

CONDITIONS GENERALES TELEVISION

AMAURY MEDIA, société par action simplifiée au capital de 3 000 000 euros dont le siège social est 4, cours de l'Île Seguin – 92100 Boulogne-Billancourt, inscrite au RCS de Nanterre sous le numéro 824 295 091 représentée par Monsieur Cyril LINETTE en sa qualité de président

Toute souscription d'un ordre de publicité implique pour l'annonceur et son mandataire l'acceptation des Conditions Générales 2017 ci-dessous.

Relation avec les tiers

Amaury Media est le régisseur exclusif de La chaîne L'ÉQUIPE. À ce titre, elle est la seule habilitée à recevoir les ordres de publicité concernant l'ensemble des opérations de commercialisation d'espaces publicitaires.

La souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire auprès d'Amaury Media entraîne l'acceptation sans réserve des Conditions Commerciales et Conditions Générales de Vente ci-après et des usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

Les Conditions Générales de Vente prévalent sur toute condition d'achat que pourrait pratiquer l'annonceur ou son mandataire.

Les Conditions Commerciales, les Conditions Générales de Vente et les tarifs bruts HT (base 30secondes) sont modifiables à tout moment par Amaury Media moyennant un préavis de quatorze (14) jours calendaires.

Ces informations devront être obligatoirement confirmées par l'annonceur ou sa société mère à Amaury Media par lettre recommandée avec avis de réception. A compter de la date de réception, les Conditions Générales de Vente s'appliqueront alors au groupe d'annonceurs. Ces conditions ne pourront en aucune manière être rétroactives.

Les mandataires agissant au nom et pour le compte d'annonceurs, doivent justifier de leur qualité par la remise à Amaury Media d'une attestation de mandat. Ils s'engagent à informer Amaury Media des stipulations du contrat de mandat susceptibles d'avoir un effet sur l'exécution des prestations de Amaury Media (durée, périmètre, supports, produits... du mandat).

En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur doit en informer Amaury Media par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris par son mandataire.

Annonceur & mandataire

Un annonceur peut acheter son espace publicitaire, soit directement auprès de Amaury Media, soit par l'intermédiaire d'un mandataire dûment mandaté par écrit (agence ou centrale).

Sont considérés comme annonceurs, les entreprises enregistrées au Registre du Commerce, les Associations, les administrations, les établissements publics et parapublics faisant de la publicité pour leurs marques, enseignes, services ou produits.

Pour être considéré comme appartenant à un groupe de sociétés comprenant plusieurs annonceurs, un annonceur devra remplir expressément les deux critères cumulatifs suivants :

La majorité de son capital est détenue par la société mère, tous les annonceurs se recommandant de ce groupe répondant au même critère.

Ils doivent justifier à l'intérieur du groupe d'une identité unique assurant les fonctions médias.

Modalités d'achat d'espace

Amaury Media recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Echange de Données Informatisées, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité. L'annonceur et/ou son mandataire effectuera l'achat d'espace publicitaire par message électronique selon les modalités définies dans un accord pour l'échange de données informatisées conclu entre Amaury Media et l'annonceur et/ou mandataire.

Toute demande de réservation d'espace publicitaire doit impérativement être adressée par l'annonceur et/ou mandataire au service Planning d'Amaury Media par télécopie ou par message électronique.

Toute demande d'achat d'espace publicitaire qui ne serait pas effectuée par EDI doit être précisée du produit exact sur lequel porte la réservation ainsi que le code secteur dans la nomenclature des produits en vigueur à la date de diffusion. Cette réservation donnera lieu à l'envoi par Amaury Media d'un ordre de publicité qui tiendra compte des disponibilités par rapport à la demande initiale.

Cet ordre de publicité doit être retourné à Amaury Media huit jours (8) ouvrables au moins avant le premier jour de diffusion prévu. L'ordre de publicité devra également porter la mention « bon pour accord ». Ce « bon pour accord » devra être authentifié par l'apposition du tampon de l'annonceur ou de son mandataire.

Les intitulés et les codes des écrans figurant sur les ordres de publicité sont indicatifs. L'obligation d'Amaury Media porte sur la seule diffusion des messages publicitaires dans une tranche de programme donnée, à l'exclusion de diffusion.

L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur et lié à un produit ou un service, une marque ou un nom commercial ou une enseigne. Il peut être modifié sans l'autorisation de Amaury Media et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'annonceur ou le mandataire.

Tout aménagement de programmation des messages est possible jusqu'à douze (12) jours avant diffusion sous réserve de disponibilité.

Toute annulation de campagne ou changement de format équivalent à une annulation d'un ou plusieurs messages pour un produit donné doit être notifiée par écrit à Amaury Media au plus tard cinq (5) semaines avant la date de diffusion du ou des messages concernés.

Si ce préavis n'est pas respecté, les pénalités suivantes seront appliquées : 50% du montant annulé entre 5 semaines et 2 semaines, 100% du montant annulé à moins de 2 semaines de la première diffusion.

L'espace publicitaire annulé sera alors remis à la disposition d'Amaury Media.

Les campagnes publicitaires programmées sur La chaîne L'Équipe ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation (fichiers Médiaplanning bimestriels).

Toute interruption de fonctionnement ou tout incident intervenu sur le signal entraînant une perte de couverture technique pourra donner lieu à des compensations au profit de l'annonceur, calculées en fonction de l'audience moyenne perdue.

Tarifs, facturation et modalités de paiement

- Tarifs

Les tarifs et barèmes de remises sont communiqués par Amaury Media sur simple demande. Amaury Media se réserve le droit de les modifier à tout moment et en informera les annonceurs quatorze (14) jours ouvrables au moins avant leur entrée en vigueur.

Les tarifs applicables aux messages sont ceux en vigueur au moment de la diffusion. Ils seront indiqués hors taxes, tous droits, impôts et taxes perçus.

- Facturation et condition de paiement

La facture de diffusion est établie mensuellement. L'envoi de la facture définitive détaillée vaut compte-rendu d'exécution de diffusion.

L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement de l'ordre de publicité aux conditions définies aux tarifs.

Dans le cas où l'annonceur aurait mandaté un intermédiaire, le mandataire est solidairement responsable du paiement de l'ordre avec l'annonceur.

La publicité est payable sans escompte au comptant au plus tard à la date d'échéance indiquée sur la facture sauf stipulation contraire convenue par accord particulier. En cas d'application d'un escompte, la TVA de la facture correspondante devra être réduite au prorata. Suivant l'importance ou la nature du travail à exécuter à la libre interprétation d'AMAURY MEDIA, il pourra être demandé une avance de 30% du montant HT à l'ordre de publicité.

Conformément à l'article L441-6 du Code de Commerce, des pénalités de retard pourraient être appliquées dans le cas où les sommes dues seraient versées après la date de paiement figurant sur la facture. Ces pénalités sont d'un taux égal à trois fois le taux de l'intérêt légal. En cas de recouvrement contentieux et/ou par l'intermédiaire d'une société spécialisée extérieure, tous

les frais demeureront à la charge de l'Annonceur. De plus, tout retard de règlement par rapport aux échéances prévues entraînera le droit de suspendre dès le lendemain du défaut de paiement l'exécution des campagnes en cours.

Les factures émises par AMAURY MEDIA sont payables au lieu de son principal établissement. L'acceptation préalable de traites ou lettres de change ne peut en aucun cas constituer une dérogation aux conditions et délais de règlement des factures d'AMAURY MEDIA ou à leur lieu de règlement. En aucun cas, les paiements qui sont dus à AMAURY MEDIA ne peuvent être suspendus ni faire l'objet d'une quelconque réduction ou compensation sans l'accord écrit et préalable de la part d'AMAURY MEDIA. Tout paiement entre les mains d'AMAURY MEDIA s'impute sur les sommes dues, quelle qu'en soit la cause en commençant par celles dont l'exigibilité est la plus ancienne. Les réductions de prix ne sont acquises que pour autant que les obligations et prestations y donnant droit aient été effectivement exécutées ou réalisées.

Réclamation et contestation

Toute réclamation, quelle qu'en soit la nature, doit être portée à la connaissance d'AMAURY MEDIA par lettre recommandée et dans un délai maximum de quinze jours après la date de la facture. Passé ce délai aucune contestation ne sera plus recevable. En tout état de cause, l'Annonceur ou son Mandataire s'oblige à payer, sans aucun retard, la partie non contestée de la facture.

Toute réclamation relative à la diffusion d'une campagne ne pourra être prise en compte par AMAURY MEDIA si elle n'est pas consécutive à un contrôle effectué conjointement par l'Annonceur et un collaborateur (ou salarié) d'AMAURY MEDIA. Il est entendu que le serveur de diffusion publicitaire d'AMAURY MEDIA fera foi entre les Parties.

Modalités de livraison des films et spécificités techniques

Les films publicitaires doivent être livrés au format dématérialisé.

L'annonceur est invité à contacter l'une des 2 sociétés partenaires de la chaîne et fournissant ce service de livraison afin d'en connaître les modalités techniques

Adstream France - <http://www.adstream.fr>

Email : tv_fr@adstream.com / Tél : +33 (0)I 80 03 12 50

IMD - <http://www.groupimd.com/fr>

Email : tvfr@groupimd.com / Tél : +33 (0)I 49 49 99 70

Délais de livraison

Les éléments techniques doivent être reçus au plus tard 4 jours ouvrables avant la date de première diffusion prévue. Passé ce délai, Amaury Media ne saurait garantir la date de mise à l'antenne initialement prévue.

Parallèlement à l'envoi du film, une confirmation de diffusion doit être envoyée par mail au service diffusion.

(diffusion-tv-lequipe@amaurymedia.fr) et préciser :

- > Le titre du film (avec le Pub ID associé),
- > La durée,
- > La version,
- > Le calendrier de diffusion,
- > Le plan de roulement éventuel dans le cas d'une alternance de films.

La confirmation de diffusion est obligatoire même dans les cas où il n'existe qu'un seul film.

La régie ne pourra être tenue responsable des erreurs de diffusion sans cette confirmation écrite et complète.

Conditions techniques

Le format d'image standard est le format I6/9ème HD.

Spécifications techniques des fichiers HD

Format de fichier : DVC PRO I00 HD

Format d'image : I440XI080. Conforme à la norme SMPTE 274M, I080/50i. Tout autre format n'est pas accepté.

Audio : Stéréo (Voie gauche sur piste 1 et voie droite sur piste 2) ou mono (voir conformité des signaux audio)

6 images noires en début de chaque spot.

Le programme débute à 10 :00 :00 :00 et se déroule sans rupture de time code, sans jamais dépasser 24 :00 :00.

Films HD avec sous-titrages sourds et malentendants :

Sous titrage : OP47. Conteneur Material eXchange Format (extension .mxf). Tout autre conteneur n'est pas accepté.

Campagne vidéo : la chaîne L'Équipe + L'Équipe.fr

Dans le cadre d'une campagne vidéo la chaîne L'Équipe + L'Équipe.fr, la livraison digitale peut être assurée en même temps que la livraison TV via IMD

<http://www.groupimd.com/fr>

Email : tvfr@groupimd.com / Tél : +33 (0)1 49 49 99 70

En cas de livraison désynchronisée, l'annonceur s'engage à livrer aux équipes digitales l'ensemble des éléments techniques conformément aux spécifications : <http://digital.amaurymedia.fr/support/lequipe>

note sur la conformité des signaux

Les niveaux audio et vidéo doivent respecter les caractéristiques techniques de télédiffusion :

- Les valeurs crêtes de luminance ne doivent pas dépasser : 700 mv (tolérance 5%)
- Le niveau nominal de la modulation ne doit en aucun cas dépasser la valeur de -18dbFS. (lecture sur un crête mètre numérique Full Scale)
- Le niveau loudness doit respecter la réglementation en vigueur qui fixe le niveau à -23 lufs.
- Dans le cas d'une bande sonore mono, le signal doit être identique sur les pistes 1 et 2 et sans décalage de phase.
- Les pistes 3 et 4 sont des copies des pistes 1 et 2. Les pistes 3 et 4 ne peuvent rester vierges.
 - > Piste audio 1 copiée sur la piste audio 3
 - > Piste audio 2 copiée sur la piste audio 4

Généralités

Tous les films publicitaires doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur en France, et recevoir un avis favorable de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).

Le non-respect de cette réglementation ou des spécificités techniques de la chaîne L'Équipe est un motif de rejet du film.

Amaury Media se réserve également le droit de refuser toute publicité qu'elle jugerait contraire à la ligne éditoriale de la chaîne, ou toute publicité susceptible de porter atteinte à l'ordre public, ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des téléspectateurs de la chaîne L'Équipe.

Parrainage

Cadre général

La souscription d'une opération de parrainage implique l'acceptation par un annonceur ou son mandataire des conditions générales de vente suivantes et le respect des lois et règlement liés au parrainage.

Le parrainage est réglementé notamment par les dispositions du décret n° 92-280 du 27 mars 1992.

Amaury Media se réserve le droit de refuser tout parrain ou tout parrainage qui ne correspond pas à l'image ou à la ligne éditoriale de la chaîne.

Les opérations de parrainage peuvent être conclues directement par l'annonceur ou par l'intermédiaire d'un Mandataire qui aura au préalable produit à Amaury Media une attestation de mandat.

Prise d'option

Un annonceur ou son mandataire souhaitant se positionner sur le parrainage d'un ou plusieurs programmes peut s'il le souhaite poser une option en adressant par courrier électronique une demande d'option indiquant le nom de l'émission, le nom du parrain et de sa marque, les dates de l'opération ainsi que le budget financier.

Toute option via un mandataire n'est valable qu'à réception de l'attestation de mandat.

La durée minimum d'une opération donnant droit à la prise d'option est de 8 semaines. Amaury Media se réserve le droit de ne pas ouvrir certaines émissions à la prise d'option.

Le rang d'option sera déterminé par la date d'envoi du mail.

La durée de validité d'une option est de 2 semaines à compter de la date d'envoi de la demande d'option. En cas d'absence de confirmation à l'issue de cette date, l'option devient caduque.

Si pendant une période couverte par une option, un annonceur tiers s'engage sur l'achat ferme du ou des programmes optionnés sur une période d'action plus longue que l'annonceur disposant d'une option, ce dernier disposera de 48 heures pour confirmer l'achat du ou des programmes sur lesquels il a posé une option.

En l'absence de la confirmation de l'achat par l'annonceur ou son mandataire disposant de l'option dans les délais impartis, l'option devient caduque.

Confirmation de l'opération

Pour être valable, toute confirmation d'opération doit être envoyée par mail en précisant l'émission, les dates et le budget.

Chaque opération confirmée fera l'objet d'un contrat signé entre l'annonceur (et/ou son mandataire) et Amaury Media.

Ce contrat doit impérativement être retourné signé à Amaury Media au maximum 2 semaines avant le démarrage de l'opération. Dans le cas contraire, Amaury Media se réserve le droit d'annuler l'opération concernée.

Sauf disposition particulière spécifiée dans le contrat de parrainage, le parrain ne dispose d'aucune priorité quant à la reconduction de cette opération.

Modifications des Conditions de Parrainage

La programmation des émissions et des bandes annonces peut être soumise à des modifications.

Dans ce cas, Amaury Media proposera à l'annonceur ou à son mandataire un dispositif de remplacement en fonction des disponibilités de la grille.

Si l'annonceur ne souhaite pas poursuivre ce dispositif, le contrat s'annule sans indemnité.

Annulation

En cas d'annulation par l'annonceur ou son mandataire d'un contrat de parrainage à moins de 28 jours de son démarrage, c'est-à-dire à moins de 28 jours de la diffusion de la première émission ou de son enregistrement, Amaury Media demandera à l'annonceur ou à son mandataire de s'acquitter d'un dédit de : 100% du montant net hors taxes dû au titre des diffusions prévues dans les 30 jours suivant le démarrage de l'opération et 25% du montant net hors taxes dû pour le reste de l'opération.

En cas d'annulation par l'annonceur ou son mandataire d'un contrat de parrainage plus de 4 semaines avant le démarrage de l'opération, c'est-à-dire de la diffusion de la première émission ou de son enregistrement, Amaury Media demandera à l'annonceur ou à son mandataire de s'acquitter d'un dédit de 25% du montant net hors taxes de l'opération.

En cas d'annulation par l'annonceur d'un contrat de parrainage en cours d'exécution, Amaury Media devra en être avertie par lettre recommandée avec accusé de réception, en respectant un préavis de 15 jours minimum, étant précisé que ce délai pourra contractuellement être supérieur selon la durée de l'opération et/ou le type d'émission parrainée.

Dans tous les cas, Amaury Media facturera à l'annonceur ou à son mandataire, la totalité de la somme prévue dans le contrat à l'origine, qui sera due.

Co -parrainage

En cas d'ouverture d'un dispositif à un co-partenariat, il ne pourra y avoir 2 annonceurs du même secteur d'activité.

Un 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.

Création et formulation du parrainage

Les frais techniques de production des éléments de parrainage ne sont pas inclus dans le budget de l'opération de parrainage.

En cas de production et réalisation par Amaury Media, ils feront l'objet d'un budget et d'une facture à part.

Toutes les créations parrainage doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur en France.

Les éléments sonores et visuels des créations doivent être soumis au contrôle et à l'accord de Amaury Media pour validation juridique et artistique.

L'annonceur, son mandataire ou son agent de publicité devra faire son affaire préalable de toute autorisation de tout ayant-droit (auteurs, producteurs, concepteurs, réalisateurs, éditeurs, interprètes) et de manière générale de toute autorisation de toute personne physique ou morale susceptible de faire valoir ses droits, éventuellement nécessaire à la reproduction et à la diffusion des messages publicitaires ainsi que des illustrations musicales et garantit la régie et le diffuseur de ce chef

L'annonceur, son mandataire ou son agent de publicité devra également faire son affaire de toute réclamation ou action engagée par toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée par la diffusion des messages publicitaires, à quelque titre que ce soit ou qui estimerait avoir un droit à faire valoir à l'occasion de la diffusion des messages publicitaires par la chaîne.

Conditions techniques des billboards et autres contenus sur mesure

Le format d'image standard est le format 16/9ème HD.

Spécifications techniques des fichiers HD

Format de fichier : DVC PRO I00 HD

Format d'image : I440XI080. Conforme à la norme SMPTE 274M, I080/50i. Tout autre format n'est pas accepté.

Audio : Stéréo (Voie gauche sur piste 1 et voie droite sur piste 2) ou mono (voir conformité des signaux audio)

6 images noires en début de chaque spot.

Le programme débute à 10 :00 :00 et se déroule sans rupture de time code, sans jamais dépasser 24 :00 :00.

Jeux et concours

Lorsqu'une opération de parrainage prévoit un jeu ou un concours, l'annonceur ou son mandataire est tenu de fournir les dotations et de s'acquitter de tous les frais engendrés par la gestion du jeu ou du concours : dépôt de règlement, mise en place des moyens de participation (relais internet, audiotel...).

La gestion des gagnants et l'envoi des dotations sont obligatoirement effectués par l'annonceur ou son mandataire.

La nature et le nombre de dotations offertes dans le cadre d'un jeu ou d'un concours doivent être déterminés d'un commun accord entre l'annonceur ou son mandataire et le support.