

## CHARTRE D'ENGAGEMENT DE LIVRAISON DÉMATÉRIALISÉE DES FILMS PUBLICITAIRES

### 1- Intégration et pérennité du service

Le prestataire qui souhaite formaliser la livraison dématérialisée des films publicitaires auprès des régies publicitaires TV doit avoir au préalable validé avec chacune les éléments suivants :

- Critères techniques,
- Norme des fichiers,
- Mode de livraison,
- Interface.

Le prestataire s'assure de la pérennité de son service et de sa capacité à intégrer, dans le respect de cette charte, la montée en puissance de son service. Dans le cas contraire, si le service était amené à se détériorer fortement, entraînant un risque commercial pour les régies publicitaires TV pour diffusion non conforme, ces dernières pourraient se désengager conjointement et ne plus permettre à leurs clients la livraison des spots publicitaires via ce prestataire.

### 2- Contrôle qualité

Le prestataire certifie qu'un contrôle qualité est systématiquement réalisé pour chaque film publicitaire par une personne avant l'envoi aux régies publicitaires.

### 3- Suivi technique et service Client

Le prestataire met en place une équipe technique, parlant français, disponible et joignable du lundi au vendredi de 9h00 à 19h00 heures afin de pouvoir résoudre immédiatement tout problème technique émanant de sa plateforme ou de son service ; et de pouvoir renseigner les régies publicitaires sur le suivi des livraisons.

Le prestataire met en place un contact, parlant français, et disponible en cas d'urgence (hors les créneaux cités ci-dessus) et en capacité de résoudre tout problème technique émanant de la plateforme ou de son service.

### 4- Normes techniques

Les films publicitaires sont livrés à chaque diffuseur en parfaite conformité avec les normes techniques spécifiques à chacun.

Les normes techniques format sont disponibles dans les CGV des régies publicitaires. Les modalités techniques de livraison seront fournies par les régies à la demande.

Pour chaque film publicitaire envoyé, le prestataire doit envoyer, par email, une notification de livraison reprenant les informations d'identification de celui-ci (PubID, agence, annonceur, produit, titre).

### 5- Livraison des films publicitaires

Le prestataire livre les films publicitaires à la demande du diffuseur, soit en les mettant à disposition sur une plateforme à partir de laquelle le diffuseur peut les récupérer (système dit « pull »), soit en les livrant directement sur le système du diffuseur (système dit « push »). Le prestataire doit pouvoir proposer cette alternative afin que chaque diffuseur puisse choisir l'option qui s'adapte le mieux à sa procédure interne.

### 6- Instructions de diffusion

Les instructions de diffusion ne sont jamais transmises au diffuseur directement par le prestataire mais par l'annonceur ou l'agence conseil qu'il a mandatée.

### 7- Sous-titrage des films publicitaires

Conformément aux règles communes établies par l'AACC, l'UDA, l'ARPP et le SNPTV en 2015, un contrôle qualité doit être mis en œuvre pour tout film publicitaire sous-titré (option sous-titrage sourds et malentendants) avant sa livraison afin de garantir la bonne synchronisation des éléments livrés pour la mise à l'antenne et le respect des normes en vigueur, y compris les principes édictés par les professionnels concernés dans le cadre de la « Charte

de bonnes pratiques du sous-titrage des films publicitaires TV » (voir en annexe).

Concernant les fichiers de sous-titrage, le prestataire devra les livrer selon les procédures déjà mises en place par chacun des diffuseurs.

**8- Référencement dans les régies publicitaires**

Le référencement d'un nouvel acteur ne doit générer aucun frais supplémentaire pour les régies publicitaires TV.

Fait à .....

le .....

Signature du prestataire

Signature du client