



CONDITIONS GENERALES DE VENTE

2026

ESPACES CLASSIQUES

APPLICABLES DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2026

CONDITIONS GENERALES DE VENTE 2026

ESPACES CLASSIQUES

I. CADRE GENERAL

1.1. Sauf disposition expresse contraire, les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent à la vente d'espaces publicitaires dits « classiques » (ci-après dénommés « **Espace(s) Classique(s)** »), diffusés sur les chaînes de télévision de l'offre beIN REGIE à savoir beIN SPORTS 1, beIN SPORTS 2, beIN SPORTS 3, du 1^{er} janvier 2026 au 31 décembre 2026, et commercialisés par beIN REGIE.

Les présentes Conditions Générales de Vente ne s'appliquent pas aux opérations de parrainage ou aux espaces publicitaires digitaux, qui font l'objet de conditions générales de vente spécifiques.

1.2. La conclusion d'un Ordre de Publicité par un Annonceur ou par son Mandataire, à quelque stade que ce soit, implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente ainsi que le respect des lois, règlements et usages en vigueur régissant les communications commerciales publicitaires et audiovisuelles.

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

1.4. Le respect de l'environnement fait partie des principes fondamentaux gouvernant l'activité de la Régie et des Supports. A ce titre, il est nécessaire pour la Régie et les Supports que les enjeux de la transition écologique soient pris en compte par l'Annonceur notamment dans le cadre de l'élaboration de ses messages publicitaires.

II. DEFINITIONS

Tous les mots utilisés avec la première lettre en majuscule dans les présentes Conditions Générales de Vente ont la signification qui leur est donnée ci-dessous. Les mots au singulier incluent également le pluriel et vice-versa, lorsque le contexte l'exige.

« **Acheteur** » désigne tout Annonceur ou Mandataire ayant souscrit un Ordre de Publicité auprès de la Régie.

« **Annonceur** » désigne toute personne physique ou toute société ou groupe de sociétés qui réalise, directement ou par l'intermédiaire d'un Mandataire, un achat d'Espace Classique sur les chaînes de télévision beIN SPORTS 1, beIN SPORTS 2 et beIN SPORTS 3 et pour le compte de qui le message publicitaire est diffusé. Sont considérées comme appartenant au même groupe, toutes sociétés dont le capital est majoritairement, directement ou indirectement, détenu par une même personne physique ou morale.

« **Conditions Générales de Vente** » désigne les présentes conditions générales de vente, en ce compris les modifications et compléments que la Régie pourra y apporter.

« **Mandataire** » désigne tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, en vertu d'un contrat écrit de mandat d'achat d'espaces publicitaires conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 modifiée, signé par l'Annonceur et son Mandataire.

« **Ordre de Publicité** » désigne l'accord conclu par écrit entre beIN REGIE et l'Annonceur ou son Mandataire, conformément aux présentes Conditions Générales de Vente, fixant les termes de l'achat du ou des Espace(s) Classique(s).

« **Régie** » désigne beIN REGIE.

« **Support(s)** » désigne(nt) les chaînes de télévision beIN SPORTS 1, beIN SPORTS 2 et beIN SPORTS 3.

III. EXCLUSIVITE DE LA REGIE

3.1. La Régie, ou toute société qu'elle aura désignée à cet effet, est seule habilitée à prospecter la clientèle et à commercialiser les Espaces Classiques diffusés sur les Supports.

3.2. La Régie et/ou chaque Support se réservent le droit de ne pas donner suite à une demande de réservation d'Espace(s) Classique(s), notamment si cette demande devait contrevenir aux obligations contractuelles des Supports, à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux, et plus généralement aux lois, règlements et usages en vigueur régissant les communications commerciales publicitaires et audiovisuelles.

IV. ATTESTATION DE MANDAT

4.1. Toute demande effectuée par un Mandataire relative à une opération d'achat d'Espace(s) Classique(s) doit obligatoirement être accompagnée de l'attestation de mandat (voir [Modèle d'attestation de mandat](#)) (ci-après dénommée « **Attestation de mandat** »), signée par l'Annonceur et son Mandataire, valable au titre de l'année civile 2026.

Depuis le 1^{er} janvier 2024, beIN REGIE invite les Annonceurs et les Mandataires à publier les Attestations de mandat en ligne via la plateforme *MyMandat* mise en œuvre par EdiPub. A défaut, l'Attestation de mandat devra être adressée à la Régie avant toute demande de réservation d'Espace(s) Classique(s) par email, en format PDF, auprès du contact commercial en relation avec le Mandataire et dans tous les cas à l'adresse advbeinregie@bein.com.

4.2. Des opérations d'achat d'Espaces Classiques peuvent être réalisées par un sous-Mandataire sous réserve de l'accord préalable exprès de l'Annonceur, transmis à la Régie.

4.3. L'Annonceur s'interdit d'intervenir parallèlement à son Mandataire ou son sous-Mandataire pour le même Espace Classique, et s'engage à informer la Régie de toute modification ou résiliation relative au mandat confié, dans les plus brefs délais, par courrier recommandé avec demande d'avis de réception.

4.4. En tout état de cause, les obligations contractuelles s'établissent directement entre l'Annonceur et la Régie. L'Annonceur reste tenu d'exécuter les engagements pris par son Mandataire ou son sous-Mandataire, dans le cadre du mandat qui lui a été confié, antérieurement à la réception par la Régie de la notification de la modification ou de la résiliation dudit mandat.

V. MODES D'ACHAT

Les Espaces Classiques sur les Supports sont commercialisés soit en spot à spot ou pack net, soit en coût GRP net garanti. Ces modes d'achat peuvent être combinés sur une même vague.

Les Conditions Tarifaires et Commerciales des Espaces Classiques des Supports pour l'achat en pack net, en spot à spot et pour l'achat en coût GRP net garanti figurent et sont mis à jour sur <http://beinregie.beinsports.com>.

5.1. SPOT A SPOT

L'achat en spot à spot permet à l'Annonceur ou son Mandataire de sélectionner des Espaces Classiques à l'unité parmi les écrans publicitaires des Supports, et donc de construire des campagnes publicitaires sur mesure dans un contexte défini, sans garantie de coût par GRP.

Il est précisé que les écrans codés 1, 8 et 9 sont réservés à l'achat en pack net.

Les achats en spot à spot auront un traitement prioritaire par rapport aux achats en coût GRP net garanti lors des réservations de planning.

La Régie se réserve la possibilité de commercialiser, parmi les Espaces Classiques, certains écrans publicitaires (par exemple le « Golden Spot », mais pas uniquement) selon une mécanique d'enchères ou assimilée. Le cas échéant, les conditions de ce mode de commercialisation seront précisées dans l'offre commerciale correspondante.

5.2. PACKS NETS ET AUTRES MODES D'ACHAT

La Régie pourra proposer à la vente des packages de spots lors d'événements ou de compétitions sportives majeures, dits packs nets, ou des produits commerciaux spécifiques (type « offres fil rouge »), à des conditions qui leurs sont propres et qui feront l'objet d'une publication spécifique.

Ces packs nets ou produits commerciaux spécifiques constituent chacun un ensemble indissociable de messages publicitaires, et tout Annonceur qui désirerait interrompre la diffusion d'un ou plusieurs spot(s) reste redevable de l'intégralité du prix dudit pack net ou dudit produit commercial.

L'engagement de la Régie ne porte que sur la diffusion, soit sur un seul Support, soit sur plusieurs Supports, d'un nombre de messages publicitaires défini, sur une période définie, en dehors de tout engagement de coût GRP net garanti.

Les prix de ces packs nets ou produits commerciaux spécifiques sont fixés en net hors taxes base vingt secondes et ne pourront bénéficier d'aucune ristourne, rabais ou remise tarifaire, ni d'aucune offre promotionnelle pouvant être mise en œuvre par la Régie.

Les achats en packs nets et produits commerciaux spécifiques auront un traitement prioritaire par rapport aux achats en coût GRP net garanti lors des réservations de planning.

5.3. COUT GRP NET GARANTI

5.3.1. L'achat en coût GRP net garanti permet à l'Annonceur ou son Mandataire de construire des campagnes publicitaires en maîtrisant le « Coût GRP net désindexé base 20 secondes » garanti par la Régie.

Le coût GRP net garanti est conjointement défini entre la Régie et l'Annonceur ou son Mandataire.

Les achats en coût GRP net garanti sont possibles, sous réserve d'acceptation préalable de la Régie, sur les écrans codés 0, 2, 3, 4, 5, 6, et 7 sur les cibles suivantes :

Hommes : 15-49, 25-49, 25-59, 35-59, 15-34, 25-34, 35-49

Ensemble: 15-49, 25-49, 25-59, 35-49, 35-59, 25-34, 35+

I CSP+, Foyer CSP+, 25-49 CSP+, ICSP++

Responsable des achats -60 ans

Pour tout achat en coût GRP net garanti sur une autre cible, l'Annonceur ou son Mandataire devront consulter la Régie.

La programmation des spots est laissée à la discrétion de la Régie, qui pourra notamment les répartir sur les Supports de son choix et/ou modifier la programmation des spots jusqu'à leur date de diffusion.

L'Annonceur ou son Mandataire feront part à la Régie, au sein du brief de programmation, de leurs objectifs en termes de budget publicitaire net et de leur souhait de volume de GRP sur une cible donnée, pour une vague et une période donnée, et ce conformément aux présentes Conditions Générales de Vente.

Les demandes d'achat en coût GRP net garanti doivent être adressées à la Régie au plus tard quatre (4) semaines avant leur diffusion. Toute demande devra être accompagnée d'un brief de programmation. En cas de demande d'achat en coût GRP net garanti ou de modification du brief de programmation moins de quatre (4) semaines avant la diffusion, la Régie se réserve le droit, sous réserve de disponibilité du planning, de réaffecter le budget, en tout ou partie, en pack net.

5.3.2. Offre beIN+

Compte tenu des évolutions des usages de la consommation des contenus vidéos notamment dans l'univers du sport où le multitasking est d'usage, la Régie met en place un BONUS TOTAL VIDEO : beIN+.

Ce bonus s'applique à tous les modes d'achats TV en coût GRP garanti et/ou au spot à spot, et/ou packs nets combinés à de la vidéo online (V.O.L.), étant entendu que les achats de packs nets lors événements sportifs majeurs (ex. Coupe du Monde FIFA, UEFA Euro...) ou « fils rouges » sur une compétition (Championnats européens, Ligue 1...) pour toute une saison, ne sont pas pris en compte.

Si un annonceur/groupe d'annonceurs s'engage sur un volume d'investissement net HT TV (au minimum six (6) mois consécutifs en 2026), et investit au minimum 20% supplémentaires à son engagement TV en vidéo online sur nos supports digitaux (beinsports.com + YT et/ou X Amplify), l'annonceur ou groupe d'annonceurs bénéficiera :

- Pour les achats en coût GRP garanti : d'un indice de 98 sur son coût GRP garanti sur sa cible ;
- Pour les achats au spot à spot et en packs nets : de 2% de gracieux supplémentaires sur son brut payant (pour les achats au spot à spot) ou sur son net hors taxe (achats packs nets).

Ce bonus n'est valable que pour les annonceurs absents en 2024 et 2025 de l'écosystème digital en V.O.L de beIN SPORTS France (achats en gré à gré ou en programmation garanti).

La diffusion de la V.O.L. se fait en rotation générale (RG) sur le site beinsports.com et ses chaines Youtube et/ou X Amplify, hors évènements sportifs majeurs (ex : Coupe du Monde la FIFA, Euro UEFA...).

En cas de non-respect par un annonceur de la condition de l'augmentation de 20% de son investissement en digital mentionnée ci-dessus, la Régie se verra dans l'obligation de régulariser les conditions commerciales en appliquant un indice 100 rétroactivement depuis le début de l'année.

VI. RESERVATION

6.1. Toute demande de réservation doit être notifiée à la Régie au plus tard quatre (4) semaines avant la date de diffusion par mail, et doit être accompagnée du brief de programmation, du Référentiel de validation des tiers dûment complété et signé par l'Annonceur (Annexe 1), de la fiche Annonceur (Annexe 2), et le cas échéant de l'Attestation de mandat complétée et signée par l'Annonceur et son Mandataire.

6.2. La Régie enregistre informatiquement les demandes de réservation intervenues par mail en fonction des disponibilités du planning du ou des Support(s). Cet enregistrement constitue l'Ordre de Publicité et la vente ferme de l'Espace Classique. Il vaut acceptation des présentes Conditions Générales de Vente et des Conditions Tarifaires et Commerciales de la Régie, et implique le respect de toute disposition applicable.

La Régie confirme tout ou partie de la demande de réservation en renvoyant à l'Annonceur ou à son Mandataire soit un relevé EDI, soit un bon de commande, qui doit être renvoyé signé à la Régie au plus tard trois (3) jours ouvrés avant la diffusion du message publicitaire. A défaut de retour de l'Annonceur ou de son Mandataire dans ce délai, l'Ordre de Publicité sera considéré accepté.

6.3. Toute modification de la fiche produit et/ou du brief de programmation doit être notifiée par écrit à la Régie sans délai et en tout état de cause avant toute exécution de l'Ordre de Publicité. A défaut, les modifications ne sont pas opposables à la Régie.

6.4. L'Ordre de Publicité :

- est personnel à l'Annonceur et ne peut être cédé en aucun cas, sauf accord préalable exprès de la Régie,
- ne confère aucune exclusivité à l'Annonceur ou à son Mandataire,
- ne peut être transféré d'un Support à l'autre,
- ne garantit pas d'horaires de diffusion précis.

6.5. La Régie vérifie l'exactitude des informations communiquées par l'Annonceur ou son Mandataire lors de la demande de réservation et apportera éventuellement les corrections qui s'imposent.

En outre, la Régie pourra à sa seule discrétion juger de la pertinence de la programmation et demander à l'Annonceur de la modifier au regard des contraintes horaires édictées par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), l'Autorité

de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) et le cas échéant la convention ARCOM du ou des Supports, contraintes que l'Annonceur s'engage à respecter.

VII. ANNULATION / AMENAGEMENT DE L'ORDRE DE PUBLICITE PAR L'ACHETEUR

7.1. ANNULATION

7.1.1. Toute annulation totale ou partielle d'un Ordre de Publicité ou tout changement de format (ce dernier équivalant à une annulation) devra être adressé(e) à la Régie par courrier recommandé avec demande d'avis de réception au plus tard trente-et-un (31) jours calendaires avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s).

Passé ce délai, et sauf cas de force majeure tel que défini à l'article 7.1.2. ci-après, l'Annonceur sera redevable de pénalités suivantes :

- annulation entre trente-et-un (31) jours et quatorze (14) jours inclus avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s) : 50% (cinquante pour cent) du montant net hors taxes du ou des message(s) annulé(s) ;
- annulation moins de quatorze (14) jours avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s) : 100% (cent pour cent) du montant net hors taxes du ou des messages annulé(s).

Il est expressément convenu que pour toute demande d'annulation d'un Ordre de Publicité adressée à la Régie **avant 18h00 le jour J**, l'annulation effective du(des) message(s) publicitaire(s) sera effectuée à **J+2 (jours ouvrés)**. Pour toute demande d'annulation d'un Ordre de Publicité adressée à la Régie **à compter de 18h00 le jour J**, l'annulation effective du(des) messages(s) publicitaire(s) sera effectuée à **J+3 (jours ouvrés)**. **Le(s) message(s) publicitaire(s) diffusé(s) pendant ce délai sera (seront) dû(s) par l'Annonceur.**

Dès connaissance d'une annulation d'un Ordre de Publicité à l'initiative de l'Acheteur dans le respect des conditions précitées, la Régie disposera à nouveau librement des Espaces Classiques libérés sans que l'Acheteur ne puisse prétendre à une quelconque indemnité.

Quelle que soit la cause de l'annulation ou du changement de format, la Régie facturera à l'Annonceur la totalité des frais techniques engagés au titre de l'Ordre de Publicité annulé.

Enfin, la mise en œuvre des dispositions du présent article n'exclut pas l'application de pénalités pour retard de paiement prévues aux articles 11.2.4. et 11.2.5. des présentes conditions générales de vente.

7.1.2. En cas de force majeure, telle que définie par l'article 1218 du Code civil, ayant pour conséquence d'empêcher l'exécution de son obligation par l'Annonceur et donc l'annulation de l'Ordre de Publicité, l'Acheteur a l'obligation de notifier l'évènement de force majeure à la Régie, par écrit, dans les cinq (5) jours calendaires de sa survenance, en justifiant de la nature de force majeure de l'évènement et en fournissant une estimation de sa durée.

La Régie suspendra alors l'Ordre de Publicité dans les meilleurs délais, et ce jusqu'à la fin de l'évènement répondant aux caractéristiques de la force majeure. Le montant de l'Ordre de Publicité sera réinvesti par l'Acheteur, d'un commun accord avec la Régie, à la survenance de la fin de l'évènement.

7.2. AMENAGEMENT

Toute demande d'aménagement de programmation d'un ou plusieurs message(s) publicitaire(s) par l'Acheteur devra être adressée par écrit à la Régie au plus tard douze (12) jours calendaires avant la première diffusion du ou des message(s) concerné(s), sous réserve que le budget des messages publicitaires objets de l'aménagement puisse être reprogrammé, à un niveau équivalent, intégralement et simultanément dans une période maximum de dix (10) jours calendaires suivant la date de diffusion initiale du ou des message(s) concerné(s), et ce dans la limite de deux (2) modifications maximum du ou des message(s) concerné(s).

Passé le délai de douze (12) jours calendaires visé ci-dessus, toute demande d'aménagement concernant un achat en coût GRP net garanti pourra faire l'objet, sous réserve de disponibilité du planning, d'une proposition de réaffectation du budget, en tout ou partie, vers un autre mode d'achat.

Si l'aménagement de programmation n'a pas été demandé dans les conditions précitées, il sera considéré comme une annulation et l'Annonceur sera redevable des pénalités visées à l'article 7.1.1. des présentes.

VIII. MODIFICATION PAR LA REGIE

8.1. MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION

8.1.1. De manière générale, l'obligation de la Régie porte sur la seule diffusion des messages publicitaires dans le cadre des écrans prévus sur les Supports, à l'exclusion de tout engagement en matière d'horaire de diffusion. En conséquence, l'Acheteur ne peut se prévaloir d'une modification d'horaire de diffusion pour solliciter soit une modification de l'Ordre de Publicité (notamment de prix), soit l'annulation de celui-ci, ou prétendre à une quelconque indemnité.

La Régie se réserve par ailleurs le droit de diffuser, dans un même écran publicitaire, plusieurs messages, quel qu'en soit l'Annonceur, portant sur des produits ou services similaires ou relevant du même code secteur (voir Nomenclature TV des Produits 2026).

8.1.2. Si la Régie ne peut diffuser un message publicitaire sur le(s) Support(s) à la date et à l'emplacement prévus dans l'Ordre de Publicité, pour quelle que raison que ce soit (notamment modification des programmes du ou des Support(s), à la suite de circonstances indépendantes de sa volonté, etc.), ce message peut, avec l'accord de l'Acheteur, être reporté à une date ultérieure et ce, sans que la Régie ne soit tenue de reprogrammer ledit message à l'identique.

Si ce report n'est pas possible ou si la proposition de la Régie n'est pas acceptée par l'Acheteur, le prix du message non diffusé n'est pas dû. En toute hypothèse, aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'Acheteur qui ne pourra se prévaloir de cette modification de programmation pour annuler les campagnes en cours.

8.2. REAFFECTATION DU BUDGET EN COURS DE CAMPAGNE (ACHAT EN COUT GRP NET GARANTI / PACK NET)

En cas d'achat en coût GRP net garanti, dans l'hypothèse où la Régie ne pourrait délivrer les Espaces Classiques réservés, notamment en raison de la modification des programmes du ou des Support(s) et/ou encombrement du planning lié à la saisonnalité des investissements publicitaires, la Régie se réserve le droit de réaffecter le budget, en tout ou partie (et *a minima*

25% du budget), en pack net sous réserve de disponibilité du planning. Dans ce cas, la Régie en informera l'Acheteur dès que possible, et, au plus tard deux (2) semaines avant la date de modification impactant la campagne telle que prévue par l'Ordre de Publicité initial et lui adressera un Ordre de Publicité rectificatif.

8.3. MODIFICATION DES CONDITIONS TARIFAIRES ET COMMERCIALES, DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

8.3.1. Les Conditions Tarifaires et Commerciales et les Conditions Générales de Vente de la Régie applicables aux Espaces Classiques sont celles en vigueur à la date de diffusion du ou des message(s) publicitaire(s) mentionné(s) dans l'Ordre de Publicité souscrit par l'Acheteur.

La Régie se réserve la faculté de modifier ses Conditions Tarifaires et Commerciales et/ou ses dispositifs et/ou ses Conditions Générales de Vente en cours d'année, compte tenu notamment des impératifs légaux, pratiques ou usages de la profession. Ces modifications prendront effet à la date de leur publication sur le site internet : <http://beinregie.beinsports.com>.

La Régie s'engage à informer l'Acheteur desdites modifications au plus tard quatre (4) jours calendaires avant leur entrée en vigueur et lui adressera si nécessaire un Ordre de Publicité rectificatif.

En outre, la Régie se réserve le droit d'appliquer un ajustement tarifaire pour les achats en coût GRP net garanti, sous réserve d'en informer l'Acheteur au plus tard dix (10) jours ouvrables avant l'entrée en vigueur dudit ajustement et de lui adresser un Ordre de Publicité rectificatif.

A compter de la réception de l'Ordre de Publicité rectificatif, l'Acheteur disposera d'un délai de trois (3) jours ouvrables pour :

- confirmer son accord sur lesdites modifications et retourner l'Ordre de Publicité rectificatif dûment signé. A défaut de réponse de l'Acheteur dans ce délai, les modifications seront considérées comme acceptées. L'Ordre de Publicité rectificatif sera alors exécuté et l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du prix du ou des message(s) publicitaire(s) diffusé(s) à compter de la date d'entrée en vigueur desdites modifications, telles que stipulées dans l'Ordre de Publicité rectificatif ;
- refuser lesdites modifications et le notifier par écrit à la Régie. Le ou les message(s) concerné(s) par les modifications seront alors annulés à compter de la date de notification du refus, et ce sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de publicité est établi et signé ;
- demander à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Classiques en remplacement des Espaces Classiques modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui du ou des message(s) concerné(s)

et à l'exclusion de toute indemnité de la part de la Régie. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de Publicité sera établi et signé.

8.3.2. En outre, à titre exceptionnel, la Régie se réserve la possibilité d'aménager dans un délai inférieur à cinq (5) jours calendaires avant leur entrée en vigueur, le tarif ou les

caractéristiques d'un ou plusieurs Espace(s) Classique(s) d'une campagne en cours, en raison de la modification des programmes ou du réaménagement de son planning, en lien par exemple avec un évènement exceptionnel ou l'actualité.

Dans ce cas, la Régie en informera l'Acheteur dès que possible et lui adressera un Ordre de Publicité rectificatif.

L'Acheteur disposera d'un délai de deux (2) jours ouvrables pour :

- confirmer son accord sur lesdites modifications et retourner l'Ordre de Publicité rectificatif dûment signé. A défaut de réponse de l'Acheteur dans ce délai, les modifications seront considérées comme acceptées. L'Ordre de Publicité rectificatif sera alors exécuté et l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du prix du ou des message(s) publicitaire(s) diffusé(s) à compter de la date d'entrée en vigueur desdites modifications, telles que stipulées dans l'Ordre de Publicité rectificatif ;
- refuser lesdites modifications et le notifier par écrit à la Régie. Le ou les message(s) concerné(s) par les modifications seront alors annulés à compter de la date de notification du refus, et ce sans indemnités de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de publicité est établi et signé ;
- demander à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Classiques en remplacement des Espaces Classiques modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui du ou des message(s) concerné(s) et à l'exclusion de toute indemnité de la part de la Régie. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre de Publicité est établi et signé.

8.3.3. La responsabilité de la Régie et/ou des Supports ne pourra en aucun cas être recherchée au titre du présent article. A ce titre, l'Acheteur ne pourra faire valoir auprès de la Régie et/ou des Supports aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts.

IX. RESERVES A L'ACCEPTATION D'UN MESSAGE PUBLICITAIRE

9.1. La Régie et/ou les Supports se réservent le droit, alors même que ledit message aurait reçu un avis favorable de l'ARPP, de refuser de diffuser ou d'annuler à tout moment tout message publicitaire prévu dans l'Ordre de Publicité notamment susceptible (i) d'engager leur responsabilité, (ii) de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux, et plus généralement aux lois, règlements et usages en vigueur régissant les communications commerciales publicitaires et audiovisuelles, (iii) de porter atteinte aux droits ou intérêts d'autrui ou (iv) ne prenant pas en compte les enjeux de la transition écologique notamment en présentant de manière favorable l'impact environnemental de produits ou services ayant un impact négatif sur l'environnement.

En outre, la Régie se réserve le droit de refuser de diffuser ou d'annuler à tout moment tout message publicitaire qui conduirait, sous quelque forme que ce soit, à promouvoir directement ou indirectement un concurrent du ou des Support(s), notamment les émissions ou programmes dont ce dernier détiendrait les droits.

La Régie se conformera à toute décision de l'ARCOM ou de toute autre autorité administrative ou judiciaire, qui interdirait toute diffusion et/ou demanderait le retrait du ou des message(s) publicitaire(s).

9.2. Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité télévisée et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire et/ou déontologique. Par ailleurs, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (par exemple : crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.). Notamment, en ce qui concerne les vidéos, DVD, jeux vidéo, services téléphoniques, SMS, ou sites internet, le message publicitaire ne doit pas comporter des scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public.

9.3. La Régie pourra demander à l'Annonceur ou à son Mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages en vigueur régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'Annonceur ou son Mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

9.4. Les Ordres de Publicité non-exécutés au titre du présent article ne seront pas facturés à l'Annonceur ou à son Mandataire, ce dernier ne pouvant prétendre à aucune compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit.

X. CONFORMITE DU MESSAGE PUBLICITAIRE

10.1. Tout message publicitaire doit obligatoirement être soumis, avant toute diffusion, aux règles de procédure et de contrôle déontologique en vigueur. En conséquence, le message publicitaire doit, pour être diffusé, être remis à la Régie accompagné de l'avis favorable de l'ARPP au plus tard deux (2) jours ouvrés avant sa première diffusion.

En tout état de cause, la Régie se réserve le droit d'effectuer ou de faire effectuer tout contrôle permettant de s'assurer de la conformité du message publicitaire.

Dans l'hypothèse d'un dispositif de publicité dynamique tel que le « Real time Advertising », l'Annonceur ou le Mandataire remettra à la Régie tous les avis favorables de l'ARPP concernant les différentes versions envisagées du message publicitaire. Après la diffusion du message publicitaire dans sa version définitive, l'Annonceur ou son Mandataire l'adressera à l'ARPP pour avis de régularisation.

10.2. Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'Annonceur, qui en assume les conséquences juridiques et financières. L'Annonceur s'engage à respecter à tout moment et pendant toute la durée de diffusion de son message publicitaire, l'ensemble des dispositions légales, réglementaires ou administratives applicables, notamment celles régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

L'Annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires à l'exploitation du message publicitaire et notamment, à sa diffusion sur les Supports.

10.3. L'Annonceur déclare et garantit notamment que son message publicitaire ainsi que les produits ou services qu'il promeut (i) respectent l'ensemble des dispositions légales, réglementaires ou administratives applicables, (ii) ne comportent aucune information ou élément diffamatoire, contrefaisant, illicite, (iii) ne portent pas atteinte, de quelque manière que ce soit, à l'ordre public, aux bonnes mœurs, aux droits des tiers, (iv) ne portent pas atteinte aux conventions ARCOM du ou des Support(s) et (v) ne véhiculent pas un message contraire aux principes communément admis du développement durable.

En conséquence, l'Annonceur garantit la Régie et les Supports de tout recours, réclamation ou action de tout tiers qui estimerait avoir des droits quelconques à faire valoir du fait du non-respect par l'Annonceur de ses obligations prévues au présent article, et s'engage à indemniser et prendre à sa charge et à ses frais la défense de la Régie et/ou des Supports.

10.4. L'Annonceur déclare et garantit qu'il dispose, sans restriction ni réserve, (i) de l'ensemble des droits nécessaires à l'exploitation de son message publicitaire (en ce compris l'ensemble des éléments qui constitue le message publicitaire, notamment : signes distinctifs, musique et vidéogrammes), et que ledit message publicitaire ne porte pas atteinte aux droits de tiers, y compris en matière de propriété intellectuelle, et ne présente aucun caractère illicite de nature à engager la responsabilité de la Régie (ii) de toutes les autorisations ou déclarations nécessaires à la diffusion du message publicitaire sur le(s) Support(s), le tout de telle manière que la Régie et/ou les Supports ne puissent être inquiétés à ce titre.

En conséquence, l'Annonceur garantit la Régie et les Supports contre tout recours, réclamation ou action de tout tiers qui estimerait avoir des droits quelconques à faire valoir au titre de l'exploitation du message, notamment les auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, artistes-interprètes, etc., et d'une manière générale de toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée à cet égard.

A ce titre, l'Annonceur s'engage à indemniser et prendre à sa charge et à ses frais la défense de la Régie et/ou des Supports.

XI. CONDITIONS FINANCIERES

11.1. FACTURATION

11.1.1. Les tarifs sont indiqués hors taxes et hors éventuels impôts ou taxes nouvellement créés qui pourraient être dus par l'Annonceur du fait de la diffusion du message publicitaire. Ils comprennent :

- des abattements et majorations,
- des remises spécifiques.

11.1.2. La facturation est établie par la Régie mensuellement, à destination et au nom de l'Annonceur et de son mandataire le cas échéant.

Les factures sont éditées en net fin d'ordre (FO).

L'original des factures est adressé à l'Annonceur et un exemplaire est adressé, le cas échéant, au Mandataire, conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 modifiée.

Chaque facture mentionne pour chaque message publicitaire l'ensemble des références de sa présence sur un Support et le tarif de base correspondant. Cette facture détaillée vaut compte-rendu et justificatif de diffusion des Ordres de Publicité.

11.1.3. Les factures seront réputées approuvées et acceptées définitivement par l'Annonceur à moins qu'il ne les conteste par écrit, de manière motivée, dans un délai de trente (30) jours suivant leur date d'émission.

11.2. PAIEMENT

11.2.1. Les factures sont payables à la Régie au plus tard à trente (30) jours date de facture, et au plus tard le 10 du mois suivant. A défaut, les pénalités et sanctions prévues aux articles 11.2.4. et 11.2.5. ci-dessous s'appliquent de plein droit.

Le paiement des factures émises par la Régie s'entend exclusivement par virement bancaire. Tout autre mode de règlement devra faire l'objet d'un accord préalable exprès de la Régie.

En tout état de cause, l'Annonceur devra faire le nécessaire pour que les fonds soient à la disposition de la Régie au plus tard le jour de l'échéance, quel que soit le mode de paiement retenu.

11.2.2. La Régie n'accorde pas d'escompte de règlement.

11.2.3. L'Annonceur est dans tous les cas responsable du paiement du prix de l'Ordre de Publicité ainsi que des intérêts de retard, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire.

Le paiement ou l'avance effectué(e) par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à la Régie et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de la Régie.

L'Annonceur 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 des avoirs au Mandataire libère la Régie vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul le risque de défaillance ultérieure de son Mandataire.

11.2.4. Conformément aux dispositions de l'article L. 441-10 du Code de commerce, les factures non payées à leur échéance par l'Acheteur se verront appliquer, de plein droit et sans mise en demeure préalable, des pénalités de retard calculées au taux de 10% (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois fois le taux d'intérêt légal). Ce taux s'applique sur le montant total de l'encours non réglé dans le délai de trente (30) jours date de facture et au plus tard le 10 du mois suivant.

En outre, une indemnité forfaitaire de 40 € (quarante euros) sera également exigible de plein droit par la Régie auprès de l'Annonceur pour frais de recouvrement, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire, sur justificatif, si les frais de recouvrement engagés par la Régie s'avéraient supérieurs au montant de l'indemnité forfaitaire.

En cas de non-paiement, le montant desdits intérêts et de l'indemnité pour frais de recouvrement pourra, à l'initiative de la Régie, se compenser de plein droit avec le montant des remises accordées sur facture.

11.2.5. La Régie se réserve en outre le droit, sans préavis et sans indemnité, de refuser à l'Annonceur qui n'aura pas respecté les conditions de paiement, le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et de réviser, suspendre ou annuler l'attribution de tous abattements ou remises accordés sur facture, et de ceux éventuellement dus en fin d'exercice. La Régie se réserve également le droit d'annuler ou d'interrompre de plein droit tout Ordre de Publicité en cours, sans préavis ni indemnités pour l'Annonceur et sans préjudice de toute autre voie d'action. L'Annonceur sera redevable du montant net total du ou des message(s) publicitaire(s) déjà diffusés et des frais techniques engagés par la Régie, sans préjudice de l'application de toute pénalité et demande d'indemnisation.

11.2.6. La Régie se réserve le droit de demander à l'Annonceur, dix (10) jours calendaires avant la première diffusion d'un message publicitaire (i) un paiement intégral d'avance de tout ou

partie du montant net total de l'Ordre de Publicité, ou (ii) le paiement immédiat et direct par l'Annonceur des Ordres de Publicité, ou (iii) une caution bancaire à la réservation, dans les cas suivants :

- Nouvel Annonceur non référencé auprès de la Régie ;
- Annonceur référencé n'apportant pas de garanties suffisantes quant à sa solvabilité ;
- Annonceur avec lequel la Régie a relevé de précédents incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître. Dans ce cas, la Régie pourra exiger, en sus, le règlement de l'intégralité des sommes dues en principal et intérêts au titre de la ou des facture(s) restée(s) impayée(s).

Une facture pro-forma est alors envoyée à l'Annonceur, ainsi qu'à son Mandataire le cas échéant. La facture définitive est envoyée à l'Annonceur ainsi qu'à son mandataire le cas échéant, à la fin du mois au cours duquel la diffusion a lieu.

XII. REMISE DES ELEMENTS DE PUBLICITE

12.1. Les éléments matériels nécessaires à la diffusion du message publicitaire (« **Eléments de Publicité** »), devront être livrés à la Régie au plus tard cinq (5) jours ouvrés avant la date de première diffusion du message publicitaire.

Ces Eléments de Publicité doivent être accompagnés de l'avis favorable de l'ARPP et de la fiche d'identification dématérialisée (voir Annexe 3 « Standard livraison éléments de publicité et parrainage »).

12.2. Depuis 1^{er} janvier 2020, toutes les instructions de diffusion du message publicitaire, à savoir :

- la date de livraison des éléments de publicité sous forme dématérialisés,
- la confirmation du ou des films publicitaires à diffuser,
- le plan de roulement,

doivent être déposées sur MyDiffTV (www.mydiff.tv), la plateforme dédiée au service pour les régies souscriptrices et ce, au plus tard cinq (5) jours ouvrés avant la date de première diffusion des messages publicitaires concernés. Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion n'est pas pris en compte par la Régie.

12.3. Les Eléments de Publicité doivent être (i) remis à la Régie sous forme dématérialisée dans le respect de la recommandation technique de la FICAM CST-RT-040-TV-2016 et de l'EBU R-95-2016 au format 16/9 et en Haute Définition (HD), (ii) dotés d'un son stéréophonique positionné sur la première piste AES, et (iii) livrés par l'intermédiaire des sociétés EXTREME REACH ou PEACH, conformément aux standards de livraison décrits en Annexe 3.

L'Acheteur s'engage à respecter cette modalité de livraison et à respecter les prérequis techniques de ces sociétés, tels que décrits en Annexe 3.

Dans l'hypothèse où les messages publicitaires seraient sous-titrés à destination des personnes sourdes et malentendantes, l'Acheteur devra livrer à la Régie des fichiers conformes à la norme N19-202 de l'UER.

Les Eléments de Publicité livrés doivent impérativement respecter la durée énoncée lors de la réservation et stipulée dans l'Ordre de Publicité.

L'Acheteur s'engage à informer immédiatement la Régie de toute modification des Eléments de Publicité ou des instructions de diffusion.

12.4. Si, pour des raisons techniques, un message publicitaire se révélait impropre à la diffusion, la Régie en avertira l'Acheteur dans les meilleurs délais. Ce dernier devra alors fournir à la Régie, à ses frais, des Eléments de Publicité et instructions de diffusion conformes au plus tard cinq (5) jours ouvrés avant la date de première diffusion prévue.

12.5. L'ensemble des frais (notamment frais techniques et droits de propriété intellectuelle) liés à la production et la livraison des Eléments de publicité seront à la charge exclusive de l'Acheteur.

12.6. En cas de retard dans la remise des Eléments de Publicité et/ou de remise non conforme aux exigences énoncées aux présentes Conditions Générales de Vente entraînant une non diffusion du message publicitaire, l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du prix de la diffusion comme si elle avait eu lieu, sans indemnité ou compensation due par la Régie. L'Espace Classique concerné sera alors remis à la disposition de la Régie.

12.7. La Régie se réserve le droit de refuser toute remise des Eléments de Publicité non conformes, notamment si la durée du message publicitaire n'est pas celle énoncée dans l'Ordre de Publicité ou d'exiger que l'Annonceur paie le prix réel du message publicitaire au regard de sa durée effective, sous réserve que ce prix ne soit pas en deçà du budget initial.

12.8. L'Acheteur pourra modifier, à ses frais, les instructions de diffusion via MyDiffTV sous réserve que le code secteur et la durée du nouveau film soient strictement identiques que ceux des premiers éléments reçus.

Toute modification des instructions de diffusion intervenant entre cinq (5) et un (1) jour ouvré avant diffusion fera l'objet d'une facturation forfaitaire de 1 000 € HT (mille euros hors taxes) par Elément de Publicité à modifier.

12.9. Dans les cas où l'Acheteur demanderait à modifier un film et livrerait le nouveau film moins de deux (2) jours ouvrés avant diffusion, ou dans le cas d'une diffusion en « Real time Advertising », des frais de mise à l'antenne par Support lui seront facturés.

12.10. Les éléments matériels composant les Eléments de Publicité remis à la Régie sont conservés douze (12) mois à compter de la dernière diffusion du message publicitaire, sous la forme de fichiers électroniques.

12.11. L'Annonceur pourra, après accord préalable exprès de la Régie, apporter des modifications techniques au message diffusé, à ses frais.

12.12. La Régie et les Supports ne sont tenus qu'à une obligation de moyens quant à la diffusion des messages publicitaires et ne sauraient être tenus responsables en cas de défaillance des infrastructures techniques du diffuseur et/ou du distributeur des Supports. Toute réclamation concernant la diffusion et/ou la programmation d'un message publicitaire

doit être impérativement formulée par l'Annonceur ou son Mandataire auprès de la Régie dans les trois (3) jours ouvrés après la première diffusion du message publicitaire concerné, à peine de déchéance.

XIII. AUTORISATION D'EXPLOITATION

L'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à la Régie et/ou aux Supports, le droit, à titre gratuit :

- de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis, en vue d'une communication au public, autant de fois que la Régie le souhaitera, sur tout support et particulièrement sur les sites internet et/ou extranet de la Régie et des Supports (y compris ses applications smartphone) ;
- 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 intermédiaires ;
- de diffuser lesdits messages sur les sites internet des Supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

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

XIV. MESURES D'AUDIENCE

Les campagnes publicitaires programmées en Espace Classique sur les Supports ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des messages publicitaires (Fichiers Médiamat Semestriel).

Fichiers Mediamat Semestriel	
Fichier servant de base à la tarification	Date d'application des tarifs
Janvier - Juin 2025 - V49	du 01/09/2025 au 30/04/2026
Septembre 2025 - Février 2026 - V50	du 01/05/2026 au 31/08/2026
Janvier - Juin 2026 - V51	du 01/09/2026 au 30/04/2027

XV. COMMUNICATION/PROMOTION

15.1. L'Annonceur autorise la Régie et les Supports à reproduire et/ou représenter dans leurs actions de communication publicitaire et de promotion, les éléments du message publicitaire, y compris le nom, la marque ou le logo de l'Annonceur. Dans ce cadre, la Régie pourra diffuser tout ou partie des éléments du message publicitaire, en tous lieux publics et/ou privés et sur tout support.

15.2. L'Acheteur peut communiquer sur l'achat d'Espaces Classiques, sous la réserve d'avoir obtenu préalablement à cette communication, l'accord préalable exprès de la Régie et du/des Support(s) concerné(s).

XVI. CONFIDENTIALITE

L'Acheteur ainsi que la Régie et les Supports s'engagent à observer toute réserve et toute confidentialité sur les informations échangées dans le cadre de l'achat d'Espaces Classiques ainsi que sur les dispositions contractuelles en ayant découlé.

XVII. DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

Les données à caractère personnel recueillies par la Régie dans le cadre de la vente des Espaces Classiques sur les Supports, relatives aux collaborateurs de l'Annonceur et/ou de son Mandataire, feront l'objet d'un traitement automatisé conformément à la loi n°78-17 dite « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 modifiée et au règlement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016 portant sur la protection des données dit « RGPD », ou de toute autre réglementation qui viendrait les compléter ou s'y substituer, ainsi que toutes les exigences spécifiques que la CNIL ou toute autorité nationale compétente peut imposer (la « **Règlementation applicable** »).

Les données à caractère personnel recueillies seront utilisées pour :

- la prise en compte et la gestion de l'achat des Espaces Classiques ;
- la communication d'informations relatives aux Supports, notamment ses programmes, ses tarifs, ses offres commerciales concernant les Espaces Classiques, et plus largement au marché de la publicité en général.

Le destinataire des données à caractère personnel recueillies est uniquement la Régie ou les éditeurs des Supports. Elles pourront néanmoins être communiquées à des tiers en application d'une loi, d'un règlement ou en vertu d'une décision d'une autorité compétente.

La Régie s'engage, à l'égard des personnes concernées, à prendre toutes les précautions utiles afin de préserver la sécurité des données à caractère personnel les concernant.

Les données à caractère personnel recueillies seront conservées par la Régie pour la durée strictement nécessaire à la réalisation des finalités citées ci-avant.

En application de la Règlementation applicable, les personnes concernées disposent d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition et de retrait des informations qui les concernent, qu'elles peuvent exercer en écrivant par courrier postal à : beIN REGIE – Délégué à la protection des données - 53-55 avenue Emile Zola 92100 Boulogne-Billancourt ou par mail à DPO@bein.com.

XVIII. LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET L'EVASION FISCALE

La Régie a la responsabilité légale de veiller à ce que ses partenaires commerciaux ne facilitent pas la fraude ou l'évasion fiscale. A ce titre, l'Annonceur et le cas échéant son Mandataire reconnaissent avoir lu et compris les dispositions de la Politique relative aux infractions pénales des sociétés ou *Corporate Criminal Offence Policy* accessible via <https://www.beinmediagroup.com/fr/compliance> et acceptent de se conformer à l'ensemble des principes exposés au sein de ce document.

XIX. DROIT APPLICABLE ET COMPETENCE

Toute contestation portant sur la validité, l'application, l'interprétation, l'exécution, leurs conséquences et leurs suites, de l'Ordre de Publicité et des présentes Conditions Générales de Vente est régie par le droit français et relève de la compétence exclusive des tribunaux compétents de Nanterre, y compris en cas de référé ou requête, de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

ANNEXE 1 beIN Compliance Program – Référentiel de Validation des Tiers

Partenaires beIN - Référentiel de Validation

**En signant la présente, je soussigné(e), dûment habilité(e), reconnais et garantis que,
A ma connaissance :**

1. La Société n'a jamais exercé d'activité sous un autre nom qui n'a pas été porté à la connaissance de beIN depuis le début de la relation.
2. La Société est dûment enregistrée et constituée et une copie de cet enregistrement commercial ou de cette constitution a été fournie aux services de beIN (*si ce n'est pas le cas, veuillez le fournir en renvoyant le document correspondant*).
3. La Société exerce ses activités dans l'UE et/ou au Royaume-Uni depuis plus de 24 mois.
4. Les filiales de la Société, s'il y en a, respectent les mêmes normes que celles mentionnées ci-dessus.
5. Le Bénéficiaire Final de la Société est basé dans l'UE ou au Royaume-Uni.
6. Aucun agent public ou parent d'agent public ne peut prétendre à tout ou partie du prix ou des honoraires devant être versés par beIN dans le cadre de l'accord proposé. Le terme d'agent public inclut les agents en cours de mandat de tout gouvernement, ministère d'État ou gouvernemental, agence, entreprise ou organisation détenue ou contrôlée par le gouvernement, de tout parti politique ou candidat à un poste politique, les parents de l'agent ou leurs associés proches.
7. La Société ou ses filiales, ou l'un de leurs administrateurs, dirigeants, propriétaires ou employés décisionnaires n'a pas fait l'objet d'une enquête ou d'un litige (actuellement ou au cours des cinq (5) dernières années) pour des allégations de fraude, de pots-de-vin ou d'autres formes de corruption, de blanchiment d'argent ou de sanctions internationales.
8. La Société ou ses filiales, ou l'un de leurs administrateurs, dirigeants, propriétaires ou employés décisionnaires n'a pas été reconnu coupable par un tribunal ou une agence gouvernementale d'un quelconque pays d'avoir violé une loi interdisant la fraude, la corruption ou d'autres formes de corruption, le blanchiment d'argent ou les sanctions internationales.
9. La Société s'engage à respecter les valeurs de conformité de beIN telles que prévues dans son [programme de conformité](#), notamment en ce qui concerne la lutte contre la fraude, la corruption, le blanchiment d'argent, la validation des tiers et la lutte contre l'esclavage moderne et la traite des êtres humains.

Si l'une quelconque des affirmations ci-dessus n'est pas exacte, cochez la case ☐

Fait à _____, le _____

NOM, Prénom

Titre

Entreprise

Document à retourner à compliance@beIN.com une fois signé manuellement, ou électroniquement si par un dispositif agréé légalement, portant en objet :

Référentiel Validation – Vente – France – « Nom de la Société ».

ANNEXE 2

Fiche annonceur 2026

(Exclusivement pour les annonceurs n'effectuant pas leur achat d'espace publicitaire par EDI)

Annonceur

Adresse :
 Ville : Code Postal :
 N° Téléphone : Groupe (éventuel) :
 N° SIRET : N° TVA :
 Responsable de la campagne :
 E-mail :

Mandataire

Adresse :
 Ville : Code Postal :
 N° Téléphone : N° Fax :
 N° SIRET :
 Responsable du budget :
 E-mail :
 Adresse du bon de commande :

Adresse de facturation :

Tableau à renseigner impérativement et intégralement

Produit (et éventuellement code campagne)	Nature et numéro de code variété (voir nomenclature)	Code cible	Agence de création Adresse N° de Tél.

Merci de renseigner impérativement toutes les données du tableau, même en cas de campagne déjà existante.

Les fiches incomplètes ne pourront pas être prises en compte par beIN REGIE.

ANNEXE 3

 DIRECTION TECHNIQUE	Destinataires : Agences et annonceurs
Réf : PROCEDURE ADSALES #20181003-01	Date : 01/01/2026
STANDARD LIVRAISON ELEMENTS DE PUBLICITE & PARRAINAGE	

Livraison

Les Eléments de Publicité doivent être livrés sous forme dématérialisée dans le respect des recommandations techniques de la FICAM **CST-RT-040-TV-2016** et de l'**EBU R-95-2016** au format HD et dotés d'un son stéréophonique.

La livraison des Eléments de Publicité doit être opérée par l'intermédiaire des sociétés EXTREME REACH XR et PEACH. A ce titre, les prérequis techniques de ces sociétés doivent être respectés.

EXTREME REACH XR (ex ADSTREAM)

80-82, rue Anatole France
92300 Levallois Perret
<http://www.xr.global/>

PEACH

5, rue du Havre
75008 Paris
<https://www.peachvideo.com/en-gb/>

Les éléments de Publicité doivent être livrés au plus tard **5 jours ouvrés** avant leur diffusion.

Depuis le 1^{er} janvier 2020, toutes les instructions de diffusion des messages publicitaires, à savoir :

- Un avis ARPP Favorable préalablement soumis
- La date de livraison des éléments de publicité sous forme dématérialisés,
- La confirmation du ou des films publicitaires à diffuser,
- Le plan de roulement,

Doivent être déposés sur MyDiffTV (www.mydiff.tv), la plateforme dédiée au service pour les régies souscriptrices au SNPTV.

Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra plus être pris en compte par beIN REGIE.

Les instructions de roulement doivent être envoyées à l'adresse suivante :

FR-DIFF-BEINREGIE@bein.com

Les éléments de Publicité doivent être nommés selon leur PubID respectif et accompagnés de leur fiche technique dématérialisée.

Signal Vidéo

Le signal vidéo doit être au format HD 4:2:2 1080/50i ratio16/9.

La zone de protection 16/9 (concernant l'insertion d'éléments graphiques tels que logo, packshots, ou toutes informations écrites) doit respecter la recommandation **EBU R-95-2016**.

Le signal vidéo doit respecter en tout point la recommandation technique de la FICAM **CSTRT-040-TV-2016**. Les niveaux suivants doivent être respectés

Niveau électrique	700 Mv
Niveau haut	721 mV (+3%)
Niveau bas	-7 mV (-1%)
Tolérance spatiale	1%

Signal Audio

Le signal audio sera livré en format stéréophonique positionnée sur la piste AES 1.

Les niveaux d'énergie (Loudness) seront strictement calibrés afin de respecter la réglementation **EBU R128** et d'être d'une valeur de -23 LUFS avec une tolérance de ± 1 LU.

- Format : PCM
- Fréquence d'échantillonnage : 48 kHz.
- Quantification linéaire minimale : 16 bits.
- Allocation des pistes Gauche/Droite selon la recommandation AES3-1992 (r1997).
- Référence : -18 dBFS

Allocation des pistes audio

		Version	Piste
AES n°1	Track 1	VF	Gauche
AES n°1	Track 2	VF	Droite
AES n°2	Track 3	n/a	n/a
AES n°2	Track 4	n/a	n/a
AES n°3	Track 5	n/a	n/a
AES n°3	Track 6	n/a	n/a
AES n°4	Track 7	n/a	n/a
AES n°4	Track 8	n/a	n/a

Le signal audio doit respecter en tout point la recommandation technique de la FICAM **CSTRT-040-TV-2016**.

Timecode

Les timecodes LTC et VITC doivent être continus et synchrones.

Les signaux TC doivent respecter en tout point la recommandation technique de la FICAM **CST-RT-040-TV-2016**

Sous-Titrage pour Sourds et Malentendants

En cas de livraison de sous-titrage pour Sourds et Malentendants, le fichier doit être à la norme **N19-202** de l'UER et respecter la charte pour le sous-titrage à destination des personnes Sourdes et Malentendantes signée par les diffuseurs et producteurs de sous-titrage le 12 décembre 2011 sous l'initiative du CSA.

Fiche technique dématérialisée

La fiche d'identification de chaque film publicitaire doit être transmise sous forme électronique par le prestataire de service lors de la livraison de film (fichier **.xml** joint au film publicitaire).

Un exemple est donné ci-dessous :

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<clip>
  <platform>Platform</platform>
  <chainesgroup ID="1000" name="beIN SPORTS" EditorialID="">
    <channel>beIN SPORTS ou ES1</channel>
  </chainesgroup>
  <annonceur>Annonce</annonceur>
  <agence>Agence</agence>
  <produit>TEST</produit>
  <FileList>
    <File name="file_151126_TEST_HD.mxf" path="\File_151126_TEST_HD.mxf" />
  </FileList>
  <FILE_ID>File_TEST_HD</FILE_ID>
  <format_reel>00:00:30:00</format_reel>
  <TCIN>00:00:00:00</TCIN>
  <TCOUT>00:00:30:00</TCOUT>
  <titre>TEST HD 151126</titre>
  <ARPP />
  <PUB_ID>FR_AAAA_BBBB_CCCC_0001_030_F</PUB_ID>
  <aspect_ratio>16/9</aspect_ratio>
  <definition>HD</definition>
  <audio>stereo</audio>
  <sous_titres>N</sous_titres>
  <type_sous_titres />
  <!--optional
  <FILE_LOCATION>http://www.example.site.com:8080/INTL/D1003594286.wmv</FILE_LOCATION>
  --></clip>
```