

CONDITIONS GENERALES DE VENTE 2024

I/ DISPOSITIONS GENERALES

Article 1.1 - Application des Conditions Générales de Vente (ci-après « CGV ») :

Tout achat d'espace publicitaire, ou toute commande de prestations hors publicité, telle que opération spéciale, parrainage d'un Support ou d'un programme diffusé dans un Support, placement de produit dans les Supports, échange de marchandises, partenariat (ci-après dénommées « Opération(s) Spéciale(s) »), effectué auprès de REGIS¹, du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année en cours, par un annonceur ou par un intermédiaire, agissant en son nom et pour son compte en vertu d'un mandat écrit, implique l'acceptation pleine et entière des présentes CGV et des tarifs et conditions de règlement en vigueur à la date de l'ordre de publicité, ainsi que l'engagement de respecter la réglementation en vigueur, les recommandations de l'Autorité de Régulation professionnelle de la publicité (ARPP) et les usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. REGIS se réserve la possibilité d'adapter ou de modifier à tout moment les CGV. Les nouvelles CGV seront applicables aux ordres de publicité transmis postérieurement à la modification. Les CGV concernent l'ensemble de l'activité commerciale de REGIS. Le fait que l'une des parties n'ait pas exigé l'application d'une clause quelconque des présentes CGV, que ce soit de façon permanente, ou temporaire, ne peut pas être considéré comme une renonciation aux droits de cette partie découlant de ladite clause. Toute condition contraire posée par un Annonceur ou son Mandataire, figurant notamment dans ses propres bons de commande et/ou conditions générales d'achat, est inopposable à REGIS. Les CGV, ainsi que les actes qui en découlent, sont soumis au droit français. En cas de litige, les juridictions dans le ressort de la Cour d'Appel de Paris sont seules compétentes. Si l'une quelconque des stipulations des CGV est tenue pour nulle ou sans objet, elle sera réputée non écrite et n'entraînera pas la nullité des autres dispositions.

Article 1.2 – Définitions :

Annonceur désigne toute personne morale ou physique qui achète directement ou par un intermédiaire dûment mandaté, de l'espace publicitaire et/ou des impressions publicitaires dans un Support ou qui souhaite commander une Opération Spéciale, par le biais d'un ordre de publicité. Sont réputées constituer un seul et même annonceur – pour les besoins de calcul des remises commerciales - toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire dans les Supports (à savoir toutes les sociétés dont plus de la moitié du capital social et des droits de vote est détenue au 1^{er} janvier de l'année en cours, directement ou indirectement par une même personne physique ou morale de droit privé et qui constituent avec elle une entité économique cohérente). Néanmoins, toutes les entités du groupe d'Annonceurs restent annonceurs chacune pour leur part ; elles continueront donc à recevoir les factures afférentes à leurs achats et l'imputation des bénéfices des remises sera effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au chiffre d'affaires du groupe d'Annonceurs. Lorsqu'un Annonceur intervient, au regard de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 en qualité de mandataire d'un autre Annonceur sans révéler cette qualité à REGIS, l'Annonceur donneur d'ordre est solidairement tenu avec l'Annonceur bénéficiaire de l'achat d'espace publicitaire du paiement des ordres.

Echanges de Données Informatisées (ou EDI) désigne l'achat d'espace publicitaire par message électronique, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité, selon les modalités définies dans un accord d'interchange conclu entre REGIS et le donneur d'ordre (Annonceur ou son Mandataire).

Mandataire désigne tout intermédiaire à qui l'Annonceur confie des missions définies par contrat de mandat écrit et relatif à l'achat d'espaces publicitaires ou à la commande d'Opérations Spéciales. Le mandat - pour une mission donnée - est impérativement unique. Le mandat ou une attestation de mandat (précisant pour l'année en cours ou pour une période déterminée les produits et missions déterminés) doit être communiqué à REGIS avant le début de la campagne publicitaire. L'attestation n'est valable que pour l'année en cours.

Mandataire payeur désigne le Mandataire à qui l'Annonceur confie le soin de régler en son nom et pour son compte les factures de REGIS à l'Annonceur pour la vente d'espaces publicitaires et/ou d'impressions publicitaires et/ou la réalisation d'Opérations Spéciales, suivant l'attestation de mandat.

Parrainage désigne toute contribution d'une personne morale, publique ou privée n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion télévisuelle ou de production d'œuvres audiovisuelles ou financement d'émissions télévisées dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou réalisations. On entend par parrainage le soutien financier et matériel apporté lors de la réalisation ou de la diffusion de programmes, afin de promouvoir le nom, l'image, la marque, l'activité ou les réalisations d'une personne physique ou morale, ou d'une association de personnes, n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion télévisuelle ni de production d'œuvres audiovisuelles.

Support(s) désigne les services de télévision et de médias audiovisuels à la demande (**Support Chaîne**) et leurs déclinaisons digitales (**Support Digital**) (telles que IP TV, chaînes YouTube, sites, réseaux sociaux), accessibles sur internet et les applications mobiles en régie chez REGIS. L'ensemble des Supports est en régie exclusive chez REGIS, qui est donc seule habilitée dans le cadre de sa mission à prospecter directement ou indirectement la clientèle et à commercialiser l'espace publicitaire des Supports.

Vente Programmatique désigne achat/vente d'espaces publicitaires des Supports Chaînes ou des Supports digitaux, en mode programmatique, en temps réel, par l'intermédiaire d'une plateforme technologique, optimisant l'achat et la vente de ces inventaires sur la base d'une mise en compétition des acquéreurs potentiels par un système de mise aux enchères des impressions publicitaires, tel que détaillé à l'article 1.14. Dans ce cadre, l'emplacement de la publicité n'est pas garanti. Le prix de vente est au CPM (coût d'achat de l'espace ramené à une base de 1 000 pages vues avec publicités, soit 1 000 impressions) ou au CPC (coût d'achat de l'espace ramené au nombre de clics obtenu par l'utilisateur sur un format publicitaire, s'agissant des Supports digitaux). Il est possible de fixer un CPM ou un CPC minimum (prix de réserve) en dessous duquel la vente n'a pas lieu. La vente est conclue avec l'enchérisseur qui offre l'enchère supérieure (le cas échéant, au prix de réserve).

Article 1.3 – Mandat :

L'achat d'espace publicitaire (hors Vente Programmatique) peut être effectué directement par un Annonceur ou par un Mandataire (ou, le cas échéant, d'un Mandataire payeur), agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur, dans le cadre d'un mandat signé par l'Annonceur et son Mandataire. Ce mandat doit accompagner tout ordre de publicité et préciser l'étendue du mandat accordé. Il est établi pour une année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année en cours. Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29 janvier 1993, l'original de la facture d'achat d'espaces est envoyé par REGIS à l'Annonceur. Une copie est également envoyée pour information au Mandataire. L'Annonceur s'engage à informer sans délai REGIS, par lettre recommandée avec accusé de réception, de toute modification relative au mandat confié à son Mandataire.

¹ Régis est le nom commercial de l'activité de régie publicitaire de la société MEDIAWAN THEMATIC (RCS Paris 403 038 094)

Article 1.4 - Espaces publicitaires :

Les espaces publicitaires proposés correspondent aux espaces publicitaires disponibles dans les Supports. Ces espaces s'entendent toujours sous réserve de disponibilité dans le Support concerné, au moment de la réception par REGIS de l'ordre de publicité.

Article 1.5 – Ordre de publicité :

L'achat d'espace publicitaire dans un Support Chaîne devra être effectué par EDI. A compter du 1^{er} janvier 2020, toutes les instructions de diffusion doivent être déposées sur MyDiffTV. A réception d'un brief de l'Annonceur ou du Mandataire, REGIS envoie une confirmation par EDI (ordre de réservation). L'achat d'espace publicitaire dans un Support Digital est effectué par envoi à REGIS d'un brief par l'Annonceur ou le Mandataire. A réception du brief, REGIS envoie une confirmation par tout moyen (ordre d'insertion). Cet ordre d'insertion doit être complété par l'Annonceur ou son Mandataire avec : le cas échéant, le nom du Mandataire (et le nom de la personne qui peut engager le Mandataire pour ladite insertion publicitaire), le nom de l'Annonceur et du responsable budget marketing-publicité affecté à ladite insertion publicitaire, la nature précise et le nom du produit ou du service à promouvoir, la durée du message publicitaire, la durée de la campagne (date de début, date de fin), les Supports retenus, les emplacements, les critères de ciblage réservés, le budget affecté à l'insertion selon le tarif en vigueur, et la mention des produits et/ou services cités en cas de publicité multi-marques. L'ordre de publicité ainsi complété et renvoyé à REGIS par l'Annonceur ou son Mandataire vaut acceptation par l'Annonceur dudit ordre, ainsi que des présentes CGV. Toute modification de ces informations intervenant après la réservation doit être adressée par écrit à REGIS. Chaque ordre est strictement personnel à l'Annonceur. Il ne peut être modifié sans son autorisation et ne peut être cédé à un tiers, sous quelque forme et à quelque titre que ce soit. Toutefois, dans le cas d'une cession autorisée par REGIS ou de toute autre opération impliquant un successeur, l'Annonceur est tenu d'imposer l'exécution de tout ordre de publicité en cours à son successeur et reste personnellement garant de la bonne exécution par ce dernier.

Article 1.6 - Facturation et règlement (hors Vente Programmatique) :

- ✓ REGIS facture les Annonceurs au nom et pour le compte des éditeurs des Supports. L'Annonceur est seul responsable du paiement des publicités diffusées ou mises en ligne aux conditions du tarif en vigueur, même en cas de Mandataire payeur. Le paiement ou l'avance effectué par l'Annonceur au Mandataire ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de REGIS. Le paiement a en principe lieu avant la date de diffusion / mise en ligne, au jour de la remise de l'ordre de publicité. Les clients réguliers pourront cependant, après accord préalable écrit de REGIS, régler leurs factures aux conditions définies ci-après : par chèque ou virement à 30 jours fin de mois
- ✓ par traite à 30 jours fin de mois le 15. Toute traite doit être retournée, acceptée et domiciliée chez REGIS dans les 10 jours suivant la date d'envoi du relevé.

Tout retard de paiement entraînera :

- ✓ l'exigibilité immédiate de toutes les sommes facturées restant dues et des ordres diffusés/mis en ligne non encore facturés,
- ✓ le paiement comptant à la remise de l'ordre de toute nouvelle diffusion/mise en ligne ou éventuellement la suspension de son exécution (la diffusion/mise en ligne étant subordonnée au paiement),
- ✓ la majoration de plein droit (i) du montant de la facture des intérêts de retard calculés sur la base d'un taux de 10% (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois (3) fois le taux d'intérêt légal en vigueur), (ii) d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement telle que prévue par l'article D. 441-5 du Code de commerce (soit 40 euros sauf frais de recouvrement supérieurs et dûment justifiés) et (iii) d'une indemnité de 15% à titre de clause pénale. Le taux précité s'applique sur le montant total de l'encours excédant le délai de 30 jours date de facture.

Toutes taxes, présentes ou futures, sont à la charge de l'Annonceur et facturées en sus. Les factures sont payables en Euros à Paris. Les traites ne font ni novation, ni dérogation à la clause attributive de juridiction visée à l'article 1.1 ci-dessus.

Article 1.7 – Réserves :

La responsabilité de REGIS (et/ou des éditeurs des Supports) ne peut pas être engagée en cas de survenance de tout événement fortuit, de cause externe indépendante de sa volonté ou de cas de force majeure, telle que définie par la jurisprudence française, de nature à retarder ou empêcher la diffusion/mise en ligne d'une publicité en vertu d'un ordre dûment accepté, dans les conditions convenues. Ainsi, le retard ou le défaut de diffusion/mise en ligne du message publicitaire ne peut justifier la résiliation de l'ordre par l'Annonceur ni donner lieu à indemnité quelconque. Toutefois, à titre de compensation, REGIS peut, à sa convenance et selon les disponibilités de son planning, proposer à l'Annonceur une reprogrammation des diffusions/mises en ligne concernées ou proroger d'autant la durée de diffusion ou proposer d'autres formes d'espaces publicitaires ou d'autres espaces dans d'autres Supports en compensation.

Sont notamment considérés comme cas de force majeure la guerre, l'émeute, la grève, les risques sanitaires et/ou urgence de santé publique, les destructions de matériels sans qu'il soit possible aux personnes qui les ont sous leur garde d'éviter ces destructions, l'arrêt des moyens de communication, les réquisitions ou dispositions d'ordre public apportant des restrictions à l'objet du contrat ou à la libre circulation, la défaillance du fait d'un dysfonctionnement, blocage ou encombrement des transmissions par câble, satellite et du réseau Internet, du ou des site(s) internet en régie et/ou du ou des « Ad server » utilisé(s) par REGIS.

Les obligations souscrites par REGIS à l'occasion d'un ordre de publicité ne peuvent l'être que vis-à-vis d'un Annonceur. En conséquence, REGIS ne peut être tenue à aucune obligation de quelque nature que ce soit vis-à-vis d'un Mandataire.

Les marques, qui sont la propriété de REGIS ou des éditeurs des Supports, ne peuvent être utilisées dans une annonce publicitaire, comme d'aucune autre façon, sans une autorisation préalable écrite de REGIS.

Article 1.8 – Offres Promotionnelles

En cas d'offres promotionnelles comprenant des diffusions/mises en ligne dans des Supports Chaîne et Digital, celles-ci sont à diffuser sur une même période. Les offres s'entendent nettes fin d'ordre, c'est-à-dire toutes remises éventuelles déduites (remise professionnelle, cumul de mandat, dégressif volume) et ne peuvent en aucun cas être cumulées avec d'autres offres commerciales. Les offres sont réservées aux clients ne bénéficiant pas de contrats annuels et sont utilisables uniquement pour un même Annonceur dans le cadre d'une même campagne. Les conditions commerciales sont propres à chacun des Supports Digitaux et Chaînes et précisent si elles sont exclusives les unes des autres ou cumulables, de sorte qu'un Annonceur ne peut se prévaloir de ses investissements publicitaires sur un ou plusieurs Support(s) Digital(aux) pour prétendre à un quelconque avantage dans les supports Chaînes et inversement.

Article 1.9 – Intérêt Général et Grandes Causes :

REGIS se réserve le droit d'appliquer des conditions commerciales exceptionnelles pour tout ce qui concerne les campagnes d'intérêt général et/ou les campagnes en faveur de grandes causes.

Article 1.10– Responsabilité - Refus de diffusion/mise en ligne :

Les messages publicitaires sont enregistrés en langue française ou, le cas échéant, accompagnés d'une traduction en français, conformément à la loi n° 94-665 du 4 août 1994. Tout message publicitaire doit être clairement présenté comme une publicité et identifier l'Annonceur.

La publicité est diffusée sous la seule responsabilité de l'Annonceur et du Mandataire qui déclarent et garantissent qu'elle ne contrevient pas à la législation en vigueur, aux recommandations de l'ARPP et/ou à un droit de propriété intellectuelle ou un droit de la personnalité d'un tiers, quel qu'il soit et ne contient pas d'imputation diffamatoire ou dommageable à l'égard de tiers. En conséquence, l'Annonceur et le Mandataire garantissent solidairement REGIS et l'éditeur du Support concerné contre toute action ou réclamation d'un tiers quel qu'il soit, ayant pour cause le contenu de la publicité.

REGIS se réserve le droit de refuser ou de suspendre la diffusion/mise en ligne de toute publicité, si REGIS considère que sa nature et/ou son contenu, paraissent illicites ou contraires à l'image du Support concerné. Ce droit s'applique également aux liens hypertextes renvoyant vers un site dont tout ou partie du contenu serait considéré comme illicite ou contraire à l'image du Support concerné. Ce refus ou cette décision de suspension de diffusion/mise en ligne ne fait pas naître un droit à indemnité au profit de l'Annonceur (et/ou de son Mandataire) et ne le dispense pas du paiement des publicités déjà diffusées.

Article 1.11– Réclamation et limitation de responsabilité

REGIS n'est tenue qu'à une obligation de moyens quant à la diffusion/mise en ligne des messages publicitaires et des Opérations Spéciales et ne garantit, notamment, aucun nombre d'impression notamment s'agissant des diffusions dans les Supports Digitaux. Aucune réclamation ne sera recevable concernant les retombées commerciales, le succès, les résultats attendus de la campagne publicitaire ou de l'environnement éditorial ou publicitaire. REGIS exclut toute responsabilité à ce titre. REGIS ne garantit pas les horaires de diffusion, ni les intitulés des programmes. La responsabilité de REGIS ne peut être engagée qu'en cas de faute prouvée et établie. Elle est en tout état de cause limitée aux préjudices directs à l'exclusion de tout préjudice indirect, de quelque nature que ce soit. Aucune réclamation n'est admise, si elle n'est pas effectuée par écrit dans les huit jours suivant la date des faits faisant l'objet de la réclamation. En cas de réclamation, l'Annonceur ou son Mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.

Article 1.12– Publicité comparative :

L'Annonceur qui souhaite diffuser une publicité comparative dans un des Supports doit en informer REGIS suffisamment à l'avance afin de permettre à REGIS de vérifier qu'aucune marque concurrente citée dans la publicité comparative n'est diffusée à la date concernée. Dans le cas contraire, REGIS est en droit de refuser la publicité comparative. La vérification précitée ne constitue pas une validation de la licéité de ladite publicité et par conséquent ne supprime pas ou ne diminue pas la garantie visée à l'article 1.10 ci-dessus.

Article 1.13– Modification ou annulation de campagnes :

1- Annulation :

Toute demande d'annulation d'un ordre de publicité, pour être acceptée, doit être adressée par écrit à REGIS.

Si la demande d'annulation de l'Annonceur intervient :

- ✓ jusqu'à 5 jours ouvrés avant la date de diffusion/mise en ligne : aucun frais n'est facturé
- ✓ entre 5 jours et 2 jours ouvrés avant la date de diffusion/mise en ligne : facturation de 40% à 60% du montant de l'ordre de publicité annulé
- ✓ moins de 2 jours ouvrés avant la date de diffusion/mise en ligne : facturation de 70% à 90% du montant de l'ordre de publicité annulé

2- Suspension de diffusion/mise en ligne : cas de demande d'un Annonceur pour une suspension de la diffusion/mise en ligne de la publicité, l'ordre de publicité est annulé par REGIS mais l'intégralité du prix de la publicité considérée est néanmoins facturé à l'Annonceur.

3- Frais de décalage de campagne :

- ✓ jusqu'à 5 jours ouvrés avant la date de diffusion/mise en ligne : aucun frais n'est facturé
- ✓ entre 5 jours et 2 jours ouvrés avant la date de diffusion/mise en ligne : facturation de 20% à 40% du montant de l'ordre de publicité décalé
- ✓ moins de 2 jours ouvrés avant la date de diffusion/mise en ligne : facturation de 40% à 60% du montant de l'ordre de publicité décalé

3- Retard de livraison des éléments :

Aucune indemnité de compensation ne peut être réclamée en cas de retard de livraison de création par le client. Tout retard de livraison des éléments libère REGIS de l'engagement de livraison de volume sur la période contractuelle. REGIS facture la totalité du volume réservé sur l'ordre de publicité pour les emplacements achetés en exclusivité ou à forte part de voix.

S'agissant des Opérations Spéciales, toute demande de modification ou d'annulation totale ou partielle doit être notifiée par écrit à REGIS au moins quinze (15) jours avant la date prévue de diffusion/mise en ligne. Si elle intervient après ce délai, un dédit égal à 60% du prix brut des ordres annulés est automatiquement facturé. En cas d'annulation dans un délai inférieur à cinq (5) jours, le dédit facturé est égal à 90% du montant de l'ordre initial. Dès la connaissance d'une annulation de programmation à l'initiative de l'Annonceur et/ou de son Mandataire, REGIS disposera à nouveau de(s) espace(s) annulé(s).

Article 1.14. – Cas particulier des Ventes Programmatiques

REGIS met ses espaces publicitaires des Supports Chaîne et des Supports Digitaux à la disposition des Annonceurs et leurs Mandataires via une ou plusieurs plateformes technologiques virtuelles automatisées, mettant en relation directe les acheteurs et vendeurs de publicité sur Internet ou à la télévision, autour d'un prix et/ou d'un espace, variables, sans autre intervention de la part de REGIS. S'agissant des Supports Chaîne, la Vente Programmatique assure un inventaire premium, intégralement et parfaitement visible (100%), au sein d'un environnement sans aucun risque pour la marque de l'Annonceur (brandsafe). Les utilisateurs de ces plateformes lorsqu'ils ne sont pas Annonceurs, reconnaissent donc expressément être, dans cette hypothèse, en situation de proposer à la vente des espaces publicitaires au même titre qu'une régie publicitaire. Ces intervenants s'engagent, en conséquence, à respecter les conditions d'utilisation de ces plateformes ainsi que les dispositions applicables en France en matière d'achat d'espaces (et notamment celles de la Loi sapin du 29 janvier 1993). Nonobstant toute disposition contraire des CGV, les Ventes Programmatiques sont facturées aux Annonceurs par lesdits intervenants et payables dans les délais légaux.

Article 1.15 –Données personnelles

Chacune des parties s'engage à se conformer à la loi n°78-17 Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 et au Règlement européen n°2016-679 du 27 avril 2016 relatif à la protection des données personnelles.

REGIS, en qualité de responsable de traitement, est amené à collecter les données à caractère personnel des personnes travaillant pour les Annonceurs ou leur Mandataire. Ces personnes sont informées de ce que leurs données font l'objet d'un traitement informatique destiné :

- au suivi de la négociation, de la conclusion et de l'exécution des ordres de publicité
- à la gestion et au suivi de la relation client et du service après-vente concernant les contrats, les commandes et les factures afférentes.

Ces données sont conservées par REGIS pendant la durée légale en vigueur et jusqu'à ce qu'elle soit informée de la fin de la collaboration de ces personnes avec les Annonceurs et leurs Mandataires. Conformément à la réglementation en vigueur, chaque collaborateur concerné de l'Annonceur et/ou de son Mandataire dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition au traitement des données le concernant. Pour exercer ces droits, il peut adresser un e-mail à l'adresse suivante : rgpd@mediawan.com.

II/ DISPOSITIONS PARTICULIERES PROPRES AU SUPPORT CHAINE

Article 2.1 – Tarifs

Les ordres de publicité sont facturés aux tarifs en vigueur consultables sur demande et dans le site www.regispub.com (conditions commerciales). Ils sont exprimés en euros hors taxes. REGIS se réserve le droit de modifier à tout moment ces tarifs en cours d'année, dont la réactualisation est accessible sur le site : www.regispub.com. En cas de variation des prix, les nouveaux tarifs seront applicables à tout ordre de publicité dont la confirmation sera reçue après la modification des tarifs. Le chiffre d'affaires brut correspond au chiffre d'affaires brut réalisé par REGIS avec un Annonceur, valorisé aux conditions d'emplacement telles que définies dans la grille tarifaire du Support concerné, avant déduction des modulations et remises commerciales. Toute diffusion gracieuse sera appliquée sous la forme d'une modulation de 100%. Le chiffre d'affaires net avant Remise Professionnelle est défini comme le chiffre d'affaires brut après application des dégressifs et avant application, s'il y a lieu, de la remise professionnelle.

Le chiffre d'affaires net correspond au chiffre d'affaires net avant remise professionnelle après application, s'il y a lieu, de la remise professionnelle, auquel s'ajoutent, le cas échéant, les frais techniques s'il y a lieu, et avant application des taxes.

Frais techniques : dans le cas où l'Annonceur charge REGIS de concevoir et/ou réaliser et/ou fournir des éléments techniques et/ou des créations nécessaires à la diffusion du message publicitaire, ou de l'Opération Spéciale (tels que billboard, bandes annonces, modules jeux), l'Annonceur prend en charge l'intégralité des frais afférents à la réalisation et à l'exploitation de ces éléments, dans les conditions convenues entre les parties (les frais techniques n'étant pas inclus dans les tarifs).

Article 2.2 – Relations commerciales

2.2.1 Indices format

Durée (en secondes)	Indice	Durée (en secondes)	Indice
3	35	24	96
4	39	25	97
5	43	26	98
6	49	27	98
7	54	28	99
8	57	29	99
9	59	30	100
10	62	31	121
11	65	32	125
12	69	33	131
13	74	34	140
14	77	35	145
15	81	36	150
16	82	37	155
17	87	38	160
18	89	39	167
19	90	40	173
20	93	45	196
21	94	50	221
22	94	55	248
23	95	60	279

2.2.2 - Remise Professionnelle

Sur les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, une remise professionnelle de 15% est appliquée sur le chiffre d'affaires net après application, s'il y a lieu, des modulations et des dégressifs. La remise professionnelle ne peut en aucun cas porter sur les frais techniques.

2.2.3 – Dégressifs

Les dégressifs se calculent et s'appliquent sur le chiffre d'affaires brut annuel HT date de diffusion.

Le dégressif volume s'applique à l'Annonceur ou à son groupe sur la base du chiffre d'affaires brut réalisé par lui ou par son ou ses Mandataire(s) pour son compte dans le cadre strict des présentes CGV. Son taux est fonction de la grille ci-dessous :

Supérieur ou égal à	Inférieur à	
10 000	20 000	5%
20 000	40 000	10%
40 000	80 000	25%
80 000	150 000	35%
150 000	250 000	45%
250 000		55%

Le dégressif « *cumul des mandats* » sera attribué à un Mandataire ayant au moins 2 Annonceurs qui n'appartiennent pas au même groupe pour lesquels il assure l'achat d'espaces publicitaires et la gestion des ordres (le groupe étant défini comme l'ensemble des sociétés détenues à au moins 50% par une même entité juridique au 1^{er} janvier de l'année en cours). Son taux est fonction de la grille indiquée sur la plaquette tarifaire du Support. Le taux de remise est calculé sur la base du chiffre d'affaire brut. Dans le cas où le Mandataire appartient à un groupe de mandataires, le chiffre d'affaires brut retenu sera celui du groupe auquel il appartient. Le dégressif de cumul des mandats s'additionne au dégressif volume, avant la remise professionnelle. Il est soumis au respect des délais de règlement conformément à l'article ci-dessus.

2.2.4 – Abattements

Un abattement de 25% est appliqué aux campagnes au profit d'un organisme professionnel ou d'une association (abattement « campagnes collectives »). Il s'applique sur les tarifs bruts et n'est pas cumulable avec : le dégressif volume, l'abattement sectoriel, l'abattement floating, la prime nouvel annonceur, l'abattement *early booking* et la remise saisonnière.

Un abattement sectoriel de 30% est appliqué aux campagnes au profit d'un organisme professionnel ou d'une association du secteur culturel de l'édition musicale, vidéo, imprimée, presse, logiciel, et jeux vidéo correspondant à la famille 16 et à 330102 de la nomenclature SNPTV et aux campagnes au profit du secteur du marketing direct. Il s'applique sur les tarifs bruts et n'est pas cumulable avec : l'abattement campagnes collectives, l'abattement *floating*, l'abattement *early booking* et la remise saisonnière.

Un abattement de 30% est appliqué lorsque l'espace publicitaire est réservé en *floating*, c'est-à-dire selon la disponibilité du planning. Il s'applique sur les tarifs bruts et n'est pas cumulable avec : l'abattement campagnes collectives, l'abattement sectoriel, l'abattement *early booking* et la remise saisonnière.

Un abattement de 15% est accordé à tout Annonceur réservant une campagne au moins 8 semaines avant la première diffusion du film publicitaire, sans possibilité d'annulation (« *early booking* »). Cet abattement n'est pas cumulable avec : l'abattement *floating*.

2.2.5 – Prime nouvel annonceur

Tout nouvel Annonceur investissant sur un ou plusieurs Support(s) Chaîne(s) pendant l'année en cours bénéficie d'une prime Nouvel Annonceur Chaîne de 15% calculée sur son chiffre d'affaires « Brut Facturé ». On entend par nouvel Annonceur Chaîne, tout Annonceur absent de(s) Support(s) Chaîne(s) au cours de l'année n-1. Ne bénéficiera pas de la prime précitée :

- ✓ l'Annonceur qui change de dénomination sociale pendant l'année en cours ;
- ✓ l'Annonceur qui communique pendant l'année en cours pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication sur un Support Chaîne au cours de l'année n-1 ;
- ✓ l'Annonceur présent au cours de l'année n-1 sur un Support Digital.

Tout Annonceur présent au cours de l'année n-1 sur un Support Digital et investissant pour la première fois dans un Support Chaîne pendant l'année en cours bénéficie d'une prime Nouvel Annonceur Chaîne de 20% calculée sur son chiffre d'affaires « Brut Facturé ». Ne bénéficie pas de la prime précitée :

- ✓ l'Annonceur qui change de dénomination sociale pendant l'année en cours ;
- ✓ l'Annonceur qui communique pendant l'année en cours pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication sur un Support Chaîne au cours de l'année n-1 ;
- ✓ l'Annonceur qui n'a pas communiqué sur un Support Digital au cours de l'année n-1.

2.2.6 – Remise saisonnière juillet-août

Toute campagne commençant à compter du 1^{er} juillet et prenant fin avant le 15 août de l'année en cours, hors accord-cadre, bénéficie d'une remise de 15%.

2.2.7 – Majorations tarifaires

- ✓ 100 % appliqué aux espaces publicitaires réservés dans le cadre d'une Opération(s) Spéciale(s),
- ✓ 25% pour l'habillage d'un écran publicitaire,
- ✓ 25% pour la réservation d'un espace publicitaire par un Annonceur dans un écran situé avant, pendant ou après un programme qu'il parraine,
- ✓ 15% applicable au premier, deuxième, avant-dernier ou dernier emplacement dans l'écran publicitaire,
- ✓ 10% applicable pour le troisième et l'antépénultième emplacement dans l'écran,
- ✓ 10% en cas de citation de marque de deux annonceurs dans un même film publicitaire,

Article 2.3 - Éléments Techniques - Délais :

Pour être diffusés, les films publicitaires doivent être communiqués aux normes techniques REGIS, accompagnés du calendrier de programmation, de la fiche d'identification, de l'accord ARPP et devront être remis à REGIS via Adstream ou IMD au plus tard 3 jours ouvrés avant la date de la première diffusion prévue. Toute arrivée de l'un de ces éléments en dehors de ces délais (remise tardive ou non-conformité du message) dégage la responsabilité de REGIS concernant la bonne diffusion de la publicité. En outre, passé ce délai, le prix de la (ou des) diffusion(s) et des éventuels frais notamment frais techniques seront intégralement dus par l'Annonceur comme si la diffusion avait eu lieu et REGIS ne sera redevable ni de compensation, ni d'intérêt, ni d'indemnité envers l'Annonceur, son Mandataire ou les tiers intéressés. Dans cette hypothèse, l'espace réservé sera remis à la libre disposition de REGIS, qui pourra notamment l'affecter à tout autre Annonceur. Dans le cas où, pour des raisons techniques, le matériel se révélerait impropre à la diffusion du message publicitaire, REGIS en avertira aussitôt l'Annonceur ou son Mandataire, qui devra lui fournir un matériel satisfaisant du même message, au plus tard 6 jours ouvrables avant la première diffusion et des éventuels frais notamment frais techniques prévus. Passés ces délais, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

Aucune réclamation d'ordre technique de diffusion ne pourra être retenue passé le délai de 5 jours après la première diffusion du message. Aucun support ne sera retourné après diffusion. L'Annonceur ne doit remettre que des copies des documents à l'exclusion de tout original. REGIS décline toute responsabilité quant à la garde et la conservation de ces documents, et ne saurait être responsable des pertes ou dommages subis par ces documents à l'occasion de l'exécution de l'ordre de publicité. REGIS se réserve la faculté de refuser toute remise d'un film non conforme notamment si la durée annoncée n'est pas respectée, ou d'exiger que l'Annonceur ou son Mandataire paye le prix réel du message en fonction de sa durée effective.

La remise des éléments techniques pour les Opérations Spéciales sera l'objet d'un accord spécifique entre REGIS et l'Annonceur ou son Mandataire.

III/ DISPOSITIONS PARTICULIERES PROPRES AU SUPPORT DIGITAL

Article 3.1 – Tarifs :

Les ordres de publicité sont facturés sur la base des tarifs HT en vigueur communiqués sur demande et consultables sur le site : www.regispub.com. REGIS se réserve le droit de modifier à tout moment ces tarifs en cours d'année, dont la réactualisation est accessible sur le site : www.regispub.com. Le prix tarif comprend une mise en ligne, ainsi que, le cas échéant, une modification des créations de la campagne au maximum par période de 15 jours. Le prix tarif comprend également, sous réserve de l'obtention par REGIS de l'autorisation de l'Éditeur du site, la possibilité pour l'Annonceur de créer un lien hypertexte renvoyant vers son site Internet et d'avoir accès aux statistiques de sa campagne publicitaire. En cas de variation des prix, les nouveaux tarifs seront applicables à tout ordre de publicité dont la confirmation sera reçue après la modification des tarifs. Dans le cadre d'une commercialisation de « flux vidéo » dans le(s) Support(s) Digital(aux) les tarifs sont publiés sur la base d'un message publicitaire de format vingt (20) secondes. Pour tout message publicitaire de durée différente, une table de conversion selon les différents indices de durée est disponible sur le site : www.regispub.com. Il est précisé que si, lors de la réservation, la durée du message publicitaire n'est pas connue par l'Annonceur et/ou son Mandataire, REGIS appliquera par défaut le format vingt (20) secondes. En outre si, à la réception du message publicitaire par REGIS, sa durée est différente de celle énoncée par l'Annonceur et/ou son Mandataire lors de sa réservation d'espace publicitaire et/ou du format vingt (20) secondes, REGIS ajustera le volume d'impressions stipulé dans l'ordre de publicité à la hausse ou à la baisse en fonction de la durée réelle du message publicitaire et un nouvel ordre de publicité sera établi.

Dans l'hypothèse où un Annonceur, Parrain d'un programme diffusé sur l'une des chaînes dont REGIS assure la régie publicitaire, bénéficie également d'une présence publicitaire sur un ou plusieurs Support(s) Digital(aux), son message publicitaire diffusé sur le(s) Supports Digital(aux) ne se verra pas appliquer les indices de durée tels que définis ci-dessus mais bénéficiera d'une tarification spécifique disponible sur le site REGIS.

Les messages publicitaires commercialisés au coût par visionnage ne se verront pas appliquer les indices de format tels que définis ci-dessus et disponibles sur le site : www.regispub.com.

Article 3.2 – Dégressif pour Cumul de Mandats et Remise Professionnelle :

Sur les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, il est appliqué une remise professionnelle de 15 % sur le prix tarif net HT, après application des majorations et/ou remises commerciales, et, le cas échéant, du dégressif pour cumul de mandats. Dans le cas où le Mandataire appartient à un groupe de mandataires, l'assiette de calcul du cumul de mandats retenue sera celle du groupe auquel il appartient ; le groupe étant défini comme l'ensemble des sociétés détenues à au moins 50% par une même entité juridique au 1^{er} janvier de l'année en cours. La remise professionnelle ne peut en aucun cas porter sur les frais techniques.

Article 3.3 – Prime nouvel Annonceur Digital

Tout nouvel Annonceur investissant sur un ou plusieurs Support(s) Digital(aux) pendant l'année en cours bénéficie d'une prime Nouvel Annonceur Digital de 15% calculée sur son chiffre d'affaires « Brut Facturé ». On entend par nouvel Annonceur Digital, tout Annonceur absent de(s) Support(s) Digital(aux) au cours de l'année n-1. Ne bénéficiera pas de la prime précitée :

- ✓ l'Annonceur qui change de dénomination sociale pendant l'année en cours ;
- ✓ l'Annonceur qui communique pendant l'année en cours pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication sur un Support Digital au cours de l'année n-1;
- ✓ l'Annonceur présent au cours de l'année n-1 sur un Support Chaîne.

Tout Annonceur présent au cours de l'année n-1 sur un Support Chaîne et investissant pour la première fois dans un Support Digital pendant l'année en cours bénéficie d'une prime Nouvel Annonceur Digital de 20% calculée sur son chiffre d'affaires « Brut Facturé ». Ne bénéficie pas de la prime précitée :

- ✓ l'Annonceur qui change de dénomination sociale pendant l'année en cours ;
- ✓ l'Annonceur qui communique pendant l'année en cours pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication sur un Support Digital au cours de l'année n-1 ;
- ✓ l'Annonceur qui n'a pas communiqué sur un Support Chaîne au cours de l'année n-1.

Article 3.3 – Offres commerciales

Les données de téléchargements, de visiteurs uniques (VU), d'impressions, sont données à titre indicatif et sont susceptibles de varier au fil de temps. Les offres ne sont disponibles qu'en rotation générale sans suppression, en formats classiques, et ne donnent pas droit à optimisation en cours de campagne, sauf mentions contraires explicites dans la présentation des offres.

Article 3.4 – Exécution des ordres de publicité

Éléments techniques : les éléments techniques, en ce compris le visuel des bandeaux pour toute image hébergée par un autre serveur (« *Redirect* »), doivent impérativement être mis à disposition de REGIS au plus tard trois (3) jours ouvrés avant la date de première mise en ligne stipulée dans l'ordre de publicité, sous un format conforme aux spécifications techniques fixées par REGIS. Pour les formats spécifiques et Opérations Spéciales, les éléments techniques doivent être adressés au maximum 5 jours ouvrés avant le début de la campagne. Aucune indemnité de compensation ne peut être réclamée en cas de retard de livraison de création par le client (c'est-à-dire en cas de non livraison de la création à la date convenue ou en cas de livraison d'une création non conforme aux spécificités techniques demandées). Tout retard de livraison des éléments libère REGIS de l'engagement de livraison de volume sur la période contractuelle. Dans ce cas, REGIS facture la totalité du volume réservé dans l'ordre de publicité pour les emplacements achetés en exclusivité ou à forte part de voix. Pour les formats IAB, une livraison des créations (aux spécificités REGIS) jusqu'à 24h avant la date de diffusion, entraîne la facturation d'une pénalité journalière (200 €). Une livraison à moins de 24h00 de la date de diffusion, et ne permettant pas la mise en ligne de la campagne à la date souhaitée, entraîne la facturation de 80% du montant net acheté. **Sur les formats événementiels** : une livraison de création (aux spécificités de REGIS) jusqu'à 5 jours ouvrés avant la date de diffusion, entraîne la facturation d'une pénalité journalière de 200 €. A moins de 5 jours de la date de diffusion, la facturation est faite à hauteur de 80% du montant net acheté.

La responsabilité de REGIS ne saurait être engagée en cas de défaillance dans la représentation des éléments du fait d'un dysfonctionnement ou d'un encombrement du réseau Internet, ainsi que d'un dysfonctionnement du « *Ad server* », qui sont assimilés à des cas de force majeure tel que défini à l'article 1.7 ci-dessus.

2– **Emplacement publicitaire** : Les espaces publicitaires proposés par REGIS dans l'ordre de publicité s'entendent toujours sous réserve du nombre de pages vues au moment de la réception de la confirmation de l'ordre de publicité.

Dans le cas où l'emplacement publicitaire proposé dans l'ordre de publicité ne pourrait être respecté, REGIS fera ses meilleurs efforts pour mettre à la disposition de l'Annonceur un autre emplacement de valeur équivalente. Si l'emplacement ainsi proposé ne convenait pas à l'Annonceur, ce dernier serait en droit d'annuler son ordre, sans indemnité.

3– **Messages publicitaires – Modifications** : en dehors d'une mise en ligne, ainsi que d'une modification des créations de la campagne de publicité de l'Annonceur par période de 5 jours ouvrés, REGIS se réserve le droit de refuser toute nouvelle mise en ligne et/ou modification de création(s) demandée par l'Annonceur. En cas d'acceptation de REGIS, la nouvelle mise en ligne, ou la modification de création(s) peut donner lieu à une majoration de 10 % du prix de la publicité. Pour tout élément hébergé par un autre serveur (« *Redirect* »), REGIS doit impérativement être prévenue 1 jour ouvré à l'avance de toute interruption ou rupture des liens.

Article 3.5 - Réclamation :

Il est entendu que l'outil de gestion de campagne de REGIS fait foi entre REGIS, d'une part, et l'Annonceur et le Mandataire, d'autre part. Toute réclamation relative à la diffusion d'une campagne ne pourra pas être prise en compte par REGIS si elle n'est pas consécutive à un contrôle effectué conjointement par l'Annonceur et un collaborateur de REGIS. Les réclamations, quelle qu'en soit la nature ne sont reçues que par écrit et dans un délai maximum de quinze jours à compter de la date de facture.

Article 3.6 – Insertion des Tags ou traceurs au sein des publicités

L'Annonceur ou son Mandataire est tenu d'informer REGIS et d'obtenir son consentement préalable écrit avant toute insertion dans les créations publicitaires d'un tag, cookie ou traceur quel qu'il soit, qui viserait à recueillir des données de navigation des internautes, traitées de manière anonyme. La demande d'autorisation doit comporter les caractéristiques du/des tags, les finalités de la collecte de ces données par ce biais, le type de données collectées, la durée de validité des tags, les moyens de s'y opposer, ainsi que les destinataires des données. L'Annonceur reconnaît que cette autorisation est donnée au cas par cas. Ces tags restent la propriété de l'Annonceur et ne sont pas destinés à être communiqués ou transférés à des tiers quels qu'ils soient, ni être agrégés ou fusionnés avec d'autres informations quelles qu'elles soient. L'Annonceur s'engage à respecter la loi et notamment les recommandations CNIL en la matière, notamment celles concernant l'obtention de l'accord des internautes, la durée de vie et d'exploitation des tags - limitée à 13 mois - et la mise en place d'un outil simple d'utilisation pour permettre aux internautes de les désactiver. L'Annonceur reconnaît la possibilité pour REGIS de mettre à disposition des internautes un outil leur permettant de désactiver l'ensemble des tags présents dans les Supports. REGIS se réserve le droit de modifier ou désactiver à tout moment, dans ses emplacements publicitaires, un ou plusieurs tags de l'Annonceur. L'Annonceur déclare et garantit ne collecter aucune donnée personnelle, ni aucune adresse IP (au sens de la définition de la loi n°7817 du 6 janvier 1978 dans sa dernière mise à jour dite « Loi Informatiques et Libertés »), par l'intermédiaire de ces tags et traceurs. L'Annonceur garantit qu'en conséquence, aucune base de données incluant des données personnelles d'internautes n'est constituée et/ou conservée par lui, étant précisé que l'Annonceur est seul responsable de toute faille de sécurité relative à ces tags. L'Annonceur doit permettre à REGIS d'accéder aux données techniques collectées au moyen des tags, par la mise en place d'accès à un outil de tracking en temps réel. L'Annonceur est responsable du bon fonctionnement de cet outil et devra remédier à tout dysfonctionnement qui lui serait notifié par REGIS. Il est expressément convenu que les données collectées au moyen de ces tags ne sont pas opposables à REGIS. S'agissant des tags permettant la géolocalisation de manière anonyme, l'Annonceur reconnaît que l'autorisation ne peut être donnée que pour des villes de plus 50 000 habitants (valable dans les campagnes display classiques et les emailings) et que leur durée de vie soit limitée à deux mois ou en tout état de cause, ne soit pas excessive et proportionnelle au service rendu.