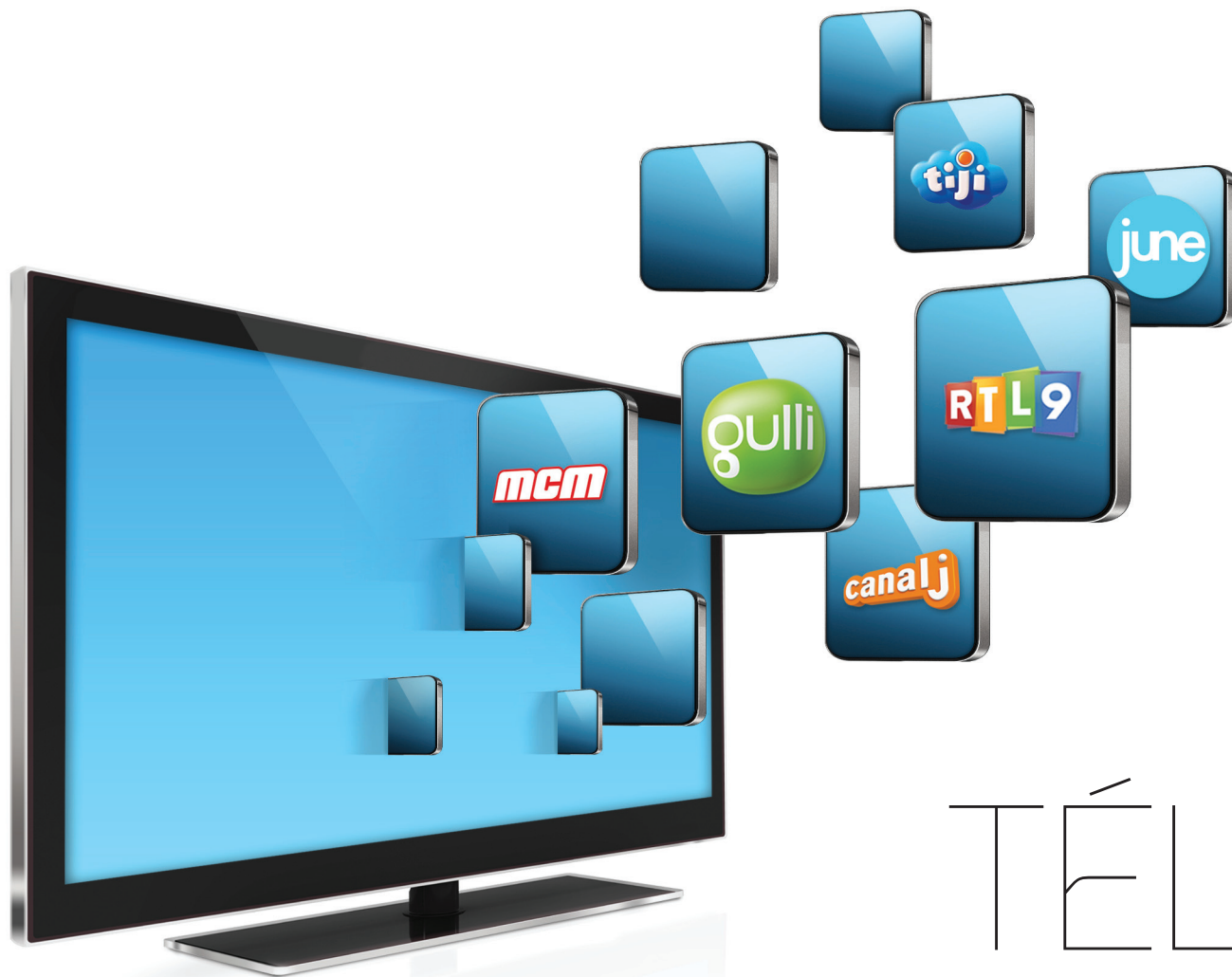




TÉLÉVISION

CGV 2014

ÉDITO

Par Marie Renoir-Couteau, DGA du Pôle radio, télévision et littéraire

Chers amis,

Avec une offre composée de huit chaînes de télévision, **LAGARDERE PUBLICITE** s'adresse à tous les publics : à travers son pôle jeunesse (Gulli, Canal J et TiJi) et son pôle adulte (RTL9, MCM et June) l'offre de **LAGARDERE PUBLICITE** touche des téléspectateurs de tout âge, permettant ainsi de répondre à un vaste panel de problématiques publicitaires. Comme chaque année, nos équipes mettront tout en œuvre pour vous proposer les solutions media qui correspondent le mieux à vos besoins.

LAGARDERE PUBLICITE est leader sur les problématiques enfants

La magie Gulli

Gulli reste en 2013 la chaîne française de référence sur les enfants. Elle continue de proposer une offre inédite de dessins animés et de fictions et se positionne aujourd'hui comme LA chaîne de tous les enfants.

Gulli continue par ailleurs son développement digital et hors média. Avec près de 10 millions de vidéos vues par mois, le service de catch-up Gulli (disponible sur tous les devices) confirme son succès et démultiplie les territoires d'expression des marques.

La création de gullibonplans.fr ainsi que l'ouverture de Gulli Parcs permettent de prolonger l'expérience Gulli au-delà des écrans et créent de véritables liens avec ses téléspectateurs.

TiJi, la chaîne ludo-éducative qui aide les enfants à grandir, et Canal J, la chaîne des pré-ados, s'adossent à la puissance éditoriale de Gulli ; elles forment ainsi ensemble une offre complémentaire d'un point de vue éditorial et publicitaire.

LAGARDERE PUBLICITE continue de développer une offre adultes et jeunes adultes complémentaire

Des chaînes économiques et affinitaires

Gulli confirme son ambition de programmation adulte en développant de vrais créneaux familiaux en début d'après-midi et en access mais aussi en investissant mois après mois sur son offre de programmation adulte après 20h30.

Grâce à un catalogue de films toujours renouvelé, **RTL9** confirme son statut de pilier de l'offre cabsat et se place toujours dans le top 3 de l'univers payant, en particulier en prime time où la chaîne est leader sur les 25-49 ans.

Enfin, nos deux chaînes générationnelles **MCM** et **June** affichent en 2013 de belles progressions d'audience sur leurs cœurs de cible respectif :

MCM confirme son positionnement jeune et masculin avec pour crédo le divertissement.

June continue de surfer quant à elle sur une offre pointue de séries et de magazines à destination des jeunes femmes.

Au sein d'une régie plurimedia qui s'attache de plus en plus à développer des solutions Cross-Media, **LAGARDERE PUBLICITE** ouvre ses marques à des modes de visibilité qui dépassent le simple cadre du salon familial (Gulli Replay, application Gulli sur Ipad, Gulli le mag, opérations terrain, licensing...).

Toutes les équipes de **LAGARDERE PUBLICITE** sont plus que jamais mobilisées ; nous sommes à votre disposition pour vous servir avec toujours plus de réactivité, de pertinence et de simplicité, simplicité à laquelle ne déroge pas nos nouvelles conditions commerciales !

A bientôt,
Marie Renoir-Couteau

Pour en savoir plus : www.lagardere-pub.com

SOMMAIRE

NOTRE OFFRE	04
-------------	----

CONDITIONS COMMERCIALES	06
-------------------------	----

1 > CONDITIONS TARIFAIRES	6
2 > CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ CLASSIQUE	7
3 > ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE	13

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE	14
-------------------------------	----

1 > CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE DE LA PUBLICITÉ CLASSIQUE	14
2 > CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE SPÉCIFIQUES AU PARRAINAGE ET AUX OPÉRATIONS SPÉCIALES	17
3 > CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE GLOBALES	19

ANNEXES	23
---------	----

CONTACTS	32
----------	----



NOTRE OFFRE



OFFRE **ENFANTS**



OFFRE **JEUNES ADULTES**



OFFRE **ADULTES**



OFFRE **ENFANTS**

**1^{ÈRE} REGIE TV SUR LE JEUX-JOUETS EN 2012
AVEC 42% DE PART DE MARCHÉ**



BIENVENUE DANS LA FAMILLI

**2^{ème} chaîne nationale en 6h-19h
sur les 4-10 ans avec 15,1% de PDA**

**1^{ère} offre publicitaire jeunesse hertzienne
avec 56% des GRP 4-10 ans hertiens délivrés**



PENSE A DÉLIRER PLUSIEURS FOIS PAR JOUR !

Canal J c'est la chaîne premium du paf enfant payant : toujours plus d'inédits et d'exclus pour des enfants toujours plus connectés !



ET LES PETITS DEVIENNENT GRANDS !

Les héros préférés des enfants sont sur TiJi. Divertissement, interactivité et ludo-éducatif au programme sur la chaîne !

OFFRE **JEUNES ADULTES**

**UNE OFFRE JEUNES ADULTES
COMPLÉMENTAIRE ET DYNAMIQUE**



**LA CHAÎNE DES JEUNES FEMMES
D'AUJOURD'HUI :**

Mode, beauté, glamour, séries,
June un positionnement gagnant auprès
des jeunes femmes !



LA CHAÎNE DU DIVERTISSEMENT :

Mangas cultes, humour décapant et sensations
fortes au programme sur MCM !



LES CHAÎNES 100% MUSIQUE :

MCM Top, le meilleur de la scène internationale

MCM Pop : des années 80 à aujourd'hui !

OFFRE **ADULTES**

**UNE OFFRE ADULTES DIVERSIFIÉE
QUI PARLE À TOUS LES PUBLICS**



**LA RÉFÉRENCE FAMILIALE DE L'OFFRE
GRATUITE :**

Tous les soirs Gulli parle aux adultes
via des rendez-vous identifiés :
Fiction, séries, magazines et
divertissement pour tous les parents !



**LA CHAÎNE GÉNÉRALISTE
DE L'UNIVERS PAYANT :**

Cinéma, séries et divertissement
séduisent un public de plus en plus large
sur RTL 9 !

CONDITIONS COMMERCIALES

1- CONDITIONS TARIFAIRES

A > COEFFICIENTS PAR FORMAT

Les tarifs sont communiqués sur la base du format 30 secondes.

Pour toute durée différente, consulter la table de conversion des formats ci-contre :

** Pour les chaînes Gulli, Canal J, TiJi, MCM, MCM Top, MCM Pop et June, le format minimum accepté est de 4 secondes. Il est de 3 secondes pour RTL9.*

Pour tout autre format consulter le site www.lagardere-pub.com ou **LAGARDÈRE PUBLICITÉ.**

Format en secondes	Indice
3	28
4	32
5	35
6	38
7	41
8	44
9	47
10	50
11	53
12	57
13	61
14	64
15	67
16	70
17	73
18	76
19	79
20	81
21	84
22	87
23	90

Format en secondes	Indice
24	93
25	95
26	96
27	97
28	98
29	99
30	100
31	105
32	110
33	115
34	120
35	125
36	129
37	132
38	135
39	138
40	140
41	143
42	147
43	151
44	155

Format en secondes	Indice
45	158
46	161
47	164
48	166
49	168
50	170
51	175
52	180
53	185
54	190
55	195
56	200
57	205
58	210
59	215
60	220
75	295
90	370
100	420
120	520
150	670
180	820

B > MODULATIONS TARIFAIRES**Conditions d'application :**

Les modulations tarifaires s'appliquent sur le tarif brut payant en vigueur, spot à spot.

Majorations du tarif unitaire du spot :

• Emplacement en tête ou fin d'écran :	+ 20%
• Emplacements en 2 ^{ème} ou en avant dernière position au sein d'un écran :	+ 15%
• Tout autre emplacement préférentiel :	+ 10%
• Présence ou citation de la marque d'un autre annonceur :	
DE 3 A 6 SECONDES :	+ 30%
DE 7 À 14 SECONDES :	+ 40%
15 SECONDES ET + :	+ 50%
• Présence ou citation de plusieurs produits d'une même marque :	+ 15%
• Produit à codes secteurs multiples : * secteurs de la nomenclature tv des produits 2013 du SNPTV	+ 15%
• Habillage des écrans publicitaires : (sous réserve d'accord des antennes)	+ 25%
• Renvoi vers une application et/ou un site Internet externe au groupe Lagardère dans le cadre de spots interactifs :	+ 20%

2 - CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ CLASSIQUE

A > REMISE VOLUME**Assiette :**

N'est pris en compte dans le barème que l'investissement brut payant réalisé à l'exclusion des gracieux, des échanges et des actions hors publicité classique.

Modalités d'application :

Chaque annonceur bénéficie d'une remise croissante sur ses investissements bruts payants réalisés à compter du 1^{er} janvier 2014 et jusqu'au 31 décembre 2014 inclus selon le barème ci-après, qui s'applique sur l'année civile.

Cette remise s'applique au premier euro. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers, ou fait l'objet d'un avoir de régularisation.

GRILLES APPLICABLES AU 1^{er} EURO INVESTI DU 1^{er} JANVIER 2014 AU 31 DÉCEMBRE 2014

INVESTISSEMENTS 2014 (EN €)

≥	<	TAUX
20 000 €	50 000 €	4%
50 000 €	90 000 €	6%
90 000 €	130 000 €	8%
130 000 €	170 000 €	10%
170 000 €	210 000 €	12%
210 000 €	250 000 €	14%
250 000 €	290 000 €	16%
290 000 €	340 000 €	17%
340 000 €	390 000 €	18%
390 000 €	440 000 €	19%
440 000 €	500 000 €	20%
500 000 €		21%



INVESTISSEMENTS 2014 (EN €)

≥	<	TAUX
20 000 €	60 000 €	4%
60 000 €	100 000 €	6%
100 000 €	150 000 €	8%
150 000 €	250 000 €	10%
250 000 €	400 000 €	12%
400 000 €	600 000 €	14%
600 000 €	800 000 €	16%
800 000 €	1 100 000 €	17%
1 100 000 €	1 500 000 €	18%
1 500 000 €	2 000 000 €	19%
2 000 000 €	2 500 000 €	20%
2 500 000 €	3 000 000 €	21%
3 000 000 €	3 500 000 €	22%
3 500 000 €	4 000 000 €	23%
4 000 000 €	5 000 000 €	24%
5 000 000 €		25%

GRILLES APPLICABLES AU 1^{er} EURO INVESTI DU 1^{er} JANVIER 2014 AU 31 DÉCEMBRE 2014

 / 		
INVESTISSEMENTS 2014 (en €)		
≥	<	TAUX
15 000 €	40 000 €	4%
40 000 €	70 000 €	6%
70 000 €	100 000 €	8%
100 000 €	140 000 €	10%
140 000 €	180 000 €	12%
180 000 €	220 000 €	14%
220 000 €	270 000 €	16%
270 000 €	320 000 €	17%
320 000 €	380 000 €	18%
380 000 €	440 000 €	19%
440 000 €	500 000 €	20%
500 000 €		21%

   / 		
INVESTISSEMENTS 2014 (EN €)		
≥	<	TAUX
15 000 €	30 000 €	4%
30 000 €	50 000 €	6%
50 000 €	80 000 €	8%
80 000 €	110 000 €	10%
110 000 €	140 000 €	12%
140 000 €	170 000 €	14%
170 000 €	200 000 €	16%
200 000 €	230 000 €	17%
230 000 €	260 000 €	18%
260 000 €	300 000 €	19%
300 000 €	350 000 €	20%
350 000 €		21%

B > ANNONCEURS DES SECTEURS DE L'ÉDITION

B.1 - ÉDITION LITTÉRAIRE*

Secteur 16 02 01 de la nomenclature TV
des produits 2014 du SNPTV

- 40%

B.2 - ÉDITION MUSICALE

Secteur 16 01 01 de la nomenclature TV
des produits 2014 du SNPTV

- 40%

B.3 - ÉDITION VIDÉO / DVD

Secteur 16 01 02 de la nomenclature TV
des produits 2014 du SNPTV

- 30%

B.4 - ÉDITION LOGICIELS ET ACCESSOIRES JEUX VIDÉO

Variété 32 01 01 06 de la nomenclature TV
des produits 2014 du SNPTV

- 30%

B.5 - PRESSE

Secteur 33 01 02 de la nomenclature TV
des produits 2014 du SNPTV

- 30%

B.6 - FASCICULES AVEC OU SANS OBJETS

Secteur 16 02 04 de la nomenclature TV
des produits 2014 du SNPTV

- 30%

*Hors chaîne diffusée sur la TNT (GULLI) en vertu du décret du 27 mars 1992, article 8 : « Est interdite la publicité concernant (...) les produits et secteurs économiques suivants : (...) - édition littéraire, sauf sur les services de télévision exclusivement distribués par câble ou diffusés par satellite. »

Ces remises s'appliquent sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et ne sont cumulables qu'avec la remise professionnelle et la remise de centralisation, à l'exclusion de toute autre remise.

C > ANNONCEURS DU SECTEUR FOURNISSEUR DE CONTENU,

PERSONNALISATION DU TÉLÉPHONE

ET FOURNISSEURS DE CONTENU MESSAGERIE DIALOGUE**

- 30%

(Secteur 49 02 08 et 49 02 04 de la nomenclature TV des produits 2014 du SNPTV)

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et n'est cumuleable qu'avec la remise professionnelle et la remise de centralisation, à l'exclusion de toute autre remise.

La programmation et la diffusion des messages des annonceurs appartenant à ce secteur sont soumises à l'accord de [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#).

En tout état de cause, le spot doit visualiser un code téléphonique ou SMS / MMS durant au moins 30% de la durée du spot et répondre aux objectifs suivants :

- > Provoquer un appel sur un accès rémunéré d'un des réseaux télématiques.
- > Promouvoir le service télématique lui-même à l'exclusion de tout autre marque, produit ou service.

**L'achat d'espace classique n'est pas autorisé sur TIJI pour le secteur Télématique.

D > REMISES SPÉCIFIQUES**D.1 > CAMPAGNES « SANS FRONTIÈRES »**

En raison de sa nationalité luxembourgeoise, RTL 9 relève des dispositions de la directive « Télévision sans Frontières » et, à ce titre, est ouverte aux campagnes publicitaires du secteur Cinéma (secteur 32 02 02 de la nomenclature TV des produits 2014 du SNPTV).

Ces annonceurs peuvent bénéficier de toutes les conditions commerciales décrites précédemment.

D.2 > CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES (SIG) ET GRANDES CAUSES - 40%

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et n'est cumuleable qu'avec la remise professionnelle et la remise de centralisation, à l'exclusion de toute autre remise.

La qualité de « Grandes Causes » est soumise à l'appréciation de **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ s'engage à accorder uniquement aux messages sanitaires de l'Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé (INPES), délivrés via des campagnes publicitaires d'intérêt général visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé, une remise spécifique de -52% dont l'assiette d'application est identique aux autres campagnes gouvernementales*.

*Sous réserve que les conditions suspensives de la charte d'engagement visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé soient toujours en vigueur au moment de la diffusion des campagnes.

D.3 > CAMPAGNES DE PUBLICITÉ COLLECTIVE**- 25%**

Constitue une campagne « collective », une campagne publicitaire au profit d'un organisme professionnel, d'une association, d'une marque collective, en excluant les publicités pour des marques commerciales.

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et n'est cumuleable qu'avec la remise professionnelle et la remise de centralisation, à l'exclusion de toute autre remise.

La qualification « campagne collective » pourra être attribuée par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** après examen du dossier de demande.

D.4 > CAMPAGNES DE PUBLICITÉ COLLECTIVE ALIMENTAIRE SANTÉ - 40%

LAGARDÈRE PUBLICITÉ accorde cette remise aux campagnes de publicité collective faisant la promotion des produits alimentaires dont il convient d'augmenter la consommation (produits hors champ de l'article 29 loi n° 2004-806 du 09 août 2004), comme les boissons sans adjonction de sucre, de sel ou d'édulcorant de synthèse et les produits alimentaires non manufacturés (produits rendus disponibles aux consommateurs de manière brute)*.

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et n'est cumuleable qu'avec la remise professionnelle et la remise de centralisation, à l'exclusion de toute autre remise.

La qualification « campagne collective » pourra être attribuée par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** après examen du dossier de demande.

*Sous réserve que les conditions suspensives de la charte d'engagement visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé soient toujours en vigueur au moment de la diffusion des campagnes.

D.5 > CAMPAGNES DE MARKETING DIRECT**- 35%**

Sont considérées comme « Marketing Direct », les campagnes dont les spots sont d'une durée minimum de 20 secondes comportant une visualisation du numéro de téléphone et/ou du site internet pendant une durée minimum équivalente à 30% du temps global avec pour unique objectif de provoquer un appel téléphonique immédiat, à seul but informatif.

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et n'est cumuleable qu'avec la remise professionnelle et la remise de centralisation, à l'exclusion de toute autre remise.

E - PRODUITS SOUMIS À CONDITIONS

Pour les produits ayant une restriction d'âge 18+ ou 16+, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** ne garantira pas de coût GRP net.
(Sous réserve d'accord de l'éditeur sur toutes les créations publicitaires).

F - REMISE PROFESSIONNELLE**- 15%**

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur une chaîne en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**, bénéficie de cette remise professionnelle qui s'applique sur l'investissement brut payant (à l'exclusion de tous les frais techniques), déduction faite des remises décrites ci-dessus (la totalité des paragraphes 2 et 3 des conditions commerciales).

G - REMISE DE CENTRALISATION**- 3%**

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé, à l'exclusion de tous les frais techniques, des annonceurs dont la gestion des ordres de règlement des factures sont assurés par un mandataire ayant présenté à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** une attestation de mandat selon le modèle fourni par la régie.

H - DATE DE REMISE DES DEMANDES DE RÉSERVATION SUR LA FIN D'ANNÉE POUR CANAL J, TIJI ET GULLI

La date de remise des demandes de réservation est à prendre en compte uniquement pour les annonceurs de la classe jeux jouets (code 3201 de la nomenclature du SNPTV 2014) pour la période Octobre Novembre Décembre 2014.

Les annonceurs de cette classe doivent faire parvenir leurs briefs de réservation à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** avant le **9 septembre 2014**, faute de quoi **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** ne saurait leur garantir l'optimisation de leur campagne dans les meilleures conditions possibles.

3 - ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE

A > PARRAINAGE D'ÉMISSIONS

Ces opérations feront l'objet de fiches commerciales forfaitaires publiées au gré des programmations d'émissions par [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#).

Si ces parrainages sont complétés d'opérations spéciales, ils feront l'objet d'un devis spécifique.

Modulation tarifaire : + 30%

Présence ou citation d'un 2^e annonceur dans un même billboard.

Conditions d'application :

Les modulations tarifaires s'appliquent sur le forfait brut payant en vigueur.

B - LES PUBLI-RÉDACTIONNELS ET LES INFOMERCIALS

Ils sont réalisables sous certaines conditions (accord de l'éditeur et durée compatibles avec les règles du CSA ou de la Directive Européenne pour RTL 9) et feront l'objet d'un devis spécifique.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

GULLI, CANAL J, TIJI, JUNE, MCM, MCM TOP, MCM POP ET RTL9

PRÉAMBULE :

La société **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** immatriculée au RCS B345 404 040 est concessionnaire exclusive de la publicité diffusée sur les chaînes de Télévision en régie chez Lagardère Active.

« **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Echanges 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 **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** et l'annonceur et/ou son mandataire »

1 - CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE DE LA PUBLICITÉ CLASSIQUE

1 > TARIFS

Les tarifs sont indiqués hors taxes et s'appliquent aux ordres en cours.
Les ordres de publicité concernant les chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** sont à adresser à :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
Service ADV - 23 rue Baudin -
TSA 22001 -
92300 Levallois.

La souscription d'un ordre de publicité par l'annonceur ou par son mandataire dûment mandaté par écrit (agence ou centrale) agissant en son nom et pour son compte, emporte leur acceptation des conditions générales de vente énoncées ci-après, ainsi que le respect de la réglementation en vigueur et des usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

Toute réservation doit être confirmée par la signature d'un bon de commande de l'annonceur ou en son nom et pour son compte par son mandataire.

Cette confirmation, sur la base du dispositif de l'emplacement valorisé de la campagne adressé par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**, devra parvenir avec la fiche annonceur 2014 dûment remplie, avant la date limite de confirmation figurant sur ce dispositif.

La régie pourra accepter un ordre émis par échange EDI sous réserve que le contrat interchange ait été signé entre la régie et le preneur d'ordre.

L'omission de toute confirmation entraîne de plein droit la libre disponibilité pour **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre annonceur. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire et de transmettre une lettre accréditant son mandataire.

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 ne peut être modifié sans l'autorisation de **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'annonceur ou le mandataire.

En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** par lettre recommandée avec accusé de réception, étant précisé que cette modification ou résiliation sera valablement opposable à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** à compter de date de réception de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.

Sont considérés comme annonceur, les entreprises enregistrées au Registre du Commerce, les associations, les administrations, les établissements publics et para-publics 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.
- > Avoir à l'intérieur du groupe une entité unique assurant les fonctions médias.

Ces informations devront être signifiées par l'annonceur et sa société mère à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** par lettre recommandée avec avis de réception.

L'application des conditions groupe sera valablement effective pour les campagnes diffusées à compter de la date de l'avis de réception de la lettre recommandée. Ces conditions ne pourront en aucune manière être rétroactives.

2 > MODIFICATIONS DES TARIFS ET DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Les tarifs et les conditions générales de vente applicables aux campagnes publicitaires sont ceux en vigueur à la date de diffusion des messages publicitaires mentionnés dans l'ordre de publicité souscrit par l'annonceur ou son mandataire. Toutefois, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** se réserve la faculté d'aménager ses tarifs et/ou ses conditions générales de vente et d'en informer les annonceurs ou leurs mandataires dans un délai minimum de 4 jours au moins avant la date d'entrée en vigueur desdites modifications.

Tout nouveau tarif sera dès lors applicable au plus tard dans les 4 jours suivant la date de communication.

En outre, à titre exceptionnel, notamment en raison d'un événement spécifique (concerts...) **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** peut modifier dans un délai inférieur aux 4 jours visés à l'alinéa

précédent, le tarif et/ou les conditions générales de vente et/ou l'intitulé d'un ou plusieurs écrans publicitaires, dans le cadre d'une campagne en cours.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ informera, dans les meilleurs délais, par écrit l'annonceur ou son mandataire de ces modifications et un ordre de publicité rectificatif lui sera adressé :

- > Soit l'annonceur ou son mandataire accepte les modifications proposées et renvoie l'ordre de publicité rectificatif dûment signé, la campagne se poursuit alors à compter de la date d'entrée en vigueur des modifications et en tenant compte de celles-ci.
- > Soit l'annonceur ou son mandataire refuse les modifications proposées et demande alors à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** de lui proposer d'autres écrans publicitaires en remplacement des écrans exceptionnellement modifiés, à l'exclusion de toute indemnité.

L'absence de réponse de l'annonceur ou de son mandataire sous huit jours, à compter de l'envoi de l'ordre de publicité rectificatif, vaut acceptation de sa part de l'ordre de publicité rectificatif : en conséquence, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** exécute l'ordre de publicité rectificatif et l'annonceur et son mandataire sont redevables de celui-ci.

Les intitulés des écrans figurant sur les tarifs, grilles de programmes et sur les ordres sont indicatifs. L'obligation de Lagardère Publicité sauf modification du programme des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** porte sur la seule diffusion des messages publicitaires dans le cadre des écrans prévus, à l'exclusion d'un horaire de diffusion. En conséquence, l'annonceur ou son mandataire ne peut se prévaloir d'un décalage horaire pour solliciter soit une modification du tarif de l'ordre soit l'annulation de celui-ci.

3 > ANNULATION - REPORT

En cas d'annulation ou de changement de format équivalent à une annulation d'un ou plusieurs messages pour un produit donné, l'annonceur ou son mandataire doit en avertir **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** par écrit au plus tard 28 jours avant la diffusion du ou des messages concernés.

Passé ce délai, l'annonceur ou son mandataire est redevable du montant intégral du ou

des message(s) annulé(s).

Cet espace est remis à la disposition des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**.

Des aménagements de programmation des messages sont possibles jusqu'à douze jours ouvrables avant la date de diffusion prévue sous réserve que le montant des messages concernés par l'aménagement puisse être reprogrammé intégralement et simultanément dans une période maximum de dix jours suivant la date de diffusion initiale du ou des message(s) concerné(s).

Si, pour une raison quelconque, les chaînes de télévision en régie chez Lagardère Publicité ne peuvent diffuser un message publicitaire à la date et à l'emplacement prévus, ce message peut, avec l'accord de l'annonceur ou de son mandataire, être reporté à une date ultérieure.

Si ce report n'est pas possible ou si la proposition de Lagardère Publicité n'est pas acceptée par l'annonceur, le prix du message non diffusé n'est pas dû. En toute hypothèse, aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'annonceur ou son mandataire.

4 > FORMULATION DE LA PUBLICITÉ

Tous les textes publicitaires doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur en France, ainsi qu'aux recommandations de l'ARPP. La responsabilité des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** ne saurait être engagée par les textes publicitaires qui sont diffusés sur l'antenne sous la seule responsabilité de l'annonceur.

Les messages publicitaires fournis par l'annonceur, son mandataire ou son agent de publicité, doivent parvenir à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** six jours ouvrables au moins avant leur date de diffusion. En cas d'illustration musicale, chaque copie de visionnage devra être accompagnée des renseignements exigés par la SACEM et tout autre organisme de gestion de droits de propriété intellectuelle (SDRM, SPRE...). Le règlement des factures n'entraîne pas cession des droits par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**.

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, d'une manière générale, de 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 les chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**) 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 garantit que les messages publicitaires ainsi que les éléments entrant dans leur composition, y compris ceux afférents à la musique et aux différents éléments sonores, sont livrés libres de tous droits, l'annonceur en faisant son affaire personnelle. Cet engagement vaut pour tous les messages.

Les chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** décident souverainement de leurs programmes, de leurs horaires, de leurs écrans publicitaires, de la composition de chaque session, du style général de la publicité et se réservent la possibilité de les modifier. Aucune exclusivité n'est réservée à un annonceur sous quelle forme que ce soit. Les messages pouvant entraîner pour l'auditeur une confusion entre la publicité et le programme doivent être soumis à l'antenne pour approbation ainsi que tous les messages dont le format est supérieur à 45 secondes, au moins six jours ouvrables avant le début de la diffusion.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ se réserve le droit de refuser toute publicité qu'elle jugera contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation, à la ligne de conduite des émissions ou à la ligne éditoriale des programmes des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**. Elle se réserve également le droit de refuser toutes les affaires dont la provenance lui semblera douteuse ou qui seraient contraires aux règles de sa profession, ainsi que toute publicité susceptible de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des téléspectateurs des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**.

Toute citation d'annonceur tiers dans un message publicitaire est soumise à l'accord préalable de **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** et ne sera acceptée qu'avec l'accord de l'annonceur cité.

2 - CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE SPÉCIFIQUES AU PARRAINAGE ET AUX OPÉRATIONS SPÉCIALES

1 > CADRE GÉNÉRAL

La souscription d'un contrat de parrainage par un annonceur, ou son mandataire implique leur acceptation des conditions générales de vente [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#), des conditions spécifiques suivantes et le respect des lois et règlements régissant la communication publicitaire.

[LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) prendra acte de la réservation d'une opération de parrainage à la réception de l'attestation de mandat de parrainage signée par l'annonceur et son mandataire.

Dans le cas où un annonceur n'utiliserait pas les services d'un mandataire, il devra notifier sa réservation par simple courrier sur papier à en-tête de sa société. Ce courrier devra reprendre les éléments spécifiques à l'annonceur qui figurent sur l'attestation de mandat et devra parvenir au plus tard 20 jours ouvrables avant la première date de diffusion de l'opération.

Le contrat de parrainage doit être retourné signé 15 jours ouvrables avant le démarrage de l'opération. Dans le cas contraire, [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) se réserve le droit de ne pas diffuser 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. Le contrat de parrainage est personnel et ne peut en aucun cas être cédé. [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) se réserve le droit de refuser ou d'annuler toute opération de

parrainage qu'elle jugera contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation, à la ligne de conduite des émissions ou à la ligne éditoriale des chaînes de télévision en régie chez [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#).

2 > MODIFICATIONS DES CONDITIONS DE PARRAINAGE

Les intitulés d'horaires de diffusion des programmes parrainables ainsi que du dispositif de diffusion des bandes annonces ne sont donnés qu'à titre indicatif et ne comportent pas de garantie d'horaire de diffusion. L'annonceur ou son mandataire ne peut donc se prévaloir d'une modification de ces horaires pour demander une modification du tarif du contrat ou de l'annulation de ce dernier. [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) s'engage à informer sans délai l'annonceur ou son mandataire de toute modification des conditions de parrainage qui pourrait résulter :

- > D'une décision de toute autorité administrative compétente ou d'un changement dans les conditions légales ou réglementaires applicables et qui auraient des incidences sur l'exécution du contrat de parrainage.
- > D'une modification des horaires de diffusion d'un dispositif de parrainage. Dans l'hypothèse où celle-ci aurait une incidence défavorable sur les performances média de l'opération de parrainage, [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) s'engage à proposer à l'annonceur ou à son mandataire un principe de compensation selon les disponibilités de la grille de programmation de la chaîne concernée.
- > D'un arrêt de la diffusion d'un programme parrainé. Dans cette hypothèse, [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) s'engage à proposer à l'annonceur ou à son mandataire un dispositif de substitution permettant une continuité de l'opération.

[LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) envoie à l'annonceur ou à son mandataire un avenant au contrat de parrainage tenant compte de ces modifications :

- > Soit il accepte les modifications proposées et renvoie l'avenant au contrat de parrainage rectificatif signé.

> Soit il refuse les modifications, le contrat de parrainage est alors annulé à la date d'entrée en vigueur des modifications, sans indemnité de part et d'autre.

L'absence de réponse de l'annonceur ou de son mandataire sous huit jours, à compter de l'envoi de l'ordre de parrainage rectificatif, vaut acceptation de sa part du contrat de parrainage rectificatif. En conséquence, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** exécute le contrat rectificatif et l'annonceur et son mandataire sont redevables de celui-ci.

En cas de rupture du contrat de parrainage dans les conditions définies ci-dessus, l'annonceur et son mandataire seront redevables des montants dus pour les émissions diffusées et pour celles enregistrées et non diffusées jusqu'à la date de rupture du contrat, ainsi que de la totalité des frais techniques qui ont été engagés par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**.

3 > ANNULATION - REPORT

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, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** demandera à l'annonceur ou à son mandataire de lui verser des indemnités de compensation égales à 25% du montant du contrat, plafonnées au montant équivalent à 28 jours de diffusion pour les opérations dépassant cette durée.

En cas d'annulation par l'annonceur d'un contrat de parrainage en cours d'exécution **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** 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, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** facturera à l'annonceur ou à son mandataire, la totalité de la somme prévue dans le contrat à l'origine, qui sera due. Dans les cas d'annulation décrits ci-dessus, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** facturera à l'annonceur la totalité des frais techniques engagés.

4 > CRÉATION ET FORMULATION DU PARRAINAGE

Toutes les créations parrainage doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur en France. La responsabilité des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** ne saurait être engagée par les textes publicitaires qui sont diffusés sur l'antenne sous la seule responsabilité de l'annonceur.

L'annonceur, son mandataire ou son agent de publicité s'engage à faire valider par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**, le contenu de sa création à partir du story-board ou de la maquette afin de vérifier sa conformité avec la réglementation en vigueur.

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 les chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**. Dans le cas où l'annonceur charge **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** de concevoir et de réaliser les éléments techniques nécessaires à la diffusion du contrat de parrainage (billboard, bandes annonces, modules jeux, etc.), l'annonceur prend en charge l'intégralité des frais techniques afférents à la réalisation de ces éléments.

Le montant de ces frais sera facturé à l'annonceur ou à son mandataire selon ce qui sera spécifié dans l'attestation de mandat signée par les deux parties.

L'annonceur ou son mandataire ne pourra utiliser tout ou partie des éléments techniques conçus et réalisés par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** en dehors de l'utilisation qui

est expressément indiquée dans le contrat. Seuls les éléments fournis par l'annonceur ou son mandataire échappent à cette règle. Hormis ces éléments, toute exception à cette règle fera l'objet d'un accord spécifique écrit de [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#).

5 > JEUX ET CONCOURS

Lorsqu'une opération de parrainage prévoit un jeu ou un concours, l'annonceur ou son mandataire sont tenus 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...), gestion des gagnants et envoi des dotations.

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.

En cas d'inexécution de ces obligations de la part de l'annonceur ou de son mandataire, [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) se réserve le droit de s'acquitter des obligations envers le ou les gagnants. L'intégralité des frais engagés par [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) restant à la charge de l'annonceur ou de son mandataire.

6 > 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 ou par fax une demande d'option indiquant le nom du programme, la marque envisagée, la durée souhaitée de l'opération, l'acceptation du tarif fixé par [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) et le cas échéant, accompagner cette demande d'une attestation de mandat.

Les options ne sont prises en compte que pour des opérations de parrainage dont la durée sera supérieure à 8 semaines.

Le rang d'option sera déterminé par la date d'envoi du mail (ou fax) adressé à [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#).

La durée de validité d'une option est de 2 semaines à compter de la date d'envoi de la demande d'option par un annonceur ou son mandataire. En cas d'absence de confirmation de la part de l'annonceur ou de son mandataire à l'issue de ces 2 semaines, l'option devient caduque et ne sera ni renouvelée ni prorogée.

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.

3 - CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE GLOBALES

1 > MODALITÉS DE REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Pour être diffusées, les copies antenne telles que décrites ci-dessous, doivent être accompagnées du calendrier de programmation des films, de la fiche d'identification, de l'accord ARPP et devront être remises à [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) au plus tard 6 jours ouvrables avant la date de la première diffusion prévue. Passé ce délai, le prix de la (ou des) diffusion(s) sera intégralement dû par l'annonceur comme si la diffusion avait eu lieu et [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) ne sera redevable ni de compensation, ni d'intérêt, ni d'indemnité envers l'annonceur, son mandataire ou les tiers intéressés. Dans cette hypothèse, l'espace réservé sera remis à la disposition de [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#). L'annonceur doit remettre à [LAGARDÈRE PUBLICITÉ](#) une copie BETACAM numérique par film et par format selon le cahier des charges disponible sur demande (via courrier électronique)

ou sur le site www.lagardere-pub.com.

Concernant les campagnes similaires pour les chaînes du groupe MCM (MCM, MCM POP, MCM TOP) d'une part, et pour les chaînes CANAL J, TIJI, JUNE et GULLI d'autre part, un seul jeu de bandes suffit.

Les cassettes doivent parvenir à **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** à l'adresse suivante :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
Service Diffusion - Département TV
26, bis rue François 1^{er}
75008 PARIS

Avec les indications suivantes pour chaque film :

- > Les coordonnées de l'expéditeur ou de l'agence.
- > Le nom de l'annonceur.
- > Le nom du produit.
- > Pour la Télématic, le nom de l'éditeur du produit.
- > Le titre du film.
- > La durée.
- > La version.

Pour toute diffusion à l'antenne, un calendrier de programmation du ou des films doit être envoyé 6 jours ouvrables avant la première diffusion (même s'il n'existe qu'un seul film) en précisant :

- > Le titre du film.
- > La durée.
- > La version.
- > Le calendrier de diffusion.

SUPPORT DÉMATÉRIALISÉ

LAGARDÈRE PUBLICITÉ accepte la livraison des films publicitaires au format dématérialisé pour RTL9, les chaînes jeunesse (GULLI, CANAL J, TIJI, JUNE) et musicales

(MCM, MCM TOP, MCM POP).

L'annonceur est invité à contacter l'une des sociétés partenaires de **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** et fournissant ce service de livraison afin d'en connaître les modalités techniques de livraison.

A jour :

IMD

53, rue d'Hauteville - 75010 Paris
+33 (0)1 49 49 99 71
www.imdplc.com

ADSTREAM

6, rue Paul Vaillant Couturier - 92300 Levallois-Perret
+33 (0)1 80 03 12 50
www.adstream.fr

FORMAT DE LIVRAISON DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

ATTENTION : NOUVELLES NORMES SONORES A COMPTER DU 1^{er} JANVIER 2012

Suite à l'adoption par le CSA de la délibération n°2011-29 du 19 juillet dernier relative aux caractéristiques techniques de l'intensité sonore des messages publicitaires, il a été décidé qu'à compter du 1^{er} janvier 2012, la nouvelle norme sonore est de -23 LUFs.

Le format de livraison des films publicitaires pour l'ensemble des chaînes de télévision en régie chez **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** est du 16/9^{ème} SD.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ ne pourra être responsable des erreurs de diffusion si le délai indiqué ci-dessus n'est pas respecté.

Dans le cas où, pour des raisons techniques, les bandes se révéleraient impropres à la diffusion du message publicitaire, **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** en avertira aussitôt l'annonceur ou son mandataire qui devra lui fournir une bande satisfaisante du même message au plus tard 6 jours ouvrables avant la première diffusion prévue. Passés ces délais, le prix de la diffu-

sion est intégralement dû par l'annonceur ou son mandataire comme si la diffusion avait eu lieu.

Aucune réclamation d'ordre technique de diffusion ne pourra être retenue passé le délai de cinq jours après la première diffusion du message.

Les masters seront conservés pendant un an, passé ce délai la diffusion reste possible durant deux années consécutives.

Aucune cassette ne sera retournée après diffusion.

L'annonceur ne doit remettre que des copies des documents à l'exclusion de tout original, LAGARDÈRE PUBLICITÉ ne pouvant être responsable des pertes ou dommages subis par ces documents à l'occasion de l'exécution de l'ordre de publicité.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ se réserve la faculté de refuser toute remise d'un film non conforme notamment si la durée annoncée n'est pas respectée, ou d'exiger que l'annonceur ou son mandataire paye le prix réel du message en fonction de sa durée effective.

2 > CONDITIONS DE PAIEMENT

Les tarifs sont indiqués H.T. - tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux ordres de publicité et aux contrats d'opérations spéciales ou de sponsoring étant à la charge de l'annonceur.

L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres. Le paiement ou l'avance effectué au mandataire ne le libère pas vis-à-vis de LAGARDÈRE PUBLICITÉ.

Les factures et avoirs sont établis par LAGARDÈRE PUBLICITÉ au nom de l'annonceur, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du mandataire expressément habilité pour le règlement, conformément à la confirmation de mandat.

L'annonceur et son mandataire recevront au minimum une facture mensuelle pour les ordres diffusés ou en cours de diffusion pour les actions de plusieurs semaines, y

compris pour les opérations spéciales ou de sponsoring.

Le règlement de la facture doit intervenir à 45 jours fin de mois.

Tous les règlements sont effectués à l'ordre de LAGARDÈRE PUBLICITÉ à l'adresse suivante :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ

Service ADV - 23 rue Baudin

TSA 22001- 92300 Levallois.

Toute réclamation quelle qu'en soit la nature devra être signifiée par lettre recommandée avec accusé de réception à la régie par l'annonceur ou son mandataire dans un délai maximum de deux semaines date de facture.

En cas de litige ou d'attente d'avoir, notifié dans le délai ci-dessus par lettre recommandée avec accusé de réception, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture. Dans le cas contraire, des pénalités de retard seront appliquées.

La régie se réserve toutefois la faculté de demander le règlement avant diffusion de chaque tranche mensuelle de la campagne de publicité moyennant un escompte de 1% du montant TTC de la facture.

Pour un règlement comptant parvenu à nos services comptables dans les 20 jours ouvrables suivant la date de facture, un escompte de 0,3% du montant TTC de la facture est accordé.

En cas de non respect du paiement des sommes dues à l'échéance prévue :

> Les ordres non exécutés peuvent être résiliés de plein droit sans préavis ni indemnité.

En outre, l'annonceur se verra facturer des ordres diffusés jusqu'à la date de résiliation. Il y aura de plein droit déchéance du terme pour toutes les factures émises et non payées.

> Des pénalités de retard seront exigibles de plein droit auprès de l'annonceur le jour

suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel soit nécessaire, conformément aux articles L441-3 et L441-6 du Code de Commerce. Le taux annuel appliqué est de 11%. A titre de clause pénale et après mise en demeure préalable par LRAR, la régie se réserve le droit de majorer de 15% le montant total HT des sommes dues, outre les intérêts légaux.

> L'annonceur choisit son mandataire sous sa seule responsabilité. La solvabilité du mandataire payeur incombant à l'annonceur qui en a fait lui-même le choix, ce dernier reste redevable du règlement final à défaut de paiement de son mandataire.

Tout annonceur ayant bénéficié d'un avantage lié à un engagement d'investissement par chaîne, qui sera pour quelque raison que ce soit dans l'impossibilité de respecter ces obligations, se verra remettre une facture rectificative. Cette facture reprendra les factures préalablement émises et tiendra compte de la remise effectivement due en fonction de l'application des présentes conditions commerciales en vigueur au jour de la diffusion. La somme due, résultant de la différence, sera majorée des indemnités de retard correspondantes. Les pénalités de retard s'élèvent à 11%. Cette somme sera exigible dès réception.

Frais de recouvrement : conformément à l'art L 441-6 du code de commerce, il sera réclamé à compter du lendemain de la date d'échéance et de plein droit une indemnité de 40 € au titre des frais de recouvrement ; il pourra être réclamé une indemnité complémentaire sur justification.

Tout paiement sous forme d'échange publicitaire en contrepartie de marchandises, d'espaces ou de services ne donne pas lieu à l'application des présentes conditions commerciales et fera l'objet d'un contrat écrit qui prévoira notamment les conditions de paiement. Ces investissements ne rentrent pas dans l'assiette de calcul futur du dégressif volume.

3 > ATTRIBUTION DE JURIDICTION

Toute contestation doit être formulée par écrit dans un délai maximum d'un mois (date de facture).

Cette contestation ne peut en aucun cas décharger l'annonceur et son mandataire de l'obligation de régler à son échéance la partie non contestée, conformément au paragraphe ci-dessus des Conditions Générales de Vente de **LAGARDÈRE PUBLICITÉ**.

Sera seul compétent en cas de litige de toute nature ou de contestation relative à la formation ou à l'exécution de la commande, le Tribunal de Commerce de Nanterre, qui appliquera le droit français. Cette clause s'applique, même en cas de référé, de demande incidente, de pluralité de défendeurs et quels que soient le mode et les modalités de paiement.

CES CONDITIONS GENERALES DE VENTE PRENNENT EFFET A PARTIR DU 1^{er} JANVIER 2014.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ SE RESERVE LE DROIT DE MODIFIER CES CONDITIONS GENERALES DE VENTE EN COURS D'ANNEE.

CES MODIFICATIONS SERONT PUBLIEES SUR LE SITE INTERNET : www.lagardere-pub.com

ANNEXES

PRINCIPES ET DÉFINITIONS

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT SERVI

Le chiffre d'affaires brut servi correspond au chiffre d'affaires brut diffusé comprenant les éventuels messages gracieux ou en échange.

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT PAYANT

Le chiffre d'affaires brut payant correspond au chiffre d'affaires brut servi déduction faite des éventuels messages gracieux ou en échange.

CHIFFRE D'AFFAIRES NET FACTURÉ

Le chiffre d'affaires net facturé correspond au chiffre d'affaires brut payant déduction faite des éventuelles remises dont la remise professionnelle.

CHIFFRE D'AFFAIRES NET NET FACTURÉ

Le chiffre d'affaires net net facturé correspond au chiffre d'affaires brut payant déduction faite des éventuelles remises dont la remise professionnelle et la remise de centralisation.

ATTESTATION DE MANDAT ESPACE CLASSIQUE

LAGARDÈRE PUBLICITÉ

10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET

TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Modèle SNPTV à établir par l'annonceur sur papier à en-tête de sa société.

Un original doit être transmis à chaque régie du ou des support(s) réservé(s).

Coordonnées sur www.snptv.org.

Nous soussignés

Dénomination sociale : _____

Siège social* : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET : _____ 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA _____

ou n° Identifiant National _____ Ne renseigner qu'une seule mention

Représentée par : Nom : _____ Prénom : _____

Agissant en qualité de : _____

dûment habilité(e) à l'effet des présentes, ci après dénommée «l'annonceur».

* Si l'adresse de facturation est différente de celle du siège social indiquée ci-dessus, merci de l'inscrire dans le tableau page 3.

Attestons avoir mandaté

Dénomination sociale: _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET _____ 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA _____

ou n° Identifiant National _____ Ne renseigner qu'une seule mention

Ci après dénommée «le mandataire».

Autorisons la substitution du mandataire

Dénomination sociale : _____

Siège social : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET _____ 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA _____

ou n° Identifiant National _____ Ne renseigner qu'une seule mention

ci-après dénommée «le sous-mandataire».

Pour effectuer en notre nom auprès de la régie ou des régies suivantes :

mandat partiel : ne cocher que la mission pour laquelle vous avez donné mandat

- > Achat d'espace
- > Réservation d'espace
- > Signature d'un contrat commercial
- > Signature d'un bon de commande (y compris par EDIPublicité)
- > Gestion et suivi du bon de commande

Pour l'année 20..

Préciser éventuellement Campagne :

Période du ... au :

mandataire sous-mandataire

☐☐

ou

☐☐

ou

☐☐

20..

jour

/

mois

jour

/

mois

- > Gestion et contrôle de la facturation
- > S'assurer du paiement des factures à bonne date

☐☐

ATTESTATION DE MANDAT ESPACE CLASSIQUE

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Sur les supports suivants : *les lister ou cocher* Tous les supports de la régie ☐

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

Pour le(s) produit(s) / service(s) :

Garantissons la parfaite adéquation des missions entre notre mandataire et le sous mandataire ☐
Notifierons à (aux) régie(s), par lettre recommandée avec accusé de réception, ☐
toute modification du contrat de mandat survenant en cours d'année

Règlement des factures par l'annonceur ☐ par le mandataire ☐
Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de la (ou les) régie(s) publicitaire(s). par le sous-mandataire ☐
chargé de la gestion de facturation

Facultatif: L'annonceur donne un mandat spécial ____ au mandataire ____ / au sous-mandataire ____
à l'effet d'encaisser auprès de la ou des régies, en son nom et pour son compte, le montant des
avoirs établis par la ou les régies. L'annonceur reconnaît expressément que le paiement desdits
avoirs à son mandataire ou à son sous-mandataire par la ou les régies a un effet libératoire et qu'il
assumera seul les risques de défaillance ultérieure de son mandataire.

Déclarons avoir pris connaissance des Conditions Générales de vente, des Conditions Commerciales
et/ou tarifaires de la régie _____ applicables en 20...
et en acceptons expressément les dispositions.

Date : 20..

Faire précéder la signature de la mention manuscrite «lu et approuvé»

Annonceur

Signature et cachet

Faire précéder la signature de la mention manuscrite «lu et approuvé»

Mandataire

Signature et cachet

Faire précéder la signature de la mention manuscrite «lu et approuvé»

Sous-Mandataire

Signature et cachet

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES DE FACTURATION

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Dans le cadre du groupe annonceurs, merci d'indiquer pour chaque filiale leur adresse de facturation.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES DE FACTURATION

NOM DE L'ANNONCEUR	NOM DES PRODUITS	ADRESSE DE FACTURATION

ATTESTATION DE MANDAT PARRAINAGE

LAGARDÈRE PUBLICITÉ

10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET

TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Modèle SNPTV à établir par l'annonceur sur papier à en-tête de sa société.

Un original doit être transmis à chaque régie du ou des support(s) réservé(s).

Coordonnées sur www.snptv.org.

Nous soussignés

Dénomination sociale : _____

Siège social* : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET : _____ 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA _____

ou n° Identifiant National _____ Ne renseigner qu'une seule mention

Représentée par : Nom : _____ Prénom : _____

Agissant en qualité de : _____

dûment habilité(e) à l'effet des présentes, ci après dénommée «l'annonceur».

* Si l'adresse de facturation est différente de celle du siège social indiquée ci-dessus, merci de l'inscrire dans le tableau page 3.

Attestons avoir mandaté

Dénomination sociale: _____

Siège social* : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET _____ 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA _____

ou n° Identifiant National _____ Ne renseigner qu'une seule mention

Ci après dénommée «le mandataire».

Autorisons la substitution du mandataire

Dénomination sociale : _____

Siège social : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET _____ 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA _____

ou n° Identifiant National _____ Ne renseigner qu'une seule mention

ci-après dénommée «le sous-mandataire».

Pour effectuer en notre nom auprès de la régie ou des régies suivantes :

mandat partiel : ne cocher que la mission pour laquelle vous avez donné mandat

> Signature de(s) opérations de parrainage et ses avenants

> Gestion et suivi de(s) opération(s) de parrainage

préciser éventuellement

Pour l'année 20..

Campagne :

Période du ... au :

mandataire sous - mandataire

☐☐

ou

☐☐

ou

☐☐

20..

☐☐

jour

/

mois

☐

jour

/

mois

> Gestion et contrôle de la facturation

> S'assurer du paiement des factures à bonne date

☐☐

Pour effectuer en notre nom auprès de :

mandat partiel : ne cocher que la mission pour laquelle vous avez donné mandat

> Gestion et contrôle de la facturation de la réalisation

> S'assurer du paiement des factures à bonne date

indiquer la société et/ou éditrice de(s) l'opération(s)

mandataire sous-mandataire

☐☐

ATTESTATION DE MANDAT PARRAINAGE

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Pour l'(les) émission(s) / opération(s) suivantes :

Sur le(s) support(s) suivant(s) : *les lister ou cocher* Tous les supports de la régie ☐

Garantissons la parfaite adéquation des missions entre notre mandataire et le sous mandataire ☐
Notifierons à (aux) régie(s), par lettre recommandée avec accusé de réception,
toute modification du contrat de mandat survenant en cours d'année ☐

Règlement des factures par l'annonceur ☐ par le mandataire ☐
Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de la (ou les) régie(s) publicitaire(s). par le sous-mandataire ☐
chargé de la gestion de facturation

Facultatif: L'annonceur donne un mandat spécial ____ au mandataire ____ / au sous-mandataire ____
à l'effet d'encaisser auprès de la ou des régies, en son nom et pour son compte, le montant des
avoirs établis par la ou les régies. L'annonceur reconnaît expressément que le paiement desdits
avoirs à son mandataire ou à son sous-mandataire par la ou les régies a un effet libératoire et qu'il
assumera seul les risques de défaillance ultérieure de son mandataire.

Déclarons avoir pris connaissance des Conditions Générales de vente, des Conditions Commerciales
et/ou tarifaires de la régie _____ applicables en 20...
et en acceptons expressément les dispositions.

Date : 20..

Faire précéder la signature de la mention manuscrite «lu et approuvé»

Annonceur

Signature et cachet

Faire précéder la signature de la mention manuscrite «lu et approuvé»

Mandataire

Signature et cachet

Faire précéder la signature de la mention manuscrite «lu et approuvé»

Sous-Mandataire

Signature et cachet

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES DE FACTURATION

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Dans le cadre du groupe annonceurs, merci d'indiquer pour chaque filiale leur adresse de facturation.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES DE FACTURATION

NOM DE L'ANNONCEUR	NOM DES PRODUITS	ADRESSE DE FACTURATION

FICHE ANNONCEUR 2014

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

	ANNONCEUR	MANDATAIRE - ACHAT	MANDATAIRE - FACTURE *
Nouveau (oui/non)			
Numéro (Ne pas remplir)			
Raison Sociale			
Groupe d'appartenance			
Adresse			
Code Postal			
Ville			
N° Téléphone			
N° Fax			
N° SIRET			
N° TVA			
Responsable du budget			
Email Responsable du budget			
Achat Direct (oui/non)			

* À remplir uniquement si le mandataire facture est différent du mandataire achat

FICHE ANNONCEUR 2014

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Nouveau	Nom du produit	N° Produit Codification Agence	Exclusivité Sectorielle (oui / non)	Nomenclature des secteurs		Format(s) Film	Nomenclature des cibles		Agence de Création
				Code Secteur Principal Nomenclature	Code Secteur Secondaire Nomenclature		Code Cible Principale Nomenclature	Code Cible Secondaire Nomenclature	

Cible MédiaCabSat :

Agglo. de + de 100 00 hab, Ensemble 35+, Ensemble 50+, Actifs, Chefs de foyers CSP+, Enfants 11-14, Enfants 4-10, Enfants 4-14 ans, Ensemble 11-24, Ensemble 11-34, Ensemble 15+, Ensemble 15-24, Ensemble 25+, Ensemble 25-34, Ensemble 25-49, Ensemble 25-59, Ensemble 35-49, Ensemble 35-59, Ensemble 4+, Ensemble 15-34, Ensemble 15-49, Ensemble 60+, Filles 4-14, Femmes 15-49, Femmes 35-49, Femmes 50+, Femmes 15-34, Femmes 35+, Femmes Actives, Femmes 15+, Foyers, Garçons 4-14, Hommes 35-49, Homme 15-34, Hommes 15-49, Homme 35+, Homme 50+, Hommes Actifs, Hommes 15+, Individus CSP-, Individus CSP+, Ménagères sans Enfants, Ménagères 15-49, Ménagères 50+, Ménagères, Ménagères + Enfants, RDA -60, Filles 11-24.

Cibles RTL9 Mediamat et TNT

Enlever aux cibles MediaCabsat Filles 11-24 et Foyers et ajouter Femme 15-24, Hommes 15-24, Hommes 25-49 et Femmes 25-49.

CONTACTS

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Constance BENQUE

Présidente

01 41 34 97 00

constance.benque@lagardere-pub.com

Philippe PIGNOL

Directeur général

01 41 34 98 00

philippe.pignol@lagardere-pub.com

Marie RENOIR-COUTEAU

DGA du Pôle radio, télévision et littéraire

01 41 34 97 10

marie.renoircouteau@lagardere-pub.com

Camille BURNIER-ZINK

Directrice commerciale adjointe

01 41 34 97 54

camille.burnierzink@lagardere-pub.com

Carine MENDES

Directrice de publicité TV

01 41 34 97 57

carine.mendes@lagardere-pub.com

Barthélemy NEVOT

Directeur de publicité adjoint TV

01 41 34 97 56

barthelemy.nevot@lagardere-pub.com

Clara GUEDJ

Directrice de clientèle TV

01 41 34 97 58

clara.guedj@lagardere-pub.com

Noémie ORY

Chef de publicité TV

01 41 34 97 52

noemie.ory@lagardere-pub.com

Ilan TAIEB

Directeur de clientèle TV

01 41 34 97 47

ilan.taieb@lagardere-pub.com

Julien ZAKARIAN

Directeur de clientèle TV

01 41 34 97 55

julien.zakarian@lagardere-pub.com

Laura JACQUIN

Directrice de clientèle TV

01 41 34 97 43

laura.jacquin@lagardere-pub.com

Nora BENDJILALI

Assistante de publicité pôle TV

01 41 34 97 59

nora.bendjilali@lagardere-pub.com

Aurore DAHAN

Assistante de publicité pôle TV

01 41 34 97 51

aurore.dahan@lagardere-pub.com

Anne-Sophie NECTOUX

Directrice du Pôle Opérations Spéciales

01 41 34 97 40

annesophie.nectoux@lagardere-pub.com

Cécilia LOGEL

Directrice Conseil OS

01 41 34 91 64

cecilia.logel@lagardere-pub.com

Matthieu CAMISON

Directeur Conseil OS

01 41 34 97 30

matthieu.camison@lagardere-pub.com

Marc-Henri SOUCHAL

Directeur Conseil OS

01 41 34 97 63

marchenri.souchal@lagardere-pub.com

Mélanie FLIPO

Directrice Conseil OS

01 41 34 97 75

melanie.flipo@lagardere-pub.com

Stéphanie MARCEAUX

Directrice du planning audiovisuel

01 41 34 89 59

stephanie.marceaux@lagardere-pub.com

Christelle OSIAK

Coordinatrice planning TV

01 41 34 89 76

christelle.osiak@lagardere-pub.com

Élodie DEMANGE

Coordinatrice planning TV

01 41 34 89 66

elodie.demange@lagardere-pub.com

Julien RAMPAZZO

Coordinateur Planning TV

01 41 34 89 74

julien.rampazzo@lagardere-pub.com

Nadir HADDOU

Media Vendeur

01 41 34 89 71

nadir.haddou@lagardere-pub.com

Reda MAALEM

Media Vendeur

01 41 34 89 69

reda.maalem@lagardere-pub.com

CONTACTS

LAGARDÈRE PUBLICITÉ
10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET
TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Laurence GUERRIER

Média Vendeuse

01 41 34 89 64

laurence.guerrier@lagardere-pub.com

Alexia PELLETIER

Média Vendeuse

01 41 34 89 73

alexia.pelletier@lagardere-pub.com

Léa LOMON

Média Vendeuse

01 41 34 89 72

lea.lomon@lagardere-pub.com

Delphine BERETTA

Directrice de l'ADV et des opérations

01 41 34 89 60 / 86 85

delphine.beretta@lagardere-pub.com

Patricia BADILAT

Directrice adjointe de l'administration des ventes

01 41 34 89 40

patricia.badilat@lagardere-pub.com

Sandrine ALVES

Coordinatrice contrats audiovisuels et ADV

01 41 34 89 54

sandrine.alves@lagardere-pub.com

Nathalie COLLAS

Coordinatrice ADV Audiovisuel

01 41 34 89 44

nathalie.collas@lagardere-pub.com

Emmanuelle LY

Responsable de la facturation

01 41 34 89 46

emmanuelle.ly@lagardere-pub.com

Delphine MILLET

Chargée de la facturation

01 41 34 89 50

delphine.millet@lagardere-pub.com

Olivier GIBERT

Chargé de groupe

01 47 23 11 09

olivier.gibert@lagardere-pub.com

Cédric BEGUIN

Chargé de diffusion

01 47 23 10 45

cedric.beguin@lagardere-pub.com

Udaya PONRAJAH

Chargé de diffusion

01 47 23 11 04

udaya.ponrajah@lagardere-pub.com

Perrine PASSAFIUME

Chargée de diffusion

01 47 23 11 27

perrine.passafiume@lagardere-pub.com