

**CANAL+ BRAND
SOLUTIONS**

CGV 2027

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

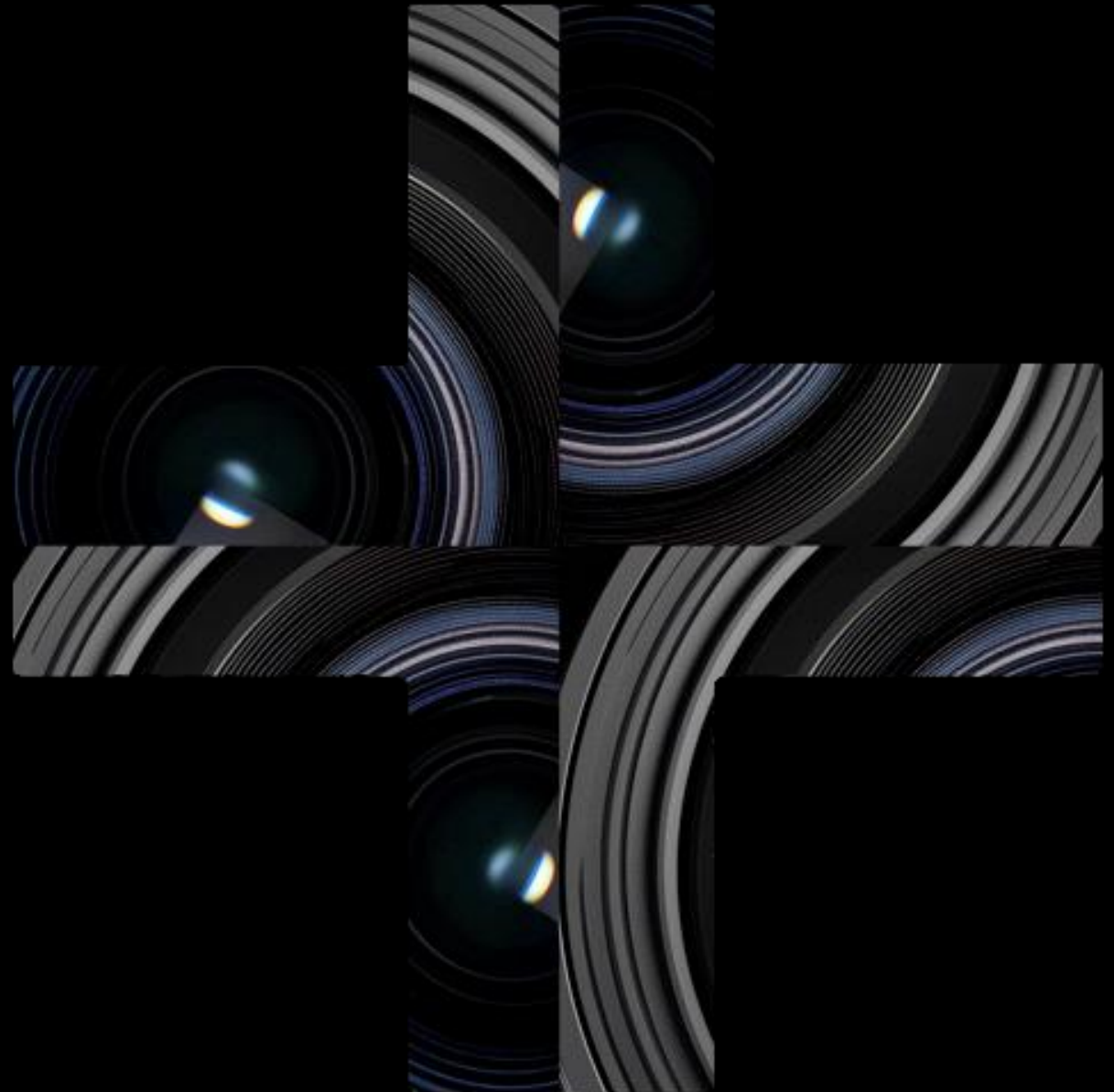
Société par actions simplifiée au capital de 4.037.500 €

Siège social : 50 rue Camille Desmoulins, 92863 Issy-Les-Moulineaux Cedex 9

Immatriculation au RCS de Nanterre sous le numéro 414 949 172

www.canalplusbrandsolutions.fr

Version publiée le mardi 22 septembre 2026



SOMMAIRE

01. NOTRE OFFRE	3
TELEVISION	5
DIGITAL	9
CINEMA	13
LES PACKS	16
02. DEFINITIONS	19
03. CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES	23
PUBLICITE TV	24
PUBLICITE TV SEGMENTEE	35
PARRAINAGE	39
DIGITAL	41
CINEMA	45
04. CONDITIONS GENERALES DE VENTE	48
DISPOSITIONS SPECIFIQUES PUBLICITE TV	50
DISPOSITIONS SPECIFIQUES PUBLICITE TV SEGMENTEE	55
DISPOSITIONS SPECIFIQUES PARRAINAGE	59
DISPOSITIONS SPECIFIQUES DIGITAL	66
DISPOSITIONS SPECIFIQUES CINEMA	69
DISPOSITIONS COMMUNES	73

01. **NOTRE OFFRE**

UNE OFFRE PLURIMÉDIA DIVERSIFIÉE ET PUISSANTE

52M

DE FRANÇAIS EN CONTACT
AVEC NOS MARQUES MÉDIAS
CHAQUE MOIS

94%

DE COUVERTURE
SUR LES 25-49 ANS

TELEVISION



DIGITAL



CINEMA



01. NOTRE OFFRE

TELEVISION

DIGITAL
CINEMA
LES PACKS

CANAL+ STAR

CANAL+ CANAL+ CANAL+ CANAL+ CANAL+ C STAR
DOCS SPORT SPORT360 FOOT

CANAL+

CANAL+
DOCS

CANAL+
SPORT

CANAL+
SPORT360

CANAL+
FOOT

LES MEILLEURS CONTENUS PREMIUM

Une **offre de contenus premium et exclusifs sans équivalent** : le **meilleur du cinéma** en 1^{ère} exclusivité dès 6 mois après la sortie en salles, **les plus grandes compétitions sportives** avec les coupes d'Europe de l'UEFA, les championnats du monde de F1 et Moto GP, ou encore le Top 14 en intégralité et en exclusivité, des **séries étrangères et Créations Originales** ambitieuses (Apollo Has Fallen, Singapura, Empathie,...), de **l'entertainment** avec la nouvelle saison de Loups Garous, des **Créations documentaires inédites**, et des **rendez-vous pop culture de référence** comme Clique et En Aparté.

C STAR

L'ENTERTAINMENT SOUS TOUTES SES FORMES

CSTAR est **la chaîne de l'entertainment** : de la **musique** en journée, le **meilleur de l'humour** avec des **spectacles inédits** en prime, des **soirées cinéma** avec des blockbusters US et des comédies françaises, un prime **série US** par semaine, et des rendez-vous **magazines et divertissements**.



1^{ERE} CHAÎNE TNT 1^{ERE} CHAÎNE INFO 6^{EME} CHAÎNE NATIONALE

Toute l'actualité **en direct** avec une **diversité de rendez-vous** pour décrypter, analyser, débattre. CNEWS, ce sont des **émissions incontournables** et des **incarnations référentes** qui fidélisent l'audience, comme Laurence Ferrari, Pascal Praud, ou Christine Kelly.

Sur l'ensemble de la saison 2025-2026, CNEWS a confirmé pour la 2^{ème} saison consécutive son statut de **1^{ère} chaîne de la TNT, 1^{ère} chaîne info et 6^{ème} chaîne nationale** auprès de l'ensemble du public à 3,2% de pda 4+.

41M

**TELESPECTATEURS
CHAQUE MOIS***

66%

**REACH MENSUEL
25-49 ANS***

3,2%

PDA 4+

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

1^{ERE} REGIE THEMATIQUE

AUPRES DE TOUTES LES PRINCIPALES CIBLES COMMERCIALES
EN AUDIENCE MOYENNE, PDA ET COUVERTURE MENSUELLE

34M

DE TELESPECTATEURS
CHAQUE MOIS

57%

REACH MENSUEL
25-49 ANS

+11%

REACH MENSUEL
25-49 ANS



1^{ERE} CHAÎNE THEMATIQUE

AUPRES DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC, DES 25-49 ET ICSP+

01. **NOTRE OFFRE**

TÉLÉVISION

DIGITAL

CINÉMA

LES PACKS

UN ECOSYSTEME VIDEO COMPLET

STREAM+



SOCIAL



TV SEGMENTEE



ONLINE NEWS



STREAM+

→ CANAL+

La **porte d'entrée vers les meilleurs contenus** : cinéma, séries, sports, divertissements, accessibles via une **expérience** toujours plus fluide, et optimisée grâce à l'IA : naviguer dans les contenus n'a jamais été aussi facile ! Chaque mois, les contenus CANAL+ streaming séduisent 31 millions de streamers*.

→ HBO max

La plateforme de streaming de Warner Bros Discovery au **positionnement premium, la + nommée aux Emmy Awards 2026**, qui réunit **les marques de divertissement les + prestigieuses** - HBO (Harry Potter à l'école des sorciers, House of the Dragon, The White Lotus, The Last of Us...), Warner Bros. (A Star is Born, Dune, Barbie, ...), l'univers DC – au côté de séries culte comme Friends et des plus grands événements sportifs avec Eurosport.

STREAM+

→ **YouTube** **CANAL+**
EUROSPORT

Tout l'ADN CANAL+ et Eurosport est à retrouver sur YouTube : sport, humour, ciné/séries et pop-culture sur les chaînes YouTube CANAL+ ; des émissions sport 100% digitales et des highlights des + grandes compétitions sur la chaîne YouTube Eurosport. Un véritable succès : chaque mois, CANAL+ et Eurosport cumulent 175 millions de vidéos vues sur YouTube.

→ **free CINÉ**

Free Ciné est la 1^{ère} offre AVOD lancée par un opérateur télécom : + de 500 films et séries pour toute la famille, disponibles gratuitement pour tous les Français. Une offre désormais enrichie de nouvelles chaînes digitales intégrées au plan de service.

→ **C NEWS APP**

Toute l'information en continu 24H/24 avec CNEWS en digital : l'actualité en temps réel et tous les sujets qui accompagnent les Français dans leur quotidien, avec chaque mois plus de 8 millions de visiteurs uniques.

01. **NOTRE OFFRE**

TÉLÉVISION

DIGITAL

CINÉMA

LES PACKS



**LE 2^{EME} RESEAU
DE FRANCE**

**LE 1^{ER} RESEAU
D'ÎLE-DE-FRANCE**

**48 CINEMAS
510 SALLES**

UN PROFIL URBAIN, JEUNE & CSP+
LE RESEAU **LE PLUS PRÉSENT DANS L'ESPRIT** DES FRANCILIENS*
DES TEMPS FORTS TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

96%

**D'IMAGES ET
EMOTIONS
POSITIVES***

94%

DE SATISFACTION

INDICE

132

CSP+

INDICE

105

18-34 ANS

INDICE

172

15-34 URBAINS



**LE CINEMA
MYTHIQUE
DE PARIS**

**7 SALLES,
+ DE 4 000
FAUTEUILS**

**LE PLUS
GRAND ECRAN
DE PARIS**

UN **CONTEXTE PREMIUM** AVEC LA NOUVELLE SALLE **INFINITE**
UN PROFIL **JEUNE, FAMILIAL ET CSP+**
DES EVENEMENTS INEDITS ET DES SPECTACLES MAGIQUES

97%

**LE CINEMA
MYTHIQUE DE
PARIS**

65%

**LE SYMBOLE DES
CINEMAS
PARISIENS**

INDICE

127

ICSP++

INDICE

222

15-34 URBAINS

01. NOTRE OFFRE

TÉLÉVISION

DIGITAL

CINÉMA

LES PACKS

DES DISPOSITIFS MEDIA **CLES EN MAIN**

THEMATIQUE

PACK BOX OFFICE
PACK CINESERIES+
PACK SPORT
STREAM SPORT
DAILYNEWS
PACKS CNEWS

EMERGENCE

CINEMAX
TOP 10
BREAKING NEWS
NOUVEAUX FORMATS

SECTEUR

PACK WELCOME
PACK EDITION LITTERAIRE

CIBLE

STREAM KIDS
CINSTREAM KIDS
WE ARE YOUNG
PACK BUSINESS

EVENEMENT

SPORT / CINEMA
COUPES D'EUROPE UEFA, GRAND CHELEM
TENNIS, CEREMONIES CINEMA...
SERIES EVENT HBO MAX
CALENDRAIRE
SCREAM +, SAINT VALENTIN;...

RESPONSABLE

ECRAN GREEN
ECRAN CONSOMMER DURABLE
OFFRE SOLIDAIRE

LES PACKS CINEMA

LES PACKAGES

NATIONAL

COUVRIR
**LES PLUS GRANDS
POLES URBAINS**



AFFINITES FILMS

POSSIBILITE DE FAIRE DU
SUIVI DE FILMS KIDS



ÎLE-DE-FRANCE

TOUCHER **LE PREMIER
RESEAU D'ÎLE-DE-
FRANCE** ET LE CINEMA LE
PLUS MYTHIQUE DE **PARIS**



EVENEMENT

UNE GARANTIE DE
TOUCHER LA CIBLE CSP +



LES OPPORTUNITES

VIVA L'OPERA

L'OPPORTUNITE DE **PARRAINER
UN PROGRAMME PRESTIGIEUX**



HABILLAGE ECRANS

PRESENCE **UNIQUE ET ORIGINALE
EN EMPLACEMENT
PREFERENTIEL** POUR SURPRENDRE
LE SPECTATEUR



PROGRAMMES COURTS

**CONTENUS
EXCLUSIFS**
PARRAINES PAR
DES MARQUES



02. DEFINITIONS

Les termes ci-après, utilisés dans les Conditions Commerciales et Tarifaires et dans les Conditions Générales de Vente, sont définis comme suit :

Abonnés désignent les abonnés à une offre multiservices d'un Fournisseur d'Accès Internet (FAI) comprenant l'accès aux Chaînes, ayant activé leur Set Top Box TV fournie par leur FAI pour y accéder et ayant donné leur consentement (opt-in) pour recevoir de la Publicité TV Segmentée.

Acheteur désigne tout Annonceur et/ou tout Mandataire et/ou sous-Mandataire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur, ayant souscrit un Ordre d'Insertion.

Annonceur désigne toute personne physique ou morale, société ou groupe de sociétés, qui achète de l'Espace Publicitaire ou de Parrainage.

Campagne désigne la communication d'un Annonceur pour un produit et/ou un service donné sur une période donnée entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027.

Chaîne(s) désigne(nt) le(s) service(s) de télévision diffusé(s) et reçu(s) en France métropolitaine dont CANAL+ BRAND SOLUTIONS assure la régie publicitaire exclusive : CANAL+, CSTAR, CNEWS, EUROSPORT 1, EUROSPORT 2, RTL9, CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT 360, CANAL+ FOOT, CANAL+ DOCS, CANAL+ KIDS, CANAL+, GRAND ECRAN, CANAL+ BOX OFFICE, CANAL+ CINEMA(S), OCS,

CINE+ FRISSON, CINE+ EMOTION, CINE+ FAMILY, CINE+ FESTIVAL, CINE+ CLASSIC, COMEDIE+, GOLF+, INFOSPORT+, PIWI+, PLANETE+, PLANETE+ AVENTURE, PLANETE+ CRIME, POLAR+, TELETOON+, TELETOON+1, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY INVESTIGATION, TLC, NOVELAS+, EUROPE 2 POP TV ET i24 NEWS.

Chiffre d'Affaires Brut Tarif désigne le Chiffre d'Affaires hors taxes de l'Annonceur correspondant à l'ensemble des tarifs (tarifs publiés par CANAL+ BRAND SOLUTIONS) pondérés par les coefficients de format des Messages diffusés.

Chiffre d'Affaires Brut Facturé désigne le Chiffre d'Affaires Brut Tarif de l'Annonceur incluant les modulations tarifaires déduction faite des éventuels messages gracieux.

Chiffre d'Affaires Net désigne le Chiffre d'Affaires Brut Facturé de l'Annonceur déduction faite de la remise commerciale accordée.

Contact désigne l'unité de comptage de la diffusion des Messages, reflétant leur bonne livraison sur les Supports Digitaux et l'exposition de l'utilisateur final à ce Message.

Coût GRP Net Garanti désigne le coût du GRP sur les Chaînes CANAL+ KIDS, PIWI+ et TELETOON+ pour une cible de communication donnée. Le Coût GRP Net Garanti est réservé au mode d'achat **GARANTIE**.

Coût GRP Référent Base 100 désigne la valeur négociée entre l'Acheteur et la Régie et qui sert de base à l'application d'indices de modulation définis dans le cadre de l'achat **GARANTIE+**.

Coût GRP Net Garanti Indicé désigne le coût du GRP sur une Campagne pour une cible de communication donnée. Ce coût est obtenu en appliquant sur le Coût GRP Référent Base 100 les indices de modulation définis dans le cadre de l'achat **GARANTIE+**.

Coût Pour Mille (CPM) désigne le coût d'achat de l'Espace Publicitaire ramené à une base de 1.000 (mille) Contacts.

Display désigne la diffusion de Messages graphiques animés ou non, insérés dans un contenu graphique ou textuel, en dehors d'un flux vidéo (par opposition à la Video In-stream) sur des Supports Digitaux.

Ecran(s) Publicitaire(s) désigne l'unité(s) commerciale(s) de vente des Espaces Publicitaires Classiques et TV Segmentée des Chaînes commercialisées par CANAL+ BRAND SOLUTIONS. Un Ecran Publicitaire est constitué par une succession de Messages diffusés sur une Chaîne.

Editeurs désignent la ou les sociétés qui assurent la conception et la diffusion des Chaînes et Supports qui ont confié à CANAL+ BRAND SOLUTIONS un mandat de commercialisation de leurs Espaces.

Espaces désignent les espaces commercialisés par CANAL+ BRAND SOLUTIONS sur les Chaînes et Supports. Les Espaces sont dénommés :

Espaces Publicitaires :

Classique(s) lorsqu'il(s) désigne(nt) les Espaces Publicitaires des Support(s) TV destinés à un Message du flux linéaire d'une Chaîne qui est diffusé sur l'ensemble du territoire national (désigné comme **Publicité TV Classique**)

TV Segmentée lorsqu'il(s) désigne(nt) les Espaces Publicitaires des Support(s) TV destinés à un Message reçu via le signal IPTV auprès de certains Abonnés, en fonction de l'identifiant de la set top box et de données de ciblage, et qui remplace le Message du flux linéaire diffusé sur l'ensemble du territoire national (désigné comme **Publicité TV Segmentée**)

Digital(aux) : lorsqu'il(s) désigne(nt) les Espaces Publicitaires des Support(s) Digital(aux)

Cinématographique(s) : lorsqu'il(s) désigne(nt) les Espaces Publicitaires du réseau de salles de cinémas UGC et du GRAND REX PARIS.

Espaces de Parrainage : désignent les Espaces destinés à la diffusion d'un message *autour d'un programme (et, le cas échéant, des bandes annonces associées)* dans les conditions définies par les articles 17 et suivants du Décret n° 92-280 du 27 mars 1992.

Groupe d'Annonces désigne l'ensemble des sociétés appartenant au même groupe, c'est-à-dire dont le capital est majoritairement, directement ou indirectement, détenu par une même personne physique ou morale.

Impressions (nombre de) désigne le nombre de fois où l'élément d'un Message s'affiche.

Mandataire désigne toute personne physique ou morale intermédiaire réalisant des opérations d'achat pour le compte d'un Annonceur en vertu d'un contrat de mandat, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et la Régie.

Message désigne tout message inséré dans un Espace et diffusé sur une Chaîne ou un Support conforme aux exigences requises (juridiques, techniques ...)

Ordre d'Insertion ou Ordre désigne l'achat d'Espaces Publicitaires ou de Parrainage par un Annonceur. L'Ordre d'Insertion donne les pleins effets d'un contrat liant les parties. Cet Ordre d'Insertion est personnel à l'Annonceur et ne peut en aucun cas être cédé.

Opération(s) Spéciale(s) désigne(nt) tout dispositif de communication, de contenu, de création, de production, d'activation, d'expérience de marque ou d'événement commercialisé par CANAL+ BRAND SOLUTIONS pour le compte d'un Annonceur, seul ou en association avec des Espaces Publicitaires, des Espaces de Parrainage ou tout autre dispositif commercial. Les Opérations Spéciales peuvent notamment comprendre

la conception, la production, l'édition, la diffusion ou l'exploitation de contenus de marque (brand content), programmes courts, opérations éditoriales, dispositifs digitaux, activations sociales ou d'influence, opérations événementielles, expériences de marque, podcasts, vidéos, contenus audiovisuels ou tout autre dispositif de communication réalisé sur mesure pour répondre aux besoins de l'Annonceur. Les Opérations Spéciales peuvent être déployées sur tout support, média ou mode d'exploitation, existant ou futur.

Programme désigne une production audiovisuelle diffusée sur une Chaîne.

Régie désigne l'entité juridique CANAL+ BRAND SOLUTIONS, filiale du Groupe CANAL+, qui a pour activité la vente des Espaces des Chaînes ou des Supports, édités par le Groupe CANAL+ ou par des sociétés externes, pour lesquels elle dispose d'un contrat de mandat de commercialisation

Segment désigne des bases de données constituées de données personnelles pseudonymisées, à savoir des identifiants publicitaires sélectionnés selon les demandes de CANAL+ BRAND SOLUTIONS sur la base des données du Fournisseur d'Accès Internet.

SMS (Short Message Service) désigne tout service offert par un système de télécommunication mobile permettant d'envoyer ou de recevoir des messages alphanumériques courts.

Supports désignent les supports sur lesquels des Espaces sont commercialisés par CANAL+ BRAND SOLUTIONS :

Supports TV :

REACH+ désigne l'agrégation des Supports TV CANAL+ STAR, CNEWS, EUROSPORT 1 et EUROSPORT 2.

CANAL+ STAR désigne le Support unique agrégeant les offres d'Ecrans Publicitaires des Chaînes CANAL+ , CANAL+ DOCS, CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT 360, CANAL+ FOOT et CSTAR.

CNEWS désigne le Support comportant uniquement la Chaîne CNEWS.

EUROSPORT désigne le Support comportant les Chaînes EUROSPORT 1 et EUROSPORT 2

TARGET+ désigne l'agrégation des Supports TV TARGET+ DECOUVERTE, TARGET+ ENTERTAINMENT et INFOSPORT+.

TARGET+ DECOUVERTE désigne le Support unique agrégeant les offres d'Ecrans Publicitaires des Chaînes PLANETE+ , PLANETE+ AVENTURE, PLANETE+ CRIME, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY INVESTIGATION et i24 NEWS.

TARGET+ ENTERTAINMENT désigne le Support unique agrégeant les offres d'Ecrans Publicitaires des Chaînes COMEDIE+ , POLAR+ , TLC, NOVELAS+ , EUROPE 2 POP TV et RTL9.

INFOSPORT+ désigne le Support comportant uniquement la Chaîne INFOSPORT+.

Support Cinéma désigne le réseau de salles de cinéma UGC et du GRAND REX PARIS.

Support Digital désigne les Sites Internet, les Plateformes et players vidéos tiers, les Applications ainsi que les Services de télévision de rattrapage sur IPTV, ainsi que l'ensemble des modes de diffusions numériques, linéaires et non linéaires, pouvant faire appel à des technologies de ciblage publicitaire segmenté, en régie au sein de CANAL+ BRAND SOLUTIONS (liste exhaustive fournie sur demande).

Vidéo In-stream désigne la diffusion de Messages insérés dans un flux vidéo live ou replay dans les players au début (pré-roll), et/ou en cours (mid-roll, adswitching) et/ou à la fin (post-roll) de la diffusion de certaines vidéos sur le(s) Support(s) Digital(aux).



03. **CONDITIONS** **COMMERCIALES** **ET TARIFAIRES**

CGV 2027

CANAL+ BRAND
SOLUTIONS

03. CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

1. MODES D'ACHAT

Les achats d'Espaces Publicitaires Classiques peuvent être opérés selon deux catégories de modes d'achat :

Achat au spot à spot :

DIRECT (Disponible sur l'ensemble des Supports TV et défini page 27)

Achat en coût GRP :

GARANTIE + pour l'achat en Coût GRP Net Garanti Indicé (Disponible sur les Supports REACH + et TARGET + et défini page 27)

GARANTIE pour l'achat en Coût GRP Net Garanti (Disponible sur les Chaînes CANAL + KIDS, PIWI + et TELETOON + défini page 32)

Pour l'achat en Coût GRP Net Garanti, les briefs des Campagnes doivent impérativement être envoyés via la plateforme servicielle CANAL + PARTNER, aucune autre forme d'envoi ne sera admise.

CANAL + BRAND SOLUTIONS pourra faire varier de plus ou moins 5 (cinq) points le poids des critères en GRP pour l'achat en Coût GRP Net Garanti.

2. TARIFS

Pour chaque Support TV, CANAL + BRAND SOLUTIONS publie des grilles tarifaires pour chacune des périodes d'ouvertures de planning (Calendrier des ouvertures de planning page 26).

Pour les Supports CNEWS, CHAINES BIMESTRIELLES (EUROSPORT 1, EUROSPORT 2 et RTL9) et CHAINES THEMATIQUES (COMEDIE +, INFOSPORT +, PIWI +, PLANETE +, PLANETE + AVENTURE, PLANETE + CRIME, POLAR +, TELETOON +, TELETOON + 1, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY INVESTIGATION, TLC, NOVELAS + et EUROPE 2 POP TV), une base d'audience de référence (Base de MEDIAPLANNING BIMESTRIELLE et MEDIAMATTHEMATIK) est associée à chaque période d'application des grilles tarifaires publiées. Sur les Supports CNEWS, CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES, aucune demande de compensation ne pourra être faite sur des résultats d'audience publiés après programmation des spots.

Les tarifs sont communiqués sur la base du format 20 (vingt) secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion des formats est disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr.

Des modulations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut du Message pour l'ensemble des modes d'achat (Liste des modulations tarifaires pages 33 et 34).

Les tarifs des écrans publicitaires des Chaînes sont disponibles sur le site de CANAL + BRAND SOLUTIONS : www.canalplusbrandsolutions.fr.



3. OUVERTURE DE PLANNING

Des périodes d'ouverture de planning sont mises en place par l'Alliance des Médias TV & Vidéo (« ADMTV »). Pendant ces périodes d'ouverture, des Espaces Publicitaires Classiques peuvent être achetés sur les différents Supports TV sous réserve de disponibilité et selon les modalités fixées dans les Conditions Commerciales et Tarifaires ainsi que dans les Conditions Générales de Vente.

Les périodes d'ouverture de planning sont valables pour l'ensemble des modes d'achat définis au point 1.

PERIODE	PUBLICATION TARIFS	PERIODES	DATES D'OUVERTURE	DATES RETOUR
1	MARDI 13 OCT. 26	1 JAN. – 28 FEV. 27	VEN. 13 NOV. 26	LUNDI 30 NOV. 26
2	MARDI 1 DEC. 26	1 MARS - 2 MAI 27	VENDREDI 15 JAN. 27	LUNDI 1 FEV. 27
3	MARDI 9 FEV. 27	3 MAI - 22 AOÛ. 27	VENDREDI 19 MARS 27	MARDI 6 AVRIL 27
4	MARDI 4 MAI 27	23 AOÛ. - 7 NOV 27	VENDREDI 4 JUIN 27	LUNDI 21 JUIN 27
5	MARDI 22 JUIN 27	8 NOV. - 31 DEC. 27	VENDREDI 3 SEPT. 27	LUNDI 20 SEPT. 27

Les ouvertures du secteur jeux/jouets sur CANAL+ KIDS, PIWI+ et TELETOON+ se feront le vendredi 4 juin 2027 pour l'ensemble de la période allant du 23 août au 31 décembre 2027.

4. ACHAT DIRECT

Le mode d'achat **DIRECT** permet de programmer des Campagnes en sélectionnant spécifiquement le contexte de chaque insertion du plan sur l'ensemble des Supports TV.

Dans ce cadre, l'Acheteur programme et optimise ses Campagnes Support TV par Support TV et spot à spot, sans Coût GRP Net Garanti.

Ces achats sont traités en priorité aux ouvertures de planning.

CANAL+ BRAND SOLUTIONS pourra proposer une sélection d'écrans publicitaires dénommée ECRANS+ liés à la programmation d'événements exceptionnels sur les Supports TV.

Les ECRANS+ ne sont accessibles que via le mode d'achat **DIRECT**. Une codification spécifique d'intitulé d'écran permet de les identifier. Ils sont traités en premier rang de priorité lors des ouvertures de planning. Des tarifs VISI+ correspondent à la première, la seconde, la troisième, l'antépénultième, l'avant-dernière et la dernière position des ECRANS+. Les demandes de Messages VISI+ sont traitées en premier rang de priorité lors des ouvertures de planning.

5. ACHAT GARANTIE+

Le mode d'achat **GARANTIE+** est réservé aux Campagnes achetées en Coût GRP Net Garanti sur les Supports REACH+ et TARGET+ ayant :

- un Chiffre d'Affaires Net supérieur à 30 000 (trente mille) Euros sur ces Supports TV
- une période de communication de 2 (deux) semaines min. et de 6 (six) semaines max.
- un ou des format(s) inférieur(s) ou égal(éaux) à 40 (quarante) secondes.

Un Coût GRP Référent Base 100 sera négocié sur la cible de communication de la Campagne. Des indices de modulation définis ci-dessous viendront s'appliquer à la Campagne sur le Coût GRP Référent Base 100 négocié :

- **INDICE DE SAISONNALITE** (Défini page 29) : un ou des indices sera(ont) appliqué(s) sur le Coût GRP Référent Base 100 en fonction des périodes de communication choisies.
- **INDICE PARTENAIRE** (Défini page 30) : sur chaque Campagne un indice sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 en fonction :
 - du poids investi sur les Supports REACH+ et TARGET+ et les chaînes sélectionnées;

- d'une minoration VIDEO;
- d'une minoration ECOPROD.

- **INDICE DE CRITERE MEDIAPLANNING** (Défini page 31) : un indice sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 selon le nombre de Critères Médiaplanning choisi sur la Campagne.

Dans le cadre de l'achat **GARANTIE+**, les Campagnes sont programmées et optimisées exclusivement par CANAL+ BRAND SOLUTIONS sur la base d'un brief convenu avec l'Acheteur. La programmation en contextes spécifiques est réservée à l'achat **DIRECT** et ne peut donc être une des modalités et objectifs de l'achat **GARANTIE+**.

Afin de respecter les objectifs des Campagnes, CANAL+ BRAND SOLUTIONS pourra modifier les programmations de l'achat **GARANTIE+** jusqu'à 3 (trois) jours avant la diffusion.

Les demandes d'achat **GARANTIE+** sont traitées après l'achat **DIRECT** lors des ouvertures de planning. Elles sont recevables au plus tard 4 (quatre) semaines avant diffusion. A réception du brief de la Campagne, CANAL+ BRAND SOLUTIONS pourra apporter des contre-propositions si nécessaire et en informera l'Acheteur.

A. CALCUL DU COÛT GRP NET GARANTI INDICE

Le calcul du Coût GRP Net Garanti Indicé pour chaque Campagne se calcule de la façon suivante :

Sur le Support REACH+ :

APPLICATION DES INDICES DE MODULATION EN FONCTION DES CRITERES SELECTIONNES :



COÛT GRP NET GARANTI INDICE SUR LA CAMPAGNE

Le Coût GRP Net Garanti Indicé sera calculé sur la base du Chiffre d'Affaires Net hors majorations tarifaires.

Sur le Support TARGET+ :

COÛT GRP NET GARANTI INDICE REACH+ SUR LA CAMPAGNE X INDICE 75

Le Coût GRP Net Garanti Indicé sera calculé sur la base du Chiffre d'Affaires Net hors majorations tarifaires.

B. INDICE DE SAISONNALITE

Des indices liés à des critères de saisonnalité seront appliqué sur le Coût GRP Référent base 100 :

PERIODE	DU 01/01 AU 28/02	DU 01/03 AU 04/04	DU 05/04 AU 16/05	DU 17/05 AU 04/07	DU 05/07 AU 25/07	DU 26/07 AU 22/08	DU 23/08 AU 24/10	DU 25/10 AU 19/12	DU 20/12 AU 31/12
INDICE	95	120	115	150	100	75	170	150	100

Si la durée de la Campagne couvre plusieurs périodes (telles que définies ci-dessus), une répartition en nombre de GRP pour chaque période devra être communiquée lors de l'envoi du brief de la Campagne. CANAL+ BRAND SOLUTIONS se réserve le droit de réviser les indices de saisonnalité au cours de l'année. Dans cette hypothèse, le nouvel indice sera communiqué au plus tard 10 (dix) jours avant le début de la période concernée.

C. INDICE PARTENAIRE

Un indice partenaire sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 de chaque Campagne en fonction des investissements réalisés sur les Supports TV :

REACH+ ⁽¹⁾		TARGET+ ⁽²⁾ CA TARGET+ ≥ 18 % CA REACH+	INDICE	MINORATION VIDEO ⁽³⁾	MINORATION ECOPROD ⁽⁴⁾
CANAL+ STAR EUROSPORT ⁽¹⁾	CNEWS				
☒	☒	☒	100	-5 OU -3	-2
+ 10 POINTS SUR L'INDICE PAR BLOC DECOCHE					

(1) CANAL+ BRAND SOLUTIONS se chargera de la répartition du budget au sein du Support REACH+ . L'indice sera majoré de 10 points si la chaîne CNEWS ou la chaîne CANAL+ STAR ne sont pas référencées par campagne. Les cibles moins de 35 ans, Femme de 15-49, Femme Responsable des achats de 15+ Foy avec enfant de 0-14 et Femme Responsable des achats de 15+ Foy sans enfant de 0-14 ne sont pas concernées par ce critère. Les chaînes EUROSPORT sont programmées par défaut hors cibles FEMMES et RESPONSABLE DES ACHATS; l'indice ne sera pas majoré de 10 points si elles ne sont pas référencées au sein de la campagne.

(2) CANAL+ BRAND SOLUTIONS se chargera de la répartition du budget et de la sélection des chaînes au sein du Support TARGET+ .

(3) La minoration VIDEO s'applique dans les conditions suivantes :

En présence d'un référentiel N1 :

- Engagement portant sur un ou plusieurs mois, sans couvrir une année civile complète, lorsque le Chiffre d'Affaires Net contractualisé sur le périmètre Total Vidéo (incluant les Supports TV Classique, TV Segmentée et Digital) est supérieur ou égal à 110 % du Chiffre d'Affaires Net Total Vidéo réalisé en 2026, une minoration de 3 points est appliquée. Dans ce cas, le ou les mois entiers faisant l'objet de l'engagement sont comparés aux mêmes périodes de l'année N-1, qui constituent la base de référence.
- Engagement portant sur une année civile complète, lorsque les conditions de progression mentionnées ci-dessus sont remplies, une minoration de 5 points est appliquée.

Pour les nouveaux annonceurs en 2027, la minoration est applicable selon les mêmes modalités, sous réserve que le Chiffre d'Affaires Net réalisé sur les Supports Digital et TV Segmentée atteigne au minimum 35 % du Chiffre d'Affaires Net Total Vidéo.

Cette minoration sera négociée commercialement et elle s'appliquera sur l'ensemble des campagnes en achat GARANTIE+ de l'Annonceur sur les périodes négociées.

(4) La minoration ECOPROD sera prise en compte si les spots de l'annonceur sont certifiés par le Label Ecoprod (Le Label Ecoprod permet de certifier qu'une œuvre publicitaire notamment a été produite de manière éco-responsable - Ce Label d'excellence est audité par l'AFNOR et porté par l'ADEME). L'attribution de cette minoration sera validée par la direction commerciale et elle s'appliquera sur l'ensemble des campagnes en achat GARANTIE+ de l'Annonceur.

D. INDICE DE CRITERES MEDIAPLANNING

Un indice de Critères Médiaplanning sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 selon le nombre de Critères Médiaplanning choisi par campagne.
Ces Critères Médiaplanning seront notifiés par l'Acheteur lors de l'envoi du brief de la Campagne.

CATEGORIE DE CRITERES MEDIAPLANNING	LISTE DES CRITERES MEDIAPLANNING	INDICE CRITERE MEDIAPLANNING
DEMARRAGE DE CAMPAGNE	UN SPOT EN PRIME LE 1 ^{ER} JOUR	INCLUS
VARIETE SECTORIELLE	1 CRITERE PAR CODE SECTEUR BLOQUE SUPPLEMENTAIRE ⁽¹⁾	+ 3 POINTS PAR CRITERE MEDIAPLANNING CHOISI
PERIODE DE COMMUNICATION	EXCLUSION PERIODE OU SEMAINE OU BLOCS JOURS NOMMES	
CONTEXTE	EXCLUSION DU CONTEXTE PROGRAMME ⁽²⁾	
SPOT	LIMITATION DU NOMBRE DE SPOTS MAX / JOUR / PRODUIT OU GROUPE ANNONCEUR	
	ESPACEMENT ENTRE SPOTS D'UNE MEME VAGUE (EN INTITULE ECRAN)	
	PAS DE CONCOMITANCE AVEC DEUX PRODUITS DU MEME GROUPE ANNONCEUR DANS LE MEME ECRAN	
TRANCHE HORAIRE	EXCLUSION DES ECRANS AU DELA DE 2400 (EN INTITULE ECRAN)	

(1) Le blocage d'un code secteur devra être justifié par la présence, dans le spot, d'éléments visuels ou sonores d'autres marques et/ou produits relevant d'un code secteur différent.
(2) Un contexte programme exclu = un critère. Les exclusions de contexte programme charme / sport / jeunesse ne sont pas comptabilisées dans les exclusions de contexte.

Les tranches horaires de CNEWS (En code écran) : Day Time de 0300 à 0599 et de 1000 à 1699; Access Time de 1700 à 1999; Peak Time de 0600 à 0999 et 2000 à 2299 et Night Time de 2300 à 2700. Les tranches horaires sur les autres Chaînes (En code écran) : Day Time de 0300 à 1799; Access Time de 1800 à 1999; Peak Time de 2000 à 2199 et Night Time de 2200 à 2700.

6. ACHAT GARANTIE

Le mode d'achat GARANTIE permet de programmer des Campagnes sur les Chaînes CANAL+ KIDS, TELETOON+ et PIWI+ en sécurisant un Coût GRP Net Garanti.

Un Coût GRP Net Garanti est défini entre l'Acheteur et CANAL+ BRAND SOLUTIONS pour chaque cible de communication. Le Coût GRP Net Garanti sera calculé sur la base du Chiffre d'Affaires Net hors majorations tarifaires.

Dans le cadre de l'achat **GARANTIE**, les Campagnes sont programmées et optimisées exclusivement par CANAL+ BRAND SOLUTIONS sur la base d'un brief convenu avec l'Acheteur. La programmation en contextes spécifiques est réservée à l'achat **DIRECT** et ne peut donc être une des modalités et objectifs de l'achat **GARANTIE**.

Afin de respecter les objectifs des Campagnes, CANAL+ BRAND SOLUTIONS pourra modifier les programmations de l'achat **GARANTIE** jusqu'à 3 (trois) jours avant la diffusion.

Les demandes d'achat **GARANTIE** sont traitées après l'achat **DIRECT** lors des ouvertures de planning. Elles sont recevables au plus tard 4 (quatre) semaines avant diffusion.

A réception du brief de la Campagne, CANAL+ BRAND SOLUTIONS pourra apporter des contre-propositions si nécessaire et en informera l'Acheteur.



7. MODULATIONS TARIFAIRES

A. MAJORATIONS TARIFAIRES

Des majorations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut du Message pour l'ensemble des modes d'achat.

- Majorations pour emplacements préférentiels demandés :
 - 4 positions : **+20 %**
 - 6 positions : **+15 %**
- Présentation ou citation d'un autre Annonceur (marque, produit ou logo) dans un même Message :
 - de 1 à 10 secondes : **+20 %** (par citation)
 - supérieur à 10 secondes : **+35 %** (par citation)
- Présentation ou citation de plusieurs produits d'un même annonceur de codes nomenclature de l'ADMTV différents : **+15 %** par code nomenclature de l'ADMTV supplémentaire
- Présentation de plusieurs spots d'un même Annonceur dans un même écran : **+10 %** (la majoration est appliquée uniquement si l'Annonceur demande une organisation précise de la programmation de ses Messages dans un même écran)
- Blocage sectoriel (hors mode d'achat **GARANTIE+ et GARANTIE**) : un Annonceur peut demander le blocage de plusieurs variétés de son secteur au sein

d'un même écran, majoration par variété sectorielle bloquée : **+40 %** (CANAL+ BRAND SOLUTIONS ne garantit pas l'exécution de cette demande et demeure libre d'y donner suite ou non).

- Priorité de programmation (exclusif au mode d'achat **DIRECT**) : les Annonceurs qui souhaitent accéder en priorité au planning des Espaces Publicitaires Classiques doivent adresser à CANAL+ BRAND SOLUTIONS une demande de programmation prioritaire par mail. Cette priorité de programmation peut concerner tous les écrans. Majoration par écran prioritaire : **+15 %** (CANAL+ BRAND SOLUTIONS ne garantit pas l'exécution de cette demande et demeure libre d'y donner suite ou non).
- Dispositif « 2ème écran » : un Message synchronisé permet le renvoi du téléspectateur vers un site ou une application « 2ème écran ». Si l'opération est commercialisée par une régie tierce : **+50 %**

B. MINORATIONS TARIFAIRES

Des minorations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut du Message après application des majorations tarifaires pour le mode d'achat DIRECT.

- Abattement pour Campagnes gouvernementales (S.I.G.) et grandes causes nationales : **- 60 %** (Cet abattement s'applique à toute Campagne ayant reçu l'agrément

du service d'informations du gouvernement ou la qualification de grande cause nationale)

- Abattement pour des Campagnes en faveur de pratiques responsables et de l'utilisation de produits moins polluants : **- 30 %** (Cet abattement est réservé aux Campagnes d'information des administrations et des organisations caritatives à l'exclusion des organisations caritatives liées à des annonceurs ou groupements d'annonceurs)
- Abattement pour Campagnes collectives : **- 20 %** (Constitue une Campagne « collective » une Campagne publicitaire au profit d'un secteur d'activité, d'un organisme professionnel, d'une association, d'une marque collective, d'une catégorie de produits ou services en excluant les publicités de marques commerciales. La qualification « collective » est attribuée par CANAL+ BRAND SOLUTIONS après examen du dossier de demande)
- Abattement éditions musicales et vidéo : **- 30 %** (Cet abattement est appliqué sur des Campagnes de la famille sectorielle des éditions musicales et vidéo programmées en « espace flottant » ou « floating time » par CANAL+ BRAND SOLUTIONS avant le bouclage des écrans soit généralement 6 (six) jours avant leur diffusion)

- Abattement de bouclage : CANAL+ BRAND SOLUTIONS peut, de sa propre initiative et de manière exceptionnelle, proposer à la vente des écrans à un tarif réduit en y appliquant un abattement de bouclage lorsque ces écrans présentent de l'espace classique disponible au moment du bouclage des écrans.

- Abattement secteur cinéma : cet abattement s'applique à toute Campagne ayant pour codes secteur 33 01 06 03 et 33 01 06 04 de la nomenclature de l'ADMTV. Les campagnes bénéficient d'un abattement en fonction du budget du film promu au sein de la campagne :
Budget du film < à 5 M€: **-70 %**
Budget du film entre 5 et 10 M€: **-65 %**
Budget du film compris entre 10 et 20 M€: **-60 %**
Budget du film supérieur à 20 M€ : **-50 %**

L'annonceur ou son mandataire devra justifier du budget du film promu (source CNC par exemple).

- Abattement secteur édition littéraire : cet abattement s'applique à toute Campagne ayant pour code secteur 16 02 Edition Littéraire de la nomenclature de l'ADMTV. Les campagnes bénéficient d'un abattement de **- 50 %**.
Cet abattement est porté à **- 70 %** dans le cadre d'une Campagne assurant la promotion d'une première parution d'un auteur.

8. CASCADE TARIFAIRE

Cascade tarifaire du tarif brut au tarif net :

TARIF BRUT 20 SECONDES DU MESSAGE

☐ INDICE FORMAT (COEFFICIENT DE CONVERSION)

TARIF BRUT AU FORMAT

☐ MAJORATIONS TARIFAIRES

☐ MINORATIONS TARIFAIRES

Les majorations et les minorations s'appliquent en cascade

BRUT FACTURE

REMISE COMMERCIALE

TARIF NET



03. CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

1. CADRE GENERAL DE LA PUBLICITE TV SEGMENTEE

La Publicité TV Segmentée a été autorisée par le Décret N° 2020- 983 du 5 août 2020. **Elle permet aux Annonceurs de communiquer en TV linéaire auprès de Segments de population constitués de foyers "décrochables", c'est-à-dire remplissant les conditions pour recevoir un Message personnalisé.**

Ces foyers doivent :

- Recevoir la télévision via un Fournisseur d'Accès Internet (ci-après « FAI »);
- Disposer d'un équipement compatible (Box ou TV suffisamment récente);
- Avoir donné leur accord au Fournisseur d'Accès Internet (optin) pour recevoir de la publicité personnalisée

2. CONDITIONS DE PROGRAMMATION

Les conditions suivantes s'appliquent pour la programmation des spots achetés en Publicité TV Segmentée :

- Toutes les tranches horaires sont accessibles.
- La première position d'un Ecran Publicitaire ainsi que les emplacements préférentiels vendus au sein d'un écran

ne peuvent pas faire l'objet d'une substitution. Toutes les autres positions au sein d'un écran sont substituables.

- 3 (trois) formats de spot sont éligibles : 15" / 20" / 30" sauf pour l'auto-substitution.
- Tous les spots achetés en Publicité TV Classique sont susceptibles d'être remplacés par un spot acheté en Publicité TV Segmentée sur un Segment donné, à l'exception des spots achetés en achat Direct (page 27) et en achat Pack (page 17).
- La Publicité TV Segmentée ne peut être programmée dans des écrans publicitaires dans les émissions pour enfants ainsi que dans ceux qui précèdent ou suivent immédiatement ces émissions.
- Le Message ne peut contenir d'adresse ou d'identification locale explicite.
- L'exclusivité sectorielle n'est pas assurée. Il est néanmoins précisé que deux Messages Publicitaires d'Annonceurs concurrents ne seront pas diffusés l'un à la suite de l'autre au sein d'un même Ecran Publicitaire.
- L'auto-substitution, c'est-à-dire la possibilité pour un Annonceur de remplacer son Message prévu pour une diffusion en télévision linéaire, par un spot de Publicité TV Segmentée de même durée, est possible dans la limite de 5 (cinq) Messages différents par Campagne.
- La Régie s'engage à fournir à la fin de chaque Campagne un bilan des Impressions diffusées ventilé par Chaîne, day-part, semaine / week-end et linéaire / replay ainsi que le taux de complétion moyen et la répétition moyenne.

3. CONDITIONS D'ACHAT

L'achat d'une Campagne de Publicité TV Segmentée se fait par la commande d'un nombre d'Impressions sur un ou plusieurs Segment(s). La monnaie d'achat est le CPM (Coût pour Mille Impressions).

4. PERIMETRE DE DIFFUSION

Les Chaînes CANAL+, CSTAR et CNEWS sont éligibles à la Publicité TV Segmentée.

5. MESURE D'AUDIENCE

Dans le cadre de la Publicité TV Segmentée, les performances des Campagnes dont certains spots seraient substitués seront recalculées. Pour ce faire, les Régies enverront à Médiamétrie le détail des Impressions diffusées en Publicité TV Segmentée. Sur cette base, et en fonction du profil des Ecrans Publicitaires concernés par une substitution, des GRP corrigés seront appliqués à J+10 fin de semaine pour les Annonceurs concernés. Il est précisé que les présentes modalités pourront être amenées à évoluer.

6. TARIFS ET INDICES FORMATS

Le CPM Brut est fixé à 250 Euros en base 20 secondes.
Des indices formats s'appliquent sur le tarif brut si le format diffusé est différent du format 20 secondes :

- Pour un format 15" : indice 85
- Pour un format 30" : indice 120

Chaque Campagne doit respecter les conditions suivantes :

- Chiffre d'Affaires Net supérieur à 3 000 (trois mille) Euros
- Durée minimale de 2 (deux) semaines.

7. MODULATIONS TARIFAIRES

7.1 SEGMENTS

Plusieurs Segments, regroupés en catégories de ciblage, sont proposés :

GEOLOCALISATION : le ciblage GEOLOCALISATION permet de cibler les foyers en fonction de leur lieu d'habitation à partir des données des FAI.

- Région : + 0 € sur le CPM Brut
- Départements / Codes postaux : + 50 € sur le CPM Brut
- Codes Iris : + 100 € sur le CPM Brut

PROFIL – HABITAT : le ciblage PROFIL – HABITAT permet de cibler les foyers en fonction de critères socio-démographiques et du type d'habitat à partir des données des FAI.

- Sexe (du souscripteur) : + 0 € sur le CPM Brut
- Tranche d'âge (du souscripteur) : + 0 € sur le CPM Brut
- Foyers Célibataires : + 30 € sur le CPM Brut
- Foyers Couples sans enfants : + 30 € sur le CPM Brut
- Foyers avec enfants : + 30 € sur le CPM Brut
- Jeunes Foyers : + 30 € sur le CPM Brut
- Familles nombreuses : + 30 € sur le CPM Brut
- CSP ++ : + 30 € sur le CPM Brut
- Habitat : + 30 € sur le CPM Brut

CONSO TV – PASSIONS : le ciblage CONSO TV – PASSIONS permet de cibler les foyers en analysant la data relative à la consommation des programmes de télévision à partir des données des FAI.

- Centre d'intérêts TV : + 30 € sur le CPM Brut
- Petits / Moyens / Gros consommateurs TV : + 50 € sur le CPM Brut
- Abonnés Canal+ : + 50 € sur le CPM Brut

METEO : le ciblage METEO permet de cibler les foyers en fonction de critères météo.

- Météo : + 70 € sur le CPM Brut

DATA TIERCE : le ciblage DATA TIERCE permet de cibler les foyers en utilisant des données provenant de tiers.

- CRM Annonceur : SUR DEVIS
- Data provider : SUR DEVIS

Cette offre de ciblage pourra évoluer au cours de l'année. Une harmonisation des ciblages est prévue pour qu'ils soient disponibles chez tous les FAI. Certains ciblages peuvent être néanmoins propres à chaque FAI.

Afin d'optimiser le ciblage, plusieurs Segments peuvent être combinés.

Les majorations des Segments sélectionnés seront appliquées de manière cumulative au CPM Brut.

Dans l'hypothèse où l'Annonceur souhaiterait procéder à un ciblage DATA TIERCE, ce dernier devra envoyer à un tiers de confiance partenaire de CANAL+ BRAND SOLUTIONS et/ou du FAI (ci-après le « **Tiers de confiance** ») par un mode sécurisé une base de données pseudonymisées (ci-après « **la Base Annonceur** »).

En parallèle, le FAI envoie au Tiers de confiance par un mode sécurisé sa base de données clients box (« **base FAI** »). Le Tiers de confiance identifie au sein de sa base (la « **base du Tiers de confiance** ») les foyers communs entre la base Annonceur et la base FAI et crée un Segment avec les foyers communs.

Ce segment est transféré vers l'Adserver de CANAL+ BRAND SOLUTIONS pour diffusion de la Campagne de TV Segmentée de l'Annonceur sur ce Segment. Ce dernier est ensuite supprimé de l'Adserver de CANAL+ BRAND SOLUTIONS.

7.2 CAMPAGNE MULTI-SPOTS

Pour les campagnes multi-spots, l'Acheteur est autorisé à diffuser un maximum de 10 (dix) Messages. Au-delà de 5 (cinq) Messages, une majoration de +50 € sur le CPM Brut sera appliquée.

Cette majoration se cumulera avec les majorations des Segments sélectionnés.



03. CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

Pour chaque achat d'Espaces de Parrainage, CANAL+ BRAND SOLUTIONS communique aux Annonceurs et aux Mandataires les conditions détaillées de l'achat.

L'Acheteur (l'Annonceur ou son Mandataire) se réfèrera à ces conditions afin de négocier les conditions d'achat.

MODULATIONS TARIFAIRES

Des majorations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut du Message pour l'ensemble des modes d'achat.

Présentation ou citation d'un autre Annonceur (marque, produit ou logo) dans un même Message : **+35 %**

Blocage par un Annonceur de tous les Espaces de Parrainage autour d'un même Programme : facturation de la totalité des Espaces de Parrainage autour du Programme concerné et majoration de **+10 %** sur le montant facturé.

Majoration tarifaire multi-secteurs (blocage de plusieurs secteurs) : **+10 %** sur le montant facturé pour chaque code secteur supplémentaire bloqué (dans la limite de trois secteurs bloqués au global).



03. CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

PUBLICITÉ TV
PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE
PARRAINAGE
DIGITAL
CINÉMA

1. MODALITES DE COMMERCIALISATION DES FORMATS VIDEOS

La commercialisation des formats Vidéos s'effectue sur la base du nombre de Contacts, avec un coût du Contact garanti pour l'Annonceur. La donnée de référence est le Coût Pour Mille Impressions diffusées.

Le tarif comprend la mise en ligne de la Campagne, la possibilité de créer un lien vers le Site web ou l'Application au choix de l'Annonceur.
En fin de Campagne, l'Annonceur ou son Mandataire pourra faire à la Régie la demande d'accéder aux statistiques de sa (ses) Campagne(s). Les tarifs n'incluent pas les frais de réalisation des éléments publicitaires fournis à la Régie.

A. VIDEOS IN-STREAM

Les Vidéos IN-STREAM sont diffusées sur l'ensemble des Supports Digitaux disponibles à la date de commercialisation.
Le tarif des Vidéos IN-STREAM sur la base du format 20 secondes est de **195 €** Coût Pour Mille Brut hors TVA et hors éventuels impôts ou taxes qui pourraient être dus du fait de la diffusion du Message.
Des indices s'appliquent sur le format de la Vidéo IN-STREAM si le format est différent du format 20 secondes :

DUREE	DE 6' A 19'	20'	DE 21 A 29'	30'
INDICES FORMAT	85	100	115	120

Pour toute durée supérieure à 30 (trente) secondes : nous consulter. Il est précisé que la Régie se réserve le droit de commercialiser les Vidéos IN-STREAM selon d'autres modes de commercialisation.

B. VIDEOS EP ROLL / SPONSORING DIGITAL

Les vidéos EP ROLL sont diffusées juste avant le début du programme en replay sur l'ensemble des Supports Digitaux disponibles à la date de commercialisation. Ce format est d'une durée maximum de 12 secondes.

Le tarif des Vidéos EP ROLL est de **250 €** Coût Pour Mille Brut hors TVA et hors éventuels impôts ou taxes qui pourraient être dus du fait de la diffusion du Message.

Il est précisé que la Régie se réserve le droit de commercialiser les Vidéos EP ROLL selon d'autres modes de commercialisation.

Les vidéos EP ROLL peuvent être vendues au sein d'un dispositif d'Espace de Parrainage. Celui-ci est dénommé « Sponsoring Digital ».

C. SPONSOR+

La Régie propose de diffuser des vidéos dans l'univers abonnés des Supports Digitaux de CANAL+ dans le cadre de l'offre SPONSOR+. Ce format vidéo est diffusé avant le début du programme et d'une durée maximum de 6 secondes.

Le tarif des Vidéos SPONSOR+ est de **350 €** Coût Pour Mille Brut hors TVA et hors éventuels impôts ou taxes qui pourraient être dus du fait de la diffusion du Message.

Il est précisé que la Régie se réserve le droit de commercialiser les Vidéos SPONSOR+ selon d'autres modes de commercialisation.

2. MODALITES DE COMMERCIALISATION
DES FORMATS DISPLAY

Des formats Display sont disponibles sur les Supports Digitaux.
La commercialisation de ces formats Display s'effectue sur la base du nombre de Contacts, avec un coût du Contact garanti pour l'Annonceur. La donnée de référence est le Coût Pour Mille Impressions Display diffusées.
Les tarifs au Coût Pour Mille Brut des formats Display sont les suivants, ils s'entendent hors TVA et hors éventuels impôts ou taxes qui pourraient être dus du fait de la diffusion du Message :

	DESKTOP	WEB (MOBILE / TABLET)	APP (MOBILE / TABLET)
C NEWS			
HABILLAGE	100 €		
PAVE	40 €	40 €	
BANNIERE	50 €	50 €	
INTERSTITIEL			100 €
GRAND ANGLE	50 €	50 €	
★EUROSPORT			
HABILLAGE	100 €		
PAVE	40 €	40 €	40 €
BANNIERE	50 €	50 €	50 €
INTERSCROLLER		100 €	100 €
SPONSORSHIP	100 €	100 €	100 €
CANAL+			
GOOGLE WEB STORIES	250 €	250 €	250 €

Les tarifs n'incluent pas les frais de réalisation des éléments publicitaires fournis à la Régie.
Il est précisé que la Régie se réserve le droit de commercialiser les formats Display selon d'autres modes de commercialisation.

3. MODULATIONS TARIFAIRES

A. MAJORATIONS TARIFAIRES

Des majorations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut en cumul après application de l'indice format.

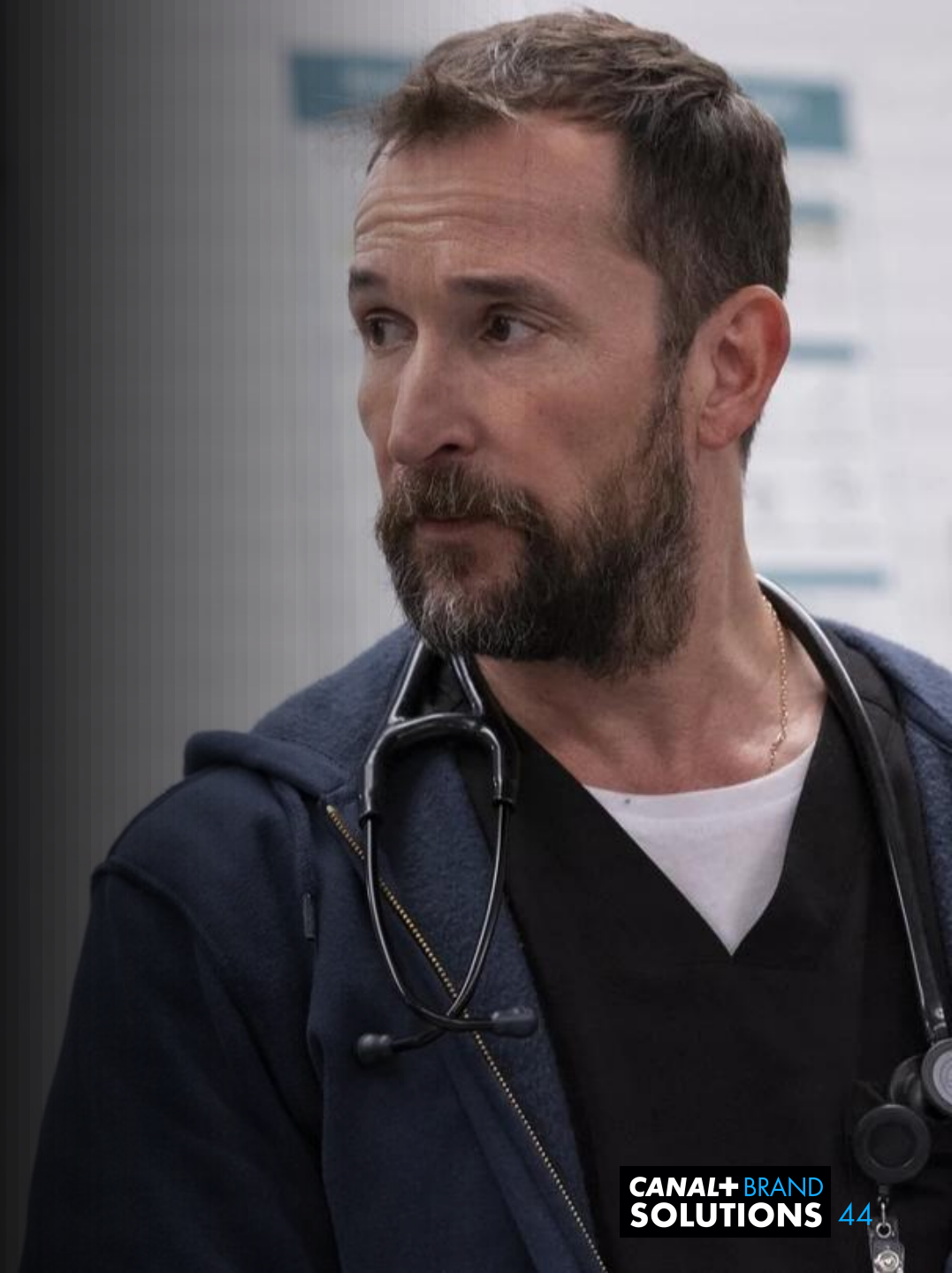
- Citation dans un Message d'une marque supplémentaire : **+20 %**
- Première position de diffusion au sein d'un écran publicitaire : **+20 %**
- Exclusion Support Digital : **+25 %** par Support Digital exclu
- Exclusion device (Desktop, mobile, tablette, IPTV, CTV) : **+10 %** par device
- Ciblage horaire ou exclusion tranche horaire : **+20 %**
- Ciblage géolocalisation : **+15 %**
- Ciblage Support ou contenu ou Chaîne : **+20 %** (Les emplacements de la Campagne sont déterminés par l'Annonceur et le Support Digital.)

- Plus de 3 (trois) critères de programmation (exemple : Message selon le Support / changement de Message en cours de campagne / objectifs spécifiques selon les Supports / ... : **+20 %**
- Pour les campagnes multi-spots, l'Acheteur est autorisé à diffuser un maximum de 10 (dix) Messages. Au-delà de 5 (cinq) Messages : **+15 %** par message
- Ciblage sociodémographique et comportemental : nous consulter

B. MINORATIONS TARIFAIRES

Des minorations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut après application de l'indice format hors achat en pack et hors offres Event.

- Si le Chiffres d'Affaires Net réalisé sur le Support Digital en 2027 atteint au moins **140 %** du Chiffres d'Affaires Net réalisé 2026 : **-10 %**
- Pour tout nouvel annonceur investissant sur le Support Digital en 2027 avec un engagement minimum de 45 K€ : **-10 %**



03. CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

**PUBLICITÉ TV
PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE
PARRAINAGE
DIGITAL
CINÉMA**

1. TARIFS ET COEFFICIENTS D'ENTREES

CANAL+ BRAND SOLUTIONS publie des grilles tarifaires.
Les tarifs sont communiqués sur la base du format 30 (trente) secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion des formats est disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr. Le prix minimum appliqué est celui de la base 15' si durée inférieure à 15'.

Les tarifs pour la publicité commerciale et pour les bandes annonces sont disponibles sur le site de CANAL+ BRAND SOLUTIONS : www.canalplusbrandsolutions.fr.

Des coefficients d'entrées, liés aux variations d'entrées par semaine, sont appliqués sur la base du tarif brut pour la publicité commerciale et les bandes annonces. Le détail des coefficients d'entrées fera l'objet d'une communication spécifique sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr.

2. MAJORATIONS TARIFAIRES

Les majorations tarifaires sont appliquées en cumul sur le tarif du Message.

2.1 EMBLEMENTS PREFERENTIELS

	PUBLICITE COMMERCIALE	PUBLICITE BANDE-ANNONCE
EMPLACEMENT PREFERENTIEL		
UNIQUEMENT SUR ACHAT DE :	PREMIUM+ PARC 100	CINE PARC 100
POSITION A	+ 20 %	
POSITION X	+ 10 %	+ 10 %
POSITION Y	+ 20 %	+ 10 %
POSITION Z	+ 25 %	+ 15 %

Dans l'hypothèse où un Acheteur exercerait une option d'achat ferme sur un emplacement préférentiel déjà réservé par un autre Annonceur, ce dernier dispose d'un délai maximal de 48 (quarante-huit) heures pour confirmer ou non son option d'achat sur cet emplacement.

2.2 AUTRES MAJORATIONS

CO-BRANDING

Présentation ou citation, d'une durée supérieure à 3 (trois) secondes d'un autre Annonceur (marque, produit ou logo, co-branding marque ou distributeur cinéma dans un même Message). Majoration additionnelle si CANAL+ BRAND SOLUTIONS est informée d'une action de co-branding après réservation.

AUTRES MAJORATIONS

PLUSIEURS SPOTS dans la même bande

FETE DU CINEMA

SEMAINE 50, 51, 52 (3 semaines du mois de décembre)

Majoration **PREMIUM+** hors programmation kids

EXCLUSIF+

ECRIN+

AUDIENCIE GARANTIE

A partir d'une semaine de campagne sur un Premium+ Parc 100

HABILLAGE ECRAN

L'habillage d'écran est un dispositif événement utilisant la transition entre le générique de début et de fin de la bande publicitaire, et la première image du premier et/ou du dernier Message inséré au sein de la bande publicitaire. Majoration tarifaire appliquée sur le tarif du Message 2D.

PUBLICITE
COMMERCIALE

PUBLICITE
BANDE-ANNONCE

+ 10 %

+ 10 %

+ 5 %

+ 5 %

+ 20 %

+ 20 %

+ 20 %

+ 10 %

+ 5 %

+ 70 %

+ 25 %

+ 30 %

+ 20 %

04. **CONDITIONS** **GÉNÉRALES** **DE VENTE**

PREAMBULE

Les présentes conditions générales de vente (ci-après dénommées « les Conditions Générales de Vente » ou « CGV ») s'appliquent à la vente des Espaces sur l'ensemble des Chaînes ou Supports.

CANAL+ BRAND SOLUTIONS est seule habilitée à recevoir les demandes de réservation d'Espaces émanant des Acheteurs, à émettre les Ordres d'Insertion soumis à l'acceptation de l'Annonceur, à signer et à facturer les prestations exécutées conformément à l'Ordre d'Insertion et à en encaisser le montant auprès des Acheteurs et ce, quel que soit le mode de commercialisation.

La souscription d'un Ordre d'Insertion par un Acheteur implique son acceptation sans réserve des Conditions Commerciales, Tarifaires et des présentes Conditions Générales de Vente à l'exclusion de tout autre document, notamment les conditions générales d'achat ou tout autre document contractuel émanant de l'Acheteur, ainsi que le respect de l'ensemble des dispositions légales, réglementaires et/ou professionnelles, nationales ou communautaires applicables en la matière.

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables aux Messages diffusés sur les Chaînes ou les Supports entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027. Elles prévoient :

- Des dispositions spécifiques relatives à la Publicité TV Classique, à la Publicité TV Segmentée, au Parrainage, au Digital et au Cinéma ;
- Des dispositions communes à l'ensemble de ces supports.



04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

DISPOSITIONS COMMUNES

1. MODALITES DE RESERVATIONS

1.1 La Régie dénomme ses Ecrans Publicitaires au travers d'un code à quatre chiffres. Ces intitulés d'Ecrans Publicitaires figurent sur les tarifs et les grilles de Programmes.

L'obligation de la Régie, sauf modification de la programmation des Chaînes, porte sur la seule diffusion des Messages dans le cadre des Ecrans prévus, à l'exclusion d'un horaire de diffusion. En conséquence l'Acheteur ne peut se prévaloir d'un décalage horaire pour solliciter soit une modification du tarif de l'Ordre, soit l'annulation de celui-ci, ou prétendre à une quelconque indemnité au titre des horaires de diffusion des Messages.

1.2 L'Acheteur doit adresser une demande de réservation d'Espace Publicitaire Classique sur les Supports TV choisis :

- pour l'achat en Coût GRP Net Garanti via la plateforme servicielle CANAL+ PARTNER
- Pour l'achat au spot à spot via l'envoi d'un mail au service Planning

1.3 La Régie prend acte de la demande de réservation d'Espaces Publicitaires Classiques sur les Supports TV par l'Acheteur, à la réception de cette demande. Toute demande de réservation vaudra comme offre ferme et définitive et comme preuve de la formation d'un contrat de vente d'Espaces Publicitaires Classiques souscrit par l'Acheteur sous réserve des dispositions des présentes Conditions Générales de Vente.

La Régie confirmera à l'Acheteur en fonction des disponibilités du planning tout ou partie des Espaces Publicitaires Classiques liés à sa demande de réservation.

L'Acheteur informera la Régie de toutes modifications de sa demande de réservation sans délai et au plus tard dans un délai de 31 jours avant l'exécution de l'Ordre (à défaut, les pénalités prévues à l'article 3.1 s'appliqueront). A défaut, les modifications de réservation demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à la Régie.

1.4 La Régie permet à l'Acheteur qui en fait la demande de réserver l'Espace Publicitaire et de recevoir l'Ordre d'Insertion par message électronique dans le cadre d'un contrat EDI tel que défini par l'association EDI Publicité. Dans ce cas, l'Acheteur doit signer un accord d'interchange avec la Régie.

2. MODIFICATIONS DES CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES ET CONDITIONS GENERALES DE VENTE

2.1 Les Conditions Commerciales et Tarifaires Publicité TV Classique et les présentes Conditions Générales de Vente applicables aux Messages sont celles en vigueur à la date de diffusion desdits Messages mentionnés dans l'Ordre d'Insertion souscrit par l'Acheteur.

Toutefois, compte tenu des impératifs légaux, des pratiques et usages de la profession auxquels la Régie

est assujettie, elle se réserve la faculté de modifier ces Conditions.

S'agissant des modifications des Conditions Tarifaires, l'Acheteur en est informé dans un délai de 14 (quatorze) jours calendaires au moins avant la date d'entrée en vigueur de ces modifications.

S'agissant des modifications des Conditions Commerciales et des Conditions Générales de Vente, celles-ci prendront effet à compter de leur publication sur le site internet de la Régie à l'adresse www.canalplusbrandsolutions.fr.

2.2 En cas de modification des Conditions Tarifaires, l'Acheteur reçoit alors un Ordre d'Insertion rectificatif :

- Soit il accepte les modifications proposées et renvoie l'Ordre d'Insertion rectificatif signé, étant entendu que l'absence de réponse de l'Acheteur sous 8 (huit) jours calendaires, à compter de la réception de l'Ordre d'Insertion rectificatif, vaut acceptation de sa part de cet Ordre rectificatif ; en conséquence, la Régie exécutera l'Ordre d'Insertion rectificatif et l'Acheteur sera redevable de son paiement.
- Soit il refuse les modifications par écrit sous 8 (huit) jours calendaires à compter de la réception de l'Ordre rectificatif ; le ou les Messages concernés sont alors annulés à compter de la notification de ce refus, sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.

- Soit il demande à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Publicitaires Classique en remplacement de ceux modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui des Messages concernés et à l'exclusion de toute indemnité. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.

2.3 La Régie se réserve le droit de modifier dans un délai inférieur aux 14 (quatorze) jours calendaires visés à l'article 2.1, le tarif et/ou l'intitulé d'un ou plusieurs Ecrans Publicitaires, dans le cadre d'une Campagne en cours, notamment en raison de la modification des Programmes. La Régie en informera l'Acheteur par écrit dans les meilleurs délais et un Ordre d'Insertion rectificatif lui sera adressé :

- Soit l'Acheteur accepte les modifications proposées et renvoie l'Ordre d'Insertion 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. L'absence de réponse de l'Acheteur sous 8 (huit) jours calendaires, à compter de la réception de l'Ordre d'Insertion rectificatif, vaut acceptation de sa part de cet Ordre d'Insertion rectificatif ; en conséquence, la Régie exécutera l'Ordre d'Insertion rectificatif et l'Acheteur sera redevable de son paiement.
- Soit l'Acheteur refuse les modifications proposées, le ou les Messages concernés sont alors annulés à compter de la notification de ce refus, sans indemnité de part et d'autre.

- Soit l'Acheteur demande à la Régie de lui proposer d'autres Ecrans Publicitaires en remplacement des Ecrans Publicitaires modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui des Messages concernés et à l'exclusion de toute indemnité. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre d'Insertion sera établi et signé.

3. ANNULATION – REPORT

3.1. En cas d'annulation ou de modification dans l'Ordre d'Insertion d'un ou plusieurs Messages, l'Acheteur doit en avertir la Régie par écrit au plus tard 31 (trente et un) jours calendaires avant la date d'exécution de l'Ordre d'Insertion. Passé ce délai, l'Acheteur est redevable des pénalités suivantes :

- Annulation entre 21 (vingt-et-un) et 31 (trente-et-un) jours calendaires avant diffusion : 25,0 % de l'Espace Publicitaire Classique réservé.
- Annulation entre 14 (quatorze) et 20 (vingt) jours calendaires avant diffusion : 50,0 % de l'Espace Publicitaire Classique réservé.
- Annulation à moins de 14 (quatorze) jours calendaires de la diffusion : 100 % de l'Espace Publicitaire Classique réservé.

L'Espace Publicitaire Classique annulé est remis à la disposition de la Régie.

3.2 L'Annonceur ou son Mandataire peuvent solliciter des aménagements de programmation des Messages jusqu'à 12 (douze) jours calendaires avant la date de diffusion prévue sous réserve que les Messages concernés par l'aménagement puissent être reprogrammés intégralement et simultanément pour un même montant et dans une période maximum de 10 (dix) jours calendaires suivant la date de diffusion initiale du ou des Message(s) concerné(s). En tout état de cause, cette possibilité ne saurait engager la Régie à reprogrammer lesdits Messages à l'identique.

3.3 Si le Support TV ne peut diffuser un Message à la date et à l'emplacement prévus, en raison de la modification des Programmes (diffusions d'émissions spéciales, évolution des contextes en raison de l'actualité,...) ou à la suite de circonstances indépendantes de sa volonté (force majeure, grèves, nécessité d'antenne,...), 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 lesdits Messages 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 correspondant à l'Espace Publicitaire Classique 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.

4. DIFFUSION

4.1 Pour être diffusés, les éléments nécessaires à la diffusion du Message, tels que décrits à l'article 4.2 ci-dessous, devront être remis à la Régie au plus tard 6 (six) jours ouvrés avant la date de première diffusion prévue, accompagnés de l'avis favorable de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (« ARPP »). Passé ce délai, le prix de la (ou des) diffusion(s) sera intégralement dû par l'Annonceur comme si la diffusion avait eu lieu. La Régie ne sera redevable ni de compensation, ni d'intérêt, ni d'indemnité envers l'Acheteur ou les tiers intéressés. Dans cette hypothèse, l'Espace Publicitaire réservé sera remis à la disposition de la Régie.

4.2 Les spécifications techniques, ainsi que les adresses d'envois, sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com). Trois prestataires sont autorisés pour la livraison des Messages :

- Cape.io : www.cape.io
- Extreme Reach : www.xr.global
- Nomalab : ad.nomalab.com

4.2.1 Pour l'ensemble des Chaînes, l'Acheteur doit remettre à la Régie le Message sous la forme d'un fichier dématérialisé au format 16/9 FHA.

4.2.2. Les spécifications audios doivent être conformes aux recommandations de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ci-après « l'ARCOM ») :

- Recommandation Technique PAD Editeurs CST- RT-018-TVV.3.0.
- Le niveau maximum de la cible permis : -23LUFS
- Son stéréo

4.2.3 Les spécifications vidéo doivent être conformes à la recommandation technique PAD Editeurs CST- RT-018-TV-V3.0.

4.2.4 Le format 16/9 doit être conforme à la recommandation technique EBU R95 (<http://tech.ebu.ch/docs/r/r095.pdf>).

4.2.5 Les sous-titrages télétexte pour sourds & malentendants doivent être conformes à la norme N19-2002 de l'UER et les fichiers STL devront parvenir conformément aux spécifications techniques. Pour toute diffusion à l'antenne, l'indication « sourds et malentendants » devra être spécifiée sur le plan de roulement. La Régie ne pourra être tenue responsable des erreurs de diffusion si cette indication n'est pas respectée. Les frais techniques en découlant seront à la charge de l'Annonceur.

4.2.6 L'audiodescription pour aveugles et malvoyants est disponible sur les Chaînes. Les spécifications techniques sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com).

4.2.7 Les sous-titres adaptés à la lecture des personnes dyslexiques et non dyslexiques (« Dystitles ») sont disponibles sur les Chaînes. Les spécifications techniques sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com).

4.3 Les instructions de diffusion devront être déposées par l'Acheteur sur la plateforme « My Diff » commune aux régies membres de l'ADMTV 6 (six) jours ouvrés avant la première diffusion.

La Régie ne pourra être tenue responsable des erreurs de diffusion si le délai indiqué ci-dessus n'est pas respecté. Pour toutes rotations spécifiques « au spot à spot », un fichier Excel devra être fourni et devra comprendre les zones suivantes : nom de la Chaîne, date (format : dd/mm/yyyy), code Ecran, format du spot, titre du Message, n° IDcrea et/ou n° ARPP.

4.4 Dans le cas où, pour des raisons techniques, les fichiers électroniques se révéleraient impropres à la diffusion du Message, la Régie en avertira aussitôt l'Acheteur qui devra lui fournir un élément satisfaisant du même Message au plus tard 5 (cinq) jours calendaires avant la première diffusion prévue. Passé ce délai, le prix de la diffusion sera intégralement dû comme si la diffusion avait eu lieu.

4.5 Aucune réclamation concernant la programmation ou la diffusion d'un Message ne pourra être retenue passé le délai de 3 (trois) jours ouvrés après la première diffusion du Message.

4.6 Les Messages n'ayant fait l'objet d'aucune diffusion seront conservés 3 (trois) mois sous la forme de fichier électronique. Passé ce délai, ils seront détruits. S'agissant des Messages ayant fait l'objet d'une diffusion, ceux-ci seront conservés 1 (un) an sauf à ce qu'une nouvelle diffusion soit envisagée au-delà de ce délai.

4.7 La Régie se réserve la faculté de refuser toute remise d'un Message non conforme notamment si la durée annoncée n'est pas respectée, ou d'exiger que l'Annonceur paye le prix réel du Message en fonction de sa durée effective.

4.8 Dans le cas où l'Acheteur demanderait le changement d'un Message, livrerait un Message de substitution à moins de 2 (deux) jours ouvrés de la diffusion antenne, ou une diffusion en « Real Time Advertising », des frais de mise à l'antenne par Chaîne lui seront facturés.

4.9 Dans le cas où l'Acheteur souhaiterait apporter des modifications techniques ou visuelles et après validation de la Régie, des frais techniques lui seront facturés.



04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

DISPOSITIONS COMMUNES

1. MODALITES DE RESERVATIONS

1.1 L'Acheteur doit adresser une demande de réservation d'Espace Publicitaire TV Segmentée par email. La Régie enregistre les réservations en fonction des disponibilités, puis renvoie à l'Acheteur un Ordre d'Insertion qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale.

1.2 La Régie prend acte de la réservation d'un achat d'Espaces Publicitaires TV Segmentée par l'Acheteur, à la réception de l'Ordre d'Insertion signé par l'Acheteur.

1.3 Tout Ordre d'Insertion doit être renvoyé signé par l'Acheteur à la Régie au plus tard 10 (dix) jours ouvrés avant la date de début de diffusion du Message.

2. MODIFICATIONS DES CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES ET CONDITIONS GENERALES DE VENTE

2.1 Les Conditions Commerciales et Tarifaires Publicité TV Segmentée et les présentes Conditions Générales de Vente applicables aux Messages sont celles en vigueur à la date de diffusion desdits Messages mentionnés dans l'Ordre d'Insertion souscrit par l'Acheteur. Toutefois, compte tenu des impératifs légaux, des pratiques et usages de la profession auxquels la Régie est assujettie, elle se réserve la faculté de modifier ces Conditions.

S'agissant des modifications des Conditions Tarifaires, l'Acheteur en est informé dans un délai de 14 (quatorze) jours calendaires au moins avant la date d'entrée en vigueur de ces modifications.

S'agissant des modifications des Conditions Commerciales et des Conditions Générales de Vente, celles-ci prendront effet à compter de leur publication sur le site internet de la Régie à l'adresse www.canalplusbrandsolutions.fr.

2.2 En cas de modification des Conditions Tarifaires, l'Acheteur reçoit alors un Ordre d'Insertion rectificatif :

- Soit il accepte les modifications proposées et renvoie l'Ordre d'Insertion rectificatif signé, étant entendu que l'absence de réponse de l'Acheteur sous 8 (huit) jours calendaires, à compter de la réception de l'Ordre d'Insertion rectificatif, vaut acceptation de sa part de cet Ordre rectificatif ; en conséquence, la Régie exécutera l'Ordre d'Insertion rectificatif et l'Acheteur sera redevable de son paiement.
- Soit il refuse les modifications par écrit sous 8 (huit) jours calendaires à compter de la réception de l'Ordre rectificatif ; le ou les Messages concernés sont alors annulés à compter de la notification de ce refus, sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.
- Soit il demande à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Publicitaires TV Segmentée en remplacement de ceux modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui des Messages concernés et à l'exclusion de toute indemnité. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.

3. ANNULATION – REPORT

En cas d'annulation ou de modification dans l'Ordre d'Insertion d'un ou plusieurs Messages, l'Acheteur doit en avvertir la Régie par écrit au plus tard 20 (vingt) jours calendaires avant la mise en ligne du ou des Messages concernés.

Passé ce délai, l'Acheteur est redevable des pénalités suivantes :

- Annulation entre 20 (vingt) et 10 (dix) jours calendaires avant mise en ligne : 50,0 % de l'Espace Publicitaire réservé
- Annulation à moins de 10 (dix) jours calendaires de la mise en ligne : 100% de l'Espace Publicitaire réservé.

L'Espace Publicitaire annulé est remis à la disposition de la Régie.

4. DIFFUSION

4.1 Pour être diffusés, les éléments nécessaires à la diffusion du Message, tels que décrits à l'article 4.2 ci-dessous, devront être remis à la Régie au plus tard 6 (six) jours ouvrés avant la date de première diffusion prévue, accompagnés de l'avis favorable de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (« ARPP »). Passé ce délai, le prix de la (ou des) diffusion(s) sera intégralement dû par l'Annonceur comme si la diffusion avait eu lieu. La Régie ne sera redevable ni de

compensation, ni d'intérêt, ni d'indemnité envers l'Acheteur ou les tiers intéressés. Dans cette hypothèse, l'Espace Publicitaire réservé sera remis à la disposition de la Régie.

4.2 Les spécifications techniques, ainsi que les adresses d'envois, sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com). Trois prestataires sont autorisés pour la livraison des Messages :

- Cape.io : www.cape.io
- Extreme Reach : www.xr.global
- Nomalab : ad.nomalab.com

4.2.1 Pour l'ensemble des Chaînes, l'Acheteur doit remettre à la Régie le Message sous la forme d'un fichier dématérialisé au format 16/9 FHA.

4.2.2. Les spécifications audios doivent être conformes aux recommandations de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ci-après « l'ARCOM ») :

- Recommandation Technique PAD Editeurs CST- RT-018-TVV.3.0.
- Le niveau maximum de la cible permis : -23LUFS
- Son stéréo

4.2.3 Les spécifications vidéo doivent être conformes à la recommandation technique PAD Editeurs CST- RT-018-TV-V3.0.

4.2.4 Le format 16/9 doit être conforme à la recommandation technique EBU R95 (<http://tech.ebu.ch/docs/r/r095.pdf>).

4.2.5 Les sous-titrages télétexte pour sourds & malentendants doivent être conformes à la norme N19-2002 de l'UER et les fichiers STL devront parvenir conformément aux spécifications techniques. Pour toute diffusion à l'antenne, l'indication « sourds et malentendants » devra être spécifiée sur le plan de roulement. La Régie ne pourra être tenue responsable des erreurs de diffusion si cette indication n'est pas respectée. Les frais techniques en découlant seront à la charge de l'Annonceur.

4.2.6 L'audiodescription pour aveugles et malvoyants est disponible sur les Chaînes. Les spécifications techniques sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com).

4.2.7 Les sous-titres adaptés à la lecture des personnes dyslexiques et non dyslexiques (« Dystitiles ») sont disponibles sur les Chaînes. Les spécifications techniques sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com).

4.3 Les instructions de diffusion devront être déposées par l'Acheteur sur la plateforme « My Diff » commune aux régies membres de l'ADMTV 6 (six) jours ouvrés avant la première diffusion.

La Régie ne pourra être tenue responsable des erreurs de diffusion si le délai indiqué ci-dessus n'est pas respecté. Pour toutes rotations spécifiques « au spot à spot », un fichier Excel devra être fourni et devra comprendre les zones suivantes : nom de la Chaîne, date (format : dd/mm/yyyy), code Ecran, format du spot, titre du Message, n° IDcrea et/ou n° ARPP.

4.4 Dans le cas où, pour des raisons techniques, les fichiers électroniques se révéleraient impropres à la diffusion du Message, la Régie en avertira aussitôt l'Acheteur qui devra lui fournir un élément satisfaisant du même Message au plus tard 5 (cinq) jours calendaires avant la première diffusion prévue. Passé ce délai, le prix de la diffusion sera intégralement dû comme si la diffusion avait eu lieu.

4.5 Aucune réclamation concernant la programmation ou la diffusion d'un Message ne pourra être retenue passé le délai de 3 (trois) jours ouvrés après la première diffusion du Message.

4.6 Les Messages n'ayant fait l'objet d'aucune diffusion seront conservés 3 (trois) mois sous la forme de fichier électronique. Passé ce délai, ils seront détruits. S'agissant des Messages ayant fait l'objet d'une diffusion, ceux-ci seront conservés 1 (un) an sauf à ce qu'une nouvelle diffusion soit envisagée au-delà de ce délai.

4.7 La Régie se réserve la faculté de refuser toute remise d'un Message non conforme notamment si la durée annoncée n'est pas respectée, ou d'exiger que l'Annonceur paye le prix réel du Message en fonction de sa durée effective.

4.8 Dans le cas où l'Acheteur demanderait le changement d'un Message, livrerait un Message de substitution à moins de 2 (deux) jours ouvrés de la diffusion antenne, ou une diffusion en « Real Time Advertising », des frais de mise à l'antenne par Chaîne lui seront facturés.

4.9 Dans le cas où l'Acheteur souhaiterait apporter des modifications techniques ou visuelles et après validation de la Régie, des frais techniques lui seront facturés.

04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

DISPOSITIONS COMMUNES

1. MODALITÉS DE RÉSERVATION ET D'ANNULATION

1.1 La programmation ouverte au parrainage et faisant l'objet, le cas échéant, d'une mise en ligne sur les Supports Digitaux, peut être commercialisée au sein d'une même proposition commerciale regroupant l'Espace de Parrainage télévisé et son extension digitale dans le cadre du dispositif "Sponsoring Digital". Lors de la réservation d'un Espace de Parrainage incluant un dispositif "Sponsoring Digital", celui-ci sera régi par les présentes Conditions Générales de Vente "Parrainage".

1.2 La Régie prend acte de la demande de réservation d'un Espace de Parrainage à la réception de l'attestation de mandat.

1.3 Dans le cas où l'Annonceur n'utiliserait pas les services d'un Mandataire, il devra notifier sa réservation par mail au plus tard 15 (quinze) jours calendaires avant la première date de diffusion du Message.

1.4 L'achat ferme d'un Espace de Parrainage donne lieu à l'établissement d'un Ordre d'Insertion. Cet Ordre doit être retourné signé 8 (huit) jours ouvrables avant la première diffusion du Message. Dans le cas contraire, la Régie se réserve le droit de ne pas diffuser le Message concerné.

Sauf disposition particulière spécifiée dans l'Ordre d'Insertion, l'Annonceur ne dispose d'aucune priorité quant à la reconduction de l'Ordre d'Insertion sur l'achat d'Espaces de Parrainage autour du Programme.

1.5 L'Ordre d'Insertion est personnel et ne peut en aucun cas être cédé.

1.6 Par la souscription d'un Contrat de parrainage, l'Annonceur accepte expressément que, eu égard aux règles de déontologie applicables en matière de Parrainage, édictées par des sociétés, associations et institutions professionnelles (telles que l'ADMTV, l'ARPP, l'ARCOM,...), la Régie se réserve la possibilité de limiter le nombre de présences d'un ou plusieurs Annonceurs autour d'un Programme et/ou de limiter le nombre de diffusions d'un Message sur une même journée ou sur une heure d'horloge donnée.

1.7 En cas d'annulation par l'Annonceur d'un Ordre d'Insertion :

- A plus de 120 (cent vingt) jours calendaires de la première diffusion du Programme ou de son enregistrement : la Régie facturera à l'Annonceur des indemnités de compensation égales à 20 % (vingt pourcent) du montant net total de l'Ordre d'Insertion.

- Entre 60 (soixante) et 120 (cent vingt) jours calendaires avant la première diffusion du Programme ou de son enregistrement : la Régie facturera à l'Annonceur des indemnités de compensation égales à 50 % (cinquante pourcent) du montant net total de l'Ordre d'Insertion.
- Moins de 60 (soixante) jours calendaires avant la première diffusion du Programme ou de son enregistrement et en cours de diffusion d'un Message : la Régie facturera à l'Annonceur des indemnités de compensation égales à 100 % (cent pourcent) du montant net total de l'Ordre d'Insertion.

1.8 Dans les cas d'annulation décrits à l'article 1.7 ci-dessus, la Régie facturera à l'Annonceur la totalité des frais techniques engagés.

2. PARTENAIRES OFFICIELS

Les Annonceurs qui seraient « partenaires officiels » d'événements bénéficient d'une priorité d'achat des Espaces de Parrainage liés aux retransmissions desdits événements.

Cette priorité d'achat l'emporte sur toute priorité éventuellement inscrite dans un Ordre d'Insertion conclu antérieurement par CANAL+ BRAND SOLUTIONS avec un autre Annonceur.

Le bénéfice de la priorité d'achat exclue le bénéfice de la priorité de reconduction.

3. GESTION DES PARRAINS CONCURRENTS

La Régie s'engage envers l'Annonceur à ne pas proposer, pendant la durée de l'Ordre d'Insertion, des Espaces de Parrainage autour du Programme qu'il parraine à une marque correspondant à un produit ou un service relevant du même code secteur à 8 chiffres (famille, classe, secteur, variété - conformément à la Nomenclature de l'ADMTV) que celui promu par l'Annonceur dans le cadre du Message :

- dans les Ecrans Publicitaires situés avant, pendant et après les Programmes parrainés ou avant ou après les bandes annonces faisant la promotion de ces Programmes,
- sur les bandes annonces et génériques d'un autre Programme situé avant, pendant ou après les Programmes ou les bandes annonces du Programme parrainé.

L'Annonceur ou son Mandataire ayant contracté un Ordre d'Insertion ne dispose d'aucun droit de regard sur le contenu des Ecrans Publicitaires.

4. PRISE D'OPTION

4.1 Un Acheteur peut retenir auprès de la Régie, sous forme d'option, un ou plusieurs Espaces de Parrainage proposés à la vente.

La prise d'option doit faire l'objet d'un envoi écrit horodaté, indiquant le nom de l'émission, les dates retenues, le nom de l'Annonceur et de sa marque, ainsi que le montant financier de l'Ordre d'Insertion. L'envoi de ce document implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente.

Toute demande de prise d'option doit concerner un seul Annonceur et faire l'objet d'un courrier électronique distinct par Annonceur.

Lorsqu'une demande est effectuée pour le compte d'un Groupe Annonceurs, l'Annonceur concerné doit être expressément identifié. La seule mention du Groupe Annonceurs n'est pas suffisante. La demande devra préciser la société, la marque ou l'entité bénéficiaire de l'option.

A défaut d'identification précise de l'annonceur concerné, la Régie pourra considérer la demande comme irrecevable.

Une option reçue d'un Mandataire de l'Annonceur doit impérativement être accompagnée de l'attestation de mandat de parrainage signée par l'Annonceur et son Mandataire.

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

Une option est personnelle à l'Annonceur et ne peut en aucun cas être cédée.

La Régie se réserve le droit de ne pas proposer la prise d'options sur certains Programmes et pour des dispositifs d'une durée inférieure à 4 (quatre) semaines, sauf dispositifs événementiels. Cette décision fait l'objet d'une information à l'attention des Annonceurs et de leurs Mandataires.

La Régie accuse réception de l'option par écrit en indiquant à l'Acheteur la date d'échéance à l'issue de laquelle l'option devient caduque à défaut de confirmation.

Si l'option est prise plus de 3 (trois) mois avant la date de la première diffusion du Message, la durée de l'option est de 10 (dix) jours ouvrés.

Si l'option est prise moins de 3 (trois) mois et de plus de 4 (quatre) semaines avant la date de la première diffusion du Message, la durée de l'option est de 5 (cinq) jours ouvrés.

En tout état de cause aucune demande d'option ne sera acceptée à moins de 4 (quatre) semaines de la date de la première diffusion du ou des Programme(s) retenu(s).

4.2 Si plusieurs Acheteurs ont posé une option pour un même dispositif, la priorité est donnée à celui ayant posé l'option sur la période la plus longue.

En cas d'options multiples sur une période identique, l'ordre de réception des options à la Régie prime.

Si un nouvel Acheteur se présente avec une option d'achat avec un nombre de semaines consécutives supérieur aux options déjà enregistrées, les rangs d'option pourront être modifiés par la Régie. La période demandée n'est pas modifiable en cours d'option. Si un Acheteur présente une offre d'achat ferme :

- **Si l'offre d'achat ferme concerne un Espace de Parrainage pour la même durée que celle des options en cours :**

Tous les Acheteurs ayant posé une option auront 2 (deux) jours ouvrés pour confirmer leur option prioritaire en achat ferme. Les confirmations d'achat ferme reçues pendant ce délai de 2 (deux) jours ouvrés sont retenues en respectant le critère de la longueur de la période confirmée puis l'ordre chronologique de réception des options à durée égale de dispositif.

Ce délai est réduit à 1 (un) jour ouvré pour une prise d'option dans un délai compris entre 8 (huit) à 4 (quatre) semaines à la date de diffusion du Message.

La durée de l'option ne peut en aucun cas être prolongée.

- **Si l'offre d'achat ferme concerne un Espace de Parrainage dont la période est plus longue que celle de la ou les option(s) en cours**

La Régie pourra accepter la demande d'achat ferme sans attendre l'issue du délai de confirmation de la ou les option(s) en cours.

- **Dans le cas où un Acheteur s'engage par écrit sur l'achat ferme d'un Espace de Parrainage pour une période plus courte que celle prévue dans une ou plusieurs options de rang d'option supérieur (ex : en rang 1 et/ou 2)**

La Régie informera par mail les Acheteurs se trouvant à un rang d'option supérieur qu'ils disposent alors d'un délai de 72 (soixante-douze) heures ouvrées, à compter de l'envoi dudit mail, pour confirmer leur achat ferme.

4.3 La Régie se réserve le droit de proposer à la vente des Espaces de Parrainage sur lesquels un Acheteur bénéficie d'une priorité d'achat en application de l'article 2 (« partenaires officiels »).

Dans l'hypothèse où cet Acheteur n'exercerait pas son droit de priorité, ces Espaces de Parrainage pourront faire l'objet d'achat ferme ou d'options par d'autres Acheteurs.

En cas de proposition d'achat ferme par d'autres Acheteurs, ces propositions seront prises en compte par ordre chronologique de réception.

A la date d'expiration de la priorité d'achat, en fonction de la décision de l'Acheteur prioritaire, la Régie confirmera ou non les propositions d'achat ferme des autres Acheteurs. Si un Acheteur fait une proposition d'achat ferme, le ou les Acheteurs bénéficiant d'une option se verront appliquer les stipulations de l'article 4.2.

4.4 La Régie se réserve le droit de modifier les règles d'option sur les Espaces de Parrainage proposés autour des Programmes et, le cas échéant, des bandes annonces associées. Ce point est alors explicité lors de l'envoi de la proposition au marché.

5. PRIORITE DE RECONDUCTION

La Régie se réserve le droit d'accorder une priorité de reconduction à tout Annonceur ayant déjà acheté un Espace de Parrainage d'un Programme pour une durée minimum de 6 (six) mois consécutifs, s'il en fait expressément la demande, pour l'achat du même Espace de Parrainage pour une durée minimum de 6 (six) mois consécutifs, sur une période identique l'année suivante.

La Régie pourra également proposer une priorité de reconduction à tout Annonceur ayant acheté un Espace de Parrainage autour d'une programmation événementielle considérée comme telle par la Régie. A réception de la proposition, l'Annonceur bénéficiera d'un délai de 2 (deux) semaines pour l'accepter. A défaut de réponse, l'Espace de Parrainage est remis à la disposition de la Régie.

En cas de couplage d'offres de Parrainage avec des Opérations Spéciales, la priorité de reconduction porte sur l'intégralité du dispositif, elle ne pourra faire l'objet d'aucune reconduction partielle ou dissociation.

6. MODIFICATIONS DES CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES ET DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

6.1 Les Conditions Commerciales et Tarifaires Parrainage et les présentes Conditions Générales de Vente applicables aux Messages sont celles en vigueur à la date de diffusion desdits Messages mentionnés dans l'Ordre d'Insertion souscrit par l'Acheteur. Toutefois, compte tenu des impératifs légaux, des pratiques et usages de la profession auxquels la Régie est assujettie, la Régie se réserve la faculté de modifier ces Conditions. Ces modifications rendront effet à compter de leur publication sur le site internet de la Régie à l'adresse www.canalplusbrandsolutions.fr.

6.2 En cas de modification des Conditions Tarifaires, l'Acheteur reçoit alors un Ordre d'Insertion rectificatif :

- Soit il accepte les modifications proposées et renvoie l'Ordre d'Insertion rectificatif signé, étant entendu que l'absence de réponse de l'Acheteur sous 8 (huit) jours calendaires, à compter de la réception de l'Ordre d'Insertion rectificatif, vaut acceptation de sa part de cet Ordre rectificatif ; en conséquence, la Régie exécutera l'Ordre d'Insertion rectificatif et l'Acheteur sera redevable de son paiement.
- Soit il refuse les modifications par écrit sous 8 (huit) jours calendaires à compter de la réception de l'Ordre rectificatif ; le ou les Messages concernés sont alors annulés à compter de la notification de ce refus, sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.

6.3 La Régie s'engage à prévenir l'Acheteur dès que possible des éventuelles modifications du contenu de la programmation de la Chaîne pouvant concerner le Programme parrainé comme des éventuels retards et modifications des horaires de diffusion d'un ou de plusieurs Programmes.

Dans l'hypothèse où il serait décidé d'arrêter la diffusion d'un ou de plusieurs Programmes parrainés ou dans l'hypothèse d'une modification des horaires de diffusion d'un ou de plusieurs Programmes qui aurait une incidence défavorable sur les performances média des Espaces de

Parrainage achetés, la Régie s'engage à proposer à l'Acheteur une reconduction de l'Ordre d'Insertion, selon les nouvelles disponibilités de la grille de programmation de la Chaîne ou un autre partenariat dans un délai de 2 (deux) mois suivant :

- La date de la dernière diffusion du Message, lorsque le Message a été diffusé ;
- La date à laquelle aurait dû avoir lieu la première diffusion du Message, lorsque le Message n'a pas été diffusé.

6.4 En cas de rupture de l'Ordre dans les cas visés au présent article 6, l'Acheteur sera redevable des montants dus pour les émissions jusqu'à la date d'expiration de l'Ordre et, le cas échéant, pour ceux enregistrés et non encore diffusés avant la date de notification de leur refus, ainsi que de la totalité des frais techniques qui ont été engagés par la Régie.

6.5 Les horaires de diffusion des Programmes et des bandes-annonces associées ne sont donnés qu'à titre indicatif et ne comportent pas de garantie d'horaire de diffusion. Ces indications ne tiennent pas compte des éventuels retards, modifications des horaires de diffusion d'un ou plusieurs Programmes comme des éventuelles déprogrammations. L'Acheteur ne peut donc se prévaloir de l'un des événements visés ci-dessus pour demander une modification des stipulations de l'Ordre ou son annulation (sans préjudice des dispositions prévues ci-dessus).

Par ailleurs, la Régie est seule décisionnaire du plan de roulement des Messages, sauf en cas de demande spécifique de l'Annonceur. Dans cette hypothèse, la Régie se réserve le droit d'appliquer une majoration.

Les éléments nécessaires à la diffusion du Message de Parrainage devront être remis à la Régie au plus tard :

- 10 (dix) jours ouvrés avant la première diffusion pour les Chaînes Eurosport 1, Eurosport 2, Discovery Channel, Discovery Investigation et TLC ;
- 8 (huit) jours ouvrés avant la première diffusion pour les Chaînes du groupe CANAL+ et la Chaîne RTL9.

Ces délais sont communiqués à titre indicatif et pourront être adaptés en fonction des contraintes propres à certaines Chaînes ou à certains Programmes.

Pour l'application du présent article, le terme « dispositif » désigne l'ensemble des Espaces de Parrainage achetés par un même Annonceur autour d'un ou plusieurs Programmes et pouvant être déployés sur une ou plusieurs Chaînes.

Le nombre de Messages ou versions distinctes d'un même Message est limité à 3 (trois) par dispositif.

Après validation du plan de roulement par la Régie, une seule demande de modification pourra être prise en compte par mois civil et par dispositif.

6.6 En tout état de cause, la responsabilité de la Régie et/ou de l'Editeur ne pourra être recherchée dans tous les cas visés au présent article 6, notamment si les Programmes et/ou l'Ordre d'Insertion devaient être modifiés, annulés ou les dates de diffusion déplacées; à ce titre, aucune indemnité ne sera due par la Régie ou l'Editeur.

7. CREATION ET UTILISATION DU MESSAGE

7.1 Le Message doit être établi en coordination entre la Régie et/ou la Chaîne d'une part et l'Annonceur d'autre part. Dans ce cadre, l'Annonceur, ou le cas échéant son Mandataire, s'engage à prendre connaissance et respecter l'ensemble des Guidelines fournies par CANAL+ BRAND SOLUTIONS (document fourni sur demande et accessible ainsi que l'ensemble de la réglementation applicable aux Messages et aux conditions de diffusion de ces Messages de Parrainage).

7.2 CANAL+ BRAND SOLUTIONS peut opérer la conception et la production du Message. Dans ce cas, une proposition créative sera faite au client. Un devis relatif aux frais de production et de diffusion sera envoyé à l'Acheteur. Un accord particulier sera établi entre l'Acheteur et la Régie.

Cet accord particulier aura notamment pour objet de définir :

- La liste précise des éléments spécifiques du Message ;
- Le type de prestations qui seraient ainsi confiées à la Chaîne et/ou à la Régie ;
- Les modalités, notamment financières, de réalisation et/ou de production du Message comportant les éléments spécifiques, ainsi que les modalités d'exploitation éventuelle de ces Messages par l'Acheteur après sa diffusion sur la Chaîne, étant entendu qu'à défaut d'accord entre les Parties sur ce point dans le cadre de l'accord particulier, l'exploitation des Messages (à l'exception des éléments d'identification de l'Annonceur fournis par lui) restera en tout état de cause limitée à la diffusion par la Chaîne et aux utilisations visées dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente.

Dans le cas où CANAL+ BRAND SOLUTIONS n'assurerait pas la conception et la production du Message, l'Acheteur sera dans l'obligation de livrer un Message incluant une voix off neutre (c'est-à-dire une voix off ne précisant pas le nom du Programme associé) en cas de programmation du Message sur une autre émission ou Programme.

La Régie ne pourra en aucun cas être tenue responsable et n'engagera aucun frais si ces Messages incluant une telle voix off n'ont pas été fournis par l'Acheteur.

Il est également d'ores et déjà entendu que :

- L'Acheteur fournira, à ses frais, à la Chaîne et/ou à la Régie, les éléments d'identification de l'Annoncé devant être associés au Message définis par les parties (tels que logotypes, éléments de la charte graphique de l'Annoncé, ...).
- La Régie pourra exiger le règlement préalable des sommes liées à la réalisation et/ou à la production et/ou à l'exploitation du Message qui feront l'objet de cet accord particulier.
- Dans l'hypothèse où des frais devraient être engagés auprès de tiers pour la réalisation, la production et/ou l'exploitation du Message, ils seront en tout état de cause pris en charge par l'Acheteur, directement ou indirectement dans le cadre du paiement des sommes qui seront fixées dans l'accord particulier.



04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

DISPOSITIONS COMMUNES

1. MODALITES DE RESERVATION

1.1 L'Acheteur doit adresser une demande de réservation d'Espace Publicitaire Digital sur le Support Digital par mail. La Régie enregistre les réservations en fonction des disponibilités, puis renvoie à l'Acheteur un Ordre d'Insertion qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale, Ordre d'Insertion auquel souscrit l'Acheteur en le retournant signé à la Régie.

1.2 La Régie prend acte de la réservation d'une opération d'achat d'Espace Publicitaire Digital par l'Acheteur, à la réception de l'Ordre d'Insertion signé par l'Acheteur.

1.3 Tout Ordre d'Insertion doit être renvoyé signé par l'Acheteur à la Régie au plus tard 10 (dix) jours ouvrés avant la date de début de mise en ligne du Message sur le ou les Supports Digitaux concernés.

2. MODIFICATIONS DES CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES ET DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

2.1 Les Conditions Commerciales et Tarifaires Digital et les présentes Conditions Générales de Vente applicables aux Messages sont celles en vigueur à la date de mise en ligne

desdits Messages mentionnés dans l'Ordre d'Insertion souscrit par l'Acheteur.

Toutefois, compte tenu des impératifs légaux, des pratiques et usages de la profession auxquels la Régie est assujettie, elle se réserve la faculté de modifier ces Conditions. Ces modifications prendront effet à compter de leur publication sur le site internet de la Régie à l'adresse www.canalplusbrandsolutions.fr.

2.2 En cas de modifications des Conditions Tarifaires, l'Acheteur reçoit alors un Ordre d'Insertion rectificatif :

- Soit il accepte les modifications proposées et renvoie l'Ordre d'Insertion rectificatif signé, étant entendu que l'absence de réponse de l'Acheteur sous 8 (huit) jours calendaires, à compter de la réception de l'Ordre d'Insertion rectificatif, vaut acceptation de sa part de cet Ordre rectificatif ; en conséquence, la Régie exécutera l'Ordre d'Insertion rectificatif et l'Acheteur sera redevable de son paiement.
- Soit il refuse les modifications par écrit sous 8 (huit) jours calendaires, le ou les Messages concernés sont alors annulés à compter de la notification de ce refus, sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.
- Soit il demande à la Régie de lui proposer d'autres Espaces Publicitaires Digitaux en remplacement de ceux modifiés, et ce pour un budget équivalent à celui des Messages concernés et à l'exclusion de toute

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

3. ANNULATION – REPORT

3.1 En cas d'annulation ou de changement de format d'un ou plusieurs Messages, l'Acheteur doit en avertir la Régie par écrit au plus tard 20 (vingt) jours calendaires avant la mise en ligne du ou des Messages concernés.

Passé ce délai, l'Acheteur est redevable des pénalités suivantes :

- Annulation entre 20 (vingt) et 10 (dix) jours calendaires avant mise en ligne : 50,0 % du montant net total de la Campagne.
- Annulation à moins de 10 (dix) jours calendaires de la mise en ligne : 100 % du montant net total de la Campagne.

L'Espace Publicitaire annulé est remis à la disposition de la Régie

3.2 Si le Support Digital ne peut diffuser un Message à la date et à l'emplacement prévus, notamment en raison de modifications éditoriales ou à la suite de circonstances indépendantes de sa volonté, 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 correspondant à l'Espace Publicitaire Digital 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.

4. MISE EN LIGNE

4.1 L'offre Vidéo In-stream est entièrement diffusée via la norme VAST 2.0 / VAST 3.0 / VAST 4.0 et peut proposer des formats publicitaires vidéos enrichis via des redirects VPAID HTML5 pour les contenus diffusés au sein des players web (liste des périmètres et players éligibles sur demande).

4.2 Pour être mis en ligne, les éléments techniques, qui devront répondre aux spécifications techniques, devront être remis à la Régie au plus tard 3 (trois) jours ouvrés avant la date de première diffusion prévue accompagnés de l'avis favorable de l'ARPP. Passé ce délai, le prix de la (ou des) mise(s) en ligne sera intégralement dû par l'Annonceur et la Régie ne sera redevable ni de compensation, ni d'intérêt, ni d'indemnité envers l'Acheteur ou les tiers intéressés. Dans cette hypothèse, l'Espace Publicitaire Digital réservé sera remis à la disposition de la Régie.

4.3 En cas de retard dans la remise des éléments techniques, la Régie se réserve le droit de décaler d'autant la diffusion de la Campagne prévue sous réserve des disponibilités de son planning de réservation et ce sans que l'Acheteur puisse faire valoir un quelconque recours, réclamation ou demande d'indemnités à cet égard.

4.4 Dans le cas où pour des raisons techniques, ces éléments se révéleraient impropres à la mise en ligne du Message, la Régie en avertira aussitôt l'Acheteur qui devra lui fournir une nouvelle version satisfaisante.

La responsabilité de la Régie ne pourra être recherchée du fait des pertes ou dommages subis par ces documents à l'occasion de l'exécution de l'Ordre d'Insertion.

4.5 Aucune réclamation concernant la mise en ligne d'un Message ne pourra être retenue passé le délai de 3 (trois) jours ouvrés après la mise en ligne du Message.

4.6 La Régie pourra refuser toute remise d'éléments techniques non conformes.



04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

DISPOSITIONS COMMUNES

1. MODALITES DE RESERVATION

1.1 L'Acheteur doit adresser une demande de réservation d'Espaces Publicitaires Cinématographiques par mail. La Régie enregistre les réservations en fonction des disponibilités, puis renvoie à l'Acheteur un Ordre d'Insertion qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale.

1.2 La Régie prend acte de la réservation d'Espaces Publicitaires Cinématographiques sur le Support Cinéma par l'Acheteur, à la réception de l'Ordre d'Insertion signé par l'Acheteur. Toute demande de réservation vaudra comme offre ferme et définitive et comme preuve de la formation d'un contrat de vente d'Espaces Publicitaires Cinématographiques souscrit par l'Acheteur sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

L'Acheteur informe la Régie de toute modification de sa demande de réservation sans délai et avant exécution des Ordres d'Insertion. A défaut, les modifications de réservation demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à la Régie.

1.3 Tout Ordre d'Insertion doit être renvoyé signé par l'Acheteur à la Régie au plus tard 15 (quinze) jours avant la date de début de diffusion de la Campagne sur le (ou les) Support(s) Cinéma(s) concernés.

2. MODIFICATIONS DES CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES ET DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

2.1 Les Conditions Commerciales et Tarifaires Cinéma et les présentes Conditions Générales de Vente applicables aux Messages sont celles en vigueur à la date de diffusion desdits Messages mentionnés dans l'Ordre d'Insertion souscrit par l'Acheteur.

Toutefois, compte tenu des impératifs légaux, des pratiques et usages de la profession auxquels la Régie est assujettie, elle se réserve la faculté de modifier ces Conditions. Ces modifications prendront effet à compter de leur publication sur le site internet de la Régie à l'adresse www.canalplusbrandsolutions.fr.

2.2 En cas de modifications des Conditions Tarifaires, l'Acheteur reçoit alors un Ordre d'Insertion rectificatif :

- Soit il accepte les modifications proposées et renvoie l'Ordre d'Insertion rectificatif signé, étant entendu que l'absence de réponse de l'Acheteur sous 8 (huit) jours calendaires, à compter de la réception de l'Ordre d'Insertion rectificatif, vaut acceptation de sa part de cet Ordre rectificatif ; en conséquence, la Régie exécutera l'Ordre d'Insertion rectificatif et l'Acheteur sera redevable de son paiement.

- Soit il refuse les modifications par écrit sous 8 (huit) jours calendaires, le ou les Messages concernés sont alors annulés à compter de la notification de ce refus, sans indemnité de part et d'autre. Si la Régie et l'Acheteur parviennent à un accord sur une nouvelle programmation, un nouvel Ordre sera établi et signé.

3. ANNULATION – REPORT – RECLAMATION

3.1 L'Annonceur ou le Mandataire peut demander la suspension d'un Ordre d'Insertion, via une demande écrite adressée à la Régie, au plus tard 8 (huit) semaines avant la projection du Message concerné. Pour les bandes annonces ce délai est fixé à 5 (cinq) semaines au plus tard avant la projection, à l'exception du produit commercial Ecran+ dont le délai est fixé à 8 (huit) semaines au plus tard avant la projection.

Toute demande d'annulation ou de report formulée en dehors du délai précité ne pourra pas être prise en compte et l'Ordre d'Insertion sera facturé à l'Acheteur en totalité, à la date à laquelle la diffusion du Message aurait dû être programmée. Dans le cas d'un report de programmation, celui-ci ne pourra intervenir que jusqu'au 31 janvier de l'année civile suivante en fonction des disponibilités de planning.

3.2 L'absence de diffusion du Message dans la limite de 5,0 % (cinq pourcent) du nombre de salles figurant sur l'Ordre d'Insertion (liste disponible sur le site www.canalplusbrandsolutions.fr), ne peut entraîner aucune réclamation de l'Acheteur, ce qu'il accepte expressément. La responsabilité de la Régie ne pourra excéder en montant les sommes payées par l'Acheteur au titre de la Campagne concernée.

3.3 En cas d'impossibilité de projection prévue dans une salle du fait de son exploitant (incident technique, projection « no kids », travaux, fermeture, ...) ou de la survenance d'un cas de force majeure, la responsabilité de la Régie ne pourra être engagée. Dans ce cas la Régie proposera à l'Acheteur le remplacement de sa ou ses projections au réel acheté à périmètre équivalent de fréquentation.

3.4 Si les Messages ont une durée supérieure à celle annoncée sur l'Ordre d'Insertion concernant les Bandes annonces, la Régie peut, suivant le cas, soit demander leur réduction à la durée initialement prévue, soit accepter de les diffuser en facturant le prix applicable à la durée réelle. La Régie se réserve le droit de supprimer le Message s'il n'y a plus d'Espace disponible au sein de la bande publicitaire du ou des Support(s) Cinéma(s) concerné(s).

3.5 Si les Messages ont une durée inférieure à celle annoncée sur l'Ordre d'Insertion concernant les bandes annonces, l'annonceur peut modifier son format jusqu'à 3 semaines avant la date de diffusion.

Au-delà, la Régie peut, soit demander leur allongement à la durée initialement prévue, soit accepter de les diffuser en facturant le prix applicable à la durée contractuelle.

3.6 Toute réclamation concernant des projections jugées défectueuses par l'Annonceur doit impérativement être adressée par écrit à la Régie au plus tard 48 (quarante-huit) heures après l'expiration de la semaine de projection à défaut de quoi elle ne leur sera plus opposable.

3.7 L'Acheteur peut demander les modifications suivantes sur les campagnes de publicité commerciale : format / dates / dispositif via une demande écrite adressée à la Régie au plus tard 7 (sept) semaines avant sa date de démarrage de diffusion, sous réserve de son acceptation de la modification des tarifs qui en résulte. En cas de modification ou d'annulation par l'Acheteur d'une Campagne, la Régie se réserve le droit de facturer à l'Acheteur les frais réels liés au traitement des éléments techniques recus.

3.8 Tous les Acheteurs ayant posé en premier une option d'emplacement préférentiel auront 2 (deux) jours ouvrés pour confirmer leur option prioritaire en achat ferme dès lors que l'option suivante aura été confirmée.

4. GARANTIES

4.1 La Régie peut être amenée à montrer plusieurs produits ou Annonceurs concurrents dans les mêmes bandes publicitaires. Aucune exclusivité ne peut être garantie au sein de la bande publicitaire.

4.2 A l'exclusion des Ordres d'Insertion relatifs aux bandes annonces, la Régie garantit l'audience prévisionnelle prévue sur l'Ordre d'Insertion de tous les dispositifs hors suivis de films et s'engage à prolonger la Campagne jusqu'à son objectif d'audience en fonction des disponibilités planning sur l'année en cours, hors vacances scolaires, et hors décembre, avec le même message et le même format indiqué sur l'Ordre d'Insertion.

5. SUIVI DE FILM ENFANT

La durée minimum d'une campagne dans le cadre d'un suivi de film Enfant est a minima de 2 (deux) semaines et concerne tous les films enfants programmés sur la période.

6. SPECIFICATIONS TECHNIQUES

6.1. SYSTEME DE DIFFUSION

La diffusion des Messages sur les Supports Cinéma se fait sur une base hebdomadaire. L'Espace Publicitaire Cinématographique s'achète à la semaine, la bande publicitaire étant diffusée comme les longs métrages, du mercredi au mardi soir suivant.

Le matériel nécessaire à la projection numérique est un DCP (Digital Cinéma Package), fichier correspondant au Message.

Une playlist est élaborée, correspondant à l'ordre de passage des Messages publicitaires d'une semaine donnée.

La Régie envoie aux Supports Cinéma 6 (six) jours avant la diffusion du/des Messages, la playlist et les DCP en utilisant un système de transmission sécurisée.

6.2. FOURNITURE DE MATERIEL

L'Acheteur s'engage à remettre à la Régie, dans les délais prévus par la notice technique fournie avec l'Ordre d'Insertion, les éléments techniques nécessaires à la diffusion du Message, conformes aux prescriptions de la Régie quant aux caractéristiques de ces éléments techniques tels que définis sur l'Ordre d'Insertion et sur la notice technique. Tout retard, défaut, et erreur de livraison du matériel ainsi que la fourniture d'éléments techniques impropres à la diffusion du Message ou en nombre insuffisant ne pourront entraîner aucune modification de l'Ordre d'Insertion tant en ce qui concerne le prix que la période de projection.



04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES

PUBLICITÉ TV

PUBLICITÉ TV SEGMENTÉE

PARRAINAGE

DIGITAL

CINÉMA

DISPOSITIONS COMMUNES

1. GROUPE D'ANNONCEURS

La Régie offre à tout groupe de sociétés qui en fait la demande la possibilité de constituer un Groupe d'Annonces qui sera considéré comme une entité unique pour l'application des Conditions Commerciales et Tarifaires. Cette demande devra être faite par écrit sur courrier à en-tête de l'entité juridique qui contrôle les autres sociétés du groupe.

2. ATTESTATION DE MANDAT

Dans le cas où un Annonceur a confié ses opérations d'achat d'Espaces à un Mandataire, en vertu d'un contrat de mandat, ce dernier devra transmettre une attestation de mandat via MyMandat, la plateforme de dématérialisation des attestations de mandat d'EdiPub.

3. CONDITIONS FINANCIÈRES

3.1 FACTURATION

3.1.1 Les tarifs communiqués s'entendent hors TVA et hors éventuels impôts ou taxes nouvellement créés et qui pourraient être dus du fait de la diffusion du Message.

3.1.2 La facture de diffusion est établie mensuellement au nom de l'Annonceur par la Régie en son nom et pour le compte de la Chaîne ou du Support.

L'original de cette facture est adressé à l'Annonceur. Un double de la facture est adressé au Mandataire. La facture emporte reddition de compte au sens de l'article 23 de la loi du 29 janvier 1993.

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.

En tout état de cause, l'Annonceur reste le débiteur principal du paiement de l'Ordre d'Insertion. En aucun cas le paiement ou l'avance effectué(e) auprès de son Mandataire ne décharge l'Annonceur de son obligation envers la Régie et la Chaîne ou le Support.

Dans le cadre d'un achat d'Espaces Publicitaires Classiques, la facture vaut compte-rendu et justificatif des conditions de diffusion des Ordres d'Insertion qui y sont mentionnés.

3.1.3 Conformément aux dispositions des articles 289 et 289 bis du Code général des impôts et à la réglementation applicable à la facturation électronique, les factures et avoirs émis par la Régie sont établis sous forme électronique et mis à disposition de l'Annonceur et/ou de son Mandataire via la plateforme de dématérialisation retenue par la Régie, selon les formats et modalités prévus par les textes en vigueur.

La date de mise à disposition de la facture sur la plateforme, matérialisée par le statut légal « facture mise à

disposition », constitue la date de réception de la facture et le point de départ du délai de paiement prévu à l'article 3.2.1 des présentes Conditions Générales de Vente.

Le fichier électronique ainsi mis à disposition constitue l'original de la facture et n'existe qu'en un seul exemplaire. Les factures électroniques sont établies conformément aux normes et mentions obligatoires définies par les dispositions légales et réglementaires applicables.

3.2 RÈGLEMENT

3.2.1 Le règlement des factures afférentes à la vente d'Espaces sur les Chaînes ou les Supports est effectué à l'ordre de CANAL+ BRAND SOLUTIONS et doit intervenir 30 (trente) jours fin de mois de diffusion, et au plus tard le 10 (dix) du mois suivant.

3.2.2 Les sommes facturées non payées à l'échéance se verront appliquer, sans mise en demeure préalable, des pénalités de retard équivalentes au taux d'intérêt appliqué par la Banque centrale européenne à son opération de refinancement la plus récente majoré de 10 (dix) points de pourcentage (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois (3) fois le taux d'intérêt légal), conformément aux dispositions de l'article L. 441-10 II du Code de commerce, ainsi qu'au paiement d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement de 40 (quarante) Euros, la Régie ayant en outre la faculté de résilier l'Ordre d'Insertion de plein droit aux torts et griefs exclusifs de l'Annonceur sans que celui-ci ne puisse réclamer quelque indemnité que ce soit.

Les pénalités de retard sont exigibles le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture.

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.

3.2.3 En cas de non-respect des conditions de règlement, la Régie se réserve le droit de réviser, suspendre ou annuler les minoration tarifaires et conditions commerciales prévues aux Conditions Commerciales et Tarifaires et toute remise accordée sur facture, ainsi que de résilier de plein droit, sans indemnité, tout Ordre d'Insertion en cours. L'Annonceur est alors redevable du paiement du montant correspondant aux Espaces des Messages diffusés.

3.2.4 Le paiement anticipé (en partie ou en totalité) par l'Acheteur d'un Ordre d'Insertion ou une caution bancaire peuvent être exigés par la Régie si les circonstances le justifient, notamment dans les hypothèses suivantes :

- Investissement effectué par un nouveau client. On entend par nouveau client un nouvel Acheteur n'ayant pas investi pendant l'année civile 2026 sur une Chaîne ou un Support ;
- Investissement effectué par un Acheteur pour lequel la Régie a relevé dans le passé des incidents de paiement ;
- Investissement effectué par un Acheteur pour lequel la Régie a des doutes sur sa solvabilité.

Le paiement anticipé signifie que celui-ci doit être effectué :

- Pour la Publicité TV Classique et Segmentée : 2 (deux) semaines ouvrées
- Pour le Parrainage et le Cinéma : 4 (quatre) semaines ouvrées
- Pour le Digital : 10 (dix) jours ouvrés avant la première diffusion d'un Message.

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

4. GARANTIES

4.1 L'Annonceur garantit la Régie que tout Message respecte les règles de procédure et de contrôle déontologique en vigueur :

- Pour la Publicité TV Classique et Segmentée, et pour le Parrainage : avant diffusion ;
- Pour le Digital : avant la mise en ligne sur le Support Digital ;
- Pour le Cinéma : au plus tard 13 (treize) jours ouvrables avant la date de la première diffusion.

4.2 L'Annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires à la diffusion ou la mise en ligne de ses Messages.

Il garantit que le contenu des Messages ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire et/ou aux droits de tiers, et ne comporte aucune imputation ou allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers.

Il garantit notamment que tout Message généré, modifié ou enrichi au moyen de l'intelligence artificielle, notamment par le recours à des techniques d'hypertrucage (deepfake), est conforme à la réglementation applicable et respecte toute obligation de transparence, d'information ou de signalement requise.

4.3 L'Annonceur garantit la Régie et les Editeurs contre tout recours émanant de tiers, et notamment des auteurs, producteurs, concepteurs, réalisateurs, éditeurs, interprètes et, d'une manière générale, de toute personne qui s'estimerait lésée par la diffusion des Messages, à quelque titre que ce soit (dégradation de la qualité de la réception comprise).

A ce titre, il s'engage à indemniser la Régie et/ou les Editeurs concernés du montant de toute transaction ou condamnation définitive, en principal, intérêts et accessoires, prononcées à l'encontre de la Régie et/ou des Editeurs sur la base d'une action intentée par toute personne qui s'estimerait lésée par le Message à quelque titre que ce soit, ainsi qu'à supporter l'intégralité des frais et honoraires qui seraient mis à la charge de l'Annonceur directement ou à la charge de la Régie, ou du (ou des) Editeur(s) concerné(s). En outre, l'Annonceur s'engage à informer la Régie, dès qu'il en aura connaissance, par

courrier électronique confirmé par lettre recommandée avec accusé de réception, de toute plainte, réclamation précontentieuse, contentieuse, action ou instance portant à quelque titre que ce soit sur le Message ou le(s) produit(s) ou service(s) dont le Message assure la promotion, et ce de manière à permettre à la Régie et aux Editeur(s) concerné(s) d'exercer leurs droits.

4.4 Tout Message diffusé est, en conséquence, sous la responsabilité de l'Annonceur qui en assume les conséquences juridiques et financières.

4.5 En outre, l'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre d'Insertion confère à la Régie le droit :

- De reproduire, représenter et, le cas échéant, d'adapter tout ou partie des Messages qui lui sont remis sur toute Chaîne ou Support en vue d'une communication au public à titre gratuit, notamment sur les sites Internet ou extranet de la Régie et ce, autant de fois que la Régie le souhaitera ;
- De représenter lesdits Messages suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies sans limitation de volume, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs intermédiaires.
- Diffuser les Messages sur les Sites Internet des Chaînes compte tenu de la reprise intégrale du signal de certaines de ces Chaînes en tout ou partie.

5. RESERVES A L'ACCEPTATION D'UN MESSAGE – SUSPENSION DE DIFFUSION

La Régie se réserve le droit de refuser ou d'annuler à tout moment sans versement d'une indemnité à quelque titre que ce soit, l'exécution d'un Ordre d'Insertion qui mettrait en jeu sa responsabilité, sa déontologie ou qu'elle estimerait contraire à ses intérêts éditoriaux ou commerciaux.

La Régie se réserve le droit de refuser de diffuser ou de suspendre immédiatement tout ou partie de la diffusion d'un Message, sans versement d'une indemnité à quelque titre que ce soit, notamment :

- Si l'ARCOM, ou toute autre autorité compétente, a jugé a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du Message ;
- Bien que celui-ci ait reçu un avis favorable de l'ARPP ;
- Si le Message fait l'objet d'une réclamation d'un tiers à quelque titre que ce soit ;
- Si le Message est de nature à heurter la sensibilité du public
- et/ou de qualité technique et/ou artistique insuffisante et/ou susceptible de porter atteinte aux dispositions légales et réglementaires applicables
- et/ou comportant des éléments qui seraient susceptibles de porter atteinte aux droits et intérêts d'autrui ;

- et/ou de manière générale d'engager la responsabilité de CANAL+ BRAND SOLUTIONS à l'égard de l'Editeur ou des exploitants de salles (pour le Cinéma).

Dans ces hypothèses, l'Acheteur fera son affaire et prendra toutes les dispositions nécessaires pour faire cesser la ou les réclamation(s) en question ou pour rendre le Message conforme et ce, sans préjudice de la faculté pour les Editeurs et/ou la Régie de mettre en œuvre les conditions d'annulation prévues dans les Dispositions Spécifiques. Il est entendu qu'en cas de suspension de la diffusion, la Régie pourra exiger le paiement par l'Acheteur du prix des Espaces Publicitaires réservés. Dans l'éventualité où l'Acheteur souhaiterait reprendre la diffusion, il s'engage à livrer un Message de remplacement conforme dans les plus brefs délais.

Elle se réserve également le droit de refuser de diffuser tout Message qui conduirait à faire la promotion directe ou indirecte d'un concurrent d'une Chaîne ou d'un Support ou qui comporterait des rappels ou des éléments d'un programme dont les droits sont détenus par un concurrent d'une Chaîne ou d'un Support, ou dans lequel figure un animateur, un collaborateur connu, un programme, etc. d'un concurrent de ladite Chaîne ou dudit Support.

6. ETHIQUE CONFORMITE ET LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

6.1 ANTICORRUPTION

L'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire s'engagent à se conformer aux lois et règlements applicables en matière de lutte contre la corruption, à ne pas les enfreindre ni contraindre la Régie à les enfreindre.

Ces lois et règlements incluent, la loi du 9 décembre 2016 relative à la lutte contre la corruption (dite « loi Sapin 2 »), le Foreign Corrupt Practices Act du 19 décembre 1977 et le UK Bribery Act du 8 avril 2010.

Ils se conformeront à toutes les interdictions en vigueur concernant les transactions avec des personnes morales, organisations, gouvernements ou individus figurant sur les listes de sanctions nationales ou internationales adoptées par les Nations Unies, les Etats-Unis d'Amérique et les pays appartenant à l'Union Européenne (Listes des Personnes sous Sanction).

L'Annonceur et, le cas échéant son Mandataire, certifie qu'aucun de leurs actionnaires ou associés, administrateurs, directeurs, employés, sous-traitants, agents ou toute autre tierce partie agissant pour leur compte dans le cadre de l'exécution de ces Conditions Générales de Vente n'est une personne ou une organisation figurant sur les Listes de Personnes sous Sanction. Ils s'engagent également à se conformer aux principes et règles de conduite ("Code anticorruption") du groupe CANAL+, disponible sur demande.

En particulier, ils s'engagent à :

- ne pas offrir, payer ou promettre de payer, ni autoriser le paiement d'une quelconque somme d'argent ou de toute chose de valeur ;
- à toute personne privée ou exerçant une fonction publique, notamment tout agent ou employé gouvernemental, agissant pour le compte d'un gouvernement, tout représentant de parti politique, tout candidat à une charge publique ou tout agent ou employé d'une organisation publique internationale ou un membre de leur famille ;
- dans le but d'obtenir directement ou indirectement un avantage indu à leur bénéfice ou à celui de la Régie.

L'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire s'engagent à prendre toutes les mesures nécessaires pour s'assurer que leurs représentants, employés, sous-traitants, agents et autres tiers agissant pour leur compte dans le cadre de ces Conditions Générales de Vente se conforment à cet article.

6.2 VIGILANCE ET RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

6.2.1 L'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire s'engagent à respecter l'ensemble des normes nationales et internationales relatives aux enjeux sociaux et de droits humains, éthiques et de conformité ainsi que les enjeux environnementaux qui sont applicables à leurs activités, notamment ceux issus du Pacte Mondial des Nations Unies, de la Charte internationale des droits de l'homme, de l'Organisation Internationale du Travail et de l'OCDE.

Dans le cadre de ses engagements en matière de conformité et de responsabilité sociétale d'entreprise, CANAL+ BRAND SOLUTIONS, a mis en place une Charte Achats Responsables, disponible sur demande, qui expose les principes applicables aux activités relatives à ses achats et à sa chaîne d'approvisionnement.

L'Acheteur s'engage à respecter l'ensemble des engagements figurant dans cette Charte Achats Responsables ou tout autre engagement équivalent pris formellement par l'Acheteur, qui constituent des obligations essentielles à sa conclusion et sa bonne exécution.

L'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire s'engagent à répercuter les engagements de la présente clause à l'ensemble de leurs interlocuteurs intervenant dans le cadre de l'exécution des présentes Conditions Générales de Vente et à prendre toutes les mesures raisonnables pour que leurs employés, leurs sociétés et entités affiliées, sous-traitants et fournisseurs, agents, mandataires ou tout tiers intervenant directement ou indirectement de quelque façon que ce soit dans le cadre de l'exécution des présentes Conditions Générales de Vente, se conforment également à ces obligations.

Dans le cadre de la diffusion de ses Messages sur les Chaînes et Supports, l'Annonceur s'engage à apporter une attention particulière au respect des dispositions de la Recommandation « Développement Durable » de l'ARPP dans sa version la plus récente et accessible sur le site de l'ARPP.

6.2.2 Le groupe CANAL+ ainsi que la Régie se sont engagés par ailleurs à favoriser le pluralisme, la parité et la diversité. Dans ce cadre, le groupe CANAL+ a mis en place une charte Mixité – Diversité (ci-après « la Charte ») disponible à l'adresse suivante : <https://www.canalplus.com/chartes-partenaires-production>.

L'Acheteur s'engage à faire ses meilleurs efforts pour respecter et faire respecter les principes énoncés dans cette Charte en vue de contribuer à une meilleure représentativité de la mixité et la diversité tant au sein de son entreprise, auprès de ses sous-traitants qu'au sein des Messages produits pour la Régie.

6.2.3 Le groupe CANAL+ est membre fondateur de l'association ECOPROD destinée à promouvoir et développer auprès des professionnels de la production audiovisuelle des outils pour réduire l'empreinte écologique des tournages et de produire des contenus audiovisuels plus respectueux de l'environnement. Dans ce cadre, le groupe CANAL+ a mis en place une charte ECOPROD figurant à l'adresse suivante : <https://www.canalplus.com/chartes-partenaires-production>.

L'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire sont invités à suivre les recommandations du groupe CANAL+ telles que prévues dans la charte ECOPROD susvisée en vue de contribuer à la diminution de l'impact environnemental de la production des contenus.

6.3 DISPOSITIONS COMMUNES

L'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire s'engagent à signaler sans délai à la Régie tout risque de manquement aux présentes obligations et à l'informer des mesures correctives mises en place, et dans le cas où la Régie émettrait une suspicion de manquement, l'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire coopéreront en toute transparence avec elle pour déterminer si un tel manquement est avéré et, le cas échéant, les mesures correctives associées.

Ils s'engagent à communiquer sur simple demande de la Régie, et aux seules fins visées par la présente clause, les coordonnées (nom du site, adresse exacte, nombre de salariés) de leurs fournisseurs, sous-traitants ou entités fabriquant des produits ou matériels ou dispensant des services, utilisés dans le cadre de la relation commerciale établie.

S'il s'avère que l'Annonceur et, le cas échéant, son Mandataire n'ont pas respecté une quelconque obligation stipulée à cet article, la Régie se réserve le droit de considérer tout manquement comme étant une violation matérielle de ces Conditions Générales de Vente et ainsi d'exercer tout droit ou recours qu'elle pourrait avoir en vertu de ces Conditions Générales de Vente ou de la loi.

La Régie se réserve le droit de conduire elle-même, ou par l'intermédiaire d'un représentant dûment autorisé ou un tiers agréé, des audits dans les locaux de l'Annonceur et, le cas échéant, de son Mandataire, aux fins de contrôler la mise en œuvre effective de la présente clause.

Sauf cas de manquement grave aux obligations de la présente clause constaté à l'occasion d'un audit de conformité, le coût de l'audit sera à la charge de la Régie. Parmi les manquements graves figurent des faits de corruption, le recours au travail des enfants, le travail forcé, toute forme de harcèlement et discrimination ou tout type de situation mettant en danger la vie, la santé ou la sécurité des travailleurs ainsi que la protection de l'environnement.

7. CONFIDENTIALITE

La Régie et l'Acheteur conviennent du caractère strictement confidentiel des conditions négociées et plus généralement de toutes les informations et documents d'ordre technique, financier, juridique ou commercial échangés en vue de la signature de l'Ordre d'Insertion ou de tout autre document contractuel et s'engagent à les maintenir comme telles vis-à-vis des tiers.

Cette obligation de confidentialité vise également les Messages transmis par l'Acheteur avant diffusion, la Régie garantissant la plus stricte confidentialité sur ces Messages.

8. FORCE MAJEURE

Dans l'hypothèse d'un cas de force majeure, tel que défini par l'article 1218 du Code civil, ayant pour conséquence la volonté par l'Acheteur de procéder à l'annulation d'un Ordre d'Insertion, l'Acheteur a l'obligation de notifier

l'événement de force majeure à la Régie, dans les 3 (trois) jours ouvrés de sa survenance, en justifiant de la nature de force majeure de l'événement et en fournissant une estimation de sa durée.

La Régie suspendra alors l'Ordre d'Insertion dans les meilleurs délais, et ce jusqu'à la fin de l'événement. Le montant de l'Ordre d'Insertion sera réinvesti par l'Acheteur à la survenance de la fin de l'événement sur la base d'un calendrier défini d'un commun accord avec la Régie.

9. DONNEES PERSONNELLES

9.1 Les données personnelles concernant les collaborateurs de l'Acheteur, enregistrées dans le cadre de l'achat d'Espaces sur les Chaînes et les Supports, sont nécessaires à la prise en compte des achats. Elles pourront être utilisées pour lui communiquer des informations relatives aux Chaînes et aux Supports, à l'Espace et aux Programmes des Chaînes et des Supports, et plus largement au marché de la publicité en général.

Ces données personnelles sont destinées à la Régie et aux sous-traitants intervenant dans le cadre de l'achat d'Espaces sur les Chaînes et les Supports.

Conformément à la réglementation en vigueur, les collaborateurs de l'Acheteur disposent de droits (droit d'accès, d'opposition, de modification, de rectification, de suppression, de portabilité et de limitation du traitement). Pour l'exercer, ils peuvent s'adresser à l'adresse mail advregie@canal-plus.com.

L'Acheteur est informé que les données personnelles peuvent faire l'objet d'un transfert en dehors de l'Union Européenne, dans le strict respect des conditions prévues par la réglementation en vigueur.

9.2 Dispositions applicables aux Cookies et autres traceurs.

L'Annonceur s'engage, tant en son nom et pour son compte qu'au nom et pour le compte de tout éventuel prestataire et/ou Mandataire, à se conformer à l'ensemble des dispositions légales, réglementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables à la protection des données, et notamment à la délibération n° 2020-091 du 17 septembre 2020 portant adoption de lignes directrices relatives à l'application de l'article 82 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée aux opérations de lecture et écriture dans le terminal d'un utilisateur (notamment aux « cookies et autres traceurs »), la délibération n° 2020-092 du 17 septembre 2020 portant adoption d'une recommandation proposant des modalités pratiques de mise en conformité en cas de recours aux « cookies et autres traceurs » et à toute autre réglementation qui viendrait s'y substituer. Par conséquent, l'Annonceur s'engage à informer la Régie de toute opération de lecture et/ou écriture d'informations dans l'équipement terminal d'utilisateurs et notamment de tout dépôt de Cookies et autres traceurs ou témoins de connexion (ci-après « Traceurs ») à l'occasion de la diffusion des Messages, et ce, au moment de la demande de réservation de l'Espace. Il est précisé que seuls les Traceurs ayant pour finalité de vérifier la bonne diffusion du Message pourront être déposés dans l'équipement terminal des utilisateurs.

En conséquence, est interdit tout dépôt ou intégration de Traceurs au sein du Message remis à la Régie et/ou au sein des Chaînes et des Supports commercialisés par la Régie et plus généralement toute action tendant à accéder à des informations stockées dans le terminal de l'utilisateur ou tendant à inscrire des informations dans cet équipement et visant à recueillir quelques données que ce soit pour une finalité autre que la vérification de la bonne diffusion du Message. Cette interdiction incombe à l'Annonceur ainsi qu'à ses éventuels partenaires techniques, prestataires et/ou Mandataire.

L'Annonceur est pleinement informé que le dépôt et/ou le traitement de Traceurs destinés à alimenter la Data Management Platform (DMP ou solution similaire) de l'Annonceur et/ou partenaires techniques, prestataires et/ou Mandataire, et d'une manière générale, toute base de données est strictement interdite.

L'Annonceur s'engage à publier sur son propre site internet une page dédiée informant l'utilisateur de l'équipement terminal de l'utilisation des Traceurs déposés par ou pour le compte de l'Annonceur.

Cette page devra contenir a minima les informations suivantes :

- l'identité du ou des responsables de traitement,
- la nature des données collectées via les Traceurs,
- la liste des finalités d'exploitation des Traceurs,
- la durée de vie des Traceurs,

- le(s) destinataire(s) des informations ainsi collectées,
- l'identité de son(ses) éventuel(s) prestataire(s) techniques et/ou sous-traitant(s),
- la manière dont l'utilisateur peut exercer son droit d'opposition, l'Annonceur s'engageant à mettre à disposition un moyen permettant de s'opposer de façon effective au dépôt des Traceurs et conforme à la réglementation applicable.

A première demande de la Régie, l'Annonceur s'engage à fournir à la Régie l'ensemble des informations précisées ci-dessus ainsi que la nature et les caractéristiques techniques des Traceurs déposés.

L'Annonceur reste seul responsable de la véracité et de l'exactitude des informations communiquées.

De plus, l'Annonceur s'engage à ce que les Traceurs déposés ne soient pas conservés sur l'équipement terminal des utilisateurs au-delà d'une durée maximale de 13 (treize) mois.

L'Annonceur est responsable de toute faille de sécurité imputable au dépôt et/ou au traitement des Traceurs effectué par lui-même ou l'un de ses partenaires techniques. Si pendant la diffusion d'une Campagne, la Régie vient à constater un manquement de l'Annonceur au présent article ou un dysfonctionnement susceptible de porter atteinte à la sécurité ou au bon fonctionnement des Chaînes et/ou Supports du fait du dépôt des Traceurs, la Régie se réserve le droit de :

- demander à l'Annonceur concerné de modifier ou désactiver le(s) Traceur(s) déposés à l'occasion de la Campagne publicitaire concernée et de supprimer les données associées,
- suspendre la Campagne jusqu'à réception des Messages purgés des Traceurs,
- mettre en place toute mesure nécessaire afin d'empêcher le dépôt de Cookies au sein des Messages de l'Annonceur.

En tout état de cause, le défaut de remise par l'Annonceur des Messages purgés des Traceurs, dans les délais prévus dans les Dispositions Spécifiques, vaut de plein droit annulation de programmation et application des pénalités prévues dans ces mêmes Dispositions.

Aucune indemnité ne pourra être réclamée par l'Annonceur du fait de l'application du présent article.

L'ensemble des obligations du présent article incombe également aux partenaires techniques, prestataires et/ou Mandataire de l'Annonceur dans l'hypothèse où ils effectueraient le dépôt et/ou le traitement des Traceurs.

9.3 Dispositions relatives au traitement des Données personnelles de l'Annonceur

En tant que responsable de traitement, l'Annonceur s'engage à se conformer à l'ensemble des dispositions légales, réglementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables à la protection des Données personnelles et notamment les dispositions du Règlement

européen 2016/679 du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données ("RGPD"), la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés ainsi que les délibérations relatives aux "cookies et autres traceurs" mentionnées au 8.2 (le "Droit applicable aux Données personnelles").

Conformément au Droit applicable aux Données personnelles, l'Annonceur s'engage (i) à ce que les personnes dont les données sont utilisées dans le cadre de l'offre DATA TIERCE aient reçu une information sur les traitements effectués par l'Annonceur et la Régie, (ii) à communiquer uniquement les données des personnes ayant donné un consentement valide via une Consent Management Platform (CMP) conforme à l'ensemble des exigences du Droit applicable aux Données personnelles ou via tout autre mode reconnu comme licite par le Droit applicable aux Données personnelles. La formulation du recueil du consentement devra mentionner (i) les différentes finalités des traitements dont le profilage, la segmentation, la personnalisation de la publicité et la mesure de la performance de la Campagne (ii) le partage avec des tiers en intégrant une liste des partenaires destinataires des données personnelles au sein de laquelle la Régie est nommée. L'Annonceur s'engage à détenir la preuve du consentement obtenu.

L'Annonceur s'engage à répercuter les signaux de non-consentement au Tiers de confiance. Il est rappelé que,

dans le cadre du Droit applicable aux Données personnelles, l'utilisateur doit pouvoir à tout moment retirer son consentement ou s'opposer au traitement de ses données personnelles (« opt-out »), ce que l'Annonceur reconnaît et accepte expressément. L'Annonceur s'engage à conclure avec le Tiers de confiance un contrat.

L'Annonceur s'engage à respecter strictement les obligations mises à sa charge dans le cadre de cet article et par le Droit applicable aux Données personnelles. L'Annonceur s'engage à tenir à disposition de la Régie, et à lui communiquer à première demande écrite, tout document ou preuve nécessaire pour démontrer son respect de la présente clause ainsi que du Droit applicable aux Données personnelles.

La Régie s'engage pour sa part à n'utiliser les Segments que pour les besoins des Campagnes de TV Segmentée de l'Annonceur en question. Elle s'engage à :

- ne pas utiliser les Segments à des fins d'enrichissement de ses propres bases de données ;
- ne pas monétiser les Segments auprès de tiers ;
- ce que les Segments soient supprimées à l'issue d'un délai convenu avec l'Annonceur. Les Segments peuvent être conservées pour une vague de Campagne ultérieure uniquement sur demande et avec accord de l'Annonceur.

En cas de réutilisation des données personnelles pour une nouvelle activation d'audience, le Partenaire s'engage à mettre à disposition des données à jour des consentements des personnes concernées.

Les parties s'engagent à assurer à tout moment un niveau adéquat de sécurité des traitements et de confidentialité des données des personnes concernées en mettant en œuvre les mesures appropriées (pseudonymisation des données, envoi sécurisé des données notamment).

L'Annonceur est désigné comme point de contact des personnes concernées pour tout exercice du droit des personnes. Dans l'hypothèse où la Régie recevrait une demande d'une personne concernée portant sur les données personnelles de l'Annonceur traitées dans le cadre du ciblage Data TIERCE, la Régie s'engage à en informer l'Annonceur. La Régie s'engage à collaborer avec l'Annonceur en vue de lui permettre d'apporter une réponse. Chaque partie est seule responsable de procéder aux modifications et suppressions nécessaires sur ses propres bases de données, systèmes d'information et fichiers de toute nature pour donner effet aux droits que tiennent les personnes concernées, lorsque les conditions d'exercice de ces droits sont remplies. Les Parties s'informeront mutuellement de toute demande d'une personne concernée nécessitant une telle opération au sein de leurs propres systèmes. Les Parties s'engagent également à collaborer en cas de demande d'une autorité de contrôle.

L'Annonceur garantit la Régie de tout préjudice ayant pour origine une action, une omission ou un manquement de sa part à ses obligations propres prévues par ou découlant de la présente clause et/ou du Droit applicable aux Données personnelles. À ce titre, L'Annonceur indemniser la Régie dans l'hypothèse où la Régie serait condamnée par une quelconque autorité de contrôle ou juridiction au

paiement d'une amende ou de dommages et intérêts pour des manquements qui sont liés à une action, une omission ou encore un manquement de l'Annonceur à ces propres obligations prévues par la présente clause et/ou le Droit applicable aux Données personnelles. Cette garantie s'appliquera notamment dès lors qu'il ressortira de la décision de condamnation de la Régie qu'elle a traité des Données personnelles pour lesquelles l'information des personnes et/ou le recueil du consentement par l'Annonceur n'étaient pas conformes au Droit applicable aux Données personnelles.

10. NON VALIDITE PARTIELLE

Si l'une des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente s'avérait nulle ou considérée comme telle en application d'une règle de droit ou à la suite d'une décision judiciaire devenue définitive, elle serait réputée non écrite sans pour autant entraîner la nullité des Conditions Générales de Vente ni altérer la validité des autres stipulations.

11. NON RENONCIATION

Le fait pour l'une des parties de ne pas revendiquer l'application de l'une des dispositions des Conditions Générales de Vente ou de ne pas se prévaloir de leur violation, ne pourra être interprété comme une renonciation par cette partie au bénéfice des dites stipulations.

12. SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

Tout document contractuel pourra être signé par voie électronique avec l'Acheteur. À ce titre, l'Acheteur reconnaît et accepte la validité juridique, et donc l'effet et la recevabilité juridique du procédé de signature électronique et convient de procéder à la signature des documents contractuels par voie électronique via le prestataire agréé de la Régie "DocuSign".

13. LOI APPLICABLE – ATTRIBUTION DE JURIDICTION

Les présentes Conditions Générales de Vente sont soumises au droit français. Tout différend relatif à la validité, à l'interprétation, à l'exécution ou à la résiliation des Conditions Générales de Vente qui ne pourrait être résolu de façon amiable dans le délai de 1 (un) mois à compter de sa survenance sera soumis à la compétence exclusive du tribunal compétent de Nanterre, nonobstant pluralité de défendeurs, demande incidente, appel en garantie, procédure d'urgence, par référé ou requête.

