CGV 2023

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 18 octobre 2022

SOMMAIRE

03

NOTRE OFFRE

19

DEFINITIONS

25

CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

PUBLICITE TV p.26
PUBLICITE TV SEGMENTEE p.40
PARRAINAGE p.44
DIGITAL p.46
CINEMA p.50

54

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

PUBLICITE TV p.56
PUBLICITE TV SEGMENTEE p.62
PARRAINAGE p.67
DIGITAL p.75
CINEMA p.79
DISPOSITIONS COMMUNES p.83

CGV 2023

NOTRE OFFRE

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

UNE OFFRE PLURIMEDIA
DIVERSIFIEE ET PUISSANTE

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

+ DE 50M

DE FRANÇAIS EN CONTACT AVEC NOS MARQUES MEDIAS CHAQUE MOIS

94%

DE COUVERTURE SUR LES 25-59 ANS

TELEVISION

CANAL+ | C8 | C STAR | CNEWS | CANAL+ FOOT | CANAL+ SPORT | CANAL+ DOCS | CANAL+ CINEMA | CANAL+ SPORT 360 | CANAL+ GRAND ECRAN | CANAL+ kids | CINE+ | POLAR+ | RTL9 | NOVELAS TV | Comédie + | PLANETE+ | PLANETE+ AVENTURE | PLANETE+ CRIME | EUROSPORT 1 | EUROSPORT 2 | INFOSPORT+ | GOLF+ | Piwi+ | téléTOON+ | Discovery CHANNEL | ID INVESTIGATION DISCOVERY | SCI DISCOVERY SCIENCE

DIGITAL

myCANAL | EUROSPORT | CNEWS | dailymotion | YouTube | STUDIO BAGEL | CLIQUE | détours | jack

CINEMA

UGC | GRAND REX

Source : Médiamétrie - Cross média vague 2022.1 hors reseaux sociaux Groupe CANAL+ et media cinéma non mesurés

NOTRE OFFRE • Télévision

Digital

Cinéma

Les Packs

C8 STAR +

PDA 25-49 ans	PDA 25-59 ans	PDA 15-34 ans
6,8%	6,3%	7,4%
+0,7PT	+0,6PT	+0,6PT

C8

7H DE PROGRAMMES INEDITS PAR JOUR

Une chaîne innovante et « feel good ». Des rendez-vous thématiques consacrés à la cuisine, l'évasion, la maison et le divertissement. Une chaîne au cœur des préoccupations des Francais. Des émissions incontournables qui s'adressent à tous avec notamment Touche pas à mon poste.

CANAL+

LA CHAINE PREMIUM QUI OFFRE DES PROGRAMMES EXCLUSIFS, ORIGINAUX ET INNOVANTS

Le meilleur du cinéma francais et international et des cérémonies prestigieuses (César, Oscars, Bafta, Mostra..) Les plus grands événements sportifs (UEFA Champions League, Ligue 1 Uber Eats, Premier League, UEFA Europa League, Top 14, F1™, MotoGP,...). Des séries made in CANAL de grande envergure sous le label Création Originale (Désordres, Marie-Antoinette, Django...) un florilège de séries étrangères singulières (Tokyo Vice, Trigger point, Your Honor saison 2). Une ouverture sur le monde avec des documentaires d'exception. En access et en clair, En Aparté et le retour de Clique.

C STAR

MUSIQUE & ENTERTAINMENT

La chaine poursuit son positionnement sur la musique et l'Entertainment, avec notamment des soirées cinéma et séries.

Source : Médiamétrie - Médiamat - PDA JDV 3h-27h – Septembre 2022 – Evolutions vs Septembre 2021

C NEWS

CHAQUE MOIS, 2 FRANÇAIS SUR 3 REGARDENT CNEWS

38M
DE FRANCAIS

9M
DE ICSP+

UNE RENTRÉE RECORD

PDA ICSP+

1,9%

MEILLEUR MOIS HISTORIQUE*

PDA 25-49 ans

1,3%

MEILLEURE RENTRÉE HISTORIQUE

Source : Médiamétrie Médiamat - Analyse Fidélité JDV seuil 10s - Septembre 2022 - couverture mensuelle
*Médiamétrie Médiamat- PDA 3h-27h JDV septembre 2022 - *record égalé*

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

1ÈRE RÉGIE THÉMATIQUE

25,6 M

TELESPECTATEURS
4 ANS ET +
CHAQUE MOIS

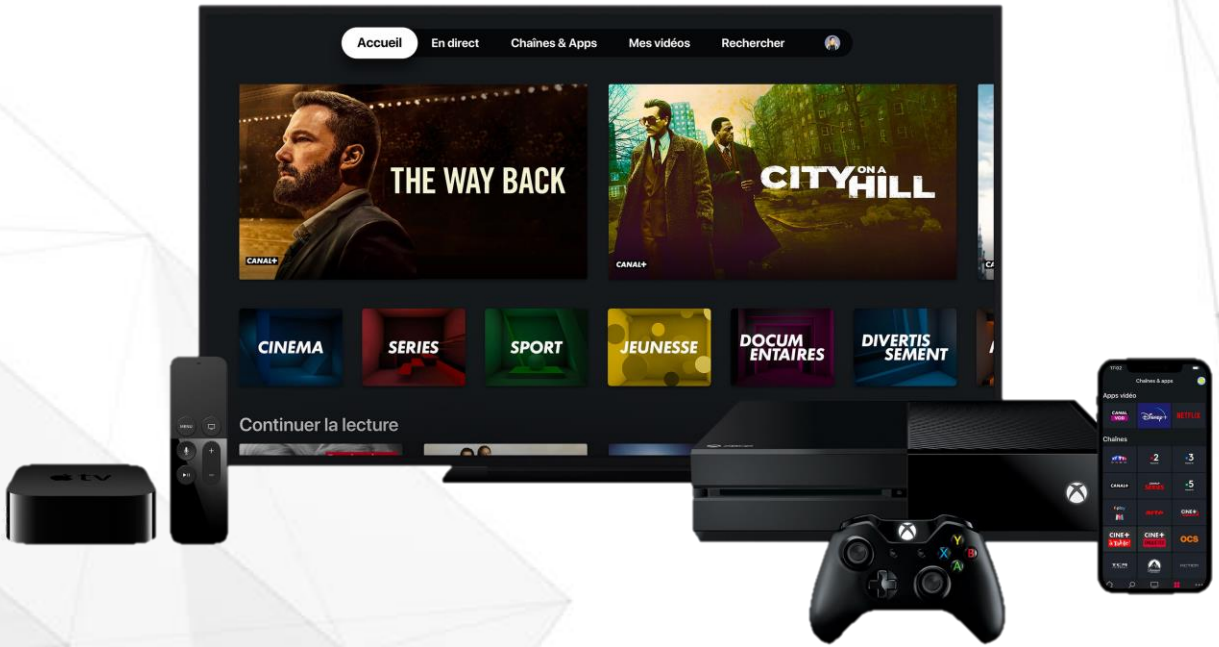
Source : Médiamétrie Mediamat Thematik – Vague 43 – concurrence étendue – couverture 4 semaines – seuil 10s ensemble de nos chaînes thématiques, RTL9 et déclinaisons CANAL+ hors chaînes non mesurées.

NOTRE OFFRE

- Télévision
- **Digital**
- Cinéma
- Les Packs

my CANAL

UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR PERSONNALISÉE ET IMMERSIVE



PUISSANTE

10,9M VISITEURS UNIQUES/MOIS

REFERENTE

#1 BRAND MEDIAS TV EN DIGITAL
*VISITEURS UNIQUES QUOTIDIENS**

COMPLETE

+1 100 NOUVEAUX CONTENUS PAR JOUR

*Source : Médiamétrie Netratings Internet Global – Juin 2022 – *Classement Sous catégorie MEDIAS TV / RADIO – visiteurs uniques jour moyen*

EUROSPORT

L'EXPERIENCE EUROSPORT
POUR VIVRE TOUTE L'ACTUALITE SPORTIVE

COMPLETE

UNE COUVERTURE EDITORIALE DE TOUS LES SPORTS

REFERENTE

#2 BRAND SPORT EN DIGITAL
*VISITEURS UNIQUES QUOTIDIENS**

PUISSANTE

5,5M VISITEURS UNIQUES/MOIS

*Source : Médiamétrie Netratings Internet Global – Juin 2022 – *Classement Sous catégorie SPORT – visiteurs uniques jour moyen*

L'INFORMATION A TOUT MOMENT

COMPLETE

TOUTE L'ACTUALITE EN DIRECT & DES RDV THEMATIQUES

EXCLUSIVE

PUBLICITE DIGITALE EN EXCLUSIVITE 100% PDV

PUISSANTE

8,5M VISITEURS UNIQUES/MOIS

Source : Médiamétrie Netratings Internet Global – Juin 2022

NOTRE OFFRE

- Télévision
- Digital
- Cinéma
- Les Packs

Le **2ème** *réseau urbain de* ***France***
Le **1er** *réseau* ***d'Île-de-France***

50 cinémas et 521 salles

Un réseau puissant qui ne cesse de se développer.
Ouverture de UGC Issy Les Moulineaux en septembre 2022.
Agrandissement de l'UGC Maillot (+8 salles)

Un profil ***urbain, jeune & CSP+***

Le réseau ***le plus présent dans l'esprit*** *des Franciliens**

96%
*D'image et d'émotions positives**

94%
De satisfaction

Indice
120
CSP+

Indice
123
25-34 ans

Indice
112
25-49 ans

* *Etude CSA : Grand Rex et UGC – Notoriété et image / Cinexpert 2021 - Indice d'affinité UGC vs Spectateurs cinéma*

Le cinéma mythique de Paris

Le plus ***Grand écran*** *de Paris pour la plus* ***grande émotion*** *: 99% d'émotion positive suscitée**

7 salles, *+ de* ***4 000 fauteuils***

Près de 750 000 entrées en 2019

Un profil ***jeune****,* ***familial*** *et* ***CSP +***

Des évènements inédits et des spectacles magiques

97%*
Le cinéma mythique de Paris

65%*
Le symbole des cinémas parisiens

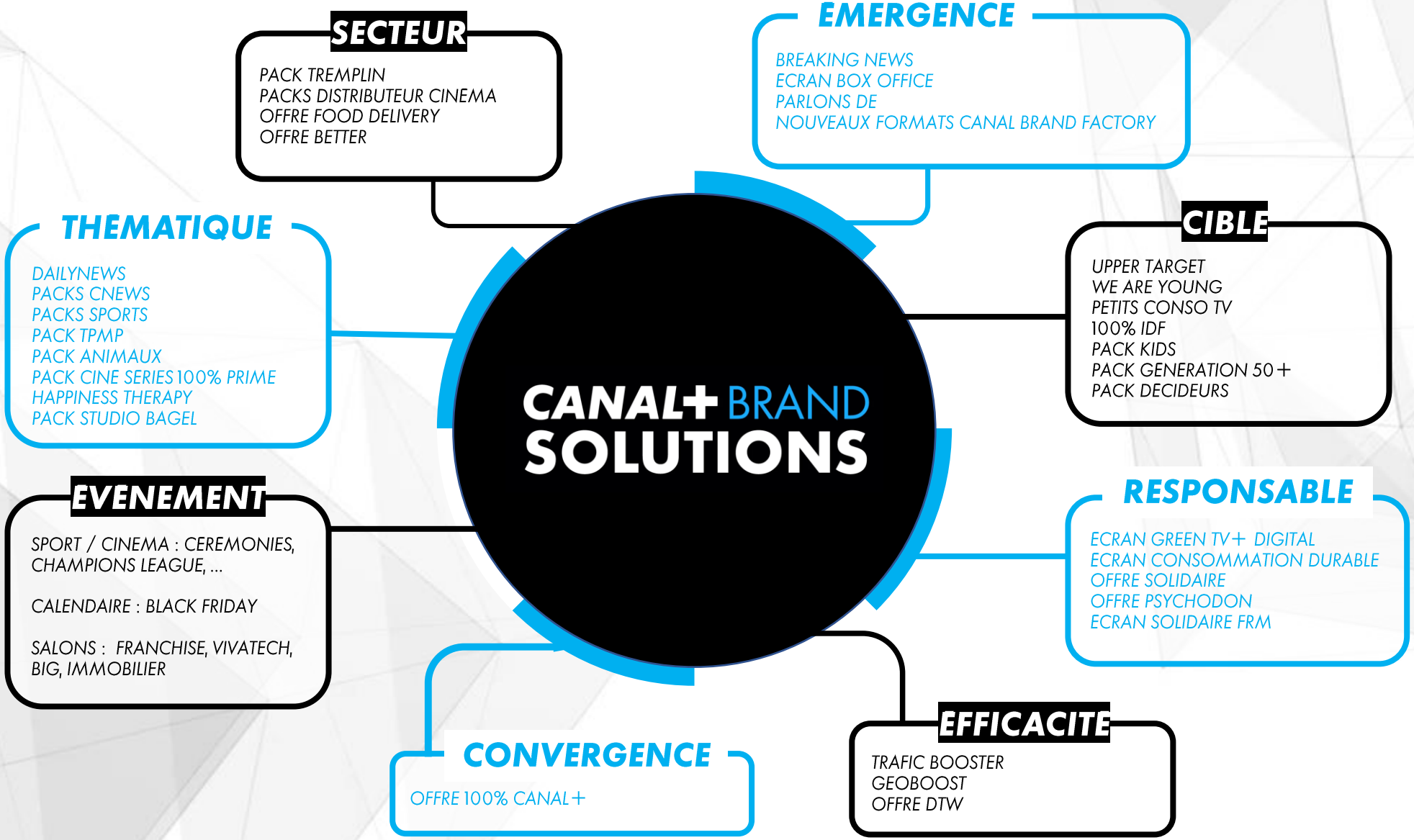
Indice
142
ICSP+

Indice
115
25-34 ans

* *Etude CSA : Grand Rex et UGC – Notoriété et image / Cinexpert 2021 – Indice d'affinité Grand Rex vs Spectateurs cinéma*

Télévision
Digital
Cinéma

NOTRE OFFRE • Les Packs



Sous réserve de modifications – Les Packs feront l'objet d'une publication marché. Liste non exhaustive.
CANAL+ BRAND SOLUTIONS se réserve la possibilité de proposer à la vente, à tout moment, des produits commerciaux, aux conditions qui leurs sont propres et qui feront l'objet d'une publication spécifique.

PACKS CINÉMA

LES **PACKAGES** CINEMA

NATIONAL

Couvrir
les plus grands pôles urbains

IDF

Toucher
Le premier réseau d'ile de France *et le cinéma le plus mythique de* ***Paris***

AFFINITE FILMS

Possibilité de faire du
suivi de films kids

AFFINITY+

Une garantie de toucher la cible CSP +

LES **OPPORTUNITES** CINEMA

VIVA L'OPERA

L'opportunité de ***parrainer un programme prestigieux***

HABILLAGE ECRANS

Présence ***unique et originale en emplacement préférentiel*** *pour surprendre le spectateur*

PROGRAMMES COURTS

Contenus exclusifs
parrainés par des marques

Sous réserve de modifications – Les Packs feront l'objet d'une publication marché. Liste non exhaustive.
CANAL+ BRAND SOLUTIONS se réserve la possibilité de proposer à la vente, à tout moment, des produits commerciaux, aux conditions qui leurs sont propres et qui feront l'objet d'une publication spécifique.

CGV 2023

DÉFINITIONS

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

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 l'ensemble des communications d'un Annonceur pour un produit et/ou un service donné. Une Campagne peut être constituée d'une ou plusieurs vagues de communication entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023.*

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+, C8, CSTAR, CNEWS, EUROSPORT 1, EUROSPORT 2, RTL9, CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT 360, CANAL+ FOOT, CANAL+ DOCS, CANAL+ SERIES, CANAL+ KIDS, CANAL+ CINEMA, CANAL+ GRAND ECRAN, CINE+ CLASSIC, CINE+ CLUB, CINE+ EMOTION, CINE+ FAMIZ, CINE+ FRISSON, CINE+ PREMIER, COMEDIE+, GOLF+, INFOSPORT+, PIWI+, PLANETE+, PLANETE+ AVENTURE, PLANETE+ CRIME, POLAR+, TELETOON+, TELETOON+1, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY SCIENCE, DISCOVERY INVESTIGATION ET NOVELAS TV.*

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 Supports CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES 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+*** *et* ***EASY+***.

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 GRP Net Garanti Indicé EASY+ : *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 saisonnalité et le coefficient EASY+ définis dans le cadre de l'achat* ***EASY+***. *Le Coût GRP Net Garanti Indicé EASY+ sera garanti au global des Supports TV programmés.*

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 Chaine 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 recu 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'Annonceurs : *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 le premier 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.*

Priming Spot : *désigne les dispositifs événementiels utilisant les transitions entre les éléments d'habillage d'une Chaîne et le Message d'une marque, inséré en début, fin ou au sein de l'écran publicitaire.*

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 du Groupe CANAL+ 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 :***
  - ***C8STAR+ :*** *désigne le Support unique agrégeant les offres d'Ecrans Publicitaires des Chaînes CANAL+, C8 et CSTAR.*
  - ***CNEWS :*** *désigne le Support comportant uniquement la Chaîne CNEWS.*
  - ***TNT+ :*** *désigne l'agrégation des Supports TV C8STAR+ et CNEWS.*
  - ***TARGETS+ :*** *désigne l'agrégation des Supports CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES*
  - ***CHAINES BIMESTRIELLES :*** *désigne le support agrégeant les Chaînes suivantes : EUROSPORT 1, EUROSPORT 2, RTL9, CANAL+ DOCS, CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT 360 et CANAL+ FOOT.*
  - ***CHAINES THEMATIQUES :*** *désigne le support agrégeant les Chaînes suivantes : COMEDIE+, GOLF+, INFOSPORT+, PIWI+, PLANETE+, PLANETE+ AVENTURE, PLANETE+ CRIME, POLAR+, TELETOON+, TELETOON+1, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY SCIENCE, DISCOVERY INVESTIGATION et NOVELAS TV.*

- ***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 diffusion numériques, linéaires et non linéaires, pouvant faire appel à des technologies de ciblage publicitaire segmenté :*
  - ***Sites Internet :*** *www.mycanal.fr – www.cnews.fr – www.jeanmarcmorandini.com – www.clique.tv – www.jack.canalplus.com – leseclaireurs.canalplus.com – www.eurosport.fr – www.rugbyrama.fr (liste non exhaustive susceptible d'évoluer en cours d'année)*
  - ***Plateformes et players vidéos tiers :***

- *Youtube : MCN CANAL+ et MCN STUDIOBAGEL sur www.youtube.com ainsi que l'ensemble de leurs contenus repris dans le player Youtube (en dehors de la Plateforme www.youtube.com);*
- *Dailymotion : Chaînes du groupe CANAL+ sur www.dailymotion.com ainsi que l'ensemble de leurs contenus repris dans le player Dailymotion (en dehors de la Plateforme www.dailymotion.com) (liste non exhaustive susceptible d'évoluer en cours d'année)*

- ***Applications :*** *MYCANAL – CNEWS – EUROSPORT – DAILYMOTION (contenus du Groupe Canal+) – YOUTUBE (contenus du Groupe CANAL+), JEANMARCMORANDINI (liste non exhaustive susceptible d'évoluer en cours d'année)*

- ***Services de télévision de rattrapage :*** *CANAL+ A LA DEMANDE – CORNER C8/CSTAR (liste non exhaustive susceptible d'évoluer en cours d'année)*

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).*

CGV 2023

CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

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 29)*
- *Achat en coût GRP :*
  - ***GARANTIE+** pour l'achat en Coût GRP Net Garanti Indicé (Disponible sur les Supports C8STAR+ et CNEWS et défini page 29)*
  - ***GARANTIE** pour l'achat en Coût GRP Net Garanti (Disponible sur les Supports CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES défini page 35)*
  - ***EASY+** pour l'achat en Coût GRP Net Garanti Indicé EASY+ (Défini page 36)*

Pour l'achat en Coût GRP Net Garanti, les briefs des Campagnes devront être envoyés via le TOP (Transverse Ordre Publicité) de Popcorn TV. L'envoi est sécurisé et permet de recevoir un accusé de réception. 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 28).
Pour les Supports CNEWS, CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES, une base d'audience de référence (Base de MEDIAPLANNING BIMESTRIELLE et MEDIAMAT'THEMATIK) 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 30 (trente) 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 36 à 38).

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

3. OUVERTURES DE PLANNING

Des périodes d'ouverture de planning sont mises en place par le Syndicat National de la Publicité Télévisée (« SNPTV »). 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.

PERIODES	PUBLICATIONS TARIFS	PERIODES	DATES D'OUVERTURE	DATES RETOUR
1	Mardi 18 octobre 2022 (CGV + tarifs)	Janvier – février 2023	Mardi 15 novembre 2022	Mardi 29 novembre 2022
2	Mardi 6 décembre 2022	Mars – avril 2023	Vendredi 13 janvier 2023	Lundi 30 janvier 2023
3	Mardi 14 février 2023	Mai – 20 août 2023	Vendredi 17 mars 2023	Lundi 3 avril 2023
4	Mardi 9 mai 2023	21 août – 05 novembre 2023	Vendredi 2 juin 2023	Lundi 19 juin 2023
5	Mardi 27 juin 2023	06 novembre – décembre 2023	Vendredi 8 septembre 2023	Lundi 25 septembre 2023

Les ouvertures du secteur jeux/jouets sur CANAL+ KIDS, PIWI+ et TELETOON+ se feront le vendredi 2 juin 2023 pour l'ensemble de la période allant du 21 août au 31 décembre 2023.

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 VISIPLUS correspondent à la première, la seconde, la troisième, l'antépénultième, l'avant-dernière et la dernière position des ECRANS+. Les demandes de Messages VISIPLUS 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 C8STAR+ et CNEWS 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 minimum et de 6 (six) semaines maximum*
- *Un ou des format(s) inférieur(s) ou égal(égaux) à 40 (quarante) secondes.*

Un Coût GRP Référent Base 100 sera négocié sur la cible de communication de la Campagne et sera identique entre C8STAR+ et CNEWS. 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 32) : des indices seront appliqués sur le Coût GRP Référent Base 100 en fonction des périodes de communication choisies.*
- *INDICE PARTENAIRE (Défini page 33) : sur chaque Campagne un indice sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 en fonction :*
  - *du poids investi sur les CHAINES TNT+, les CHAINES BIMESTRIELLES ainsi que sur les CHAINES THEMATIQUES;*

- *du référencement d'au moins une CHAINE BIMESTRIELLE et une CHAINE THEMATIQUE;*
- *de sa présence sur la période des ouvertures de planning.*

- *INDICE DE CRITERE MEDIAPLANNING (Défini page 34) : un indice sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 selon le module choisi. Les modules sont définis en fonction du nombre de critères de médiaplanning souhaité 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.*

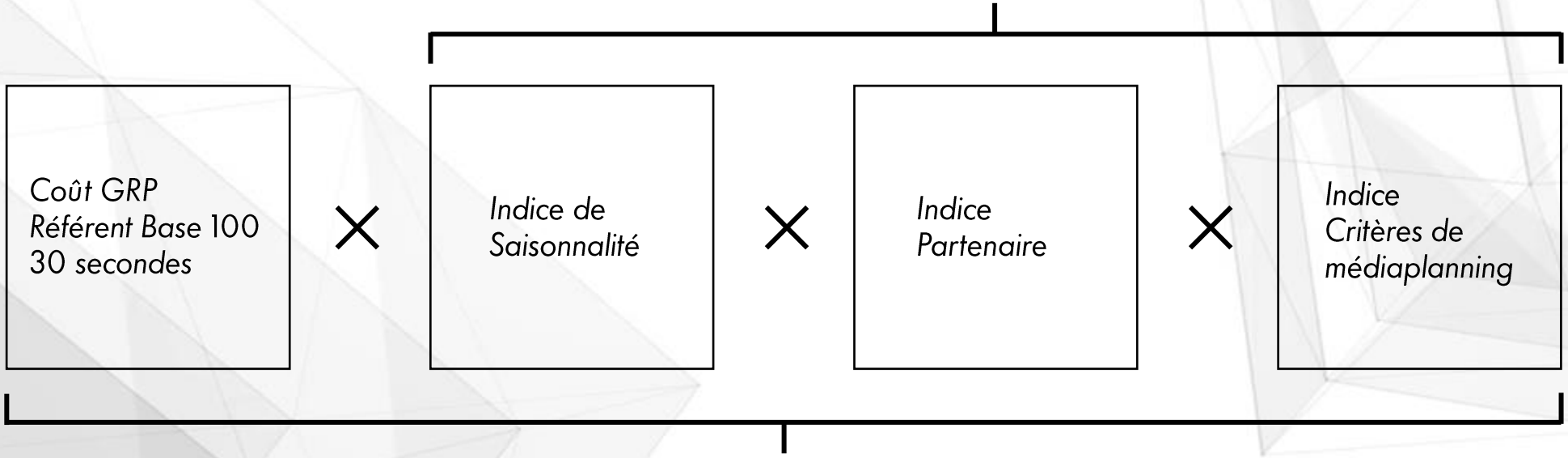
Les demandes d'achat ***GARANTIE+*** *sont traitées après l'achat* ***DIRECT*** *lors des ouvertures de planning. Elles sont recevables au plus tard 4 (quatre) semaines avant diffusion.*

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 Indicé

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

APPLICATION DES INDICES DE MODULATION EN FONCTION DES CRITERES SELECTIONNES :



=

COÛT GRP NET GARANTI INDICE SUR LA CAMPAGNE

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

b. Indice de Saisonnalité

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

PERIODES	***Du 01 /01 au 05/03***	***Du 06/03 au 16/04***	***Du 17/04 au 07/05***	***Du 08/05 au 09/07***	***Du 10/07 au 30/07***	***Du 31/07 au 20/08***	***Du 21/08 au 22/10***	***Du 23/10 au 31/12***
INDICES	**88**	**120**	**105**	**130**	**85**	**65**	**140**	**135**

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

TNT+ (1)		TARGETS+ (CA TARGET+ (3) ≥ 12 % CA TNT+ (4))	INDICE	PRESENCE AUX OUVERTURES DE PLANNING (6)
C8STAR+	CNEWS (2)	CHAINE(S) BIMESTRIELLE(S) + CHAINE(S) THEMATIQUE(S) (5)		
✔	✔	✔	100	-1
+10 POINTS SUR L'INDICE PAR BLOC DECOCHE				

(1) *La Régie se chargera de la répartition du budget au sein de TNT+ avec un poids supérieur ou égal de 30 % du chiffre d'affaires net majorations comprises sur la chaîne CNEWS. Ce poids est garanti à + ou - 5 points. Si l'Acheteur décidait de programmer un poids inférieur à 30 % du chiffre d'affaires net majorations comprises sur la chaîne CNEWS, l'indice sera majoré de 10 points.*
(2) *Sauf cibles moins de 35 ans, cibles Femmes moins de 50 ans, cible FRDA moins de 50 ans et cible FRDA avec enfant(s).*
(3) *CA TARGETS+ = Chiffre d'Affaires Net réalisé sur les Supports BIMESTRIELLES et THEMATIQUES majorations comprises tout mode d'achat confondu.*
(4) *CA TNT+ = Chiffre d'Affaires Net réalisé sur les Supports C8STAR+ et CNEWS majorations comprises en achat GARANTIE+.*
(5) *Au delà du poids d'investissement demandé au sein de TARGETS+, au moins une chaîne BIMESTRIELLE et une chaîne THEMATIQUE devront être référencées au sein d'une campagne pour cocher le bloc.*
(6) *Le critère de présence aux ouvertures de planning sera pris en compte si la demande de programmation pour l'ensemble des Supports TV d'une Campagne a été recue entre les dates d'ouverture et les dates de retour liées à chaque période d'ouverture de planning (Calendrier des ouvertures de planning page 29) et si pour chaque Campagne le Chiffre d'Affaires Net investi est constaté stable dans la limite de plus ou moins 10,0 % (dix pourcent) par rapport à la demande initiale.*

Le poids des investissements au sein des Supports TV TNT+, CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES sera calculé pour chaque Campagne.
LES CHAINES BIMESTRIELLES : EUROSPORT 1, EUROSPORT 2, RTL9, CANAL+ DOCS, CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT 360 et CANAL+ FOOT.
LES CHAINES THEMATIQUES : COMEDIE+, INFOSPORT+, PIWI+, PLANETE+, PLANETE+ AVENTURE, PLANETE+ CRIME, POLAR+, TELETOON+, TELETOON+1, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY SCIENCE, DISCOVERY INVESTIGATION et NOVELAS TV.

d. Indice de Critères Médiaplanning

Un indice de Critères Médiaplanning sera appliqué sur le Coût GRP Référent Base 100 selon le module choisi. Les modules sont définis ci-dessous en fonction du nombre de Critères Médiaplanning souhaité sur la Campagne. Ces Critères Médiaplanning seront notifiés par l'Acheteur lors de l'envoi du brief de la Campagne. Le nombre de Critères Médiaplanning notifié devra respecter les conditions du module choisi.

		Module et Indice correspondant		
Catégories de Critères Médiaplanning	**Liste des Critères Médiaplanning**	**Basic 100**	**Premium 103**	**Premium + 105**
DEMARRAGE DE CAMPAGNE	*Un spot en prime le premier jour*	✓	✓	✓
VARIETE SECTORIELLE	*1 critère par code secteur bloqué supplémentaire **	**AUCUN CRITERE**	**2 CRITERES AU CHOIX DANS LA LISTE**	**3 CRITERES AU CHOIX DANS LA LISTE**
DEMARRAGE DE CAMPAGNE	*Premier spot en peak*			
MULTI-SPOTS	*Programmation d'au moins 2 spots d'une même vague dans le même écran*			
PERIODE DE COMMUNICATION	*Exclusion période ou semaine ou bloc jour(s) nommé(s)*			
CONTEXTE	*Exclusion de contexte programme (hors charme / sport / jeunesse) ***			
SPOT	*Limitation du nombre de spots maximum par jour / produit ou Groupe Annonceur*			
	Espacement entre spots d'une même vague (en intitulé écran)			
	Pas de concomitance avec deux produits du même Groupe Annonceur dans le même écran			
TRANCHE HORAIRE	*Exclusion d'une tranche horaire ****			
	Exclusion des écrans au-delà de 2400 (en intitulé écran)			

** 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.*
*** Un contexte programme exclu = un critère*
**** Les tranches horaires de CNEWS (En code écran) : Day Time de 0300 à 0599, de 1000 à 1799, de 2000 à 2199 et 2400 à 2699; Peak Time de 0600 à 0999, de 1800 à 1999 et de 2200 à 2399. Les tranches horaires sur les autres Chaines (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 2699*

6. ACHAT GARANTIE

Le mode d'achat ***GARANTIE*** *permet de programmer des Campagnes sur le Support CHAINES BIMESTRIELLES et CHAINES THEMATIQUES 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.*

7. ACHAT EASY+

Le mode d'achat ***EASY+*** *permet de programmer des Campagnes sur des Supports TV en sécurisant un Coût GRP Net Garanti globalisé.*

L'(Les) indice(s) de saisonnalité ainsi que le coefficient EASY+ de **95** *viendront s'appliquer à la Campagne sur le Coût GRP Référent Base 100 négocié sur la cible de communication. Le Coût GRP Net Garanti Indicé EASY+ sera garanti au global des Supports TV programmés.*

Dans le cadre de l'achat ***EASY+****, les Campagnes sont programmées et optimisées exclusivement par CANAL+ BRAND SOLUTIONS. Le choix des Supports TV est strictement réservé à CANAL+ BRAND SOLUTIONS en garantissant un nombre de GRP de* **80,0 %** *sur le Support TV TNT+. Le module PREMIUM de l'indice de Critères Médiaplanning du mode d'achat* ***GARANTIE+*** *sera inclus gracieusement.*
La programmation en contextes spécifiques est réservée à l'achat ***DIRECT*** *et ne peut donc être une des modalités et objectifs de l'achat* ***EASY+****.*

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

Les demandes d'achat ***EASY+*** *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.

8. 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 :* **+20,0 %**
  - *6 positions :* **+15,0 %**
- *Présentation ou citation d'un autre Annonceur (marque, produit ou logo) dans un même Message :*
  - *de 1 à 10 secondes :* **+20,0 %** *(par citation)*
  - *supérieur à 10 secondes :* **+35,0 %** *(par citation)*
- *Présentation ou citation de plusieurs produits d'un même annonceur de codes nomenclature SNPTV différents :* **+15,0 %** *par code nomenclature SNPTV supplémentaire*
- *Présentation de plusieurs spots d'un même Annonceur dans un même écran :* **+10,0 %** *(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 **EASY+**) : un Annonceur peut demander le blocage de plusieurs variétés de son secteur au sein d'un même écran, majoration par variété sectorielle bloquée :* **+40,0 %** *(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 :* **+15,0 %** *(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 :* **+50,0 %**

b. Majorations tarifaires Priming Spot :

hors frais de production

- *Compte à Rebours :* **+25,0 %**
- *Ecran JAZ :* **+25,0 %**
- *Habillage Ecrans :* **+25,0 %**
- *Parlons De :* **+30,0 %**
- *Social Wall :* **+30,0 %**
- *Top Horaire :* **+30,0 %**
- *Lancement Plateau, Spot Audio, QR Code Repeat, New Hero, La Bonne Action, Showppable, La Chasse aux NFT, et Meta-Première (liste non exhaustive) : nous consulter*

c. 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 :* **- 30,0 %** *(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 :* **- 30,0 %** *(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 :* **- 20,0 %** *(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* : **- 30,0 %** (*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 marketing direct* : **- 35,0 %** (*Constitue une campagne de « marketing direct », une campagne dont l'unique objectif est de provoquer un appel téléphonique immédiat ou l'envoi immédiat d'un SMS avec visualisation, pendant une durée minimum de 10 (dix) secondes, d'un numéro de téléphone ou du SMS. Les chaines TELETOON+, TELETOON+1, PIWI+, CANAL+,CANAL+ KIDS, CANAL+ FOOT, CANAL+ DOCS, CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT 360 et CNEWS ainsi que les écrans diffusés dans le contexte de programmes jeunesse ou d'événements exceptionnels seront exclus des campagnes de « marketing direct ».*
  Cet abattement est appliqué sur des Campagnes 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 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 SNPTV.*
  Les campagnes bénéficient d'un abattement en fonction du budget du film promu au sein de la campagne :

  Budget du film inférieur à 5 Millions d'euros : **-70,0 %**
  Budget du film compris entre 5 et 10 Millions d'euros : **-65,0 %**
  Budget du film compris entre 10 et 20 Millions d'euros : **-60,0 %**
  Budget du film supérieur à 20 Millions d'euros : **-50,0 %**

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

9. CASCADE TARIFAIRE

CASCADE TARIFAIRE DU TARIF BRUT AU TARIF NET :

TARIF BRUT 30 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

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;*
- *Disposer d'un équipement compatible (Box ou TV suffisamment récente);*
- *Avoir donné leur accord au Fournisseur d'Accès Internet (opt-in) 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 écran 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 29) 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 écran 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+, C8, 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 écrans 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 130*

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 : +30 € 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) : +30 € sur le CPM Brut*
  - *Tranche d'âge (du souscripteur) : +30 € 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*

- ***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 2023. 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.

7.2 CAMPAGNES 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.

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 : **+35,0 %**

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 **+10,0 %** *sur le montant facturé.*

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. Vidéos 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 :

Durée (Sec)	De 6' à 19'	20'	De 21' à 29'	30'
Indices Format	**85**	**100**	**115**	**130**

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. Vidéos EP ROLL

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.

c. *Vidéos 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 Tablette	App Mobile Tablette
myCanal	**Giga bannière**	**150 €**	**150 €**	
CNEWS	**Habillage**	**100 €**		
	Pavé	**40 €**	**40 €**	
	Bannière		**50 €**	
	Interstitiel			**100 €**
	Native Ad	**50 €**	**50 €**	
	Grand Angle	**50 €**	**50 €**	
Eurosport	**Habillage**	**100 €**		
	Bannière	**50 €**	**50 €**	**50 €**
	Pavé	**40 €**	**40 €**	**40 €**
	Interscroller		**100 €**	**100 €**
	Sponsorship Banner	**100 €**	**100 €**	**100 €**

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*

Des modulations tarifaires pourront être appliquées sur le tarif brut en cumul.

- *Citation dans un Message d'une marque supplémentaire :* **+20,0 %**
- *Ciblage mono-device (Desktop ou mobile ou tablette ou IPTV) :* **+25,0 %**
- *Exclusion device (Desktop, mobile, tablette ou IPTV) :* **+15,0 %**
- *Ciblage horaire :* **+20,0 %**
- *Ciblage géolocalisation :* **+15,0 %**
- *Ciblage Support ou contenu ou Chaîne :* **+20,0 %** *(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 / ... :* **+20,0 %**
- *Pour les campagnes multi-spots, l'Acheteur est autorisé à diffuser un maximum de 10 (dix) Messages. Au-delà de 5 (cinq) Messages :* **+15,0%**
- *Ciblage sociodémographique et comportemental : nous consulter*

CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFAIRES

- Publicité TV
- Publicité TV Segmentée
- Parrainage
- Digital
- **Cinéma**

1. *TARIFS*

1.1. *Coefficients de conversion*

1.1.1. *Les tarifs sont communiqués sur la base du format 30 secondes.*
Pour toute durée différente, une table de conversion des formats est disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr.

1.1.2. *Pour les bandes annonces, les tarifs sont communiqués sur la base du format 30 secondes.*
Pour toute durée différente, une table de conversion des formats est disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr.

1.2. *Indices saisonniers*

A l'exclusion des bandes annonces, des indices saisonniers, liés aux variations d'entrées par semaine, sont pris en compte pour l'établissement des devis établis par le service commercial.
Les indices saisonniers correspondant aux dates de la Campagne sont appliqués sur le tarif.
Le détail des indices saisonniers fera l'objet d'une communication spécifique avant la fin de l'année 2022.

2. *MAJORATIONS TARIFAIRES*

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

2.1. *Emplacements préférentiels*

	PUBLICITE COMMERCIALE	PUBLICITE BANDES ANNONCES
EMPLACEMENT PREFERENTIEL		
UNIQUEMENT SUR ACHAT D'UN :	PREMIUM + PARC 100	CINE + PARC 100
POSITION A	**+20,0 %**	
POSITION X	**+10,0 %**	**+10,0 %**
POSITION Y	**+20,0 %**	**+10,0 %**
POSITION Z	**+25,0 %**	**+15,0 %**

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

	PUBLICITE COMMERCIALE	PUBLICITE BANDES ANNONCES
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.	**+10,0 %**	**+10,0 %**
AUTRE MAJORATION		
Plusieurs spots dans la même bande	**+5,0 %**	**+5,0 %**
Finale adresse	**+5,0 %**	
Fête du cinéma	**+20,0 %**	**+20,0 %**
Semaine 50, 51 et 52 (trois semaines du mois de décembre)		**+20,0 %**
AUDIENCE GARANTIE		
Audience garantie (à partir d'une semaine de campagne sur un Premium+ Parc 100)	**+20,0 %**	

	PUBLICITE COMMERCIALE	**PUBLICITE BANDES ANNONCES**
HABILLAGE D'ECRAN (HORS FRAIS TECHNIQUES)		
L'habillage d'écran est un dispositif évènement 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	**+30,0 %**	
Majoration tarifaire appliquée sur le tarif du Message 3D	**+50,0 %**	
Majoration tarifaire appliquée sur la campagne diffusée en 3D et 2D (Ciné + parc 100)		**+10,0 %**

CGV 2023

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

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 des Conditions Commerciales, Tarifaires et des présentes Conditions Générales de Vente 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 2023 et le 31 décembre 2023. 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.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Dispositions Spécifiques

- Publicité TV
- Publicité TV Segmentée
- Parrainage
- Digital
- Cinéma

Dispositions Communes

1. *MODALITES DE RESERVATION*

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, par EDI (Echange de Données Informatisées), par le TOP (Transverse Ordre Publicité) de Popcorn TV ou par mail, une demande de réservation d'Espace Publicitaire Classique sur les Supports TV choisis, en y joignant la fiche produit disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr dûment complétée et, le cas échéant, l'attestation de mandat, dûment complétée, conforme au modèle disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr.*

La Régie enregistre informatiquement cette demande de réservation de l'Acheteur en fonction des disponibilités du planning, puis renvoie à l'Acheteur un Ordre d'Insertion qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale.

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 par email. 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.*

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 recoit 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. *Il est explicitement entendu que ces éléments nécessaires à la diffusion doivent être conformes à la recommandation technique CST-RT-018-TV-V3.0.*

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.*
Les spécifications techniques, ainsi que les adresses d'envois, sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com).

4.2.2. *Spécification audio conforme 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. *Spécification vidéo conforme à la recommandation technique PAD Editeurs CST- RT-018-TV-V3.0.*

4.2.4. *Format 16/9 conforme à la recommandation technique EBU R95 (http://tech.ebu.ch/docs/r/r095.pdf). Il est de la responsabilité de chaque Acheteur de fournir à la Régie un Message conforme à la recommandation technique EBU R95. A ce titre, la Régie ne peut par conséquent être tenue pour responsable de l'intégrité du message ou du Message livré par l'Annonceur ou son Mandataire.*

4.2.5. *Sous-titrage télétexte pour sourds & malentendants :*

- *Les fichiers devront être conformes à la norme N19-2002 de l'UER.*
- *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).*

4.3. *Les instructions de diffusion devront être déposées par l'Acheteur sur la plateforme « My Diff » commune aux régies membres du SNPTV 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° Pub ID 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.*

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 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 recoit 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 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 % 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 de l'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. *Il est explicitement entendu que ces éléments nécessaires à la diffusion doivent être conformes à la recommandation technique CST-RT-018-TV-V3.0.*

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.*

Les spécifications techniques, ainsi que les adresses d'envois, sont disponibles auprès de l'équipe Diffusion de la Régie (diffusion.publicite@canal-plus.com).

4.2.2. *Spécification audio conforme aux recommandations de 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. *Spécification vidéo conforme à la recommandation technique PAD Editeurs CST- RT-018-TV-V3.0.*

4.2.4. *Format 16/9 conforme à la recommandation technique EBU R95 (http://tech.ebu.ch/docs/r/r095.pdf)*

Il est de la responsabilité de chaque Acheteur de fournir à la Régie un Message conforme à la recommandation technique EBU R95. A ce titre, la Régie ne peut par conséquent être tenue pour responsable de l'intégrité du message ou du Message livré par l'Annonceur ou son Mandataire.

4.2.5. *Sous-titrage télétexte pour sourds & malentendants :*

- *Les fichiers devront être conformes à la norme N19-2002 de l'UER.*
- *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).*

4.3. *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.*

4.4. *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.*

4.5. *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.

4.6. *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.*

4.7. *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.*

4.8. *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.*

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Dispositions Spécifiques

- Publicité TV
- Publicité TV Segmentée
- **Parrainage**
- Digital
- Cinéma

Dispositions Communes

1. *MODALITES DE RESERVATION ET D'ANNULATION*

1.1. *La Régie prend acte de la demande de réservation d'un Espace de Parrainage à la réception de l'attestation de mandat de parrainage disponible sur le site internet www.canalplusbrandsolutions.fr signée par l'Annonceur et son Mandataire.*

1.2. *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.*

1.3. *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.*

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

1.5. *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.*

1.6. *Dans les cas d'annulation décrits à l'article 1.5 ci-dessus, la Régie facturera à l'Annonceur la totalité des frais techniques engagés.*

1.7. *La programmation ouverte au parrainage et faisant l'objet, le cas échéant, d'une mise en ligne sur les Supports Digitaux, est 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".*

Il est précisé qu'à défaut d'achat 2 (deux) mois avant la date de la première diffusion du ou des Programme(s) parrainé(s), la Régie se réserve le droit de commercialiser séparément l'Espace de Parrainage télévisé et son extension digitale.

2. *PARTENAIRES OFFICIELS*

Les Annonceurs qui seraient « partenaires officiels » d'événements bénéficient d'une priorité d'achat des Espaces de parrainage liées 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.

3. *GESTION DES PARRAINS CONCURRENTS*

3.1. *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 du SNPTV) que celui promu par l'Annonceur dans le cadre du Message.*

3.2. *L'achat d'un Espace de Parrainage est indépendant de l'achat d'Espaces Publicitaires Classiques et TV Segmentée et n'exclut pas la présence de concurrents de l'Annonceur :*

- *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.

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. 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 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.
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 8 (huit) 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).
Les modalités de prise d'option prévues ci-dessus sont également applicables dans le cadre du dispositif "Sponsoring Digital" (Extension du Message sur les Supports Digitaux).

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 Acheteur présente une offre d'achat ferme :*

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

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 recues 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.

- *<u>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</u> : 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 lesquelles 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.

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 recoit 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 ou écrans 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 évènements 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.

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.*

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'Annonceur devant être associés au Message définis par les parties (tels que logotypes, éléments de la charte graphique de l'Annonceur, ...).*
- *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.*

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 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. 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.*

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 Ecrin + 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 le bon de commande, 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. *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.*

3.6. *L'Acheteur peut demander les modifications suivantes : 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 reçus.*

3.7. *Si l'Acheteur souhaite réserver une Campagne n'intégrant pas les salles dans lesquelles sont diffusés un Message pour enfants, les entrées comptabilisées seront celles du dispositif global acheté.*

4. *GARANTIES*

4.1. *La Régie peut être amenée à montrer plusieurs produits ou Annonceurs concurrents dans les mêmes Programmes. 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 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 (sauf juillet-août), et hors décembre, avec le même Message et le même format indiqué sur l'Ordre d'Insertion.*

5. *SPECIFICATIONS TECHNIQUES*

5.1. *Système 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.

5.2. *Fourniture de matériel*

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.

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'Annonceurs 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. *CONDITIONS FINANCIERES*

2.1. *Facturation*

2.1.1. *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.*

2.1.2. *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.

2.2. *Règlement*

2.2.1. *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.*

2.2.2. *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.

2.2.3. *En cas de non-respect des conditions de règlement, la Régie se réserve le droit de réviser, suspendre ou annuler les minorations 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.*

2.2.4. *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 2022 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.

3. GARANTIES

3.1. *Tout Message doit obligatoirement avoir satisfait aux 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.*

L'Annonceur garantit la Régie à cet effet.

3.2. *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.

3.3. *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.

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

3.5. *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.*

4. 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 :

- *Bien que celui-ci ait reçu un avis favorable de l'ARPP ;*
- *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 ;*
- *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 dispositions de l'article 3 des Dispositions Communes des Conditions Générales de Vente. 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.

5. *ETHIQUE CONFORMITE ET LUTTE CONTRE LA CORRUPTION*

5.1. *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 certifient 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+, disponibles via le lien suivant : https://www.vivendi.com/wp-content/uploads/2020/10/Code-anticorruption-VF-septembre-2018_.pdf.

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 exercant 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.

5.2. *Vigilance et Responsabilité Sociale et Environnementale*

5.2.1. *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, en tant que filiale de Vivendi, a mis en place une Charte Achats Responsables, disponible sur son site internet (https://www.vivendi.com/wp-content/uploads/2022/02/Charte-achats-responsables-Vivendi-Decembre-2020.pdf), 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.

5.2.2. *Le groupe VIVENDI 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.vivendi.com/notre-groupe/gouvernance/programme-de-conformite/*

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.

5.2.3. *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, 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 de 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.

5.3. *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 fabricantes les 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.

6. 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.

7. 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.

8. *DONNEES PERSONNELLES*

8.1. *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, dont l'accès est sécurisé, 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.

8.2. *Dispositions applicables à l'ensemble des 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 (ci-après « Cookies ») 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 Cookies 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 de Cookies 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 Cookies 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 interdit.

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 Cookies 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 Cookies,*
- *la liste des finalités d'exploitation des Cookies,*
- *la durée de vie des Cookies,*
- *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 Cookies 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 Cookies 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 Cookies 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 Cookies 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 Cookies, la Régie se réservera le droit de :

- *demander à l'Annonceur concerné de modifier ou désactiver le(s) Cookie(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 Cookies,*
- *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 Cookies, 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 Cookies.

9. *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.

10. *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.

11. *SIGNATURE ELECTRONIQUE*

Tout document contractuel pourra dans le cadre d'achat d'un Espace être signé par voie électronique avec l'Acheteur. A ce titre, l'Acheteur reconnait 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".

12. *LOI APPLICABLE - ATTRIBUTION DE JURIDICTION*

Les présentes Conditions Générales de Vente sont soumises au droit francais. 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.