GONDITIONS GENERALES DE VENTE TV SEGMENTE



2022

PUB

SUPPORTS EN REGIE CHEZ TF1 PUBLICITE ELIGIBLES A LA PUBLICITE TV SEGMENTEE AU 1^{ER} JANVIER 2022

LISTE EN VIGUEUR AU 19 OCTOBRE 2021

SUPPORT TV GENERALISTE:

TF1

SUPPORT TV DE LA TNT:

TF1 SERIES FILMS

TFX

TMC TMC



1. APPLICATION, MODIFICATION ET OPPOSABILITE DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

Le Décret n° 2020-983 du 5 août 2020 portant modification du régime de publicité télévisée est venu autoriser la publicité dite « segmentée », ou encore « adressée », permettant ainsi de remplacer le message publicitaire du flux linéaire d'une chaîne de télévision reçu via le signal IPTV par un autre message publicitaire auprès de certains abonnés,

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à la vente d'espaces publicitaires dans le cadre des Offres TV Segmentée sur l'ensemble des Supports énumérés en tête des présentes conditions générales de vente dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire (ci-après les « Espaces Publicitaires »).

TF1 Publicité en tant que régisseur de la publicité sur le(s) Support(s) est seule habilitée à recevoir les demandes de réservation d'Espace Publicitaire émanant des Annonceurs ou de leur Mandataire ; à émettre les Ordres de publicité soumis à l'acceptation de l'Annonceur et/ou de son Mandataire ; à signer les Ordres de publicité ; à facturer les prestations de publicité exécutées conformément à l'Ordre de publicité et à en encaisser le montant auprès des Annonceurs ; et ce, pour l'ensemble des modes de commercialisation des Espaces Publicitaires sur le(s) Support(s) concerné(s).

La souscription d'un Ordre de publicité par un Annonceur ou son Mandataire implique :

- l'acceptation des présentes conditions générales de vente et les éventuelles conditions particulières convenues entre TF1 Publicité et l'Annonceur, étant précisé que seuls l'Ordre de publicité, les conditions commerciales applicables au(x) Support(s) dans le cadre des Offres TV Segmentée figurant dans les Conditions Commerciales « CONVERGENCE MULTISCREEN 2022 » de TF1 Publicité (ci-après les « Conditions Commerciales»), les présentes conditions générales de vente et les éventuelles conditions particulières convenues entre TF1 Publicité et l'Annonceur sont applicables à la diffusion des Messages Publicitaires sur le(s) Support(s) à l'exclusion de tout autre document de quelque nature qu'il soit et de quelque personne dont il émane. A ce titre, l'indication d'une référence de commande propre à l'Annonceur susceptible de figurer sur la facture établie et adressée par TF1 Publicité est purement informative, aux fins exclusives de sa saisie et de sa prise en compte par l'Annonceur, et n'implique aucune acceptation par TF1 Publicité ni du document qui comporte cette référence, ni des conditions générales d'achat auxquelles celui-ci pourrait renvoyer ou être soumis ;
- Le respect des dispositions d'ordre légal, réglementaire et/ou professionnel, national ou communautaire applicables en la matière.

Les présentes conditions générales de vente sont applicables aux Messages Publicitaires diffusés dans le cadre des Offres TV Segmentée sur le(s) Support(s) entre le 1er janvier 2022 et le 31 décembre 2022.

Seule la version des conditions générales de vente de TF1 Publicité publiée sur le site Internet de TF1 Publicité et disponible à l'adresse suivante: https://labox.tf1pub.fr (ci-après le « Site TF1 Publicité »), fait foi. Toute publication sur un autre support que le Site TF1 Publicité n'est effectuée qu'à titre indicatif.

La commercialisation des Offres de Publicité TV Segmentée s'inscrivant dans le cadre d'un MVP (*minimum valuable product*) avec l'ensemble des intermédiaires techniques ; et compte tenu par ailleurs notamment des impératifs légaux, des pratiques et usages de la profession auxquels TF1 Publicité est assujettie, elle se réserve la faculté d'aménager et/ou de modifier les présentes conditions générales de vente à tout moment.

Ces aménagements et/ou modifications seront portés à la connaissance de l'Annonceur et/ou de son Mandataire par tout moyen d'usage et prendront effet à leur date de publication sur le Site TF1 Publicité

Par ailleurs, TF1 Publicité se réserve la possibilité de compléter et/ou de déroger aux présentes conditions générales de vente dans le cadre de conditions générales de vente spécifiques relative à une offre particulière proposée par TF1 Publicité aux Annonceurs et/ou leur Mandataire sur un ou plusieurs Support(s).

Il est d'ores-et-déjà précisé que l'Offre TV Segmentée intitulée « DCO », non encore disponible à la vente à la date des présentes, fera l'objet de conditions générales de vente distinctes.

2. **DEFINITIONS**

Pour l'application des présentes conditions générales de vente, les termes figurant en **Annexe 1** des présentes conditions générales de vente, qu'ils soient utilisés au singulier ou au pluriel, seront employés avec le sens et la portée définis à ladite Annexe 1

3. OFFRES COMMERCIALES

Sur chacun des Supports confiés en régie à TF1 Publicité, l'Annonceur peut trouver tout ou partie des modes de commercialisation énoncés ci-après, chacun des Supports, en fonction de ses caractéristiques et souhaits éditoriaux, pouvant choisir de limiter son Offre commerciale.

Le détail de l'Offre commerciale d'un Support est présenté dans les Conditions Commerciales qui le concernent et disponibles sur le Site TF1 Publicité.

Il est précisé que l'ensemble des espaces publicitaires des Supports ne sont pas éligibles à la Publicité TV Segmentée et donc à l'achat dans le cadre des Offres TV Segmentée.

3.1 Types d'offres commerciales

3.1.1 COMMERCIALISATION « EN ROTATION GENERALE »

Dans le cadre d'une commercialisation dite « en Rotation Générale », le Message Publicitaire de l'Annonceur sera diffusé à la discrétion de TF1 Publicité sur un ou plusieurs Supports dans les conditions définies dans les Conditions Commerciales de façon à atteindre au mieux l'objectif de ciblage de l'Offre TV Segmentée achetée par l'Annonceur et dans les conditions mentionnées dans l'Ordre de publicité souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire. Les Offres « Geoloc », « Reach » et « Data » sont commercialisées en Rotation Générale

3.1.2 COMMERCIALISATION AU SUPPORT POUR TF1

Dans le cadre d'une commercialisation dite au « Support », le Message Publicitaire de l'Annonceur sera diffusé sur tout ou partie des Espaces publicitaires d'un seul Support dans les conditions mentionnées dans l'Ordre de publicité souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire.

L'offre « Context TF1 only » est diffusée uniquement sur le Support TF1.

3.1.3 COMMERCIALISATION « A LA CARTE »

En fonction des disponibilités du planning, TF1 Publicité peut répondre à l'attente d'un Annonceur en adaptant une ou plusieurs des formules énoncées ci-dessus à ses besoins spécifiques ou en lui proposant une solution totalement personnalisée dans le respect des limites imposées par la réglementation applicable au Support concerné et la ligne éditoriale de celui-ci.

TF1 Publicité remettra à l'Annonceur une offre chiffrée correspondant au projet arrêté d'un commun accord avec l'Annonceur et/ou son Mandataire. L'offre tarifaire ainsi délivrée par TF1 Publicité correspond au seul tarif de l'Espace Publicitaire concédé à l'Annonceur. Elle n'inclut pas, sauf stipulations expresses contraires, les frais techniques (création, mise en ligne, ...).

La commercialisation à la carte est proposée dans le cadre de l'offre « Custom ».



3.2 MODE DE COMMERCIALISATION

Le Message Publicitaire de l'Annonceur est présent sur le Support dans les conditions déterminées dans l'Offre TV Segmentée applicable au Support et pour une durée et un nombre maximum d'Impressions mentionnés dans l'Ordre de publicité souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire, dans le cadre d'une commercialisation dite au « Coût pour Mille » (ou « CPM »),

Il est précisé que TF1 Publicité fera ses meilleurs efforts pour diffuser le nombre maximum d'Impressions (en **CPM**) stipulé dans l'Ordre de publicité de manière linéaire sur toute la durée de la campagne mentionnée dans l'Ordre de publicité.

L'Annonceur sera facturé chaque mois en fonction du nombre d'Impressions constatées pour le Message Publicitaire sur un mois donné, ramené à une base de mille (1.000) Impressions.

TF1 Publicité interrompra la Diffusion du Message Publicitaire dès la réalisation du premier des évènements suivants :

- dès l'atteinte du nombre maximum d'Impressions (en CPM) mentionné dans l'Ordre de publicité souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire; ou
- à la date de fin de la campagne mentionnée dans l'Ordre de publicité souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire.

Il est précisé que seuls les enregistrements effectués par le serveur de publicité de TF1 Publicité feront foi des Impressions et autres statistiques ayant lieu à l'occasion de la mise en œuvre du présent article et par conséquent, pour la facturation des sommes dues par l'Annonceur.

4. TARIFS - CONDITIONS COMMERCIALES

4.1 TARIFS

Les tarifs applicables aux Supports dans le cadre des Offres de Publicité TV Segmentée sont publiés et disponibles sur le Site TF1 Publicité.

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 jointe en Annexe 2 des présentes conditions générales de vente. 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, TF1 Publicité appliquera par défaut le format vingt (20) secondes.

En outre si à la réception du Message Publicitaire par TF1 Publicité, 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) secondesTF1 Publicité 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 dès lors établi.

4.2 CONDITIONS COMMERCIALES

4.2.1 GENERALITES

TF1 Publicité publie des Conditions Commerciales applicables à la vente d'Espace Publicitaire spécifiques à chaque Support dans le cadre des Offres TV Segmentée lesquelles sont disponibles sur le Site TF1 Publicité).

Les Conditions Commerciales énoncées pour un Support s'appliquent à tout investissement publicitaire réalisé par un Annonceur auprès de TF1 Publicité en Espace Publicitaire sur ledit Support dans le cadre des Offres de Publicité TV Segmentée pour la période du 1er janvier 2022 au 31 décembre 2022.

Les Conditions Commerciales propres à chacun des Supports précisent si lesdites conditions sont exclusives les unes des autres ou bien cumulables.

4.2.2 ABATTEMENTS - PRIMES

Les abattements et primes ci-après, et tels définis dans les Conditions Commerciales s'appliquent le cas échéant aux investissements réalisés par l'Annonceur sur le(s) Support(s) dans le cadre des Offres TV Segmentée.

4.2.2.A) REMISE DE REFERENCE

Tout Annonceur présent sur un Support en 2022 dans le cadre des Offres TV Segmentée bénéficie d'une remise de Référence de 15 % restituée sur facture, calculée sur le chiffre d'affaires « Brut facturé » réalisé auprès de TF1 Publicité et concernant le Support.

4.2.2.B) PRIME DE MANDAT

Tout Annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses Messages Publicitaires sur le(s) Support(s) dans le cadre des Offres TV Segmentée à un Mandataire qui assure l'une des missions suivantes :

- l'achat et la réservation d'Espace Publicitaire, la signature des Ordres de publicité, leur gestion et leur suivi,
- la gestion et le contrôle des factures émises par TF1 Publicité au nom de l'Annonceur.

et qui assure le contrôle du paiement à bonne date desdites factures (peu importe que le Mandataire soit en charge du règlement desdites factures), bénéficie d'une remise de 1,5% calculée sur le chiffre d'affaires « Brut Facturé » hors taxes réalisé auprès de TF1 Publicité et concernant le Support.

Cette remise n'est accordée que si TF1 Publicité est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en **Annexe 3** des présentes conditions générales de vente.

4.2.2.c) PRIME NOUVEL ANNONCEUR

Tout Nouvel Annonceur investissant sur un ou plusieurs Support(s) en 2022 dans le cadre des Offres TV Segmentée bénéficie d'une prime Nouvel Annonceur de 15 % calculée sur son chiffre d'affaires « Brut Facturé ».

On entend par Nouvel Annonceur, tout Annonceur absent de(s) Support(s) Digital(aux) au cours de l'année 2021.

Ne bénéficiera pas de la prime précitée :

- l'Annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2022 ;
- l'Annonceur qui communique en 2022 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication sur un Support Digital en 2021;
- l'Annonceur présent en 2021 sur un support TV dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire.

4.2.2.D) ABATTEMENTS SPECIFIQUES

Ce sont des abattements tarifaires spécifiques applicables à certains Messages Publicitaires limitativement énumérés dans les Conditions Commerciales.

Ces abattements seront calculés sur la valeur « Brut Facturé » des Messages Publicitaires concernés.

Toutefois une demande d'accord préalable devra être déposée auprès de TF1 Publicité qui vérifiera, à l'examen du Message Publicitaire, que celui-ci satisfait les critères précités.

Par ailleurs les campagnes gouvernementales et grandes causes nationales bénéficieront d'un abattement de 30 % sur la valeur « Brut Facturé » des Messages Publicitaires concernés

4.2.2.E) PRIME DE VOLUME

Tout Annonceur présent sur un ou plusieurs Support(s) et investissant dans le cadre des Offres TV Segmentée un chiffre d'affaires « Brut facturé » égal ou supérieur à **10.000 euros** bénéficie d'une remise calculée sur son Chiffre d'affaires « Brut Facturé » conformément aux Conditions Commerciales. .

PUB

4.2.3 MAJORATIONS

TF1 Publicité majore la valeur « Brut Tarif » du Message Publicitaire concerné conformément aux Conditions Commerciales selon les modalités de ciblage de la campagne (Reach, Geoloc ou Data, Contexte TF1 Only, Exclusion d'une ou plusieurs chaînes).

La majoration « Custom », appliquée également sur la valeur « Brut Tarif » du Message Publicitaire, est définie, sur devis, pour toute demande de ciblage multicritères reposant sur des critères de ciblage non définis dans les Conditions Commerciales (ex : capping spécifique, ciblage jour/horaire etc).

5. FORMATION DE L'ORDRE DE PUBLICITE

5.1 DEMANDE DE RESERVATION

5.1.1 DEMANDE DE RESERVATION CLASSIQUE

L'Annonceur et/ou son Mandataire déclare et garantit disposer de l'intégralité des droits lui permettant de conclure un Ordre de publicité et d'accepter les présentes conditions générales de vente.

L'Annonceur et/ou son Mandataire, intéressé par une présence sur un ou plusieurs Espace(s) Publicitaire(s) du/des Support(s) adresse à TF1 Publicité une demande de réservation d'Espaces Publicitaires sur le(s) Support(s) par tout moyen écrit d'usage dans la profession, pour un type d'opération convenu pour la période ouverte à la commercialisation.

La demande de réservation sur un Support doit parvenir à TF1 Publicité au plus tard une (1) semaine avant la date souhaitée de démarrage de la campagne sur le(s) Support(s)par l'Annonceur.

La demande de réservation devra indiquer :

- le nom du ou des Support(s) sélectionné(s),
- les références des Espaces Publicitaires que l'Annonceur souhaite occuper (type d'Offre commerciale, mode de commercialisation, Formats publicitaires, ...),
- la durée du Message Publicitaire,
- les critères de ciblage des destinataires des Messages Publicitaires et le nombre d'envoi sur la période d'action,
- la période de la campagne (date de début, date de fin),
- le nom de l'Annonceur.
- le nom du produit ou de la marque objet du Message Publicitaire,

et être accompagnée :

- si la demande de réservation est effectuée par le Mandataire de l'Annonceur, d'un original de l'attestation de mandat conforme au modèle joint en Annexe des présentes conditions générales de vente;
- des différents Messages Publicitaires, si la demande de réservation prévoit plusieurs ciblages

L'Annonceur et/ou son Mandataire s'engage à informer TF1 Publicité en temps utile de toutes modifications des informations indiquées ci-avant, avant toute exécution de l'Ordre de publicité.

A réception de la demande de réservation puis des Eléments de Publicité, TF1 Publicité vérifiera l'exactitude des informations communiquées par l'Annonceur et ou son Mandataire et apportera le cas échéant les correctifs qui s'imposent.

Toute demande de réservation qui ne mentionnerait pas l'intégralité des informations énoncées ci-avant et/ou ne serait pas accompagnée, s'il y a lieu, de l'original de l'attestation de mandat ne pourra être prise en compte par TF1 Publicité.

5.1.2 Intervention d'un mandataire

Conformément à la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 dite Loi Sapin, l'Annonceur peut acheter l'Espace Publicitaire sur un Support soit directement auprès de TF1 Publicité,

soit par l'intermédiaire d'un Mandataire dûment désigné par lui au terme d'un contrat de mandat écrit. Dans l'hypothèse de l'intervention d'un Mandataire, l'Annonceur devra informer TF1 Publicité de l'existence de ce mandat écrit et des limites qu'il entend lui donner au moyen de l'attestation de mandat.

L'Annonceur devra retourner l'attestation de mandat dûment complétée pour une année civile et signée par lui et par le Mandataire à TF1 Publicité avant tout début de campagne par courrier à l'attention de l'Administration des Ventes de TF1 Publicité : 1 quai du point du jour – 92100 Boulogne. En tout état de cause, l'Annonceur restera le débiteur de TF1 Publicité et sera tenu d'exécuter les engagements contractés en son nom et pour son compte par son Mandataire.

L'Annonceur s'engage à informer sans délai TF1 Publicité de toutes modifications ou résiliation de mandat en cours de campagne par l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception. Ce changement de situation ne sera opposable à TF1 Publicité qu'à compter de la réception de ladite lettre par TF1 Publicité.

Il est précisé qu'en l'absence d'attestation de mandat visant expressément la TV Segmentée, TF1 Publicité appliquera les règles suivantes :

- Prise en compte du mandat digital pour les Annonceurs absents des supports TV en régie chez TF1 Publicité en 2022;
- Prise en compte du mandat TV pour les Annonceurs déjà présents sur les supports TV en régie chez TF1 Publicité en 2022.

5.2 CONFIRMATION DEMANDE DE RESERVATION - ETABLISSEMENT DE L'ORDRE DE PUBLICITE

TF1 Publicité enregistre les demandes de réservation en fonction des disponibilités du planning de réservation puis renvoie à l'Annonceur et/ou à son Mandataire un Ordre de publicité confirmant, tout ou partie de la demande de réservation initiale selon les disponibilités du planning.

L'envoi de l'Ordre de publicité confirmant tout ou partie d'une demande de réservation ne bloque pas l'Espace Publicitaire au profit de l'Annonceur. Il appartient à l'Annonceur et/ou à son Mandataire de souscrire à cette confirmation de réservation en la retournant signée à TF1 Publicité. A réception, TF1 Publicité vérifie si l'Espace Publicitaire concerné est toujours disponible :

- si l'Espace Publicitaire concerné est toujours disponible, la réception de l'Ordre de publicité signé de l'Annonceur et/ou de son Mandataire par TF1 Publicité rend la réservation définitive,
- si l'Espace Publicitaire concerné n'est plus disponible, TF1 Publicité en informe immédiatement l'Annonceur et/ou son Mandataire et lui propose des solutions alternatives, lesquelles, s'il les accepte, donneront lieu à l'envoi d'un nouvel Ordre de publicité confirmant la demande de réservation.

5.3 VALIDATION DE L'ORDRE DE PUBLICITE

TF1 Publicité se réserve le droit de disposer de l'Espace Publicitaire stipulé dans l'Ordre de publicité tant que l'Annonceur ou son Mandataire ne lui a pas retourné l'Ordre de publicité signé, dans les conditions prévues à l'article 8.1 des présentes conditions générales de vente.

La souscription d'un Ordre de publicité par un Annonceur et/ou son Mandataire implique l'acceptation des Conditions Commerciales applicables au(x) Support(s) concerné(s) et des présentes conditions générales de vente applicables ainsi que le respect des dispositions d'ordre légal, réglementaire et/ou professionnel, national ou communautaire applicables en la matière.

Les tarifs, Conditions Commerciales et conditions générales de vente applicables aux Messages Publicitaires sont ceux en vigueur à la date de Diffusion desdits Messages Publicitaires et mentionnés dans l'Ordre de publicité souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire. Pour faciliter l'application des tarifs et la programmation des Messages Publicitaires, le Message Publicitaire ne se verra attribuer qu'un seul Code Secteur. Aussi, dans l'hypothèse d'un Message Publicitaire assurant la promotion de plusieurs produits et/ou services, le Message Publicitaire se verra attribuer le Code Secteur du produit et/ou service prépondérant.

L'Ordre de publicité ne confère aucune exclusivité sous quelque forme que ce soit à

. . . B II B

l'Annonceur et/ou au Mandataire.

L'Ordre de publicité est personnel à l'Annonceur, il ne peut en aucun cas être cédé ou transféré sous quelque forme que ce soit à titre gratuit ou onéreux sous peine de résiliation immédiate et sans préavis de l'Ordre de publicité.

Si en cours d'exécution de l'Ordre de publicité un changement de propriétaire ou un transfert de l'exploitation intervient chez l'Annonceur, ce dernier est tenu de s'assurer de l'exécution jusqu'à leur terme des stipulations de l'Ordre de publicité et en reste personnellement garant. Sauf stipulations expresses contraires, l'Ordre de publicité est spécifique à chaque Support. Aucun transfert ne peut être opéré d'un Support à un autre

5.4 ANNULATION / MODIFICATION DE PROGRAMMATION

5.4.1 A L'INITIATIVE DE L'ANNONCEUR 5.4.1.A) MODIFICATIONS DE PROGRAMMATION

En complément de la faculté d'annulation de programmation telle que prévue à l'article 5.4.1.B ci-après, TF1 Publicité offre la possibilité à l'Annonceur et/ou à son Mandataire, passé le délai de quinze (15) jours calendaires précités, d'effectuer des aménagements de programmation d'un ou plusieurs Message(s) Publicitaire(s) au plus tard cinq (5) jours calendaires avant la date de Diffusion initiale de la campagne telle que stipulée dans l'Ordre de publicité.

Cette faculté ne pourra être exercée que dans l'hypothèse où le budget correspondant aux Messages Publicitaires objet de la demande d'aménagement pourra être reprogrammé intégralement et concomitamment.

A défaut du respect par l'Annonceur et/ou son Mandataire des conditions précitées, la demande d'aménagement sera assimilée à une annulation de programmation à l'initiative de l'Annonceur soumise aux pénalités définies à l'article 5.4.1.B

Les stipulations du présent article ne s'appliquent pas aux investissements publicitaires de l'Annonceur réalisés dans le cadre d'offres pour lesquelles les Conditions Commerciales prévoient que le choix de programmation est ferme et définitif.

5.4.1.B) ANNULATION DE PROGRAMMATION

- L'Annonceur et/ou son Mandataire peut annuler sa programmation au plus tard quinze (15) jours calendaires avant la date de Diffusion initiale dudit Message Publicitaire stipulée dans l'Ordre de publicité, sous réserve d'en informer TF1 Publicité par écrit.
- Pour toute annulation de programmation à moins de quinze (15) jours calendaires de la date de Diffusion initiale dudit Message Publicitaire, l'Annonceur sera redevable de pénalités dans les conditions ci-après :
 - 50% du montant net fin d'ordre de la campagne correspondant à l'Ordre de Publicité annulé, si l'annulation intervient entre le 15ème et le 5ème jour calendaire inclus avant la date de démarrage de la campagne telle que stipulée dans l'Ordre de publicité;
 - 100% du montant net fin d'ordre de la campagne correspondant à l'Ordre de Publicité annulé, si l'annulation intervient moins de cinq (5) jours calendaires avant la date de démarrage de la campagne telle que stipulée dans l'Ordre de publicité.

Il est expressément convenu que pour toute demande d'annulation de programmation adressée à TF1 Publicité avant 18H00 le jour J, l'annulation effective

du(des) Message(s) Publicitaire(s) sera effectuée à **J+2** (jours ouvrés). Pour toute demande d'annulation de programmation adressée à TF1 Publicité à compter de **18H00 le jour J**, l'annulation effective du(des) Message(s) Publicitaire(s) sera effectuée à **J+3** (jours ouvrés). Le(s) Message(s) Publicitaire(s) diffusé(s) pendant ce délai sera(seront) dû(s) par l'Annonceur.

Dès connaissance d'une annulation de programmation à l'initiative de l'Annonceur et/ou de son Mandataire dans le respect des conditions précitées, TF1 Publicité disposera à nouveau librement de l'Espace Classique annulé.

En outre la mise en œuvre des dispositions du présent article n'exclut pas l'application de pénalités pour retard de paiement prévues à l'article « Conditions financières » des présentes conditions générales de vente.

5.4.2 Modifications tarifaires ou de programmation a L'initiative de TF1 Publicite

5.4.2.A) Compte tenu notamment des impératifs légaux, pratiques, techniques ou usages de la profession auxquels est assujettie TF1 Publicité, TF1 Publicité se réserve la faculté d'aménager à tout moment ses tarifs à la hausse ou à la baisse et ses Conditions Commerciales ou les modalités techniques de programmation du(es) Message(s) Publicitaire(s), sous réserve d'en informer l'Annonceur et/ou son Mandataire au plus tard cinq (5) jours calendaires avant la date d'entrée en vigueur desdites modifications.

TF1 Publicité adressera à l'Annonceur et/ou à son Mandataire un Ordre de publicité rectificatif. L'Annonceur et/ou le Mandataire disposera d'un délai de trois (3) jours calendaires pour accepter ou refuser lesdites modifications.

En cas d'accord de l'Annonceur et/ou de son Mandataire, les modifications s'appliqueront aux Messages Publicitaires diffusés sur le(s) Support(s) à compter de la date d'entrée en vigueur desdites modifications.

En cas de refus signifié par écrit dans le délai de trois (3) jours précité, le ou les Message(s) Publicitaire(s) concerné(s) seront annulés à compter de la date de notification du refus et ce sans indemnité de part et d'autre, sous réserve des dispositions contraires prévues à l'article 6.1.2 relatif à la conformité technique des Eléments de Publicité, tel que ce terme est défini à l'article 6.1 des présentes conditions générales de vente.

Dans l'hypothèse d'une indisponibilité d'inventaire, TF1 Publicité proposera à l'Annonceur une solution alternative répondant aux mêmes critères qualitatifs et quantitatifs que la prestation initiale. Dans ce cadre, TF1 Publicité adressera à l'Annonceur et/ou son Mandataire un Ordre de publicité rectificatif à retourner signé dans un délai de trois (3) jours calendaires.

5.4.2.B) A titre exceptionnel, en raison d'une programmation liée à un évènement jugé exceptionnel par l'éditeur du Support, TF1 Publicité se réserve la faculté de modifier dans un délai inférieur à cinq (5) jours calendaires les tarifs, à la hausse comme à la baisse, et/ou les caractéristiques d'un ou plusieurs Espaces Publicitaires et/ou les modalités techniques de programmations du(des) Message(s) Publicitaire(s) d'une campagne en cours.

TF1 Publicité en informera l'Annonceur par tout moyen d'usage et délais appropriés et/ou son Mandataire et leur adressera un Ordre de publicité rectificatif. L'Annonceur et/ou son Mandataire disposera d'un délai de deux (2) jours calendaires pour accepter ou refuser lesdites modifications.

En cas d'accord l'Annonceur et/ou le Mandataire retournera à TF1 Publicité l'Ordre de publicité rectificatif dûment signé et les modifications s'appliqueront aux Messages Publicitaires diffusés à compter de la date d'entrée en vigueur desdites modifications. En cas de refus signifié par écrit dans le délai de deux (2) jours précité, TF1 Publicité pourra, à la demande de l'Annonceur, proposer de reprogrammer la Diffusion des Messages Publicitaires concernés par l'envoi d'un nouvel Ordre de publicité, à l'exclusion de toute indemnité de la part de TF1 Publicité.

Version du 19 octobre 2021 5

PUB

L'Annonceur et/ou le Mandataire disposeront d'un délai de deux (2) jours calendaires pour accepter ou refuser les nouvelles conditions de Diffusion des Messages Publicitaires ainsi proposés par TF1 Publicité et les règles précitées s'appliqueront.

5.4.3 Annulation pour cause de Pandemie

Le plan de continuité d'activité de TF1 Publicité souscrit aux objectifs du plan national de prévention et de lutte contre les risques de pandémie actualisé sur le site gouvernemental www.risques.gouv.fr s'attachant à préserver la continuité de l'ensemble de la vie économique et sociale.

A ce titre, la télévision est un des services essentiels ne pouvant être interrompus au regard de la primauté de l'information du public.

En conséquence, dans le cadre d'une pandémie, seules les demandes d'annulation de programmation d'un ou plusieurs Messages Publicitaires consécutives au déclenchement par les autorités nationales de mesures de restrictions d'activités seront examinées par TF1 Publicité et ce, dans le respect des dites mesures et à la lumière de l'ensemble des présentes conditions générales de vente.

5.5 RESERVES A L'ACCEPTATION D'UN MESSAGE PUBLICITAIRE

TF1 Publicité se réserve le droit de refuser de diffuser tout Message Publicitaire prévu dans l'Ordre de publicité qui pourrait mettre en jeu, à quelque titre que ce soit, sa responsabilité, sa déontologie et plus généralement ses intérêts, ou ceux des Supports concernés et des sociétés les exploitant.

Par ailleurs, TF1 Publicité se réserve le droit de refuser de diffuser un Message Publicitaire sur un Support bien que celui-ci ait reçu l'avis favorable de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ci-après « l'ARPP »).

En outre, étant rappelé que les Supports ne sauraient assurer directement ou indirectement la promotion de leurs concurrents, de leurs produits ou services ou plus généralement de leur activité, TF1 Publicité se réserve le droit de refuser de diffuser tout Message Publicitaire qui conduirait, sous quelque forme que ce soit, à présenter sur un Support une publicité directe ou indirecte pour un concurrent dudit Support ou une publicité qui comporterait des rappels ou des éléments d'une émission, programme, rubrique, article, ... dont les droits sont détenus par un concurrent dudit Support, ou dans lequel figure un animateur, un collaborateur connu, un programme, ... d'un concurrent dudit Support.

Par ailleurs, TF1 Publicité se réserve notamment le droit de refuser de diffuser, dans l'environnement d'un programme :

- tout Message Publicitaire dénigrant ledit programme et/ou Support en général ;
- tout Message Publicitaire susceptible de heurter la sensibilité des téléspectateurs;
- tout Message Publicitaire susceptible d'être assimilé à un incident technique du Support par un téléspectateur (Message avec une piste audio muette, Message avec la présence d'un écran noir...);
- tout Message Publicitaire susceptible de nuire à l'image dudit programme et/ou à celle du Support en général;
- tout Message Publicitaire émanant d'une autre chaîne de télévision pour un programme concurrent de celui dans l'environnement duquel le Message Publicitaire est diffusé,
- tout Message Publicitaire ne respectant pas la ligne éditoriale du programme et/ou celle du Support en général.

Il est d'ores-et-déjà précisé qu'aucune publicité en faveur d'annonceurs faisant la promotion de produits ou services relevant du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques et du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera acceptée sur les Supports.

Plus généralement, TF1 Publicité se réserve le droit de refuser de diffuser tout Message Publicitaire comportant des éléments qui seraient susceptibles de porter atteinte aux droits ou intérêts d'autrui

Dans l'hypothèse où TF1 Publicité serait amenée à refuser un Message Publicitaire en application du présent article, l'Annonceur s'engage à modifier son Message Publicitaire afin que ce dernier soit conforme aux exigences du présent article. A défaut de mise en conformité, les dispositions de l'article 5.4.1.B « Annulation de programmation à l'initiative de l'Annonceur » s'appliqueront. En tout état de cause l'Annonceur, son Mandataire ou tout tiers intéressé ne saurait prétendre à une quelconque compensation ou indemnité de quelque nature que ce soit de ce fait.

6. EXECUTION DE L'ORDRE DE PUBLICITE

6.1 Remise des elements de publicite

Pour l'application des présentes conditions générales de vente, le terme « Eléments de Publicité » désigne tant les éléments matériels nécessaires à la Diffusion du Message Publicitaire sur le(s) Support(s) concerné(s) (ci-après les « Eléments matériels ») que le Message Publicitaire lui-même.

6.1.1 MODALITES DE REMISE DES ELEMENTS DE PUBLICITE

Soucieuse d'associer ses clients à sa démarche en matière de développement durable, la livraison des Eléments de Publicité devra être effectuée sous forme dématérialisée conformément aux spécifications décrites en Annexe.

Pour tout Message Publicitaire diffusé sur un Support, l'ensemble des Eléments de Publicité devra parvenir à TF1 Publicité accompagné de l'avis favorable de l'ARPP et d'une fiche d'identification dématérialisée transmise par le prestataire de service de livraison (fichier.xml).

Pour tout Message Publicitaire diffusé sur les Supports, l'Annonceur et/ou son Mandataire pourra remettre à TF1 Publicité des Messages publicitaires sous titrés à destination des personnes sourdes et mal entendantes. Dans ce cadre, l'Annonceur et/ou son Mandataire transmettra à TF1 Publicité les Messages Publicitaires concernés sous le format STL associé, conformément aux spécifications techniques décrites en Annexe.

Pour tout Message Publicitaire diffusé sur les Supports, l'Annonceur et/ou son Mandataire pourra remettre à TF1 Publicité des Messages publicitaires en Audiodescription à destination des personnes aveugles et mal voyantes. Dans ce cadre, l'Annonceur et/ou son Mandataire transmettra à TF1 Publicité les Messages Publicitaires incluant l'audiodescription en pistes 3 et 4 conformément aux spécifications techniques décrites en Annexe.

L'Annonceur autorise expressément le Support concerné et/ou TF1 Publicité à insérer au sein de ses Messages Publicitaires des sous titres à destination des personnes sourdes et malentendantes ainsi que de l'audiodescription à destination des personnes aveugles et malvoyantes. Les frais techniques en découlant seront à la charge de l'Annonceur.

L'ensemble des frais liés à la réalisation et à la remise des Eléments de Publicité comme notamment les frais de conception, de production, de réalisation, de livraison, les droits d'auteurs et autres droits y afférents seront entièrement assumés par l'Annonceur.

Les Eléments de Publicité sous forme dématérialisée, accompagnés de l'avis favorable de l'ARPP devront être remis, entièrement réalisés, par l'Annonceur ou son Mandataire au plus tard six (6) jours calendaires avant la date de première Diffusion des Messages Publicitaires concernés.

Passé les délais susvisés, si TF1 Publicité n'est pas en possession de l'ensemble des Eléments de Publicité nécessaires à la Diffusion, l'Annonceur sera redevable de l'intégralité du montant net des Messages Publicitaires concernés comme si la Diffusion avait eu lieu étant entendu que l'Annonceur, son Mandataire ou tout tiers intéressé ne saurait prétendre à une quelconque compensation ou indemnité de quelque nature que ce soit de ce fait.

Par dérogation aux deux alinéas précédents, et exclusivement dans le cas d'un dispositif de publicité dynamique (exemple Real Time Advertising), l'Annonceur remettra à TF1 Publicité les avis favorables de l'ARPP concernant les différentes

Version du 19 octobre 2021 6

. . . Pur

versions des Eléments de Publicité provisoires correspondants aux différents scenarii envisagés. Au lendemain de la diffusion, l'Annonceur adressera à l'ARPP les Eléments de Publicité définitifs effectivement diffusés pour avis de régularisation.

Les éléments matériels composant les Eléments de Publicité remis par l'Annonceur et/ou son Mandataire à TF1 Publicité seront conservés par cette dernière sous la forme de fichiers électroniques pendant une durée de quatorze (14) mois à compter de la dernière diffusion du Message Publicitaire.

Depuis le 1er janvier 2020, toutes les instructions de diffusion des Messages Publicitaires à savoir :

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

doivent être déposées sur MyDiffTV (www.mydiff.tv), la plateforme dédiée au service pour les régies souscriptrices ; et ce, au plus tard dix (10) jours calendaires avant la date de première Diffusion des Messages Publicitaires concernés. Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra pas être pris en compte par TF1 Publicité

Afin de sécuriser la diffusion et de garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'Annonceur ou son Mandataire ou agence conseil en charge de la création ou de la production, et déclarées à l'ARPP.

6.1.2 CONFORMITE TECHNIQUE DES ELEMENTS DE

PUBLICITE

Les termes énoncés ci-après, qu'ils soient employés au singulier ou au pluriel seront employés avec le sens et la portée ci-après définis :

<u>Format vidéo de livraison</u>: désigne le format des contenus vidéo livrés à TF1 Publicité au format « HD » (haute définition) seul accepté.

<u>Ratio d'image</u> : désigne le rapport entre la largeur et la hauteur d'image utile des contenus vidéo livrés à TF1 Publicité.

<u>Format de diffusion</u>: désigne le format d'image réellement diffusé par le Support après adaptation éventuelle du Format vidéo aux **Réseaux de diffusion**.

<u>Réseau de diffusion</u>: désigne l'ensemble des équipements et matériels permettant de délivrer les signaux audio et vidéo au téléspectateur.

Les éléments matériels nécessaires à la Diffusion d'un Message Publicitaire sont spécifiés au niveau de la fiche technique (ci-après « la Fiche Technique ») correspondant à la catégorie du Support concerné et figurant en Annexe.

Pour tout Message Publicitaire sur un Support, TF1 Publicité demande aux Annonceurs de réaliser leurs films publicitaires en son stéréophonique.

A l'exception des films publicitaires contenant du sous-titrage télétexte, et, explicitement renseignés comme tel dans la fiche d'identification dématérialisée, TF1 Publicité n'accepte pas de film publicitaire faisant usage de signaux enregistrés dans la suppression de trame (type télétexte).

Par ailleurs les Annonceurs doivent respecter la durée annoncée lors de la demande de réservation, qui s'entend comme la durée de Diffusion non discontinue d'un Message Publicitaire, c'est-à-dire non interrompue par un intercalaire (noir, graphisme, signature de l'Annonceur, ...). La durée sera considérée comme non respectée lorsque le Message Publicitaire fourni résultera de l'assemblage bout à bout de deux ou plusieurs Messages Publicitaires de formats plus courts même reliés par un intercalaire.

TF1 Publicité se réserve la faculté de refuser tout Elément de Publicité non conforme : à la Fiche Technique propre au Support concerné, aux modalités de remise des Eléments de Publicité telles que décrites précédemment et/ou aux spécifications techniques propres au Support concerné ; et/ou aux réservations d'Espace Classique effectuées, notamment au cas où la durée ou le format annoncé ne serait pas respecté. A ce titre, il est rappelé que la durée d'un Message Publicitaire s'évalue de façon stricte, à la seconde et à l'image près, et que tout dépassement, y compris en cas de dépassement d'une ou plusieurs images, conduira TF1 Publicité à refuser la

Diffusion du ou des Messages Publicitaires concernés et à appliquer les dispositions énoncées ci-dessous.

Si, pour des raisons techniques, un Message Publicitaire se révélait impropre à la Diffusion, TF1 Publicité en avertira l'Annonceur ou son Mandataire dans les meilleurs délais. L'Annonceur et/ou son Mandataire devra alors fournir à TF1 Publicité une nouvelle copie conforme aux normes techniques de Diffusion sur le Support concerné étant entendu que les frais liés à la réalisation de cette nouvelle copie demeureront à la charge de l'Annonceur.

Si l'Annonceur et/ou son Mandataire ne pouvait fournir une nouvelle copie avant la date de Diffusion stipulée dans l'Ordre de publicité, dans les délais requis précités, le prix de la (des) Diffusion(s) resterait dû intégralement par l'Annonceur comme si la ou les Diffusion(s) avaient eu lieu.

6.1.3 CONFORMITE DU MESSAGE PUBLICITAIRE

6.1.3.A) RESPECT DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE ET DES DROITS DE LA PERSONNALITE

L'Annonceur garantit être titulaire de l'intégralité des droits nécessaires à l'exploitation du Message Publicitaire sur le(s) Support(s) et plus particulièrement des droits de reproduction, d'adaptation, de diffusion et de représentation et plus généralement de l'intégralité des droits de propriété intellectuelle afférents aux signes distinctifs (marques, logos), vidéos, photos, musiques et autres éléments de création constitutifs du Message Publicitaire ainsi que des droits de la personnalité quels qu'il soient et notamment les droits à l'image et/ou au respect de la vie privée.

En conséquence, l'Annonceur garantit TF1 Publicité et le(s) Support(s) contre toute réclamation ou action de tous tiers et notamment auteurs, compositeurs, artistes-interprètes, exécutants, éditeurs, producteurs et plus généralement toute personne qui s'estimerait lésée par le Message Publicitaire et son exploitation à quelque titre que ce soit.

A ce titre, l'Annonceur s'engage à indemniser TF1 Publicité et/ou le(s) Support(s) concerné(s) du montant de toute transaction ou condamnation définitive, en principal, intérêts et accessoires, prononcées à l'encontre de TF1 Publicité et/ou le Support concerné sur la base d'une action intentée par toute personne qui s'estimerait lésée par le Message Publicitaire 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 TF1 Publicité ou du Support concerné.

En outre, l'Annonceur s'engage à informer TF1 Publicité, dès qu'il en aura connaissance par courrier électronique ou télécopie confirmée 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 Publicitaire ou le(s) produit(s) ou service(s) dont le Message Publicitaire assure la promotion, et ce de manière à permettre à TF1 Publicité et au(x) Support(s) concerné(s) d'exercer leurs droits.

6.1.3.B) RESPECT DE LA REGLEMENTATION APPLICABLE

L'Annonceur garantir que le Message publicitaire respecte la règlementation applicable. Et de manière générale, l'Annonceur garantit que le Message Publicitaire et le produit/service qu'il promeut ne contrevient en aucune manière aux dispositions d'ordre légal, règlementaire, administratif et/ou professionnel, national et/ou communautaire en vigueur et applicables en la matière ; et ce quel que soit le territoire de diffusion de son Message Publicitaire.

En outre certains Supports pouvant être soumis à des règlementations relatives à la publicité télévisée autre que la règlementation française, l'Annonceur garantit que le Message Publicitaire respecte la règlementation à laquelle est soumis le Support concerné en cas de diffusion de son Message Publicitaire sur lesdits Supports.

L'Annonceur garantit que le Message Publicitaire ne comporte aucune information ou aucun élément de nature diffamatoire, contrefaisante, illicite et/ou portant atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs et d'une manière générale que le Message

. . . P U B

Publicitaire respecte les termes des conventions conclues entre le(s) Support(s) concerné(s) et le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Sans préjudice des garanties apportées par l'Annonceur aux termes du présent article, TF1 Publicité se réserve la faculté d'effectuer ou de faire effectuer, par tout moyen approprié de son choix, tout contrôle permettant de s'assurer de la conformité d'un Message Publicitaire.

En tout état de cause, l'Annonceur garantit TF1 Publicité et le(s) Support(s) concerné(s) contre toute réclamation ou action de quiconque du fait du non-respect par l'Annonceur des obligations objet du présent article.

L'Annonceur s'engage à indemniser TF1 Publicité et/ou le(s) Support(s) concerné(s) du montant de toute transaction ou de toute condamnation définitive, en principal, intérêts et accessoires, prononcée à l'encontre de TF1 Publicité et/ou le(s) Support(s) concerné(s) sur la base d'une action intentée par un tiers du fait du non-respect par l'Annonceur des obligations objet du présent article, 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 TF1 Publicité et/ou du ou des Support(s) concerné(s).

6.1.3.c) Interdiction des Cookies et autres traceurs

Chacune des parties s'engage à respecter la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée dite « Informatique & Libertés », et la directive « e-Privacy », ou toute législation, règlementation ou toute délibération contraignante émise par l'autorité de contrôle (CNIL) qui viendrait s'y substituer ou les compléter (ci-après ensemble la « Législation applicable »).

Il est entendu que l'Annonceur se porte fort du respect de la Législation applicable par son Mandataire ainsi que tous leurs sous-traitants et/ou partenaires intervenant en leur nom et/ou pour leur compte pour des opérations de traitement de données personnelles, quelles que soient les modalités d'achat d'Espace Publicitaire notamment à l'occasion de commercialisation des Espaces Publicitaires en programmatique.

De plus, TF1 Publicité s'est engagée à respecter les bonnes pratiques élaborées par les acteurs de l'interprofession publicitaire en signant la Charte Européenne de l'IAB Europe en matière de publicité comportementale en ligne.

L'Annonceur, son Mandataire tous leurs sous-traitants et/ou partenaires intervenant en leur nom et/ou pour leur compte pour les besoin de la diffusion de Publicités sur les Supports s'interdisent tout dépôt et/ou la lecture de Cookies tant notamment au sein des créations publicitaires, leur traitement et d'une manière générale toute action tendant à accéder à des informations stockées dans les Set Top Box ou tendant à inscrire des informations dans cet équipement et visant à recueillir quelque donnée que ce soit. L'Annonceur reconnait et accepte que le dépôt et/ou la lecture de Cookies destinés à alimenter la DMP de l'Annonceur et/ou du Mandataire et/ou de tout tiers ou sous-traitant, et d'une manière générale, toute base de données est strictement interdit.

Si avant ou pendant la Diffusion d'une campagne, TF1 Publicité vient à constater un manquement de l'Annonceur, son Mandataire et/ou de tous leurs sous-traitants et/ou partenaires intervenant en leur nom et/ou pour leur compte au présent article, TF1 Publicité pourra, lors d'une mise en demeure adressée par tout moyen (y compris par courrier électronique) à l'Annonceur et/ou son Mandataire, exiger la cessation sans délai de la violation et la modification ou désactivation du(des) Cookie(s) déposés et/ou lus à l'occasion de la campagne publicitaire concernée.

Dans l'hypothèse où ladite mise en demeure demeurerait infructueuse à l'issue d'un délai de 24 (vingt-quatre) heures, TF1 Publicité se réservera la possibilité de :

- exiger la suppression immédiate par l'Annonceur de toutes données issues des Cookies déposés et/ou lus lors de la campagne litigieuse; et/ou
- suspendre la campagne jusqu'à réception des Éléments de Publicité purgés des Cookies. A toutes fins utiles, il est précisé que le défaut de remise par l'Annonceur des Eléments de Publicité purgés des Cookies dans les délais prévus à l'article 6.1.1 des présentes conditions générales de vente vaut de plein droit annulation de la campagne publicitaire de l'Annonceur; et/ou
- interdire et mettre en place toute mesure nécessaire afin d'empêcher le dépôt ou la lecture de Cookies au sein des Messages publicitaires de l'Annonceur pour la campagne concernée et/ou l'ensemble des campagnes publicitaires à venir; et/ou
- annuler la campagne concernée par le manquement de l'Annonceur, son Mandataire et/ou tous leurs sous-traitants et/ou partenaires intervenant en leur

nom et/ou pour leur compte, cette annulation ne libérant en aucun cas l'Annonceur de son éventuel engagement d'investissement vis-à-vis de TF1 Publicité, et étant précisé que 100% du montant de la campagne publicitaire ainsi annulée sera dû à TF1 Publicité;

et ce, sans préjudice de toute indemnité que TF1 Publicité pourrait réclamer du fait de la violation du présent article visant à réparer l'intégralité du préjudice subi.

Aucune indemnité ne pourra être réclamée par l'Annonceur et/ou son Mandataire du fait de l'application du présent article.

6.2 DIFFUSION DU MESSAGE PUBLICITAIRE

6.2.1 ENGAGEMENTS DE TF1 PUBLICITE

En tant que régisseur de la publicité sur le(s) Support(s) , TF1 Publicité n'est tenue qu'à une obligation de moyens, à ce titre, elle ne peut être tenue responsable en cas de défaillance des infrastructures techniques du Support concerné, qui sont opérés par des tiers dont elle commercialise l'Espace Publicitaire ou encore de tout intermédiaire technique tel que les opérateurs de communications électroniques. Plus généralement, TF1 Publicité ne prend aucun engagement concernant les performances et/ou modifications de(s) Support(s) , compte tenu de la qualité intrinsèque du réseau Internet et/ou des configurations techniques qui sont en dehors de sa maîtrise.

Par ailleurs, TF1 Publicité ne saurait être tenue responsable en cas de dysfonctionnement technique, notamment lié à son serveur de publicité, affectant ou empêchant la Diffusion d'un ou plusieurs Message(s) Publicitaire(s).

Pour les Codes Secteurs précisés dans la « Nomenclature des Codes Secteurs » publiée par TF1 Publicité, TF1 Publicité se réserve le droit, pour l'ensemble des Supports, de diffuser au sein d'un même Espace Publicitaire des Messages Publicitaires assurant la promotion de produits ou services relevant de Codes Secteur identiques.

En outre, TF1 Publicité ne garantit pas le succès de la campagne publicitaire où les résultats obtenus à cette occasion par l'Annonceur et de manière générale ne peut voir sa responsabilité engagée en cas de dommages indirects subis par l'Annonceur dans le cadre de sa campagne publicitaire diffusée sur le(s) Support(s) . Il est également rappelé que TF1 Publicité ne garantit pas l'atteinte du nombre d'impressions indiqué sur l'Ordre de publicité.

Tout Message Publicitaire est, en conséquence, diffusé sous la seule responsabilité de l'Annonceur qui est en outre responsable des conséquences éventuelles du contrôle des autorités de tutelle et autres autorités compétentes.

6.2.2 REPORTS DE DIFFUSION

Les dates de Diffusion des Messages Publicitaires sont données à titre indicatif et sans garantie.

Le(s) Support(s) et TF1 Publicité se réservent, notamment en cas de force majeure, le droit de modifier en tout ou partie les dates de Diffusion des campagnes publicitaires ou d'annuler celles-ci.

Dans de telles hypothèses, l'Annonceur et/ou son Mandataire se rapprocheront de TF1 Publicité afin de s'accorder sur une nouvelle date de Diffusion.

Si aucun accord n'est trouvé entre les parties, les opérations d'achat d'Espace Publicitaire non diffusées ne seront pas facturées, l'Annonceur, son Mandataire ou tout tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune indemnité de ce fait.

6.2.3 RECLAMATIONS

TF1 Publicité, en tant que régie publicitaire, n'est tenue qu'à une obligation de moyen quant à la diffusion des Messages Publicitaires sur le(s) Support(s) concerné(s). A ce titre, elle ne peut être tenue pour responsable notamment en cas de défaillance des infrastructures techniques du/des Support(s) concerné(s) et/ou du diffuseur ou distributeur du/des Support(s) concerné(s).

Toute réclamation concernant la programmation et/ou la Diffusion d'un Message

. . . P U B

Publicitaire sur le(s) Support(s) concerné(s) doit être formulée, sous peine de déchéance, dans les trois (3) jours ouvrés suivant la date de Diffusion dudit Message Publicitaire. S'il advenait que la responsabilité de TF1 Publicité ou du/des Support(s) concerné(s) soit engagée à ce titre, celle-ci serait limitée au montant du(des) Message(s) Publicitaire(s) facturé(s) au titre de la Diffusion en cause.

Aucune réclamation concernant la qualité intrinsèque d'un Message Publicitaire ne peut être prise en compte, TF1 Publicité n'étant pas responsable des altérations et pertes de qualité des informations (textes et/ou images, musique, sons, textes, graphismes...) dues à des problèmes de transmission. Toutefois, si l'Annonceur et/ou son Mandataire, après accord de TF1 Publicité, souhaite apporter des modifications d'ordre technique, les frais éventuellement occasionnés par ces modifications seront entièrement supportées par l'Annonceur.

En cas de dysfonctionnement supérieur à sept (7) jours calendaires et si aucune solution ne peut être trouvée, l'Annonceur conserve la possibilité de résilier l'Ordre de publicité. Il reste redevable des sommes facturées à raison de sa présence effective sur le(s) Support(s). En toute hypothèse, aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'Annonceur et/ou son Mandataire.

7. CONDITIONS FINANCIERES

7.1 FACTURATION

7.1.1 GENERALITES

Les tarifs communiqués s'entendent hors TVA et hors éventuels impôts ou taxes nouvellement créés et qui pourraient être dus à l'occasion de la Diffusion des Messages Publicitaires.

La facturation est établie mensuellement à destination de l'Annonceur par TF1 Publicité.

L'original de la facture est envoyé à l'Annonceur. Un double est adressé à son Mandataire chargé du contrôle de la facturation.

La facture vaut justificatif de Diffusion. Il sera indiqué, pour chaque Message Publicitaire, l'ensemble des références de sa présence sur le(s) Support(s) et le tarif de base correspondant.

7.1.2 DISPOSITIONS SPECIFIQUES

Les Messages Publicitaires commercialisées dans le cadre d'un échéancier de facturation feront l'objet d'une facturation par échéance mensuelle.

Si la réalisation technique du support matériel du Message Publicitaire est assurée par TF1 Publicité, directement ou indirectement, TF1 Publicité peut exiger d'un Annonceur le règlement préalable, par chèque ou virement commercial (VCM) ou virement, des frais techniques liés à cette réalisation. Le cas échéant, TF1 Publicité adressera une facture préalable à l'Annonceur avec des conditions de paiement spécifiques au planning de la campagne publicitaire de l'Annonceur.

De même, les Messages Publicitaires dont la commercialisation est soumise à un paiement anticipé suivant l'article 7.2.6, feront l'objet d'une facturation préalable avec des conditions de paiement spécifiques au planning de la campagne publicitaire de l'Annonceur

7.1.3 CONTESTATION DE FACTURE

Toute contestation de facture doit, pour être recevable, être dûment motivée et notifiée à TF1 Publicité par écrit dans les quarante (40) jours au plus tard suivant sa date d'émission

A défaut, la facture sera réputée comme acceptée par l'Annonceur et, le cas échéant, par son Mandataire.

En tout état de cause, l'Annonceur reste redevable du montant de la facture ne faisant pas l'objet de contestation conformément aux délais de paiement prévus aux articles 7.1.2 et 7.2.1. La facture non réglée à échéance se verra appliquer les pénalités de retard prévues à l'article 7.2.3.

7.1.4 DEMANDE DE REGULARISATION DE FACTURE

Les demandes de régularisation doivent parvenir à TF1 Publicité avant le 20 du mois en cours pour pouvoir être intégrées au traitement de facturation de fin de mois dans la mesure où la demande est fondée et acceptée par TF1 Publicité. Passé ce délai, le traitement de la facturation interviendra à la fin du mois suivant.

7.1.5 ESCOMPTE

Les factures émises par TF1 Publicité n'ouvrent pas droit à l'escompte.

7.2 PAIEMENT

7.2.1 CONDITIONS DE PAIEMENT

Toutes les factures émises par TF1 Publicité, sauf dispositions spécifiques prévues aux articles 7.1.2 et 7.2.6, sont payables à trente (30) jours date de facture fin de mois le 10.

Le paiement des factures peut se faire par chèque, virement commercial à échéance (VCM) ou virement. Tout autre mode de paiement devra faire l'objet d'un accord préalable de TF1 Publicité.

En tout état de cause l'Annonceur devra faire le nécessaire pour que les fonds soient à la disposition de TF1 Publicité au plus tard le jour de l'échéance quel que soit le circuit de paiement retenu.

Les paiements par chèque seront émis à l'ordre de TF1 Publicité : TF1 PUBLICITE – Service Comptabilité - 6, place Abel Gance - 92656 BOULOGNE Cedex.

Les paiements par virement seront établis pour le compte de TF1 Publicité sur la Caisse d'Epargne lle de France : Code Banque : 17515 ; code agence : 90000; n° de compte : 900001715; clé : 15.

La copie de la lettre de virement adressée à la banque, en cas de paiement par virement, et le justificatif des pièces réglées, quel que soit le mode de règlement retenu devront être adressés par courriel au plus tard le jour de l'échéance à : cmptapub@ff1 fr

Le règlement effectué par l'Annonceur auprès de son Mandataire ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de TF1 Publicité.

7.2.2 MODALITES D'IMPUTATION DES PAIEMENTS

En l'absence de détail des pièces réglées, les paiements reçus par TF1 Publicité sont toujours imputés sur la plus ancienne des factures émises à l'attention de l'Annonceur sauf si ladite facture fait l'objet d'une contestation, formulée par écrit par l'Annonceur ou son Mandataire auprès des services comptables de TF1 Publicité dans les conditions de l'article 7.1.3.

En outre tout avoir émis par TF1 Publicité s'impute en priorité sur la facture initiale concernée par ledit avoir. Si la facture concernée par l'avoir a d'ores et déjà été réglée par l'Annonceur à TF1 Publicité, l'avoir s'imputera sur la facture la plus ancienne de l'Annonceur

Les factures, avoirs et de manière générale l'ensemble des documents comptables émis par TF1 Publicité à l'attention des Annonceurs sont spécifiques, propres à chaque Annonceur et ne peuvent être transférés sous quelque forme ou quelque titre que ce soit par leur Mandataire.

Dans le cas où l'Annonceur a donné mandat à son Mandataire d'encaisser en son nom et pour son compte les avoirs émis par TF1 Publicité, le reversement par TF1 Publicité du montant des avoirs au Mandataire libère TF1 Publicité vis-à-vis du de l'Annonceur qui assume seul le risque de défaillance ultérieure de son Mandataire.

En tout état de cause, le montant des avoirs émis par TF1 Publicité se compensera de plein droit avec les factures échues et non encore réglées de l'Annonceur.

7.2.3 RETARD DE PAIEMENT ET PENALITES DE RETARD

Conformément à l'article L 441-6 du Code commerce, les factures de TF1 Publicité non réglées à échéance par l'Annonceur ou son Mandataire se verront appliquer des pénalités pour retard de paiement calculées au taux minimum de 12% par an, au prorata du nombre de jours de retard, décompté dès le lendemain de l'échéance, sur une base annuelle de 360 jours.

Dans le cas où le taux égal à trois (3) fois le taux d'intérêt légal serait supérieur à ce taux minimum de 12% et dans le respect des dispositions légales, celui-ci se substituera au taux minimum susmentionné.

En outre, il sera facturé à l'Annonceur une indemnité forfaitaire de quarante (40) Euros pour frais de recouvrement. Si les frais de recouvrement engagés sont supérieurs à quarante (40) Euros, il en sera demandé le remboursement à l'Annonceur sur justification.

7.2.4 RETARD DE PAIEMENT ET ATTRIBUTION DES REMISES COMMERCIALES

Dans l'hypothèse où les Conditions Commerciales de certains Supports Digitaux conditionneraient l'attribution des primes et/ou remises prévues par lesdites Conditions Commerciales au paiement à bonne date, à TF1 Publicité, du chiffre d'affaires servant de base à leur calcul, l'attribution d'une telle prime et/ou remise, bien que déduite sur facture, ne serait définitivement acquise que dans la mesure où cette condition est remplie.

7.2.5 RETARD DE PAIEMENT ET ATTRIBUTION DES CONDITIONS SPECIFIQUES

TF1 Publicité se réserve le droit de refuser à un Annonceur le bénéfice des conditions spécifiques (grandes causes, conditions particulières, etc.) prévues aux Conditions Commerciales du ou des Support(s) concerné(s) dans la mesure où cet Annonceur n'aurait pas respecté les conditions de règlement de TF1 Publicité, et ce, tant que l'Annonceur n'aura pas réglé à TF1 Publicité l'intégralité des sommes dues en principal et en intérêts.

7.2.6 PAIEMENT ANTICIPE

TF1 Publicité exigera le règlement préalable, avant toute Diffusion, du montant intégral de tout Ordre de publicité, de manière systématique pour tout :

- Annonceur non encore référencé auprès de TF1 Publicité, soit tout Annonceur n'ayant jamais communiqué en faveur de sa marque, de son enseigne, de ses services ou produits sur l'un quelconque des supports médias dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire.
- Annonceur référencé n'apportant pas de garantie satisfaisante quant à sa solvabilité.

Par ailleurs, TF1 Publicité pourra demander le paiement anticipé d'une campagne, avant toute Diffusion, à l'Annonceur pour lequel TF1 Publicité a déjà enregistré des incidents de paiement lors d'une campagne sur l'un quelconque des supports médias dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire, que ces incidents soient imputables à l'Annonceur ou à son Mandataire.

Dans l'hypothèse de factures impayées relatives à de précédentes commandes, TF1 Publicité sera bien fondée à exiger, en sus du paiement anticipé des commandes à venir, le règlement de l'intégralité des sommes dues en principal et en intérêts. A défaut, un refus de vente pourra être opposé à l'Annonceur défaillant.

7.2.7 CLAUSE PENALE

Dans l'hypothèse d'une action en recouvrement, l'Annonceur sera tenu de plein droit au paiement d'une somme forfaitaire égale à 10% du principal à recouvrer.

7.3 PRESTATIONS DIVERSES

Si TF1 Publicité est amenée à effectuer des recherches ou à fournir des documents sur des périodes de prestations antérieures à l'année civile en cours ou au dernier exercice clos (année civile N-1), des frais administratifs seront facturés à raison de 10 € par document demandé. Le paiement de cette facture de prestation se fera à la remise des documents, ceux-ci étant transmis à leur destinataire contre remboursement.

8. DISPOSITIONS GENERALES

8.1 CONVENTION SUR LA PREUVE ET SIGNATURE ELECTRONIQUE

8.1.1 CONVENTION SUR LA PREUVE

Sauf spécificité précisée par une clause particulière et à moins qu'une preuve contraire ne soit présentée, l'Annonceur reconnait expressément que les Ordres de publicité signés et échangés sous format électronique ainsi que les courriers, documents et autres écrits électroniques échangés dans le cadre de la négociation et de l'exécution d'un Ordre de publicité conclu avec TF1 Publicité sont des écrits électroniques au sens des articles 1365 et suivants du Code civil et constituent des documents originaux ayant la même valeur et la même force probante qu'un écrit papier. Ils prévalent également sur tout autre écrit à contenu identique (y inclus date) ; valent preuve entre TF1 Publicité et l'Annonceur du support et du contenu qu'ils représentent ; justifient les conséquences et les opérations pouvant en découler ; sont admissibles comme preuve devant les tribunaux compétents.

8.1.2 SIGNATURE ELECTRONIQUE

Conformément à la loi n°2000-230 du 13 mars 2000 dans sa version consolidée portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relative à la signature électronique, TF1 Publicité, l'Annonceur et son Mandataire conviennent expressément que l'Ordre de Publicité ou tout autre document contractuel puisse être conclu sous la forme d'un écrit électronique. Ils admettent, le cas échéant, que cet écrit constitue l'original du document et qu'il soit établi et conservé par TF1 Publicité dans des conditions de nature à permettre d'identifier dûment ses signataires et à en garantir l'intégrité. TF1 Publicité, l'Annonceur et son Mandataire s'engagent à ne pas en contester la recevabilité, l'opposabilité ou la force probante sur le fondement de sa nature électronique.

TF1 Publicité, l'Annonceur et son Mandataire conviennent de recourir à un procédé de signature électronique dite « à la volée », au moyen d'un certificat électronique à usage unique et constituant un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache, conformément à l'article 1367 du Code civil. TF1 Publicité a proposé d'utiliser le procédé dont elle dispose dans le cadre de son partenariat avec un prestataire tiers tel que visé au règlement (UE) n° 910/2014 du Parlement européen et du Conseil du 23 juillet 2014 sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques au sein du marché under (eIDAS), ce que l'Annonceur et le Mandataire s'il existe, ont accepté. Afin de donner une parfaite information quant à la valeur juridique et aux modalités d'utilisation du procédé de signature électronique choisi, différents documents techniques seront mis à la disposition de l'Annonceur et/ou de son Mandataire.

8.2 CONFIDENTIALITE

L'éditeur du Support, TF1 Publicité, l'Annonceur et son Mandataire 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 ou qui viendraient à l'être en vue de la signature et/ou l'exécution de l'Ordre de publicité ou de tout autre document contractuel et s'engagent à les maintenir comme telles vis-à-vis des tiers. L'Annonceur et son Mandataire reconnaissent et acceptent que TF1 Publicité puisse réaliser toutes analyses et/ou opérations avec le(s) partenaire(s) bancaire(s) de son choix sous réserve que ce(s) demier(s) souscrive(nt) aux mêmes engagements de confidentialité. Le cas échéant, TF1 Publicité s'engage à ne transmettre au(x) partenaire(s) bancaire(s) que les informations nécessaires auxdites analyses et/ou opérations.

8.3 DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

S'ils sont amenés à collecter ou traiter des données à caractère personnel dans le cadre d'une opération d'achat d'Espace Publicitaire sur les Support(s), TF1 Publicité, l'Annonceur et son Mandataire s'engagent à respecter les Lois et règlementations et plus généralement l'ensemble des dispositions relatives à la protection des données à caractère personnel, en ce compris les dispositions de la loi du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, ainsi que l'ensemble des dispositions du Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (ci-après le « RGPD ») et toutes lois nationales française adoptées en complément ou en application des dispositions du RGPD.

Par ailleurs, les données nominatives concernant les collaborateurs de l'Annonceur et/ou de son Mandataire, enregistrées dans le cadre de l'achat d'Espace Publicitaire sur le(s) Support(s) dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire, sont nécessaires à la prise en compte des achats. Elles pourront être utilisées pour lui communiquer des informations relatives au(x) Support(s), à l'Espace Publicitaire du/des Support(s), et plus largement au marché de la publicité en général.

Ces données nominatives, dont l'accès est strictement sécurisé, sont destinées à TF1 Publicité. Conformément aux dispositions de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978, le collaborateur de l'Annonceur et/ou de son Mandataire dispose des droits d'accès, d'opposition, de modification, de rectification et de suppression des données qui le concerne. Pour l'exercer, il peut s'adresser à TF1 Publicité à l'adresse suivante : Direction de l'Administration des Ventes - 1 quai du Point du Jour - 92656 BOULOGNE CEDEX ou par courrier électronique à : trittement sécurisé, sont destinées à transcription des destinées à transcription des destinées à TF1 Publicité à l'adresse suivante : Direction de l'Administration des Ventes - 1 quai du Point du Jour - 92656 BOULOGNE CEDEX ou par courrier électronique à : trittement sécurisé, sont destinées à transcription des destinées à l'adresse suivante : l'en production des destinées à l'adresse suivante : Direction de l'Administration des Ventes - 1 quai du Point du Jour - 92656 BOULOGNE CEDEX ou par courrier électronique à : <a href="mailto:trittements-trittement

L'Annonceur est informé que les données à caractère personnel seront stockées sur le territoire de l'Union Européenne, du Royaume-Uni ou des Etats-Unis, en conformité avec la Directive 95/46 en date du 24 octobre 1995, du Parlement européen sur la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, ce qu'il reconnait et accepte.

8.4 EXPLOITATION DES ELEMENTS DE PUBLICITE

8.4.1 EXPLOITATIONS A L'INITIATIVE DE TF1 PUBLICITE

L'Annonceur reconnaît et accepte que la souscription d'un Ordre de publicité confère à TF1 Publicité, relativement aux Messages Publicitaires qui en font l'objet, le droit de reproduire, de représenter et d'adapter tout ou partie des Eléments de Publicité en vue de toute action de communication et/ou de promotion de leurs activités et notamment pour une information professionnelle, aux Annonceurs et/ou agences, selon les procédés d'usage en la matière et sur tous supports et notamment sur le Site TF1 Publicité. En conséquence, TF1 Publicité se réserve le droit de diffuser tout ou partie des Eléments de Publicité en un lieu public et/ou privé, notamment pour les besoins de l'information des Annonceurs et des agences et de faire mention du nom de l'Annonceur.

8.4.2 EXPLOITATIONS POUR REALISATION D'UNE ETUDE

A l'initiative de TF1 Publicité, une étude d'impact de l'opération publicitaire de l'Annonceur diffusée sur le(s) Support(s) peut lui être proposée. Dans cette hypothèse, TF1 Publicité et l'Annonceur définiront conjointement les conditions et modalités de réalisation de l'étude et notamment sa cible, son champ d'application, etc...

TF1 Publicité ne sera tenue qu'à une obligation de livraison des résultats de l'étude dans les délais fixés par les parties et ne pourra en aucun cas être tenue responsable de l'usage fait par l'Annonceur des résultats communiqués et notamment de tout dommage financier ou autre en raison de son interprétation des résultats, et/ou de toutes conséquences liées aux décisions prises par l'Annonceur sur la base de ces résultats.

Par ailleurs, TF1 Publicité se réserve le droit d'exploiter les résultats sous toutes formes et à toutes fins commerciales, y compris présentations d'argumentaires commerciaux, communiqués, brochures, et de faire mention du nom de l'Annonceur.

8.5 ETHIQUE, CONFORMITE ET LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Le respect d'une démarche socialement responsable et la conduite éthique des affaires dans le respect des lois et règlementations applicables (et notamment les principes du Pacte Mondial de l'ONU), le respect des droits de l'Homme, les normes internationales du travail, de l'environnement et la lutte contre la corruption) sont des principes fondamentaux du Groupe TF1.

L'Annonceur et/ou son mandataire reconnait avoir pris connaissance des valeurs et engagements du Groupe TF1 consultables sur le site du Groupe TF1 et qui devront guider l'exécution du contrat/ de l'ordre d'insertion/ de l'Ordre de Publicité.

Pour l'obtention du présent contrat/ de l'Ordre de Publicité, et dans le cadre de son exécution, l'Annonceur et/ou son mandataire doit veiller au respect des règles applicables à la lutte contre la fraude, la corruption, le trafic d'influence et les ententes illicites, visées notamment par la Loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 (Loi Sapin II) et les conventions internationales de lutte contre la corruption et le blanchiment d'argent.

A cet égard, l'Annonceur et/ou son Mandataire certifie que ni lui, ni une personne agissant pour son compte, n'a, directement ou indirectement, fait ou offert, et ne fera ou n'offrira, sollicité ou accepté, aucun paiement, présent, promesse ou tout autre avantage au bénéfice ou provenant d'une personne (publique ou privée), dès lors qu'un tel paiement, présent, promesse ou avantage a - ou aurait - pour but :

- D'influencer un acte ou une décision de cette personne ; ou
- D'inciter cette personne à accomplir ou à s'abstenir d'accomplir un acte, en violation de ses obligations légales; ou
- D'obtenir un avantage indu ; ou
- D'inciter cette personne à faire usage de son influence en vue d'obtenir un acte ou d'influencer une décision d'un service public, de toute autorité publique ou d'une entreprise publique.

L'Annonceur et/ou son Mandataire s'engage à informer TF1 Publicité sans délai de tout évènement susceptible de contrevenir aux présentes dispositions et assistera pleinement TF1 Publicité dans toute procédure ou instruction ayant trait à la fraude, la corruption ou aux ententes illicites susceptibles d'être en lien avec le contrat/l'Ordre de Publicité.

L'Annonceur et/ou son Mandataire tiendra indemne TF1 Publicité de toute conséquence, notamment financière, qui résulterait du non-respect des présentes stipulations.

Sans porter atteinte aux autres droits ou recours que TF1 Publicité pourra avoir en application du contrat/ de l'Ordre de Publicité ou de la loi, s'il s'avère que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne respecte pas les engagements ou conditions prévus au présent article, TF1 Publicité aura le droit de :

- Suspendre le paiement et/ou demander le remboursement des paiements effectués en avance au titre du contrat/ de l'Ordre de Publicité; et/ou
- Suspendre puis/ou résilier le contrat pour faute de l'Annonceur et/ou du Mandataire avec effet immédiat.

Cet article constitue une condition essentielle et déterminante de l'engagement de TF1 Publicité de conclure le contrat./ l'Ordre de Publicité.

8.6 Non validite partielle

Si l'une quelconque 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 présentes conditions générales de vente ni altérer la validité des autres stipulations.

8.7 Non renonciation

Le fait pour l'une des parties de ne pas revendiquer l'application de l'une quelconque des stipulations des présentes 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 desdites stipulations.

8.8 ELECTION DE DOMICILE

Pour l'exécution des présentes conditions générales de vente et de ses suites, TF1 Publicité élit domicile à l'adresse suivante : TF1 Publicité – 1, quai du Point du Jour – 92100 BOULOGNE.

L'Annonceur et son Mandataire élisent domicile aux adresses indiquées dans l'Ordre de publicité signé.

Tout changement de domicile de l'une quelconque des parties ne sera opposable qu'à compter de la date de réception de sa notification par lettre recommandée avec accusé de réception.

8.9 Droit Applicable – Attribution De COMPETENCE

Les présentes conditions générales de vente sont soumises au droit français.

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

ANNEXE 1 : DEFINITIONS

Pour l'application des présentes conditions générales de vente, les termes suivants, qu'ils soient utilisés au singulier ou au pluriel, sont employés avec le sens et la portée ci-après définis :

Abonnés: désigne les abonnés à une offre multiservices d'un opérateur de communications électroniques comprenant l'accès aux Supports, ayant activé leur Set Top Box TV fourni par leur opérateur pour y accéder et ayant donné leur consentement (opt-in) pour recevoir de la Publicité TV Segmentée.

Annonceur: désigne toute personne physique ou morale (entreprises enregistrées au registre du Commerce et des Sociétés, établissements publics et parapublics) souhaitant intégrer de la publicité en faveur de sa marque, de son enseigne, de ses services ou produits sur un Support et pour le compte de laquelle est diffusé le Message Publicitaire sur un Support.

<u>Capping</u>: désigne la faculté offerte à un Annonceur de limiter, pour une période donnée, le nombre d'affichage d'un Format Publicitaire, pour un Abonné sur un Support (Cf. standard IAB).

<u>Code secteur</u>: désigne le code à huit (8) chiffres (famille, classe, secteur, variété) caractérisant le produit ou service promu dans le Message Publicitaire de l'Annonceur et validé par TF1 Publicité, en application de la « Nomenclature des Codes Secteurs » publiée par TF1 Publicité et disponible sur le Site TF1 Publicité. Le choix du ou des Code(s) Secteur(s) doit correspondre à la réalité du produit ou service promu dans le Message Publicitaire.

<u>Cookie(s)</u>: désigne un fichier informatique susceptible d'être stocké par un serveur dans le terminal/Set Top Box d'un Utilisateur et associé à un domaine web qu'il s'agisse de cookies (publicitaires ou non), traceurs tels que les traceurs de type « visibilité publicitaire », « brand safety », « vast », « vpaid », « clic command », code(s), ou tous pixel(s) incluant notamment les pixels d'impressions et les pixels servant à alimenter une DMP et/ou toute base de données.

<u>Coût Pour Mille (CPM)</u>: désigne le coût d'achat de l'Espace Publicitaire sur un Support ramené à une base de mille (1.000) Pages Vues avec Publicité telles que définies ci-après ou en pratique de mille (1.000) Impressions.

<u>Data Management Platform (DMP)</u>: désigne, selon l'IAB, une plateforme technologique qui permet le traitement et la gestion des données anonymes utilisées à des fins de ciblage publicitaire telles que profils sociodémographiques, centres d'intérêt ou intentions d'achat. Ces données peuvent provenir de sources annonceurs/éditeurs (first party) ou de données tierces (third party data).

Diffusion : désigne la présence sur le(s) Support(s) du Message Publicitaire de l'Annonceur.

Format Publicitaire : désigne de manière générique la durée en seconde d'un Message Publicitaire diffusé sur un Support.

Impression (Nombre de): désigne le nombre de fois où le premier élément d'un Message Publicitaire s'affiche et/ou est diffusé sur un poste connecté.

<u>Mandataire</u>: désigne toute personne physique ou morale, ou toute personne autorisée à s'y substituer (sous mandataire), agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur dans le cadre d'un contrat de mandat écrit d'achat d'Espace Publicitaire.

Message Publicitaire : désigne l'ensemble ci-après :

- Tout message inséré sur le(s) Support(s) en vue de promouvoir directement ou indirectement la fourniture de biens et/ou de services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique ou qui assurent la promotion d'une entreprise qu'elle soit publique ou privée, commerciale ou non, ainsi que les messages d'intérêt général à caractère non publicitaire diffusés dans le cadre des campagnes des organisations caritatives ou des campagnes d'information des administrations s'ils sont insérés dans les Espaces Publicitaires et ce, quel que soit le secteur d'activité concerné et quelle que soit la forme de ces messages.
- Toute autre forme de présence commerciale sur le(s) Support(s) visant à promouvoir la fourniture de biens et/ou de services ou à assurer la promotion d'une entreprise, qu'elle soit publique ou privée, commerciale ou non, dont la Diffusion pourrait être autorisée par la règlementation applicable au Support.

<u>Tag</u> : désigne un marqueur inséré dans les Messages Publicitaires diffusés sur un Support et permettant notamment de diffuser lesdits Messages Publicitaires et compter les affichages de ceux-ci.

Ordre de publicité : désigne le document établi et émis par TF1 Publicité puis souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire et traduisant l'accord auquel sont parvenues les parties suite à la demande de réservation d'Espace Publicitaire adressée à TF1 Publicité par l'Annonceur et/ou son Mandataire et confirmé en tout ou partie en fonction des disponibilités d'Espace Publicitaire sur le(s) Support(s).

Offre commerciale : désigne une proposition commerciale définissant les modalités d'achat d'Espaces Publicitaires d'un ou plusieurs Support(s) dans le cadre des Offres de Publicité TV segmentée ainsi que les tarifs applicables, disponibles sur le Site TF1 Publicité.

Offre TV Segmentée : désigne une proposition commerciale définissant les modalités d'achat d'Espaces Publicitaires d'un ou plusieurs Support(s) diffusés dans le cadre de la Publicité TV Segmentée telle qu'autorisée par les dispositions de l'article 1 du Décret n° 2020-983 du 5 août 2020 portant modification du régime de publicité télévisée.

<u>Pack</u> : désigne le regroupement de Support(s) autour d'une même cible publicitaire.

Part de Voix: désigne l'unité de mesure de visibilité d'un Message Publicitaire sur un Support ou un Format Publicitaire exprimé en pourcentage du nombre d'Impressions du Support ou Format Publicitaire choisi.

<u>Publicité TV Segmentée</u>: désigne l'action de remplacer le message publicitaire du flux linéaire d'un Support reçu via le signal IPTV par un autre Message Publicitaire auprès de certains Abonnés en fonction de l'identifiant de la Set Top Box ou de données de ciblage.

. . . P U B

Set Top Box: désigne le décodeur TV mis à disposition des Abonnés par leur opérateur de communications électroniques pour leur permettre d'accéder aux Supports.

<u>Support(s)</u>: désigne l'ensemble des services de télévision diffusés et reçus en France métropolitaine, par un Abonné sur un téléviseur connecté au réseau Internet, via la Set Top Box d'opérateur de communication électronique tels qu'énoncés en tête des présentes et dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire.

Support(s) Digital(aux): désigne les supports digitaux en régie chez TF1 Publicité tels que mentionnés dans les Conditions Générales de Vente Digital 2022 de TE1 Publicité

<u>Taux de complétion</u>: le taux de complétion d'une vidéo publicitaire désigne la part des individus exposés à une vidéo publicitaire qui la visualisent entièrement.

.



ANNEXE 2: INDICES TARIFAIRES

Indices de durée applicables

| Durée en secondes | Indices Formats 2022 |
|-------------------|----------------------|
| 15 | 80 |
| 20 | 90 |
| 30 | 100 |

Règle de calcul des arrondis :

Après application des indices de formats, les tarifs sont arrondis à l'Euro selon la règle suivante :

- à l'Euro inférieur jusqu'à 0,49 €
- à l'Euro supérieur à partir de 0,50 €

ANNEXE 3 : ANNEXE FINANCIERE TERMINOLOGIE SUR LES SUPPORTS

CHIFFRE D'AFFAIRE « TARIF DE BASE »

Le Chiffre d'affaires « Tarif de Base » correspond au chiffre d'affaire résultant de l'application des tarifs publicité par TF1 Publicité dans le cadre des Offres de Publicité TV Segmentée (tarifs bruts), tarifs régulièrement communiqués au marché (et disponibles sur le Site TF1 Publicité), pondérés par l'indice de format des Messages Publicitaires diffusés.

CHIFFRE D'AFFAIRE « BRUT TARIF »

Le Chiffre d'affaires « Brut Tarif » correspond au Chiffre d'affaires « Tarif de Base » défini ci-dessus.

CHIFFRE D'AFFAIRE « BRUT FACTURE »

Le Chiffre d'affaires « Brut Facturé » correspond au Chiffre d'affaires « Brut Tarif » défini ci-dessus modulé des éventuels messages gracieux et majorations prévus aux présentes conditions générales de vente et dans les Conditions Commerciales disponibles sur le Site TF1 Publicité.

CHIFFRE D'AFFAIRE « NET »

Le Chiffre d'affaires « Net » correspond au Chiffre d'Affaire « Brut Facturé » modulé de l'ensemble des remises et abattements conventionnels prévus aux présentes conditions générales de vente et dans les Conditions Commerciales disponibles sur le Site TF1 Publicité et abattements conventionnels.

ANNEXE 4: FICHE TECHNIQUE

Il est explicitement entendu que les films publicitaires livrés doivent satisfaire aux spécifications suivantes:

- "Recommandation Technique CST-RT-040-TV-v1.2-2016 PAD fichiers Editeurs (CST/FICAM/HDFORUM)".
- "Recommandation Technique CST-RT-018-v3.0-TV-2017 Zones de protection des programmes de publicité pour la diffusion Télévision (CST/ARPP/SNPTV/ FICAM/HDFORUM)".

Les documents ci-dessus sont disponibles sur les sites Web suivants : CST http://www.cst.fr, ARPP http://www.arpp-pub.org, SNPTV http://www.ficam.fr

Formats de Livraison des Films Publicitaires

Les films publicitaires ne seront acceptés par TF1 Publicité qu'en support dématérialisé au format HD (voir § « Modalités de livraison dématérialisée » cidessous).

Généralités

Les films publicitaires contiennent systématiquement une composante Vidéo et une composante Audio stéréo non muette. Ils doivent être accompagnés de la fiche d'identification dématérialisée (fichier XML).

Les films publicitaires peuvent être diffusés accompagnés de sous titres sourds et malentendants (SME). Le fichier audio/vidéo devra être livré accompagné du fichier STL correspondant (cf paragraphe Spécification techniques des films publicitaires)

Les films publicitaires peuvent être diffusés en Audiodescription à destination des personnes aveugles et malvoyantes. Dans ce cadre, l'audiodescription sera affectée aux pistes audio 3 et 4.

Les films doivent être livrés complets avec les sous-titres (fichier STL) et/ou l'audiodescription déjà intégrée.

Le début des films publicitaires doit commencer obligatoirement sur une image utile et au Time Code horaire entier 00:00:00:00.

Résolution vidéo

Format HD avec un ratio d'image supérieur ou égal à 1,77.

Affectation des pistes audio

PCM VF

| Paire 1 PCM | Paire 2 PCM |
|-------------------|-------------|
| 1-2 | 3-4 |
| Version française | Vide |

PCM VF + PCM AD

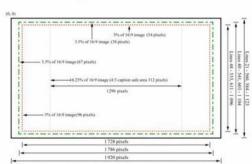
| Paire 1 PCM | Paire 2 PCM |
|-------------------|-------------------|
| 1-2 | 3-4 |
| Version française | Audio-Description |

Zone de protection 16/9

Conformément à la Recommandation Technique CST-RT-018-v3.0--TV-2017, toutes les mentions textes, packshots produits, graphiques, etc. doivent se trouver à l'intérieur de la zone de sécurité "Titre" décrite ci-dessous :

U B

Scanning raster 1080i and 1080psf 16:9 safe areas for 16:9 presentation



- The total number of lines is 1125 (active lines from 21 to 560 and 584 to 1123 inclusive * 1080 lines).
- ** The complete digital line comprises 2200 pixels. Of these, the "digital active line" comprises 1920 pixels (numbered from 0 1919 inclusive). All active pixels are included in the image active line.

Modalités de livraison dématérialisée

TF1 Publicité demande la livraison dématérialisée des films publicitaires au format HD. L'annonceur est invité à contacter l'une des sociétés partenaires de TF1 Publicité et fournissant ce service de livraison afin d'en connaître les modalités techniques.

A ce jour :

ADSTREAM 80-82 rue Anatole France – 92300 Levallois-Perret +33 (0)1 80 03 12 40 www.adstream.com/fr

PEACH

18 boulevard Malesherbes - 75 008 Paris

+ 33 (0) 1 49 49 99 70

www.peach.me / support.fr@peach.me

Cette liste mise à jour, sera consultable sur le site La Box de TF1 Publicité : https://labox.tf1pub.fr

• Délais de Livraison

Les films publicitaires livrés sous forme de fichiers devront être fournis à TF1 Publicité au plus tard 6 jours calendaires avant la date de 1ère diffusion.

PubID

Chaque film publicitaire livré à TF1 Publicité doit porter l'identifiant unique pour tous les acteurs du marché : Publd Pour toutes informations concernant l'identifiant Publd : rendez-vous sur le site www.arpp.tv ou contactez les instances de l'ARPP ou du SNPTV.

• Fiche d'identification dématérialisée

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

Instructions de diffusion

Les instructions de diffusion doivent être déposées sur MyDiffTV (<u>www.mydiff.tv</u>) : date de livraison des éléments de publicité, confirmation du ou des films publicitaires à diffuser, le plan de roulement.

Contact

Ces informations doivent être indiquées par mail à votre contact adtrafic@tf1.fr afin de s'assurer que le fichier a bien été récupéré et identifié par TF1 Publicité.

Spécifications Techniques des films publicitaires

U B

Vidéo, audio et time code

Conformes au document de référence

« Recommandation Technique PAD fichiers Editeurs (CST/FICAM/HDFORUM) CST - RT - 040 - TV - v1.2 - 2016 »

Le son du message publicitaire ne doit pas commencer avant la première image utile et se terminer après la dernière image utile.

La piste audio du message publicitaire ne peut être muette.

Sous-titrage

Conformes au paragraphe 3.2.4 du document de référence

« Recommandation Technique PAD fichiers Editeurs (CST/FICAM/HDFORUM) CST - RT – 040 - TV – v1.2 – 2016 » et à la charte CSA http://www.csa.fr/content/download/20043/334122/file/Chartesoustitrage122011.pdf

Fichier de metadonnées XML

Le paragraphe 3.2.5 du document de référence

« Recommandation Technique PAD fichiers Editeurs (CST/FICAM/HDFORUM) CST - RT - 040 - TV - v1.2 - 2016 » n'est pas applicable aux films publicitaires : ils sont livrés avec un fichier XML d'identification qui leur est propre.

Interdictions liées à la TV segmentée

Application de l'interdiction de mentionner l'adresse ou toute identification locale explicite Exemple des interdits :

- Pas d'adresse (du lieu de vente, d'accueil du public...).
- Pas d'indication de localisation plus ou moins précise (« à la sortie n°7 de l'A43 », « Près de la place de la République », ...).
- Pas de nom de ville, département ou région.
- Pas de mention d'une URL intégrant un nom de lieu, si ce nom ne fait pas parti de la dénomination de l'annonceur ou de son produit.
- Pas d'image permettant de localiser l'annonceur, son lieu de vente, ...

Nous n'appliquerons pas cette contrainte pour les offices du tourisme.

A priori, aucun secteur économique ne sera exclu. Cas particulier des annonceurs dont la dénomination comporte un lieu (« Banque Populaire Hautsde-France » ...) : l'annonceur devra nous fournir la preuve de sa dénomination. Cette analyse de la contrainte réglementaire sera considérée en fonction de l'évolution des pratiques et des éventuelles réactions du CSA.

<u>Informations techniques de programmation</u>

Adserver

La campagne sera programmée via l'adserver Freewheel.

Compatibilité

Possibilité de tracking d'impression (pixel image) uniquement si autorisé et non obligatoire. Disponible sur la Box Orange et la Box Bouygues. En cours de développement pour SFR. Les opérateurs disponibles sont amenés à évoluer en fonction du développement sur ces parcs.