements accordés aux annonceurs et/ou leurs mandataires, dont les échéances de règlement ne sont pas respectées (soit 30 jours le 10 date de facturation).

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

INDICES TARIFAIRES PAR FORMAT

Les indices par format 2024 sont les suivants :

SECONDES	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
INDICE	29	35	40	44	49	54	57	59	62	65	70	74	77	81	
SECONDES	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
INDICE	82	87	89	90	93	94	94	95	96	97	98	98	99	99	100
SECONDES	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
INDICE	121	125	131	140	145	150	155	160	167	173	178	183	187	191	196
SECONDES	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
INDICE	200	203	207	210	221	225	227	232	240	248	251	256	264	273	279

Pour les formats supérieurs à 60", ajouter 5 à l'indice pour chaque seconde supplémentaire.

France Télévisions Publicité International se réserve le droit de faire évoluer les indices tarifaires.

PÉRIMÈTRE

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des Conditions commerciales de France Télévisions Publicité International sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L 233-3 I - 1 du Code de commerce et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale.

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée au service de l'administration des ventes de France Télévisions Publicité International 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 Boulogne-Billancourt, avant le 1^{er} janvier de l'année N ou au plus tard

un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;
- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit France Télévisions Publicité International contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité International compte tenu du dossier présenté.

Conditions Commerciales de Vente de Publicité

Sur France Télévisions Publicité International

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

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avant le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité International publicitaire sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

Extranet Financier

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



2

Conditions Commerciales **du Parrainage**

sur France Télévisions
Publicité Internationale

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Conditions Commerciales de Vente du parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PARRAINAGE 2023 SUR FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ INTERNATIONALE

C.A. Initial

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

- Incidents
- Gracieux
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Multi-marques
- Multi-annonceurs
- Exclusivité Sectorielle
- Emplacement Préférentiel
- Exclusivité Parrain

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur

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

C.A. NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

Conditions Commerciales de Vente du parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

TERMINOLOGIE

Chaînes Internationales

TV5Monde (Hors Afrique), France 24 (Hors Afrique), Museum International et My Zen International.

Tarif Initial

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

Chiffre d'Affaires Initial

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

Tarif de Référence

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

Chiffre d'Affaires de Référence

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

Tarif Net Avant Remise

Le Tarif Net Avant Remise correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires.

Chiffre d'Affaires Net Avant Remise

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

Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Net Avant Remise après déduction du taux CGV.

Chiffre d'Affaires Net

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

Conditions Commerciales de Vente du parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

CONDITIONS TARIFAIRES

Il est possible d'acheter des dispositifs de parrainage à l'unité sur l'ensemble des Chaînes Internationales commercialisées par France Télévisions Publicité International.

ACHAT UNITAIRE

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

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

MAJORATIONS TARIFAIRES

Multi-marques

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

Multi-annonceurs

+ 15 % sur le Tarif de Référence pour la présentation ou citation de plusieurs annonceurs dans une même opération de parrainage.

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

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

Exclusivité Sectorielle

+ 30% pour exclure les autres variétés d'un même secteur (correspondant aux deux derniers chiffres du code secodip) sur un dispositif en co-partenariat.

Emplacement Préférentiel

France Télévisions Publicité International garde la maîtrise de la programmation et du plan de roulement de l'ordre de passage des parrains. L'emplacement préférentiel permet à l'annonceur de choisir le positionnement de son dispositif.

+ 20% pour choisir l'emplacement d'un dispositif de parrainage en co-partenariat (hors Offres SOreach).

Exclusivité Parrain

+ 35% pour être le parrain du programme.

MINORATIONS TARIFAIRES

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **- 5%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur les Supports commercialisés par France Télévisions Publicité International, en 2022 et 2023 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2024 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022 et 2023 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Conditions Commerciales de Vente du parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

ACHAT DE SOLUTIONS

Les solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage qui sont proposés à un prix unique. Tout achat réalisé sous forme de solutions ne pourra être modifié a posteriori.

Les achats de solutions bénéficient d'une modulation tarifaire afin d'atteindre le prix de la solution. Ils bénéficient du Taux CGV mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité International.

TAUX CGV

Le taux CGV est accordé en fonction du CA Net réalisé en 2023 par un annonceur sur les chaînes internationales selon le barème ci-après. Il s'applique sur le CA Net avant remise.

CA NET 2023 RÉALISÉ SUR LES CHAINES INTERNATIONALES	TAUX CGV
De 0 à 14 999€	0%
De 15 000€ à 24 999€	-5%
De 25 000€ à 49 999€	-10%

CA NET 2022 RÉALISÉ SUR LES CHAINES INTERNATIONALES	TAUX CGV
De 50 000€ à 99 999€	-15%
De 100 000€ à 149 999€	-20%
Au-delà de 150 000€	-25%

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des Conditions commerciales de France Télévisions Publicité International sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L 233-3 I - 1 du Code de commerce et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée au service de l'administration des ventes de France Télévisions Publicité International, 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 Boulogne-Billancourt, avant le 1^{er} janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

Conditions Commerciales de Vente du parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère;
- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit France Télévisions Publicité International contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité International compte tenu du dossier présenté.

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement, sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avant le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité International sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises

commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

Extranet Financier

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





3

Conditions Générales de Vente des **Espaces Publicitaires**

sur France Télévisions
Publicité Internationale

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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

les chaînes internationales :

- TV5 Monde (Hors Afrique)
- France 24 (Hors Afrique)
- My Zen
- Museum
- (ci-après dénommées « les Supports » ou « le Support » chacune pour leur part),

dont France Télévisions Publicité, agissant sous le nom commercial « France Télévisions Publicité International » (ci-après dénommée « la Régie »), société anonyme, au capital de 38 100 euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641) 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 332 050 038 R.C.S Nanterre, assure la régie publicitaire et est seule habilitée à recevoir les ordres de publicité.

2 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 donné par ce dernier, faisant l'objet d'une attestation conforme au modèle publié dans la rubrique CGV 2024 sur le site internet www.francetvpub.fr, et souscrivant un Ordre de publicité. Dans l'hypothèse où les dispositions de la loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 ne seraient pas applicables, l'intermédiaire de l'Annonceur ne sera pas tenu d'intervenir dans le cadre juridique du mandat.
- « **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.
- « **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 la Régie.
- « **Ordre de publicité** » ou « Ordre » l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire, auquel sont parvenus la Régie ou son représentant et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par la Régie compte tenu des disponibilités de son planning, et conclu conformément aux présentes. Les éléments constitutifs de l'Ordre sont le Support, l'écran publicitaire concerné (date de diffusion et « intitulé de l'écran »), la durée du message, le Code secteur auquel le produit ou service promu se rattache, le prix compte tenu du format et le cas échéant, l'emplacement préférentiel acheté dans l'écran 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.
- « **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 ».

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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 diffusés du 1^{er} janvier 2024 au 31 décembre 2024. Seule la version des Conditions Générales de Vente publiée sur le site Internet de la Régie, 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.

La Régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de la Régie. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme.

- 4 La conclusion d'un Ordre de publicité par l'Acheteur implique l'acceptation 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 la Régie ou son représentant par l'Acheteur, faisant référence à ses propres Conditions Commerciales, n'a qu'une valeur indicative et n'implique aucune acceptation desdites conditions par la Régie lesquelles 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 à l'exception de la section « Procédure d'Achat ».

ACHAT PAR L'INTERMÉDIAIRE D'UN MANDATAIRE

- 6 Les Ordres de publicité peuvent être conclus directement par l'Annonceur ou un intermédiaire, qui agit au nom et pour le compte de l'Annonceur lorsque la loi « Sapin » n°93-122 du 29 janvier 1993 est applicable.

Tout achat d'espace publicitaire par un intermédiaire soumis aux dispositions de la loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de la Régie, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant obligatoirement à la Régie une attestation de mandat conforme et valable pour une année civile. Cette attestation peut se présenter :

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

- 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 la Régie, 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 la Régie.

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

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

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 La Régie 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 relevant du même Code secteur.

- 9 La Régie et les Supports sont libres de refuser l'exécution d'un Ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment :

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

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

Chaque Support se réserve en outre 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 ;
- ou encore pour des raisons d'image ou de déontologie.

- 10 Les intitulés d'écrans publicitaires mentionnés dans les Ordres ou tous autres documents ne constituent que des références à des emplacements insérés entre ou à l'intérieur des émissions, et non à des horaires de diffusion des messages publicitaires, ce que l'Acheteur reconnaît et accepte.

Quelle que soit la façon dont sont libellés ces intitulés, ils ne constituent en aucun cas un engagement de diffusion d'un message à un horaire précis. L'exécution de l'Ordre consiste en la diffusion d'un message publicitaire dans un écran publicitaire donné tel qu'il est programmé entre ou à l'intérieur

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

des émissions de la grille dans programmes des Supports. De ce fait, l'Acheteur ne peut se prévaloir d'un droit à diffusion de ses messages à un horaire précis ou d'une quelconque similitude ou différence entre les intitulés d'écrans figurant dans les Ordres et les horaires de diffusion.

L'Acheteur ne peut en aucun cas prétendre à une quelconque indemnité au titre des horaires de diffusion des messages publicitaires.

PROCÉDURE D'ACHAT

- 11** La Régie propose à chaque Acheteur deux procédures d'achat d'espace possible, éventuellement à travers son représentant local :
- un achat d'Ordre de publicité directement auprès du service planning par téléphone, e-mail ou par EDI ;
 - un achat d'Ordre de publicité directement sur le compte de l'Acheteur via la plateforme d'achats ADspace de la Régie

A/ DISPOSITIONS COMMUNES

- 12** Préalablement à toute demande de réservation, l'Acheteur doit faire parvenir à la Régie ou son représentant local :
- La « fiche d'identification Annonceur » ;
 - Le cas échéant, le formulaire «Acceptation des échanges de données formalisées » tel que publié par la Régie, pour obtenir l'agrément de la Régie

en vue de l'utilisation de l'EDI (Echange de Données Informatisées) ;

- l'attestation de mandat, dûment complétée, conforme au modèle publié par la Régie en cas d'achat par un intermédiaire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur. L'Acheteur informera impérativement la Régie, par écrit, de toute modification des données ainsi renseignées, sans délai et avant exécution de ses Ordres. A défaut, les modifications demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à la Régie.
- 13** L'état des Ordres enregistrés au service planning pour le compte de chaque Acheteur est accessible à ce dernier, sur la plateforme ADspace de la Régie 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 2024, deux possibilités s'offrent à l'Acheteur :
- L'Acheteur doit indiquer au service planning de la Régie les noms et prénoms des personnes habilitées à confirmer et à consulter les Ordres, ainsi que leurs adresses e-mail, et ce en remplissant le formulaire de demande de code d'accès tel que publié par la Régie ;
 - 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 la Régie 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 la Régie.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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 la Régie.

L'Acheteur informera la Régie, par lettre recommandée avec avis de réception, des changements de représentants signataires ou de sa volonté de ne plus utiliser ses codes et mots de passe étant précisé que toute demande ne pourra prendre effet qu'à l'issue d'un délai d'un jour ouvré suivant la date de réception de la lettre recommandée avec avis de réception. L'Acheteur ayant accès à la plateforme ADspace de la Régie s'engage à consulter ses Ordres dans les 48 heures de chaque enregistrement ou modification et à formuler expressément, dans les 48 heures, toute réclamation en cas de désaccord sur les Ordres enregistrés par la Régie.

- 14 L'activation du compte se fait par l'Acheteur dès la réception de son identifiant et d'un mot de passe temporaire fournis par la Régie. Une fois activé, l'Acheteur a l'obligation de modifier ce mot de passe ; la Régie 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 la Régie en toutes ses dispositions.

B/ DISPOSITIONS PARTICULIÈRES

- 15 L'Acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'espaces publicitaires par télécopie, par courrier électronique, par EDI ou par tous moyens écrits à la Régie pour la période ouverte à la commercialisation, auprès du service planning de la Régie ou de son représentant local. Cette demande vaut offre d'achat, aux conditions des présentes.
- 16 L'enregistrement informatique par la Régie de la demande reçue, en fonction des disponibilités du planning, vaut acceptation de la sollicitation aux Conditions Générales de Vente et Conditions Commerciales de la Régie et constitue l'Ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

Les Ordres de publicité commandés au lancement des campagnes sont confirmés à l'Acheteur 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, la Régie 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.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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.

- 17** 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 la Régie 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 ;
 - 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.

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

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

PROCEDURE D'ACHAT VIA LA PLATEFORME ADSPACE

- 19** La Régie 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 la Régie à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> ». Il est précisé que la Régie 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.

- 20** L'Acheteur, s'il a un accès valide à la plateforme ADspace et qu'il dispose des droits nécessaires via les procédures définies à l'article 19 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 la Régie.

- 21** 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 sollicitation et des Conditions Générales de Vente et Conditions Commerciales de la Régie et constitue l'Ordre de publicité et la

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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, la Régie 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.

- 22** 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.

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

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

MODIFICATION, ANNULATION DES ORDRES

- 24** Toute annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être adressée par écrit au plus tard 31 (trente et un) jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre.

À défaut, le ou les messages annulés seront facturés intégralement à l'Acheteur, la Régie 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 (trente et un) jours à compter de la demande de modification, et pour un budget égal au budget affecté par les Ordres ainsi modifiés.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

À défaut de reprogrammation immédiate compte tenu des disponibilités du planning d'un budget au moins équivalent à celui déprogrammé « Hors-Délai », les Ordres initialement réservés seront facturés intégralement à l'Acheteur, la Régie se réservant la faculté de disposer des espaces publicitaires libérés.

25 Par dérogations à l'article 24, l'annulation et/ou la modification de certaines offres prévues aux Conditions Commerciales peuvent faire l'objet de modalités spécifiques, prévues auxdites Conditions Commerciales.

26 Par dérogation à l'article 24, 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 :

A. 30 % du montant net hors taxes total dû par l'Acheteur 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'Acheteur 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 la Régie se réserve le droit de disposer des espaces ainsi libérés.

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

TARIF ET MODIFICATIONS TARIFAIRES

28 Le tarif applicable à un Ordre donné est celui en vigueur au jour de la diffusion. Les tarifs sont indiqués en euros hors taxes et les facturations sont majorées le cas échéant de la TVA applicable.

29 Les tarifs publiés par la Régie 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 la Régie jusqu'à la veille de la date de diffusion des messages publicitaires, dans le « flash programme » ou le « flash spécial » publiés par la Régie 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, les modifications de tarifs à la hausse peuvent être communiquées aux Acheteurs dans le « flash programme », le « flash spécial » publiés par la Régie ou par tout moyen approprié compte tenu du délai.

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

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

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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 baisse

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

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

- 30** La Régie se réserve la faculté de modifier à tout moment la programmation des écrans publicitaires. Les modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans le « flash programme » ou le « flash spécial » publiés par la Régie. 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, la Régie 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 la Régie ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai. En cas de modification de programmation des écrans publicitaires, l'Acheteur peut :

- 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.

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

La Régie 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 le CSA, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des Ordres de publicité programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de la Régie et des Supports aucune réclamation ni demander 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

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

comparables à la crise du Covid-19, la Régie traitera en priorité les annulations d'Ordres consécutives à des restrictions d'activités énoncées par le Gouvernement. La Régie 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

32 Les factures et avoirs seront établis par la Régie au nom de l'Acheteur.

Leur original est adressé à l'Acheteur et un duplicata est adressé le cas échéant au Mandataire de l'Annonceur chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat lorsque les dispositions de la loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 sont applicables.

Les factures et avoirs sont établis électroniquement, au sens de l'article 289 VII 2° du Code général des impôts, par la Régie au nom de l'Acheteur. L'acceptation par l'Acheteur 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'Acheteur. Il est rappelé que l'Acheteur 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 effectuée par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

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

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

33 Les factures émises par la Régie ou son représentant sont payables à la Régie ou à son représentant 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, aux échéances suivantes :

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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

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

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

Les traites ne sont pas acceptées.

34 La Régie peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'Acheteur des Ordres de publicité ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

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

Le paiement d'avance signifie que la Régie doit être en possession des fonds de l'Acheteur au moins 10 (dix) jours avant la première diffusion d'un message. Dans ce cas, une facture pro-forma est envoyée à l'Acheteur, avec duplicata au Mandataire le cas échéant. La facture définitive étant envoyée à l'Acheteur 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 la Régie, sans préavis ni indemnité et sans préjudice de toute autre voie d'action.

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

Si le taux de 15 % 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.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

Conformément aux dispositions de l'article L 441-6 du Code de Commerce, une indemnité de 40 € (quarante euros) pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par la Régie, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire. La Régie se réserve 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 la Régie qu'après réception d'une démarche écrite émanant de l'Acheteur au plus tard le 30 juin de l'année n+1.

En outre, la Régie se réserve aussi le droit de ne pas rembourser les sommes dues à l'Acheteur 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'Acheteur resterait débiteur à son égard, y compris les pénalités de retard, ce que l'Acheteur reconnaît et accepte.

- 36** La Régie 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, événements exceptionnels perturbant leur diffusion et imputables au(x) Support(s) ou à la Régie n'est pas dû, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

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 :

Les interruptions ou les incidents reconnus par l'un des 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.

CONDITIONS DE DIFFUSION

Pour tout Support soumis à la réglementation française, les conditions ci-dessous s'appliquent :

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

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

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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

- 39** Pour être diffusé, le Support de diffusion doit être remis à la Régie, avec un numéro d'ordre et l'avis favorable de l'ARPP, au plus tard six (6) jours ouvrés avant la date de la première diffusion prévue à l'adresse suivante : 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément, 92641 Boulogne-Billancourt Cedex.

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

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

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

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

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

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

- 40** Il est précisé que si l'Annonceur en fait la demande par lettre recommandée avec accusé de réception auprès de la Régie, cette dernière s'engage à lui adresser, dans des délais raisonnables, les justificatifs de diffusion de la campagne programmée

- 41 A.** L'Acheteur reconnaît et accepte que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à la Régie le droit de :

- Reproduire, présenter, adapter les messages publicitaires remis en vue d'une communication au public, autant de fois que la Régie le souhaitera, sur tous Supports notamment sur les sites Internet ou extranet de la Régie dans le but d'une action de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- Représenter lesdits messages suivants tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à la Régie en vue d'une communication pour un usage professionnel 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.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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

C. L'Annonceur s'engage à obtenir toutes les autorisations nécessaires à la diffusion des messages publicitaires sur tous Supports, et garantit la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et plus généralement de tiers fondé 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).

42 Le calendrier des diffusions des messages publicitaires sur les espaces réservés doit être remis à la Régie 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.

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 FORMATS

43 Livraison des messages publicitaires à la Régie

Tous les Acheteurs ont ainsi 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 la Régie un bordereau de demande de code d'accès dûment complété afin de recevoir un code d'accès et un mot de passe lui permettant l'accès sécurisé au site Internet 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.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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

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

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

La Régie se réserve le droit de demander aux Acheteurs la livraison d'un même message publicitaires sur différents Supports de diffusion.

44 A. Normes communes à l'ensemble des P.A.D:

- Ratio de l'image : Il doit être impérativement en 16/9 (natif ou anamorphosé suivant les formats vidéo).
- Zones de protection et incrustation des mentions : Elles doivent être conformes à la norme CST-RT-018-TV-V3.0

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

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

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

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

45 B. Fichier média numérique P.A.D. haute définition

Le fichier P.A.D. 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 HD422 50Mb/s (.mov) ou (.mxf)
- DVCPRO HD 100Mb/s (.mov) ou (.mxf)
- XDCAM HD 35Mb/s (.mov). ou (.mxf)

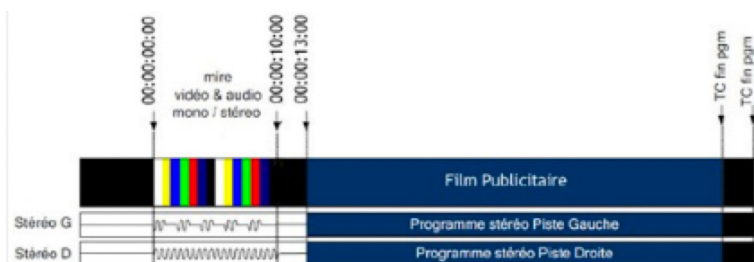
Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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



- 46 L'Annonceur donne tous pouvoirs à la Régie 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 la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui estimerait avoir un droit quelconque à faire valoir sur tout ou partie desdits messages publicitaires en raison de leur diffusion par les Supports.
- 47 La Régie 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.
- 48 Tous les frais notamment de production, de copie, de droits d'auteurs, de droits voisins et autres sont à la charge de l'Annonceur.
- 49 Passé un délai de 3 jour calendaire 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.
- 50 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 la Régie, peuvent se substituer aux messages publicitaires prévus pour la diffusion.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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 la Régie pour des modifications faites simultanément sur plusieurs 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 oeuvre 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, la Régie se réserve le droit de modifier les délais du « service dernière minute ». La Régie 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.

- 51 Tous les fichiers médias livrés peuvent être détruits à l'initiative de la Régie si leur date de réception dépasse une antériorité d'un an.

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

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

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

L'Annonceur garantit la Régie et les Supports contre toute action ou réclamation à ce sujet.

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

- 53 En outre, l'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à la Régie le droit :

- **A.** de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis sur tout Support en vue d'une communication au public à titre gratuit, autant de fois que la Régie le souhaite, sur tout Support et particulièrement sur les sites Internet ou extranet de la Régie et de Supports, en vue notamment d'actions de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- **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 la Régie, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs Mandataires ;
- **C.** de diffuser les messages sur les sites Internet des Supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

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

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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

- 55 Les contenus diffusés en français sur les chaînes internationales doivent être sous-titrés dans la langue nationale du pays de diffusion.
- 56 L'Annonceur qui mentionne dans ses messages publicitaires des noms et/ou des adresses de sites Internet, ou des noms et/ou des numéros de services téléphoniques ou télématiques, certifie que le contenu des sites et services téléphoniques ou télématiques ne peut, directement ou indirectement, contrevenir à aucun droit, sans préjudice des stipulations de l'article 9 ci-avant, ni, plus généralement, à la législation en vigueur.

L'Annonceur garantit la Régie à cet effet.

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

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

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

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

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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 ;
- 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 La Régie 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 la Régie de conduire ses activités dans le respect des personnes et de l'environnement.

La Régie 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.

La Régie 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-etengagements/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 la Régie.

Par ailleurs, l'Acheteur est informé que, conformément à la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016, la Régie 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 la Régie s'engage à respecter en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence. Il est disponible sur le site de la Régie 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 la Régie 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, la Régie 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

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

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 la Régie ou à appliquer des standards équivalents dans le cadre des activités qu'il mène pour le compte de la Régie.

La Régie 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 la Régie 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, la Régie 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 la Régie 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.

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

De même afin que la Régie 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 la Régie 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 la Régie 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.

- 61** 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 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 ».

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 la Régie, 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 ;

Conditions Générales de Vente des espaces Publicitaires

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

- 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 la Régie 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, la Régie 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 la Régie 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.

LOI APPLICABLE

- 62 Les contrats conclus entre la Régie et les Acheteurs sont soumis à la loi française, seule applicable tant pour leur formation que pour leur interprétation et leur exécution, et seule leur version rédigée en langue française fait foi.

LITIGES

- 63 Toute contestation ou tout litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, dont seule la version rédigée en langue française fait foi, et plus généralement de la formation et de l'exécution des Ordres de publicité relève exclusivement de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

4

Conditions Générales de Vente des **Espaces** de **Parrainage**

sur France Télévisions
Publicité International

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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

Chaînes internationales :

- TV5 Monde (Hors Afrique)
- France 24 (Hors Afrique)
- My Zen
- Museum
- (ci-après dénommées « les Supports » ou « le Support » chacune pour leur part), dont France Télévisions Publicité, agissant sous le nom commercial « France Télévisions Publicité International » (ci-après dénommée « la Régie »), société anonyme, au capital de 38 100 euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641) 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 332 050 038 R.C.S Nanterre, assure la régie publicitaire et est seule habilitée à commercialiser les opérations de parrainage.

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. Dans l'hypothèse où les dispositions de la loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 ne seraient pas applicables, l'intermédiaire de l'Annonceur ne sera pas tenu d'intervenir dans le cadre juridique du mandat.

- « **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 la Régie 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 entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024 sur les Supports.

Seule la version publiée sur le site Internet de la Régie, 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.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

La Régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication dans le flash programme, disponible sur le site Internet de la Régie, et de la mise à jour des Conditions Générales de Vente publiées sur ledit site Internet. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Opérations de parrainage valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu'à leur terme.

Le cas échéant, les offres commerciales pourront prévoir des dispositions dérogoires 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 pour tous les Supports soumis à la réglementation française. Pour les autres Supports, la réglementation propre à leur nationalité est applicable.

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 la Régie ou son représentant par l'Acheteur, faisant référence à ses propres Conditions Commerciales, n'a qu'une valeur indicative et n'implique aucune acceptation desdites conditions par la Régie lesquelles lui sont inopposables.

5 Droit de réserve des Supports

La Régie 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 Parrain dont il estimerait qu'il ne correspond pas à son image ou à celle de l'émission concernée ;
- ou tout parrainage qui porterait atteinte à ses intérêts commerciaux ou éditoriaux ;
- ou tout Parrain ou tout parrainage pour des raisons d'image ou de déontologie, ou encore pour des raisons tenant aux obligations inhérentes à son cahier des charges.

6 Propositions commerciales

Les émissions ouvertes au parrainage sur les Supports, autres que celles pour

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

Lesquelles un accord de parrainage a déjà été conclu avant que la grille de programmes n'ait été publiée, sont commercialisées par la Régie, au nom des Supports, sous la forme de « propositions commerciales », régulièrement mises à jour et qui précisent les caractéristiques de l'émission, les modalités de l'Opération de parrainage et 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 la Régie 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, la Régie 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 passées directement par l'Annonceur ou un intermédiaire, qui agit au nom et pour le compte de l'Annonceur lorsque la loi « Sapin » n°93-122 du 29 janvier 1993 est applicable.

Tout achat d'espace de parrainage par un intermédiaire soumis aux dispositions de la loi « Sapin » n°93-122 du 29 janvier 1993 s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de

la Régie, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant à la Régie l'attestation de mandat conforme au modèle publié par la Régie pour une année civile.

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 la Régie, 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, 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 la Régie.

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

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

8 Priorité d'achat

Seules les Opérations de parrainage de longue durée (6 mois consécutifs

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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 la Régie 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 la Régie sa volonté de réitérer l'opération, la Régie pourra alors commercialiser librement le parrainage de la ou des émissions.

9 Les partenaires officiels

Indépendamment des stipulations 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 la Régie d'une priorité d'achat des dispositifs) de parrainage des retransmissions desdits événements sportifs. Cette priorité d'achat l'emporte sur toute priorité éventuellement inscrite dans un contrat de parrainage conclu antérieurement avec un autre Annonceur.

10 La prise d'option

10.1 Tout Acheteur peut déposer auprès de la Régie, 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 10.5.

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

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 5 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 émissions retenue(s).

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, la Régie 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.

10.2 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.

10.3 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.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

Lorsque la demande d'option est envoyée par courrier électronique, la Régie 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.

10.4 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.

10.5 La Régie 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.

10.6 Après enregistrement des options, et pendant les 10 jours de la validité de chaque option, la Régie 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 optionnel :

- 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,

la Régie 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 10.5.

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.

10.7 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.

11 Conclusion de l'Opération de parrainage

Chaque Opération de parrainage est personnelle à l'Annonceur et ne peut être cédée.

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

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

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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

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

11.4 La convention de parrainage doit impérativement être retournée signée à la Régie deux semaines après l'envoi du contrat pour signature.

À défaut, la Régie se réserve le droit d'annuler l'Opération de parrainage programmée.

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

11.5 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.

PROCEDURE D'ACHAT VIA LA PLATEFORME ADSPACE

- 12** La Régie met à la disposition des Acheteurs, éventuellement à travers son représentant local, 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 la Régie à partir de l'adresse URL « <http://www.francetvpub.fr> ». Il est précisé que la Régie 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.

- 13** L'Acheteur, s'il a un accès valide à la plateforme ADspace et répond aux obligations définies ci-dessus, peut retenir auprès de la Régie, 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 la Régie et figure dans les Conditions Commerciales de la Régie.

- 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 Conditions Commerciales de la Régie. Dès validation par la Régie de ses propositions d'achat ferme, l'Opération de parrainage est constituée et la vente ferme est réalisée.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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

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

15 Annulation

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

15.1 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 la Régie 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 la Régie 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 la Régie 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 la Régie 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 la Régie l'aurait remis sur le marché à un prix inférieur.

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

15.3 L'article 15.2 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 la Régie se réserve le droit de disposer des espaces ainsi libérés.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

L'Acheteur sera redevable auprès de France Télévisions Publicité Conseil du paiement intégral des frais techniques, engagés au titre de l'Opération de parrainage annulée.

15.4 L'Acheteur qui annulerait une Opération après avoir dument accepté un report pour les motifs visés à l'article 45, 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.

15.5 Pour les Opérations attachées aux événements sportifs, lors de survenance des cas prévus à l'article 39 ayant abouti :

- à l'annulation de l'événement sportif : l'Opération ne donnera lieu à aucune facturation, pour toutes les catégories d'Annonces ;
- 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

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

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

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

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

17 Co-parrainage

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

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

On entend par « Code secteur » le code à huit chiffres composés 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 la Régie.

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

18 Offres annexes à l'Opération de parrainage

18.1 À l'initiative de la Régie, une étude d'impact sur l'action de parrainage peut être proposée. Dans ce cas, la Régie 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.

18.2 L'Annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. Chaque convention de parrainage est indépendant 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, la Régie 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.

PRODUCTION DE CRÉATIONS DE PROPRES AU 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 la Régie et de la Direction Artistique de chaque Support concerné par l'Opération.

21 Incidents

En cas d'une évolution de la réglementation, la Régie se réserve le droit de déprogrammer la diffusion du billboard de l'Annonceur, sans délai. L'Opération de parrainage pourra être annulée dans les conditions de l'article 15 .

22 Production — Contenu des éléments de parrainage

23 Dispositions générales

Les éléments de parrainage peuvent être produits par France Télévisions Publicité

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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, 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, la Régie étant exonérée de toute responsabilité à ce titre.

24 Les citations et animations propres aux créations de parrainage, inas 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.

25 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.

26 Modalités du 12 novembre 2010 par France Télévisions Publicité Conseil

26.1 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.

26.2 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.

26.3 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.

26.4 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 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 34 ci-après.

26.5 Sous réserve de l'exécution intégrale par France Télévisions Publicité Conseil de la production des éléments de parrainage et du parfait paiement par

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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.

26.6 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.

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

26.8 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.

27 Exploitation des éléments de parrainage

27.1 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.

27.2 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.

28 Garantie de jouissance paisible des éléments fournis

28.1 L'Annonceur garantit la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que les créations communiquées par lui ou son Mandataire à la Régie en vue de la production des éléments de parrainage n'utilisent pas de techniques subliminales et que leur contenu ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et ne comporte aucune allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers. L'Annonceur garantit à la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil contre toute action ou réclamation à ce sujet.

28.2 L'Annonceur garantit la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil que ladite création ne porte atteinte à aucun droit de propriété intellectuelle de tiers (droits d'auteur, dessins et modèles, marques et autres signes distinctifs, etc.) ni aux droits de la personnalité et, en particulier, au droit à l'image des tiers.

28.3 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.

28.4 L'Annonceur garantit la Régie, les Supports et France Télévisions Publicité Conseil contre toute action quelle qu'elle soit émanant, notamment, des auteurs,

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

producteurs, réalisateurs, interprètes ou de toute autre personne qui s'estimerait lésée par les créations de parrainage, à quelque titre que ce soit.

28.5 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 à la Régie ce titre.

29 Utilisations connexes à l'Opération de parrainage

29.1 La conclusion d'une convention de parrainage donne à la Régie le droit de procéder à des diffusions des créations de parrainage, en dehors des émissions ayant fait l'objet de la convention de parrainage dans le cadre de communication interne et externe de la Régie 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.

29.2 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.

29.3 L'Acheteur s'engage à ne pas utiliser et ce, en aucune façon, la diffusion du programme comme Support de lancement ou de promotion d'un produit ou d'un service, d'une marque ou tout autre signe distinctif, ou 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 par écrit des Supports. L'Annonceur s'engage en outre à ne pas influencer, de quelque façon que ce soit, le contenu du programme parrainé.

29.4 Toute mention sur d'autres Supports (PLV, presse, radio, etc.) de l'Opération de parrainage mise en place sur les Supports, notamment dans un but promotionnel, et/ou toute utilisation du programme, de ses éléments (personnages, titre, nom des animateurs, etc.) ou des marques des chaînes concernées devra être soumise au préalable à la Régie pour accord exprès desdits Supports.

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

PARRAINAGE ET DOTATIONS

30 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 la Régie, pour le compte des

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

Supports. À cet effet, l'Annonceur adressera à la Régie 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 la Régie.

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

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

31 Livraison des lots et leur gestion matérielle

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

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

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

L'Annonceur garantit la Régie 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 la Régie 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 la Régie dès réception de la réclamation.

31.3 Voyages et séjours

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

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

En outre, l'Acheteur informera la Régie 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.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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 la Régie, une solution alternative dans les plus brefs délais.

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

- 32 En cas de non-respect des obligations ci-dessus, l'Acheteur sera redevable à première demande de la Régie 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.
- 33 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.

- 34 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 la Régie.

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.

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

L'Annonceur s'engage à soumettre à l'accord préalable de la Régie 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

- 36 Les factures et avoirs seront établis par la Régie à la fin de chaque mois de diffusion et au titre des citations diffusées cours du mois, au nom de l'Acheteur.

L'original des factures et avoirs est adressé à l'Acheteur et un duplicata est adressé le cas échéant au Mandataire de l'Annonceur chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat lorsque les dispositions de la loi « Sapin » n° 93-122 du 29 janvier 1993 sont applicables.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

37 Les factures et avoirs sont établis électroniquement, au sens de l'article 289 VII 2° du Code général des impôts, par la Régie au nom de l'Acheteur. L'acceptation par l'Acheteur 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 (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.

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

Tout paiement ou toute avance effectuée par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

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, la Régie 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 la Régie. Le paiement par la Régie du montant des avoirs au Mandataire libère la Régie vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

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

Les factures émises par la Régie ou son représentant sont payables à la Régie ou à son représentant 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 (heures de Paris), 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

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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

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

Les traites ne sont pas acceptées.

39 La Régie 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 la Régie) ;
- Acheteur pour lequel la Régie a constaté des incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître ;
- Acheteur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

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

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

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

En outre, une pénalité de 15 % (quinze pour cent) sera exigible sur les sommes

non réglées à la date d'échéance mentionnée sur la facture, à compter du premier jour suivant cette date, sur une base annuelle de 360 jours, au prorata du nombre de jours de retard.

Si le taux de 15 % 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 la Régie, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

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

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

INCIDENTS DE DIFFUSION

42 Les éléments de programmation de(s) l'émission(s) et éventuellement des 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 la Régie ou des Supports aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts notamment en cas de :

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

- force majeure, de pandémie, de grève ;
- de toute raison relative à leurs obligations de service public figurant notamment dans leur cahier des missions et des charges ou conventions passées avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ;
- de nécessités de l'antenne, de perturbations dans l'organisation et la diffusion des programmes, de modification substantielle des contrats liant les Supports aux détenteurs des droits sur des retransmissions d'événements.

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 15.1.

Pour atteindre les GRP manquants du dispositif en partie déprogrammé, la Régie 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.

- 43 Les Opérations de parrainage ou citations non diffusées pour des raisons techniques ou pour les raisons prévues à l'article 39 et imputables au(x) Support(s) ou à la Régie 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.
- 44 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 :

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

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

DISPOSITION GÉNÉRALE

- 45 L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec la Régie 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, la Régie ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/ou indirects qui résulteraient pour l'Acheteur, de virus informatiques ou de tout autre programme malveillant ou nuisible ayant entraîné des dysfonctionnements, blocages et/ou altérations des données dans les systèmes informatiques ou lors de la diffusion des espaces de parrainage sur les Supports.
- 46 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 ;

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

- 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 ;
- 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.

- 47 La Régie et les Acheteurs s'interdisent de divulguer les informations confidentielles auxquelles elle pourrait avoir accès dans le cadre des Opérations de parrainage. Seront considérées comme confidentielles, toutes les 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.

La Régie 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) et/ou le(s) site(s) de(s) l'Opération(s) de parrainage.

- 48 Les contenus diffusés en français sur les chaînes internationales doivent être sous-titrés dans la langue nationale du pays de diffusion.

La Régie 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 la Régie de conduire ses activités dans le respect des personnes et de l'environnement.

- 49 La Régie 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.

La Régie 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 la Régie.

Par ailleurs, l'Acheteur est informé que, conformément à la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016, la Régie 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 la Régie s'engage à respecter en matière de lutte contre la corruption et le trafic d'influence. Il est disponible sur le site de la Régie à l'adresse URL suivante : <https://www.francetvpub.fr/chartes-et-engagements/code-de-conduite-anti-corruption/>.

L'Acheteur s'engage à en prendre connaissance et garantit à la Régie 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.

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

L'Acheteur s'engage à en prendre connaissance et garantit à la Régie 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, la Régie 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 la Régie ou à appliquer des standards équivalents dans le cadre des activités qu'il mène pour le compte de la Régie.

La Régie 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 la Régie 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, la Régie 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

Conditions Générales de Vente des espaces de parrainage

Sur France Télévisions Publicité International

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

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 la Régie 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 la Régie 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 la Régie 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 la Régie 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.

RÉSILIATION ET LITIGES

- 50 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.



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