

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DE L'ESPACE PUBLICITAIRE LE MANS TÉLÉVISION

applicables pour les messages diffusés à compter du 1^{er} janvier 2010.

Sauf stipulation expresse contraire, les présentes conditions générales s'appliquent à la vente des espaces publicitaires diffusés dans les programmes de LM tv.

Dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente, on entend par :

- **"acheteur"** tout annonceur ou intermédiaire agissant au nom et pour le compte de l'annonceur en vertu d'un mandat écrit donné par ce dernier et souscrivant un ordre de publicité.
- **"ordre de publicité"** l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire, auquel sont parvenus la régie et l'acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par la régie, compte tenu des disponibilités de son planning. Les éléments constitutifs de l'ordre sont le support, l'écran publicitaire concerné, la durée du message, le prix compte tenu du format et le cas échéant, l'emplacement préférentiel acheté dans l'écran. L'exécution de l'ordre de publicité correspond à la diffusion du message fourni par l'annonceur dans l'emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes conditions générales de vente.
- **"annonceur"** la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire.

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les ordres de publicité exécutés du 1^{er} janvier 2010 au 31 décembre 2010. Seule leur version sur support papier fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support, et notamment sur le site Internet de la régie n'est effectuée qu'à titre indicatif. La souscription d'un ordre de publicité par l'acheteur implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente, ainsi que de la réglementation en vigueur concernant la publicité télévisée.

La régie se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente et notamment, à titre purement indicatif, en cas d'évolution de la réglementation rendant tout ou partie des présentes Conditions Générales de Ventes caduques ou ouvrant l'accès à la publicité télévisée à des secteurs économiques jusque-là interdits, étant précisé que toute modification ne sera applicable que 14 jours calendaires après communication. Les stipulations des Conditions Générales de Vente applicables à un ordre de publicité sont celles en vigueur au jour de la diffusion du message publicitaire.

CARACTERISTIQUES DES ORDRES

Chaque ordre de publicité est strictement personnel à l'annonceur. Il ne peut en aucun cas être cédé sous quelque forme et à quelque titre que ce soit. Un ordre ne peut être modifié et/ou transféré sur un autre support sans l'autorisation de la régie. La régie se réserve le droit de diffuser, dans un même écran publicitaire, des messages portant sur des produits ou services similaires.

De plus, la régie et les supports sont libres de refuser l'exécution d'un ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment lorsqu'un message est susceptible de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux, ou d'engager leur responsabilité ou encore de heurter la sensibilité des téléspectateurs. Les ordres non-exécutés à ce titre ne seront pas facturés, l'annonceur ne pouvant prétendre de ce fait à aucune compensation.

LE MANS TÉLÉVISION se réserve en outre le droit de limiter totalement ou partiellement et à tout moment l'accès de ses écrans publicitaires à certaines catégories d'annonceurs compte tenu de ses obligations légales ou réglementaires, de sa ligne éditoriale ou pour des raisons d'image ou de déontologie ou encore pour des raisons tenant aux obligations inhérentes à son cahier des charges.

PROCEDURE D'ACHAT

L'acheteur doit faire parvenir à la régie le bon de commande ou le devis dûment signé. L'acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'espaces publicitaires par télécopie, par courrier électronique. Tout intermédiaire agissant pour le compte d'un annonceur devra en outre joindre impérativement une attestation de mandat.

L'acheteur informera impérativement la régie de toute modification d'un ou plusieurs éléments du bon de commande, sans délai et avant exécution de ses ordres. A défaut, les modifications demandées par l'acheteur ne seront pas opposables à la régie.

L'inscription informatique par la régie de la demande reçue, en fonction des disponibilités du planning, constitue l'ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

MODIFICATION, ANNULATION DES ORDRES

Toute annulation d'un ordre par l'acheteur doit être adressée par écrit au plus tard 10 jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'ordre. A défaut, le ou les messages annulés seront facturés intégralement à l'annonceur, la régie se réservant la faculté de disposer des espaces concernés.

A moins de 10 jours calendaires de la diffusion (période "hors délai"), les éléments constitutifs des ordres ne peuvent être modifiés qu'à budget publicitaire investi constant et sous réserve d'une reprogrammation immédiate des ordres au planning, en fonction des disponibilités, en vue d'une diffusion dans un délai de 90 jours.

A défaut de reprogrammation immédiate compte tenu des disponibilités du planning d'un budget au moins équivalent à celui investi avant le "hors-délai", les ordres initialement réservés seront facturés intégralement à l'annonceur, la régie se réservant la faculté de disposer des espaces publicitaires libérés.

Aucune modification des ordres ne pourra plus être effectuée moins de 4 jours avant la diffusion du message.

TARIF ET MODIFICATIONS TARIFAIRES

Le tarif applicable à un ordre donné est celui en vigueur au jour de la diffusion. Les tarifs sont indiqués hors taxes et les facturations sont donc majorées de la TVA applicable.

MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION DES ECRANS PUBLICITAIRES

La régie peut, à tout moment, modifier les caractéristiques de ses écrans en fonction de la modification des programmes du support ou du nécessaire réaménagement de son planning.

Si ces changements affectent les ordres de l'acheteur, ce dernier en est informé par message électronique avant diffusion, sauf circonstances exceptionnelles.

Dans cette hypothèse, l'acheteur peut annuler sans indemnité les ordres affectés par ces modifications, l'annulation devant être notifiée par écrit à la régie au plus tard dans les 3 jours ouvrables suivant la date à laquelle l'acheteur a été informé de la modification.

A défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les ordres enregistrés par la régie seront réputés acceptés et l'annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

La régie et les supports se réservent, notamment en cas de force majeure, de grève, de toute cause tenant aux obligations issues des conventions conclues par les supports avec le CSA, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des ordres de publicité programmés, sans que l'acheteur ne puisse faire valoir auprès de la régie et des supports aucune réclamation ni demander de dommages et intérêts.

CONDITIONS DE PAIEMENT

L'annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'ordre de publicité.

Pour toute commande de campagne ou parrainage dont la période de diffusion est inférieure ou égale à 21 jours, l'annonceur règlera un acompte de 30% du montant TTC à la commande. Il règlera le solde à la réception de la facture.

Pour toute commande de campagne ou parrainage dont la période de diffusion est supérieure à 21 jours et inférieure à 94 jours, l'annonceur règlera un acompte de 30% du montant TTC à la commande. Il règlera le solde en deux parties égales, une à la réception de la facture (éditée à la fin du premier mois de diffusion) et l'autre à 30 jours.

Pour toute commande de campagne ou parrainage, dont la période de diffusion est supérieure ou égale à 94 jours, l'annonceur règlera par mensualité anticipée, à moins qu'il n'ait été conclu un autre accord au moment de la signature du bon de réservation.

Pour toute souscription à un abonnement annuel pour un crédit de spots, le paiement est mensualisé. Un retard de paiement entraîne la suspension de la diffusion des messages à venir, qui reprend dès régularisation. Par ailleurs, le solde du contrat global est exigible en une seule fois en cas de diffusion du dernier message du pack choisi à plus de trois mois de l'échéance de l'abonnement.

Tout paiement ou toute avance effectués par l'annonceur à son intermédiaire mandaté n'est pas opposable et ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de la régie. Les factures et avoirs sont établis par la régie au nom de l'annonceur. Leur original est adressé à l'annonceur et un duplicata est adressé à son mandataire chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat, le cas échéant.

La facture vaut compte-rendu et justificatif des conditions de diffusion des ordres de publicité qui y sont mentionnés. La régie doit être en possession des fonds de l'annonceur au plus tard à la date d'échéance figurant sur la facture. Les factures de régularisation émises par la régie sont payables à l'échéance mentionnée sur la facture. Les traites ne sont pas acceptées.

La régie peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'annonceur des ordres de publicité ou une caution bancaire, notamment en cas de nouvel acheteur (nouveau client pour la régie), d'acheteur (annonceur ou intermédiaire) pour lequel la régie a constaté des incidents ou retards de paiement, d'acheteur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation. Le paiement d'avance signifie que la régie doit être en possession des fonds de l'annonceur au moins 2 jours avant la première diffusion d'un message diffusé. Dans ce cas, une facture pro forma est envoyée à l'annonceur, avec duplicata au mandataire payeur, la facture définitive étant envoyée à l'annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a eu lieu.

En cas de non-respect des conditions de paiement, les ordres non encore exécutés peuvent être annulés de plein droit par la régie, sans préavis ni indemnité.

En outre, des pénalités de retard à un taux égal à une fois et demie le taux d'intérêt légal seront exigibles sur les sommes non réglées à la date d'échéance mentionnée sur la facture, à compter du premier jour suivant cette date.

La régie se réserve aussi le droit de refuser la prise en compte des factures qui n'auront pas été réglées à échéance pour le calcul des remises consenties dans le cadre de ses conditions commerciales.

En outre, la régie se réserve le droit de ne pas rembourser les sommes dues à l'annonceur au titre de la liquidation des remises en fin d'ordre et/ou de compenser le montant des remises de fin d'ordre avec toutes sommes dont l'annonceur resterait débiteur à son égard, y compris les pénalités de retard, ce que l'annonceur reconnaît et accepte. La régie ne pratique aucun escompte en cas de paiement d'avance.

INCIDENTS TECHNIQUES

Les messages non diffusés pour des motifs techniques du Support ou de la régie ne sont pas facturés, l'acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre. Les incidents de diffusion ne donnent droit à aucune compensation ou réduction de prix sauf dans les conditions suivantes :

Les interruptions ou les incidents reconnus par l'un des supports de LE MANS TÉLÉVISION, et attestés par leur(s) diffuseur(s) ou câblo-opérateurs donneront droit à une réduction du prix dû par l'annonceur, proportionnelle au nombre de foyers pouvant recevoir la ou les chaînes concernées et n'ayant pas été techniquement en mesure de recevoir tout ou partie du ou des messages publicitaires.

Cette réduction, effectuée dans le cadre du présent article, est exclusive de toute autre compensation, ou indemnité au profit de l'acheteur ou de tout tiers intéressé.

La régie répondra à toute demande de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes - DGCCRF, ou de ses directions régionales et départementales.

CONTROLE DU BVP

Le BVP est l'organisme d'autodiscipline de la publicité en France. Il a pour but de mener une action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine dans l'intérêt des professionnels de la publicité, des consommateurs et du public. Il a en charge l'examen systématique et avant diffusion de l'intégralité de la production publicitaire télévisuelle.

Tout annonceur, souhaitant diffuser dans les écrans un message publicitaire doit faire parvenir au BVP une copie de chacun des messages prêts à diffuser pour obtenir l'avis favorable du BVP préalablement à toute diffusion.

L'avis écrit rendu par le BVP doit parvenir à la régie au plus tard dix jours avant la date prévue de diffusion. L'avis favorable du BVP ne comporte aucun engagement, même tacite, des supports quant à la diffusion desdits messages publicitaires.

DISPOSITIONS GENERALES

L'acheteur certifie que ses messages publicitaires n'utilisent pas de techniques subliminales et que leur contenu ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et qu'ils ne comportent aucune imputation ou allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard de tiers.

L'acheteur garantit la régie qu'il est titulaire de tous les droits nécessaires à l'exécution de ses ordres de publicité. En outre, l'acheteur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un ordre de publicité confère à la régie le droit de reproduire et de représenter les messages publicitaires qui lui sont remis sur tout support en vue d'une communication au public, à titre gratuit et notamment sur les sites Internet ou Extranet de la régie.

Les annonceurs mentionnant des sites Internet, des adresses de sites Internet ou des numéros de téléphone, certifient que le contenu des sites et messages téléphoniques ne peuvent, directement ou indirectement contrevenir à aucun droit, sans préjudice des stipulations de l'article ci-avant, ni plus généralement à la législation en vigueur. En cas de mise en cause de l'annonceur ou de la régie au titre de la promotion de ces sites ou services téléphoniques, la régie pourra interrompre immédiatement la diffusion des messages publicitaires en cause.

Toute tolérance dans l'application des présentes Conditions Générales de Ventes par la régie ne pourra pas être interprétée comme une renonciation à ses droits découlant des présentes.

LITIGES

Quels que soient les pouvoirs conférés à l'intermédiaire mandaté par écrit, ceux-ci ne peuvent valoir pouvoir de représentation judiciaire de l'annonceur. Toute contestation ou tout litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, et plus généralement de la formation et de l'exécution des ordres de publicité relève de la compétence des tribunaux de LE MANS, même en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

CONDITIONS COMMERCIALES ACHAT D'ESPACE CLASSIQUE LE MANS TÉLÉVISION

Les tarifs peuvent faire l'objet de modifications saisonnières et peuvent être revus pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. La régie se réserve la possibilité de modifier la grille des écrans publicitaires et leurs tarifs à l'occasion d'événements exceptionnels, et le droit d'accorder des abattements sur les tarifs après diffusion en raison d'événements exceptionnels.

A- TARIF

Le tarif qui détermine le coût des campagnes est celui du tarif unitaire « flash » 30 secondes . Il est affiché sur le site web de la chaîne : www.lmtv.fr

A1 – Modulation volume

Toute commande de spots, billboards, citations, publi-reportages, messages infographiques, dont le nombre de passages est supérieur à 40 par semaine, bénéficie d'un abattement sur son montant global selon le barème suivant :

au delà de 3 semaines :	- 10 %
au delà de 6 semaines :	- 15 %
au delà de 12 semaines :	- 20 %
au delà de 18 semaines :	- 25 %

A2 – Modulation durée

Sur la base du tarif unitaire « flash » édité par Le Mans Télévision, le calcul des tarifs à la durée se fait selon les règles suivantes

Durée (secondes)	3	5	6	7	8	9	10	12	15	20	22	25	30	35	40	45	50	60
% tarif flash	28	35	38	41	44	47	50	57	67	81	87	95	100	130	150	170	190	230

A3 – Modulation horaire

Sur la base du tarif unitaire « flash » édité par Le Mans Télévision, le calcul des tarifs selon les heures de diffusion se fait selon les règles suivantes

Écran rouge :	120 %	(12h30-13h30 / 22h-23h)
Écran bleu :	100 %	(7h-8h / 11h-12h30 / 13h30-14h30 / 18h-19h30 / 23h-24h)
Écran jaune :	80 %	(8h-9h / 19h30-20h30)
Écran blanc :	55 %	(autres tranches horaires)

B-MAJORATIONS TARIFAIRES

B1- +15% pour le premier ou le dernier emplacement dans l'écran (emplacements préférentiels).

B2- +20% pour la présentation ou citation dans un même spot de plusieurs produits ou marques d'un autre annonceur.

B3- +15% sur le format le plus court pour un dispositif de spots liés dans un même écran.

B4- +15% pour réservation de l'exclusivité sectorielle dans un écran.

C-REMISES TARIFAIRES

C1- Remise applicables aux campagnes collectives

La qualification de campagne collective est attribuée par la régie après étude du dossier. Les campagnes collectives bénéficient d'une remise de 25%, après application des modulations et majorations (chapitres A et B).

C2 - Remise applicables à la publicité d'intérêt général

- Les campagnes des organisations caritatives et humanitaires,
 - Les campagnes d'information des administrations ou des ministères,
 - Les campagnes des collectivités territoriales et autres EPCI,
 - Les campagnes d'information gouvernementales, c'est-à-dire les campagnes DDM
- bénéficient d'une remise de 30%, après application des modulations et majorations (chapitres A et B).

C3 - Remise applicables aux campagnes de marketing direct

Sont considérées comme marketing direct les campagnes réalisées exclusivement de la manière suivante :

- Diffusion d'un message d'une durée minimum de 20 secondes, avec visualisation du numéro de téléphone pendant une durée minimum de 10 secondes, dont l'objectif unique est de provoquer un appel téléphonique immédiat.

La programmation est faite par la régie en fonction des disponibilités du planning 10 jours avant diffusion. Il s'agit d'un achat d'espace classique pour lequel la régie se réserve le droit de modifier, si besoin est, la programmation des campagnes jusqu'à 6 jours avant diffusion. Les campagnes marketing direct bénéficient d'une remise de 40%, après application des modulations et majorations (chapitres A et B).

C4 - Remise applicables aux campagnes de floating

Les campagnes, de floating sont des campagnes dont les dates et horaires de diffusion sont déterminés par la régie en fonction des disponibilités des écrans, dans des périodes déterminées par le client. Elles bénéficient d'une remise de 50%. Seules les modulations tarifaires A1 et A2 peuvent leur être appliquées.

C5 - Remise applicables aux campagnes en période scolaire et week-end

Les campagnes diffusées en période de vacances scolaires, week-ends et jours fériés bénéficient d'une remise de 40%, après application des modulations et majorations (chapitres A et B).

C6 - Prime de progression

Tout annonceur ayant investi en 2009 (ou avant) sur LE MANS TÉLÉVISION, et investissant en 2010, bénéficie d'une prime de 10% applicable à la part en progression de son investissement. Cette prime est plafonnée à 5 000 euros. Cette prime est calculée sur le chiffre d'affaires hors taxe facturé, du 1er janvier au 31 décembre 2009, après déduction des conditions tarifaires et commerciales. Elle sera versée sous forme d'avoir au 1^{er} trimestre 2011.

D - ÉCHANGE MARCHANDISE

Dans le cadre d'un contrat accepté des deux parties, il est possible de contracter des campagnes publicitaires dont le paiement est l'objet d'une compensation en industrie, fourniture ou prestation. Ces campagnes doivent être programmées avant la réalisation de la compensation et diffusées dans les douze mois suivant la signature du bon de commande. Elles sont soumises aux conditions tarifaires ci-dessus.

E - PARRAINAGE

Des opérations de parrainage régulières ou exceptionnelles sont proposées aux annonceurs. Elles sont régies par une réglementation spécifique. Elles sont composées de :

- « billboards », d'une durée maximum de 6 secondes, diffusés préalablement au générique de début et après le générique de fin de l'émission parrainée,
- virgules d'identification, d'une durée maximum de 4 secondes, en cas de coupure publicitaire à l'intérieur de l'émission parrainée, diffusées en sortie et entrée de plateau,
- signature des bandes annonces de l'émission parrainée, par la présence d'un logotype, diffusé pendant ou après le message d'annonce
- présence d'un logo sur la page de présentation de l'émission sur le site web de la chaîne.

Chaque parrainage fait l'objet d'un tarif spécifique. Plusieurs annonceurs, non concurrents, peuvent parrainer une même émission.

F - OFFRE DE BIENVENUE

Pour permettre à de nouveaux annonceurs de tester le support, une offre de bienvenue permet de bénéficier de 50% d'espace supplémentaire, offert en programmation type « floating », pour une première commande. La diffusion de ces messages est programmée soit dans la même période, soit dans une autre période de la même année civile.