



Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

RADIO LIP!

Conditions Générales de Vente 2025

ÎLE-DE-FRANCE



01

MARQUES ET CONTENUS

02

DÉFINITIONS

03

CONDITIONS TARIFAIRES

04

REMISES COMMERCIALES

05

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

06

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION



RADIO LIP!

Conditions Générales de Vente 2025

ÎLE-DE-FRANCE



01 MARQUES ET CONTENUS

DES STATIONS INCARNÉES

PAR DES ANIMATEURS EMBLÉMATIQUES



Lagardère
PUBLICITÉ NEWS



LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE

**Du lundi au vendredi
06h-09h30**

LE MEILLEUR DES RÉVEILS

Caroline Ithurbide et Albert Spano vous donnent rendez-vous tous les matins pour vous réveiller en douceur avec des infos, des jeux et de la bonne humeur, et bien entendu le meilleur de la musique.



POP RADIO

**Du lundi au vendredi
06h-10h**

CASTA RÉVEILLE LA FRANCE

Tous les matins, Benjamin Castaldi, Fabien Delettres et Marie Solis réveillent la France sur Europe 2, dans une ambiance pop, dynamique et décontractée.



**Du lundi au vendredi
06h-10h**

LE MORNING ROCK

Retrouvez un Morning Rock plus musical que jamais ! Classiques et morceaux du moment accompagnent votre matinée, ainsi que des anecdotes autour de la création de vos morceaux préférés, Arnold vous dira tout.



**Du lundi au vendredi
06h-10h**

LA MATINALE FG, DES CADEAUX ET VOTRE RÉVEIL FEEL GOOD

Chaque matin avec Greg Di Mano, profitez du son FG, des infos, du minimix du jour et des cadeaux avec le "Info ou un Fake" et le "Décalé Game"!



**Du lundi au vendredi
07h-09h**

T'AS VU L'HEURE ?

La matinale musicale, culturelle et décalée de Thierry Paret et Ségo Raffaitin. Ce qui compte se raconte le matin sur Radio Nova.



05h-10h

LES MATINS CHANTE FRANCE

C'est le réveil qui fait chanter avec Michaël Dorian et Marie-Léty ! Pour accompagner votre petit déjeuner, l'essentiel de l'info, la météo près de chez vous, et l'horoscope.



LE SON POP-ROCK

Du lundi au vendredi - 06h-09h

LE DOUBLE EXPRESSO

Réveillez-vous avec du son Pop-Rock, des infos et de la bonne humeur avec Grégory Ascher et Justine Salmon.



Du lundi au vendredi - 06h-12h

BRUNO SUR FUN RADIO

Bruno Guillon, toujours entouré de toute son équipe - Christina, Karina, Pino et Maurine vous réveille chaque matin avec le sourire, de la bonne humeur, de l'info et des jeux toutes les heures.



Du lundi au vendredi - 06h-10h

M RADIO RÉVEIL

Bonne humeur garantie dès votre réveil avec Vincent Cerutti et Isabelle Giami, de 6h à 10h vous riez et vous chantez!

4



CGV 2025
AUDIO/RADIO

01
MARQUES
ET CONTENUS

02
DÉFINITIONS

03
CONDITIONS
TARIFAIRES

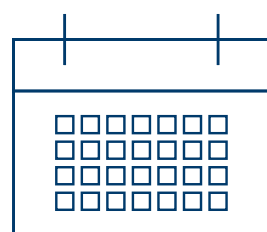
04
REMISES
COMMERCIALES

05
CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE

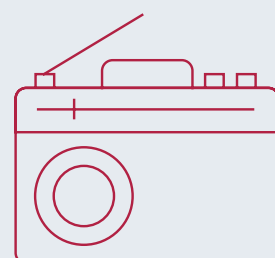
06
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

L'OFFRE LIP!

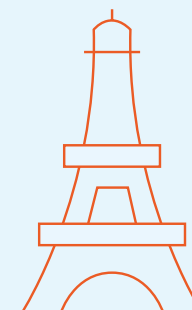
UN COUPLAGE DE RADIOS RÉFÉRENTES EN IDF



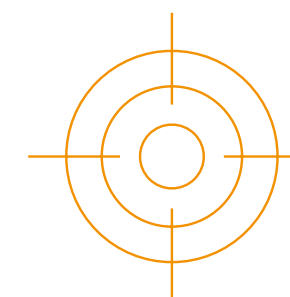
13
ANNÉES D'EXISTENCE
une offre référente sur le marché
depuis 2011.



Près de
5
MILLIONS
d'auditeurs franciliens
chaque mois



Près de
1/2
FRANCILIENS
à l'écoute de nos radios
chaque mois



49 %
des Franciliens 25-49 ans
et
50 %
des Franciliens CSPI+

Sources : EAR Insights National, Région Parisienne - Couverture maximale LàD 28 jours - 05h-24h - Janvier-Mars 2024

5



CGV 2025
AUDIO\AUDIO

01
MARQUES
ET CONTENUS

02
DÉFINITIONS

03
CONDITIONS
TARIFAIRES

04
REMISES
COMMERCIALES

05
CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE

06
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION



02 DÉFINITIONS



Bruno Guillon
@ Alexandre ISARD - PASCO&CO - FUN RADIO

DÉFINITIONS

CAMPAGNE RADIO

Diffusion simultanée d'une communication avec une création identique sur les stations du couplage LIP! IDF (RTL2 IDF, FUN Radio IDF, RFM IDF, Europe 2 IDF, Ouï FM IDF, Radio FG IDF, Chante France IDF, Nova IDF et M RADIO IDF), avec interruption maximum de 7 jours.

ANNONCEUR

On entend par annonceur "toute société réservant ou faisant réserver un ordre de publicité par son mandataire dûment habilité à cet effet".

MANDATAIRE

Au sens des présentes CGV, est réputée être mandataire toute société intermédiaire à qui l'annonceur a confié des missions définies par contrat de mandat écrit et relatif à l'achat d'espaces publicitaires au sien du couplage LIP! IDF. Le mandat - pour une mission donnée - est impérativement unique.

MARQUE

on entend par marque "une ligne distincte de produits offerte sur un marché par un annonceur". Les périmètres de marque d'un annonceur seront conformes aux périmètres de marque édités dans la nomenclature de Kantar Media en 2025.

RÉSERVATION

la diffusion sur l'un des supports LIP! IDF (RTL2 IDF, FUN Radio IDF, RFM IDF, Europe 2 IDF, Ouï FM IDF, Radio FG IDF, Chante France IDF, Radio Nova IDF et M RADIO IDF) est garantie dans l'heure de réservation.

PÉRIMÈTRE LIP! IDF 2025

RTL2 IDF, FUN Radio IDF, RFM IDF, Europe 2 IDF, Ouï FM IDF, Radio FG IDF, Chante France IDF, Nova IDF et M RADIO IDF vendues dans le cadre du tarif LIP! IDF.

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT PAYANT

le chiffre d'affaires brut payant est égal au CA brut tarif majoré ou minoré des modulations tarifaires. Ne sont pas pris en compte dans le CA brut payant : les éventuels gracieux et les Frais de Mise à l'Antenne.

CHIFFRE D'AFFAIRES NET

le chiffre d'affaires net correspond au chiffre d'affaires brut payant réalisé entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2025 abattu du dégressif volume et des primes figurant dans les présentes CGV.



**03 CONDITIONS
TARIFAIRES**

TARIF BRUT LIP! IDF

Le tarif brut LIP! IDF et ses modalités d'application décrites ci-dessous sont accessibles sur les sites de **M6 Publicité** et **Lagardère Publicité News**.

LIP! est un couplage regroupant les stations franciliennes commercialisées par M6 Publicité (FUN RADIO IDF, RTL2 IDF et M RADIO IDF) et les stations franciliennes commercialisées par Lagardère Publicité News (RFM IDF, Europe 2 IDF, Ouï FM IDF, Radio FG IDF, Chante France IDF et Nova IDF), à travers un tarif unique permettant d'acheter simultanément ces 9 stations en 2025.

Il correspond à un abattement tarifaire de -10 % en moyenne comparé à la somme des 2 couplages (Lagardère Publicité News IDF et First IDF).

Cet abattement tarifaire est révisable à chaque vague d'audience publiée par Médiamétrie en cours d'année.

Le tarif pris en compte (et l'audience) lors de la diffusion d'un message est le tarif (et l'audience) correspondant à l'heure de démarrage de l'écran publicitaire sur chaque station. En cas de litige, l'horodatage de chaque antenne concernée fera foi.

Le tarif LIP! IDF ne s'applique qu'aux campagnes réservées en espace classique (hors opérations spéciales, sponsoring, partenariat).

Le tarif LIP! IDF ne bénéficie pas de conditions d'emplacements hormis les majorations prévues dans le cadre des annonces multiples.

MODALITÉS DE RÉSERVATION

La réservation d'une campagne sur LIP! est limitée à 1 spot par heure. La diffusion d'un message est garantie dans l'heure de réservation pour chaque station de l'offre LIP!

Tout annonceur effectuant sa réservation au minimum 15 jours avant le démarrage de la campagne bénéficiera d'une priorité de diffusion sur les plannings des stations LIP! IDF.

Format de diffusion : le tarif LIP! IDF s'applique aux campagnes comportant une création sonore unique et un format unique sur les 9 stations du couplage.

Le format du spot diffusé ne pourra excéder 45 secondes.

FRAIS DE MISE À L'ANTENNE (FMA)

Les FMA seront forfaités à hauteur de 84 euros nets HT par horaire réservé (1 horaire réservé sur LIP! IDF = 1 message sur chacune des 9 stations soit 9 messages diffusés). Les frais de mise à l'antenne ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

LE FORFAIT WEB DIFFUSION (FWD)

Pour toute campagne radio LIP! IDF, votre message publicitaire est diffusé systématiquement on air et online sur les players live des stations disposant d'une diffusion digitale en IDF (ordinateurs, smartphones, tablettes). Un forfait web diffusion s'applique par campagne et par station au tarif de 50 euros nets HT. Ce forfait n'est soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

LA FACTURATION

La gestion des ordres et la facturation sont assurées par la régie en charge de cette offre.

La réservation d'une campagne sur LIP! IDF donnera lieu à une facture unique.

Les tarifs, conditions commerciales et CGV applicables au couplage LIP! IDF sont spécifiques et inscrites aux présentes. Les CGV 2025 de Lagardère Publicité News et M6 Publicité ne s'appliquent pas à ce couplage.

Les modulations tarifaires s'appliquent sur les tarifs LIP! IDF publiés en 2025 et sont disponibles sur les sites de **M6 Publicité** et **Lagardère Publicité News**.

Ces tarifs sont révisables à chaque vague d'audience publiée par Médiamétrie en cours d'année.

INDICES DE FORMAT

DURÉE (EN SECONDES)	INDICE
5	50
10	65
15	81
20	93
25	97
30	100
35	125
40	150
45	170

Le tarif LIP! IDF s'applique aux campagnes comportant une création sonore unique et un format unique sur les 9 stations du couplage.

Le format du spot diffusé ne pourra excéder 45 secondes.

Le format du message livré doit strictement respecter la durée réservée. Pour tout autre format, nous consulter.



Eric Jean-Jean
@ Fred STUCIN / PASCO&CO / RTL2

INDICES DE SAISONNALITÉ

PÉRIODE	TARIF	INDICE
01/01 - 02/03	BLANC	100
03/03 - 13/07	ROUGE	115
14/07 - 24/08	BLANC	100
25/08 - 24/12	ROUGE	115
25/12 - 31/12	BLANC	100

Pour chaque période, les tarifs valables sont ceux indiqués sur les sites de **M6 Publicité** et **Lagardère Publicité News**.

CONDITIONS D'EMPLACEMENT

Annonces multiples : citation de 2 annonceurs ou plus dans le même message : +25 %

La majoration ne s'applique pas dans les cas suivants :

- Les campagnes du secteur de la grande distribution citant exclusivement une ou plusieurs marques de produits en promotion dans leurs magasins (sans argumentation ou présentation produit).
- Les campagnes jeux ou concours citant la ou les marques des gains offerts (sans argumentation ou présentation produit).

NB : les majorations d'emplacement s'appliquent sur le tarif brut LIP! IDF en vigueur au moment de la réservation.



**4 REMISES
COMMERCIALES**

L'ensemble des conditions décrites ci-dessous s'applique aux dispositifs achetés sur les stations commercialisées dans le couplage LIP! IDF en 2025 sur la base du tarif LIP! IDF.

Les conditions commerciales (dégressif de volume et prime de part de marché) accordées dans le cadre de ce couplage sont nettes de tout dégressif, prime ou remise prévus dans les CGV 2025 de Lagardère Publicité News et M6 Publicité.

DÉGRESSIF DE VOLUME

Le dégressif de volume est déterminé par le chiffre d'affaires net avant remise mandataire généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par LIP! IDF (RTL2 IDF, FUN RADIO IDF, RFM IDF, Europe 2 IDF, Ouï FM IDF, Radio FG IDF, Chante France IDF, Radio Nova IDF et M RADIO IDF) entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2025.

Le dégressif de volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant généré par l'achat en espace classique de cet annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par LIP! IDF entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2025.

Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre M6 Publicité ou Lagardère Publicité News et l'annonceur dès l'investissement du premier euro.

Ces dégressifs sont déduits chaque mois sur facture et s'appliquent selon les barèmes suivants :

PALIER	TAUX
Moins de 25K €	-15 %
À partir de 25K €	-20 %
À partir de 50K €	-25 %
À partir de 100K €	-30 %
À partir de 150K €	-35 %
À partir de 200K €	-40 %

BASE DE RÉFÉRENCE

Chiffre d'affaires net avant remise mandataire.

BASE D'APPLICATION

Chiffre d'affaires brut payant (cf. définitions page 7).
N.B : le CA brut payant des investissements LIP! IDF ne donne pas droit au dégressif volume généré par l'annonceur en 2025 sur M6 Publicité ou Lagardère Publicité News et ne rentre pas dans l'assiette de dégressif volume généré par l'annonceur en 2025 sur M6 Publicité ou Lagardère Publicité News.

PRIME DE PART DE MARCHÉ

La prime de part de marché s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par LIP! IDF en 2025.
Cette prime est applicable en contrepartie d'un engagement écrit préalable de part de marché de l'annonceur.

Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre M6 Publicité ou Lagardère Publicité News et l'annonceur dès l'investissement du premier Euro.

La part de marché prise en compte dans le calcul de la prime sera la part de marché brute investie sur les stations commercialisées par LIP! IDF sur la période spécifiée dans l'engagement. Cette part de marché est la part de marché de LIP! IDF mesurée par Kantar Media sur la base des 18 stations de radios commerciales référencées dans la base de calcul*. Le périmètre des radios commerciales IDF mesuré par Kantar Media est susceptible d'évoluer en cours d'année.

La prime de part de marché est déduite chaque mois sur facture et s'applique selon le barème suivant :

PALIER DE PART DE MARCHÉ LIP! IDF	PRIME DE PART DE MARCHÉ
À partir de 35 %	-3 %
À partir de 50 %	-5 %

BASE D'APPLICATION DE LA PRIME

Chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume LIP! IDF (cf. définition du chiffre d'affaires brut payant p.7).

CONDITIONS D'APPLICATION DES DÉGRESSIFS ET DES PRIMES

Le dégressif de volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant. L'ensemble des autres primes s'additionne entre elles.

Le total de ces primes s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume. Le montant total cumulé des dégressifs et primes est plafonné à **-43 %**.

REMISE PROFESSIONNELLE

La remise professionnelle de **15 %** est intégrée dans l'ensemble des dégressifs ou offres commerciales.



© Fred STUCIN / PASCO&CO / RTL2

CONDITIONS « COLLECTIVES ET CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES & GRANDES CAUSES »

Les campagnes "collectives" et "gouvernementales" bénéficient d'un abattement de **-40 %** sur le tarif brut, étant précisé que rentrent dans le champ d'application de ces campagnes notamment :

- Les campagnes visant à promouvoir la transition écologique, c'est-à-dire toute campagne d'information émanant d'une administration et/ou une organisation (à l'exclusion des organisations caritatives liées à des annonceurs ou groupements d'annonceurs) qui promeut des pratiques responsables et l'utilisation de produits moins polluants.
- Les campagnes collectives visant à promouvoir une alimentation et une activité sportive favorables à la santé, c'est-à-dire lorsqu'elle a pour objectif de promouvoir des produits ou des services présentés de manière collégiale dans le secteur de l'alimentation et/ou du sport, sans mettre en avant une ou plusieurs marques des produits ou des services concernés.

Ces campagnes ne peuvent pas bénéficier d'autres conditions commerciales.

LETTRES D'ENGAGEMENT

Tout annonceur a la possibilité de bénéficier de l'application dès le premier Euro investi des remises commerciales qui pourront être déduites sur facture sur la base d'un engagement annuel écrit et préalable de l'annonceur ou de son mandataire (nous contacter pour avoir les modèles).

DATES D'OPTION ET DÉLAIS D'ANNULATION

Toutes les campagnes classiques réservées sur la base des tarifs bruts LIP! IDF en 2025 feront l'objet d'une mise en option sur les plannings jusqu'à la date précisée sur la confirmation de commande envoyée à l'annonceur ou son mandataire au moment de la réservation. Cette date d'option correspond à 8 jours ouvrables avant la date de démarrage de la campagne.

Toute réservation effective à moins de 8 jours ouvrables de la date de démarrage de la campagne, devra être confirmée dans un délai de 48h.

Si le dispositif optionné n'est pas confirmé à l'échéance de la date d'option, M6 Publicité et Lagardère Publicité News disposeront librement de l'espace publicitaire réservé.

Toute modification ou annulation d'ordre, même partielle, devra être formulée par courrier, fax ou courriel dans ces délais.

Toute demande de modification apportée à un plan peut entraîner la refonte complète de celui-ci.

Pour toute modification ou annulation parvenue à 10 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 50 % du montant net du ou des messages publicitaires annulés sera dû par l'annonceur ou son mandataire. Pour toute modification ou annulation parvenue à 4 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 100 % du ou des messages publicitaires annulés sera dû par l'annonceur ou son mandataire.



5 **CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE**

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Sauf convention expresse et constatée par écrit, nos ventes sont censées être conclues aux clauses et conditions générales ci-après exprimées. Toute remise de commande implique l'adhésion sans réserve aux présentes CGV. Celles-ci ne sauraient être modifiées par des stipulations contraires figurant sur les ordres, commandes du client ou dans ses conditions générales d'achat.

2. RELATIONS AVEC LES TIERS

Nos ventes sont faites directement à un annonceur ou par l'intermédiaire de son mandataire dans le cadre d'un contrat écrit de mandat, renouvelable chaque année.

L'annonceur s'engage à nous informer des éléments du contrat de mandat qui ont un effet sur la réalisation de nos prestations (mandat à durée déterminée, limitation des missions...).

L'annonceur ou le mandataire doivent nous avertir de la fin de ce mandat un mois jour pour jour avant la date d'effet par lettre recommandée avec accusé de réception.

3. COMMANDES - ORDRES DE PUBLICITÉ

La diffusion d'une publicité ou d'une campagne est soumise à la réception préalable directement par la régie d'une commande ou ordre de publicité dûment signé et portant le cachet de l'annonceur ou de son mandataire.

Les stations sont libres de refuser tout ordre de publicité sans avoir à en donner le motif.

La régie se réserve le droit de refuser une diffusion dont la nature, le texte ou la présentation serait contraire à l'esprit et/ou l'intérêt des stations ou tout ordre où le crédit de l'annonceur apparaîtrait douteux.

L'ordre souscrit par un annonceur ou pour son compte lui est strictement personnel et ne peut être cédé, même partiellement. L'annonceur dont le produit fait l'objet d'une campagne publicitaire doit obligatoirement être l'annonceur facturé.

4. CONFIRMATIONS DE COMMANDE - DÉLAI D'OPTION

Après réception d'un ordre par la régie, une confirmation de commande est transmise à l'annonceur ou son mandataire. Cette confirmation vaut commande ferme et réservation définitive si elle n'est pas annulée par l'annonceur ou son mandataire avant la fin d'un délai précisé pour chaque offre commerciale de la régie.

En l'absence de confirmation de commande émise par la régie, l'ordre de publicité vaut commande ferme et réservation définitive d'espace publicitaire.

5. PRESTATIONS SPÉCIALES

Les emplacements de rigueur, les lectures en direct, la répétition dans le même quart d'heure, les annonces multiples, les publicités multi-annonceurs et les demandes d'exclusivité de secteur d'activité, de marchés ou de produits, les emplacements éventuellement disponibles dans la semaine précédant la date de remise des éléments techniques (bouclage) font l'objet de conditions particulières précisées dans les tarifs de chaque support ou de chaque offre commerciale ou communiquées à chaque demande.

Quel que soit le support, les emplacements de rigueur ne seront appliqués et facturés que si la mise à l'antenne le permet. Dans le cas d'emplacement dit de bouclage, il ne peut y avoir d'emplacement de rigueur ni de garantie d'émission ou de mise en place.

6. MODIFICATION - REPORT - ANNULATION DES ORDRES

Les demandes de modification, de report, ou d'annulation ne peuvent être faites que par écrit et ne prendront effet qu'après accusé de réception par la régie.

Toute modification fait l'objet d'une nouvelle proposition de plan de campagne ou confirmation de commande dans les conditions définies dans les articles ci-dessus.

Dans la limite des possibilités de réalisation, ces demandes feront l'objet d'un dédit dont les conditions et les montants sont spécifiés dans les tarifs des supports.

Pour toute modification ou annulation parvenue à 10 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 50 % du montant net du ou des messages publicitaires annulés sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

Pour toute modification ou annulation parvenue à 4 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 100 % du ou des messages publicitaires annulés sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

7. EXÉCUTION DES ORDRES

Si les autorisations administratives nécessaires étaient retirées aux stations, l'ordre serait annulé de plein droit, les diffusions et emplacements déjà réalisés étant cependant facturés. Les stations peuvent être amenées, même après avoir accepté un texte publicitaire, à en exiger la suppression si les circonstances ayant permis son acceptation étaient modifiées.

Les emplacements, dates et heures de diffusion ou d'emplacement de la publicité sont donnés à titre indicatif.

Les stations peuvent être amenées à les modifier en fonction des exigences du programme ou à la suite de circonstances indépendantes de leur volonté.

Si cela est possible et dans les meilleurs délais, une nouvelle proposition de plan de campagne sera faite à l'annonceur ou à son mandataire dans les conditions définies dans les articles ci-dessus.

L'insertion hors date, le non respect des horaires ou d'emplacement ne sauraient engager la responsabilité de la station, ou de la régie.

Le défaut de diffusion ou d'emplacement d'un ou plusieurs messages ne donnera droit à aucune indemnité, ne dispensera pas du paiement des messages diffusés ou insérés, et n'interrompra pas les accords en cours.

Les stations et la régie dégagent toutes responsabilités des conséquences d'erreurs ou d'omissions dans les émissions ou emplacements quelles qu'en soient la nature ou les origines.

8. MESURES D'AUDIENCE

Les campagnes publicitaires programmées ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des spots.

Sur une période donnée, les fichiers d'audience de référence sont ceux qui ont servi à la construction des grilles tarifaires. Une vague d'audience ne peut être utilisée avant la date d'entrée en vigueur des tarifs qui lui sont associés. Le calendrier et les vagues de référence, sous réserve de modifications, sont les suivants :

PÉRIODE	VAGUE DE RÉFÉRENCE	PUBLICATION DES AUDIENCES	PUBLICATION DES TARIFS	APPLICATION DES TARIFS
1 ^{er} janv. - 2 fév. 2025	Septembre Octobre 2024	Jeudi 21 nov. 2024	Vendredi 29 nov. 2024	Mercredi 1 ^{er} janv. 2025
3 fév. - 11 mai 2025	Novembre - Décembre 2024	Jeudi 16 janv. 2025	Vendredi 24 janv. 2025	Lundi 3 fév. 2025
12 mai - 24 août 2025	Janv. - Mars 2025	Mardi 22 avril 2025	Mercredi 30 avril 2025	Lundi 12 mai 2025
25 août - 31 déc. 2025	Avril - Juin 2025	Mardi 15 juillet 2025	Vendredi 25 juillet 2025	Lundi 25 août 2025

9. FACTURATION

Nos ventes sont faites aux conditions tarifaires en vigueur le jour de la diffusion ou de la parution. Nos factures prennent effet à la même date. Elles sont adressées à l'annonceur. Le mandataire éventuel en reçoit une copie.

L'envoi de la facture définitive détaillée vaut compte-rendu d'exécution de diffusion ou de parution au titre de l'article 23 de la loi du 29 janvier 1993.

Sur demande de l'annonceur ou de son mandataire, la régie fournira un récapitulatif de diffusion comportant les dates, horaires de diffusion et intitulés d'écrans, ainsi que la position du spot dans l'écran.

10. TARIFS

Nos prix sont établis pour paiement comptant. Nos tarifs sont hors taxes et la TVA sera comptée en sus et tout nouvel impôt ou taxe sera à la charge de nos clients. Nos tarifs sont révisables à tout moment avec un préavis fixé pour chaque support. Les nouveaux tarifs sont applicables aux contrats en cours et seront dans ce cas soumis à l'acceptation des clients.

Les prix pratiqués peuvent éventuellement dépendre de l'importance de la commande. En conséquence en cas de minoration d'une commande ferme, nous nous réservons le droit d'augmenter le prix facturé.

L'exécution d'une commande à un prix convenu ne nous oblige nullement à exécuter les commandes suivantes aux mêmes conditions.

11. RÉDUCTION DE PRIX

Des réductions de prix peuvent être pratiquées au bénéfice des annonceurs sur la base de critères quantitatifs ou qualitatifs modifiables par période.

Les éléments de réduction de prix (durée, quantités,...) figurent dans nos tarifs.

Les factures non payées le jour de leur échéance, ne pourront être prises en compte pour la détermination de la base de calcul des remises commerciales ou de toute autre condition accordée.

12. EXIGIBILITÉ

Le montant des factures est toujours exigible au lieu du siège social de la société émettrice de la facture.

Nous ne renonçons nullement à ce droit quand nous faisons une traite sur l'acheteur.

Nous avons seuls qualité pour percevoir le montant des factures que nous avons établies.

13. LITIGES

Les réclamations, quelle qu'en soit la nature ne seront reçues que par écrit et dans un délai maximum de 15 jours après la date de la facture.

En cas de désaccord sur une partie de nos factures (litiges, attente d'avoir...), l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer, sans aucun retard, la partie non contestée de la facture.

Les factures qui feront l'objet d'un litige total ou partiel, ne pourront être prises en compte pour la détermination de la base de calcul des remises commerciales ou de toute autre condition accordée.

14. CONDITIONS DE RÈGLEMENT DES VENTES EN FRANCE

L'annonceur est responsable du paiement des ordres passés par lui ou pour son compte par un mandataire.

Sauf pour les ventes de certaines prestations, qui font l'objet de règlements anticipés, les factures sont réglables dans un délai de trente jours fin de mois, le 10 du mois suivant.

Le délai contractuel peut déroger à ces conditions de règlement en fonction de la situation particulière de l'annonceur.

En cas de paiement par traite celle-ci doit nous parvenir signée, acceptée et domiciliée dans un délai maximum de 10 jours suivant la date de facturation.

En cas de paiement par chèque ou par virement le client fera le nécessaire pour que les fonds soient à la disposition du régisseur le jour de l'échéance.

15. CONDITIONS DE RÈGLEMENT DES VENTES À L'ÉTRANGER

Sauf accord particulier les ventes doivent faire l'objet d'un paiement comptant en euros à réception de facture pro forma ou d'une ouverture de crédit documentaire irrévocable et confirmé.

16. MODIFICATIONS DES CONDITIONS DE PAIEMENT

Les conditions accordées sont révisables sans préavis en cas de survenance d'un élément nouveau venant modifier notre appréciation du risque.

En cas de changement dans la situation de l'acheteur (décès, incapacité, dissolution ou modification de société, hypothèque de ses immeubles, nantissement de son fonds de commerce, modification du plafond de garantie d'assurance crédit...), de refus d'acceptation d'une traite ou d'un incident de paiement quelconque, nous nous réservons le droit de demander des garanties, de suspendre ou d'annuler les commandes en cours même acceptées, ou de ne les exécuter que moyennant paiement comptant sur facture pro forma.

17. PAIEMENTS ANTICIPÉS

Les paiements anticipés sont ceux faits avant la date d'échéance de la facture. Ils font l'objet d'un escompte au taux de trois pour cent l'an, soit **0,25 %** par mois d'anticipation. Les conditions d'escompte sont précisées sur la facture adressée aux annonceurs.

18. DÉFAUT DE PAIEMENT - DÉCHÉANCE DU TERME - PÉNALITÉS

De convention expresse, le défaut de paiement à l'échéance fixée, quel que soit le mode de règlement, rend immédiatement exigible la totalité de nos créances même non échues. En complément de l'indemnité forfaitaire légale pour frais de recouvrement de **40 euros** en cas de retard de paiement, des pénalités seront calculées à un taux annuel égal à celui de la Banque Centrale Européenne (BCE) du 1^{er} jour du semestre majoré de 10 points, sur les créances ci-dessus indiquées, auxquelles s'ajouteront les frais de justice éventuels. Le défaut d'acceptation d'une traite équivaut à un refus de paiement.

À cet égard, ne constitue pas un paiement au sens de la présente disposition, la remise d'une traite ou d'un titre créant l'obligation de payer.

En cas de non paiement, la remise du dossier au contentieux entraînerait d'office une majoration forfaitaire de **20 %** du montant impayé pour non respect de l'obligation contractuelle.

19. CONTESTATIONS ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE

VENTES FRANCE

En cas de contestation, les tribunaux de Paris seront seuls compétents, même en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

VENTES ÉTRANGER

Les parties conviennent expressément de soumettre la vente aux dispositions de la loi française.

Toutes contestations, difficultés d'exécution ou d'interprétation de la vente sont de la seule compétence des tribunaux français.

Il est fait attribution de compétence au Tribunal de Commerce de Paris, sauf dans le cas où les parties seraient d'accord pour recourir à un arbitrage.

20. ATTESTATION DE MANDAT

La loi du 29/01/1993 entrée en vigueur le 31/03/1993, comporte des obligations en ce qui concerne les relations entre annonceurs, mandataires, supports et régies :

- L'achat d'espace ne peut être réalisé que dans le cadre d'un contrat de mandat écrit (nous contacter pour avoir le modèle).
- L'original de la facture et les modalités d'exécution sont directement communiqués aux annonceurs. Une copie de cette facture est adressée au mandataire.

Toute autre disposition présente dans l'attestation de mandat ne pourra en aucun cas être opposable à M6 Publicité.

21. PROTECTION DES DONNÉE PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

21.1 RÈGLES GÉNÉRALES

Pour les besoins du présent article :

- L'annonceur s'engage autant en son nom qu'au nom de ses prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur du film publicitaire, etc.), à respecter les obligations et garanties prévues, ceux-ci étant conjointement et solidairement responsables et ci-après désignés ensemble « l'annonceur ». M6 Publicité et l'annonceur sont ci-après désignés ensemble ou séparément « une/la (la/les) partie(s) ».
- L'annonceur s'engage à respecter l'ensemble des dispositions légales, réglementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables relatives à la protection des données des utilisateurs, au traitement de données de communications électroniques et à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies, et à la prospection directe, notamment (i) le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (« le RGPD »), (ii) la Directive 2002/58/CE du 12 juillet 2002 telle que transposée en droit français (« la Directive e-privacy »), (iii) la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles, ainsi que les délibérations et recommandations de la Commission nationale informatique et libertés (« CNIL »), notamment la délibération n° 2020-091 du 17 septembre 2020 portant adoption de lignes directrices relatives à l'application de l'article 82 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée aux opérations de lecture ou écriture dans le terminal d'un utilisateur (notamment aux « cookies et autres traceurs »), et toutes autres dispositions légales, réglementaires et interprofessionnelles applicables aux traitements de données personnelles ; ces textes étant ensemble désignés dans les présentes CGV « les règles data applicables ». En outre, en cas de modification des règles data applicables en cours d'année, l'annonceur s'engage à s'y conformer.

Chez M6 le « Data Protection Officer » peut être contacté à l'adresse email suivante : dpo@m6.fr.

21.2 PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES (BTOB)

- Toutes les informations qui peuvent être fournies par les personnes physiques travaillant pour l'annonceur dans le cadre de leurs échanges avec M6 Publicité font l'objet de traitements par M6 Publicité, qui sont nécessaires dans le cadre de ses activités commerciales, notamment ses actions de prospection commerciale et de ventes d'espaces publicitaires en audio digital. Ces informations pourront contenir des données personnelles. Pour savoir quelles données sont collectées, pourquoi et comment elles sont utilisées et connaître vos droits, nous vous invitons à prendre connaissance de la politique de protection des données personnelles relative à la collecte et au traitement des données à caractère personnel concernant les partenaires commerciaux et visiteurs du Groupe M6.
- Ces informations pourront contenir des données personnelles. Pour savoir quelles données sont collectées, pourquoi et comment elles sont utilisées et connaître vos droits, nous vous invitons à prendre connaissance de la politique de protection des données personnelles relative à la collecte et au traitement des données à caractère personnel concernant les partenaires commerciaux et visiteurs du Groupe M6 accessible ci-après : <https://www.groupem6.fr/rgpd/>

21.3 DONNÉES DES UTILISATEURS DES SERVICES M6 EN AUDIO DIGITAL (BTOC)

A. Principe d'interdiction

L'annonceur est pleinement informé, qu'à moins d'obtenir l'autorisation préalable de M6 Publicité et de conclure un accord spécifique, sont interdit(e)s :

- Toute collecte ou récupération de données personnelles par quelque moyen que ce soit sur les services média (chaînes de télévision, radios, sites web, applications et autres services) du Groupe M6 (ensemble « les Services M6 »).
- Toute lecture et/ou écriture de cookies sur les terminaux des utilisateurs des Services M6 (désignés les « utilisateurs » ou les « personnes concernées »), ou utilisation de toute technique permettant d'inscrire des informations dans les terminaux des utilisateurs et/ou les Services M6.
- Tout traitement de données personnelles issues de ces cookies, destinés notamment à alimenter ses bases de données propres ou celles de tout éventuel mandataire, prestataire, partenaire et/ou sous-traitant, ne pourra être effectué, sans autorisation préalable de M6 Publicité.

En particulier, l'annonceur est informé que toute insertion ou dépôt de cookies, tags, pixels, codes, ou tout autre traceur (désignés ensemble « les cookies ») sur les terminaux des utilisateurs à l'occasion de toute campagne publicitaire confiée à M6 Publicité (notamment lors de l'exécution des ordres de publicité), pour quelque raison et quelque finalité que ce soit, est strictement interdite. Dans ce cadre, l'annonceur est considéré comme étant solidairement responsable, même dans l'hypothèse où l'opération concernée (dépôt, collecte, traitement quel qu'il soit) serait effectuée par un de ses sous-traitants de l'annonceur ou tout tiers mandaté pour se faire.

M6 aura la possibilité de vérifier à tout moment le respect de ces obligations, et de s'assurer, par tout moyen ou solutions techniques, ou technologiques qu'aucun cookie non conforme aux règles data applicables ne soit déposé sur les Services M6.

B. Exception

En cas d'accord de M6 Publicité pour que l'annonceur puisse effectuer une des opérations susvisées, les parties devront le contractualiser spécifiquement par le biais d'un accord spécifique (« l'accord data spécifique »). A ce titre, les seules données qui pourront être collectées par le biais des cookies par l'annonceur (ou dans ce cadre désigné ci-après « le déposant ») sont des informations de navigation des utilisateurs non directement identifiantes ou identifiables concernant les contenus consultés sur les Services M6, à des fins de mesure (statistiques analyses, bilans, comptage, etc.) et/ou afin de permettre à l'annonceur d'adapter ses messages publicitaires (en fonction de la localisation ou de critères socio-démographiques notamment), ou toute autre finalité prévue dans l'accord data spécifique, dans le respect des règles data applicables.

En particulier, l'annonceur ne pourra en aucun cas collecter et/ou traiter de données relatives aux utilisateurs des Services M6 dites « sensibles » au sens des règles data applicables, ni de données concernant des enfants de moins de 16 ans.

Ainsi, avant tout dépôt de cookies, et pour permettre l'établissement éventuel d'un accord data spécifique, le déposant devra porter à la connaissance de M6 Publicité tout élément utile relatif :

- Aux caractéristiques techniques des cookies.
- Au type d'informations collectées par l'intermédiaire des cookies.
- À la finalité de la collecte d'information effectuée par l'intermédiaire des cookies.
- Au(x) destinataire(s) des informations collectées par l'intermédiaire des cookies.
- À la durée de vie des cookies sur le terminal des utilisateurs et/ou des Services M6 (étant précisé que les cookies déposés ne devront pas pouvoir être conservés sur les terminaux des utilisateurs au-delà de la durée légale de vie des cookies conformément aux règles data applicables).
- Aux lieux d'hébergement et de stockage des données.

Il est rappelé que, dans le cadre des règles data applicables, l'utilisateur doit pouvoir à tout moment, simplement et gratuitement, choisir de refuser l'enregistrement de cookies sur son terminal, ce que l'annonceur reconnaît et accepte expressément. En tout état de cause, en cas d'accord data spécifique signé, l'annonceur s'engage à respecter les signaux de consentement ou de non-consentement envoyés par M6 Publicité et à respecter strictement les obligations mises à charge dans le cadre de cet accord data spécifique.

L'annonceur devra notamment garantir, conformément aux règles data applicables relatives à la protection des données, la sécurité des informations collectées suite au dépôt et/ ou au traitement des cookies, le respect de la finalité des informations collectées, la non-utilisation des informations collectées par des tiers autres que le(les) destinataire(s) mentionnés dans l'accord data spécifique, la suppression des cookies au-delà de leur durée de vie, etc.

En cas de manquement par l'annonceur à l'une ou l'autre des obligations susvisées et/ou à toutes règles data applicables, M6 Publicité sollicitera de l'annonceur la mise en conformité, la désactivation ou le retrait des cookies déposés à l'occasion de l'exécution d'une campagne confiée à M6 Publicité, ou refusera l'exécution de l'ordre de publicité portant sur la campagne concernée ou l'interrompra, si un cookie utilisé dans le cadre de ladite campagne n'a pas été déposé ou exploité en conformité avec les règles susvisées. Dans cette hypothèse, l'annonceur sera tenu au paiement de la totalité de la campagne ainsi que, le cas échéant, des frais techniques et de tout dédommagement éventuel lié au dépôt ou au traitement du cookie concerné, sans préjudice de tous dommages et intérêts et frais d'avocats dont le remboursement pourrait être réclamé en justice par M6 Publicité du fait de tout manquement par l'annonceur à ses obligations.

En tout état de cause, M6 Publicité ne sera redevable d'aucune compensation ou indemnité quelconque envers l'annonceur ou tout tiers en cas de tout dysfonctionnement liés aux cookies placés par le déposant et/ou en cas de retard ou annulation

de la campagne imputable au manquement par l'annonceur à l'une quelconque des obligations susvisées ou à toutes règles data applicables.

21.4 OBLIGATIONS GÉNÉRALES DES PARTIES EN MATIÈRE DE DATA

En tout état de cause, si la collecte et le traitement de données personnelles sont autorisés, les Parties sont tenues de respecter les obligations suivantes.

A. Obligations communes des parties

a. Chaque partie est seule responsable de procéder aux modifications et suppressions nécessaires sur ses propres bases de données, systèmes d'information et fichiers de toute nature pour donner effet aux droits que tiennent les personnes concernées en application des règles data applicables, lorsque les conditions d'exercice de ces droits sont remplies.

b. Chaque partie pourra être point de contact pour la réception et le traitement des demandes d'exercice des droits des personnes concernées. Chaque partie s'engage à ce titre à publier une adresse électronique de contact à destination des personnes concernées pour l'exercice de leurs droits, à assurer le suivi et le traitement des demandes reçues à cette adresse électronique ainsi que par toute autre voie, et à informer l'autre partie dans les meilleurs délais, des actions à mener pour faire droit à ces demandes, le cas échéant. L'autre partie pourra, sans y être jamais obligée, participer à l'examen et au traitement des demandes reçues par la partie contactée en premier lieu et ladite partie pourra en retour solliciter son aide ou son avis dans le cadre de cet examen et de ce traitement, lorsque cela apparaîtra pertinent.

c. Les parties s'engagent à assurer à tout moment un niveau adéquat de sécurité des traitements et de confidentialité des données des personnes concernées, pour autant que et dans la mesure où leurs infrastructures, systèmes d'information, personnels, documentations, bases de données ou sous-traitants respectifs sont impliqués dans les traitements concernés.

d. En cas de violation de données, la partie responsable s'engage à le notifier à la CNIL dans les meilleurs délais, au plus tard dans les 72 heures.

B. Obligations de l'annonceur

L'annonceur s'engage à, conformément aux exigences des règles data applicable :

- Avoir informé les personnes concernées relativement aux traitements effectués par l'annonceur et M6 Publicité prévus dans cet article.
- Collecter le consentement valide des personnes concernées à des fins de segmentation et de publicité ciblée par l'annonceur, via une Consent Management Platform conforme aux exigences des règles data applicable.
- Ce que chaque adresse email soit cryptée par l'annonceur avant d'être mis à disposition de M6 Publicité (mode de cryptage universel « MD5 » ou « SHA256 »).
- Tenir à disposition de M6 Publicité, et à lui communiquer à première demande écrite, tout document ou preuve nécessaire pour démontrer son respect de la présente clause ainsi que des règles data applicables.
- Répercuter les signaux de non-consentement / refus à M6 Publicité en temps réel (car il est rappelé que, dans le cadre des règles data applicables, l'utilisateur doit pouvoir à tout moment, simplement et gratuitement, choisir de refuser l'enregistrement de cookies sur son terminal et/ou le traitement de ses données personnelles (« opt-out »), ce que l'annonceur reconnaît et accepte expressément).
- Respecter strictement les obligations mises à charge dans le cadre de cet article, de l'accord data spécifique et des règles data applicables.
- Fournir, le cas échéant, le contact de son « Data Protection Officer ».

L'annonceur garantit M6 Publicité contre tout préjudice résultant pour cette autre partie d'un manquement de sa part à ses obligations propres prévues par ou découlant de la présente clause et/ou des règles data applicables. A ce titre, l'annonceur s'engage en particulier à tenir M6 Publicité indemne de toute action, contestation, réclamation ou plainte d'un quelconque tiers, ainsi que de toute sanction ou condamnation d'une quelconque autorité ou juridiction, qui aurait pour origine, cause ou fondement un tel manquement de sa part à ses obligations propres prévues par la présente clause et/ou des règles data applicable.

C. Obligations de M6 PUBLICITE

M6 Publicité s'engage à :

- N'utiliser les données des personnes concernées que pour l'annonceur en question, à des fins de segmentation et de publicité ciblée sur les Services M6 ou pour tout traitement autorisé par l'annonceur.
- Ne pas utiliser les données concernées à des fins d'enrichissement de la base M6.
- Ne pas monétiser les données auprès de tiers.
- Ce que les données concernées soient supprimées dès la fin de la campagne ou conservées pour une vague de campagne ultérieure uniquement sur demande et avec accord de l'annonceur en question.





ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

1. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

1.1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1.1 Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les sons et les instructions de diffusion (plans de roulement, textes, références musicales, ...) doivent impérativement et exclusivement être communiquées via **CopieStation**, la plateforme en ligne dédiée à l'échange de ces informations et commune à l'ensemble des régies radio, accessible à l'adresse **CopieStation.com**. Afin de sécuriser la diffusion et garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'annonceur ou son mandataire : agence média, agence conseil en charge de la création, de la production.

Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra pas être pris en compte par M6 Publicité.

Au-delà de l'envoi des sons et instructions de diffusion, toute question doit être adressée à **diffusionpubradio@m6.fr**.

1.1.2 Les fichiers audio de diffusion doivent impérativement être livrés au format WAV ou MP3 (256 Kbit/s).

1.1.3 Chaque envoi de fichier audio de diffusion doit être accompagné des renseignements suivants :

- Annonceur.
- Nom du Produit/de la campagne.
- Titre du son identique à celui utilisé au sein des instructions.
- Durée (format).
- Version du son, si versions multiples.
- Dans le cadre d'un son comportant une mention légale pouvant faire l'objet d'alternance (notamment : automobile, ...), préciser la mention concernée par le son.
- Références musicales associées à chaque son (titre, auteur-compositeur, éditeur).

La précision des références musicales est obligatoire pour permettre à M6 Publicité de remplir son rôle de déclaration auprès de la SACEM.

La durée des sons reçus doit correspondre au format réservé au Planning.

Tout message dépassant de plus de 1" le temps réservé au planning verra – sauf accord préalable – son format modifié à la réservation par palier de 5".

1.1.4 Pour améliorer le confort d'écoute des auditeurs et harmoniser la diffusion des messages au sein des écrans publicitaires, **les sons devront être livrés à un niveau sonore de -9db**.

Si un son ne respecte pas ce niveau, M6 Publicité pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) son(s) fourni(s) sans que l'annonceur puisse s'y opposer, ce que l'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production reconnaissent et acceptent expressément.

1.1.5 La livraison des fichiers de diffusion à M6 Publicité doit intervenir au plus tard 3 jours ouvrés avant la première diffusion.

En cas de retard dans la remise du matériel ou de remise non-conforme aux exigences énoncées aux présentes CGV entraînant une non diffusion, le prix du message programmé sera intégralement dû par l'annonceur à M6 Publicité.

Si le délai de remise des éléments n'est pas respecté et si les sons et instructions de diffusion n'ont pas été communiquées via **CopieStation.com**, toute erreur ou omission dans la diffusion d'un message publicitaire engageront la seule responsabilité de l'annonceur, ainsi que de son mandataire (agence, production) en charge de l'envoi du son et des instructions de diffusion.

1.1.6 Au cas où, pour des raisons techniques, juridiques, de contexte programme, d'horaire de diffusion, etc..., le message publicitaire se révèle impropre à la diffusion et que l'annonceur ne peut pas fournir de nouveaux éléments dans les délais requis, le prix reste dû intégralement par l'annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

1.1.7 Toute réclamation concernant la programmation et/ou la diffusion d'un message et/ou la qualité technique d'un message doit être impérativement formulée, à peine de déchéance, dans les 3 jours après diffusion dudit message. Si l'annonceur, son mandataire ou la société en charge de la production, après accord de M6 Publicité, souhaitent apporter

des modifications d'ordre technique au message diffusé, les frais occasionnés par ces opérations seront entièrement supportés par le demandeur.

1.1.8 Afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, M6 Publicité pourra demander en cours de campagne et si nécessaire de nouveaux éléments techniques.

1.1.9 Passé un délai d'un an après la date de la dernière diffusion d'une campagne, les supports de diffusion pourront être détruits à l'initiative de M6 Publicité qui pourra alors demander une nouvelle livraison des fichiers de diffusion en cas de rediffusion.

1.1.10 Les intitulés des unités de vente et écrans publicitaires figurant sur les tarifs, grilles de programmes ou sur les ordres de publicité ne correspondent pas à des horaires prévus de diffusion mais désignent des emplacements à l'intérieur ou entre les programmes. L'obligation de M6 Publicité, sauf modification des programmes de l'éditeur, porte exclusivement sur la diffusion des messages dans les écrans publicitaires réservés par l'annonceur ou son mandataire. En conséquence, l'horaire de diffusion d'un écran publicitaire ne saurait en aucun cas justifier une modification du tarif de l'ordre et/ou ouvrir droit à une quelconque indemnisation.

1.1.11 L'achat d'espace publicitaire est indépendant de l'achat d'opération de parrainage et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents sur les émissions parrainées dans ou autour desquelles les écrans publicitaires sont diffusés.

L'annonceur ou son mandataire ayant acheté un espace ne dispose d'aucun droit de regard sur la présence d'un parrain situé autour des écrans publicitaires concernés.

2. CONFORMITÉ DES MESSAGES

2.1. M6 Publicité se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre :

- S'il lui apparaît non-conforme aux lois, règlements, usages, recommandations et/ou chartes et autres engagements régissant la publicité et la communication audiovisuelle ou contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
- Si l'ARCOM juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du message publicitaire à l'antenne.
- M6 Publicité, dans ce cas, n'est redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

2.2. M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur ou son mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'annonceur ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

3. RESPONSABILITÉS

3.1. Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaître et respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle, en France et dans le pays d'émission des stations. L'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la réglementation, en suivant notamment les recommandations de l'ARPP.

3.2. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production du message publicitaire déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 Publicité et l'éditeur contre toute réclamation et tout recours, et tout particulièrement de la part des auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, interprètes et de toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée par la diffusion du message. En particulier, l'annonceur garantit M6 Publicité et l'éditeur contre tout recours que la société tierce en charge de la création pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire.

3.3. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à ce que le nom de campagne associé au son et indiqué au sein des instructions de diffusion soit le même que celui de la campagne réservée au planning. Toute diffusion d'un message publicitaire en lieu et place d'un autre son publicitaire, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur. Dans le cas de campagnes portant des noms provisoires, M6 Publicité s'engage à ce que toute confidentialité imposée par l'annonceur, ses mandataires ainsi que la société en charge de la production soit respectée par tous ses collaborateurs. Dans tous les cas, il est impératif qu'au plus tard 10 jours avant diffusion, le nom de campagne associé aux messages publicitaires fournis et celui des campagnes réservées au planning soient rigoureusement identiques. À défaut, la responsabilité de M6 Publicité ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

4. UTILISATION DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

La commande ou l'ordre de publicité donne aux supports et à la régie, relativement aux messages qui en font l'objet, le droit de reproduire, de présenter, de faire écouter, d'archiver et de réaliser la pige desdits messages en vue de leur communication pour une information professionnelle ou autre, selon tous procédés et usages en la matière, quels que soient les supports ou les procédés techniques.

Cette autorisation est accordée à titre non-exclusif, pour la durée légale des droits de propriété intellectuelle sur lesdits messages.

5. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

5.1. Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité radiophonique. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité radiophonique et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire ou déontologique. Dans ce cadre, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (informations à caractère sanitaire, domaine de l'énergie, crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.).

5.2. Notamment, dans le cadre de la loi Evin, la diffusion des messages de promotion pour les produits alcoolisés devront se faire dans le cadre précis suivant :

- Diffusion uniquement entre 0h et 16h59.
- Pas de diffusion possible le mercredi.
- Ne pas comporter d'incitation à la consommation (notamment par l'utilisation d'un sound design neutre), ni de critique de la sobriété.
- Ne pas s'adresser aux mineurs ni comporter de voix d'enfant.



Il est conseillé à l'Annonceur, son mandataire ou l'agence en charge de la création de consulter l'ARPP et M6 Publicité en cours de processus créatif afin de valider ces aspects.

5.3. Pour plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif, réglementaire ou déontologique, contactez M6 Publicité.

6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS

ÉLÉMENTS À FOURNIR

- 1 fichier audio WAV ou MP3 (256 Kbit/s) par son.
- Niveau sonore : -9db
- Transcription texte de chaque son.
- Références musicales associées à chaque son (titre, auteur-compositeur, éditeur).
- Instructions de diffusion (dont plans de roulement par station).

Ces éléments devront obligatoirement être adressés par le site copiestation.com

Les textes des sons à diffuser doivent correspondre exactement aux messages enregistrés. Si un doute subsiste sur la conformité juridique des messages, il est recommandé de consulter l'ARPP avant finalisation.

Le plan de roulement (l'ordre de passage et les détails de planification des sons) doit être envoyé en même temps que les textes et les références musicales (toute musique utilisée doit être déclarée), et cela, pour toutes les stations concernées par la réservation d'espace.

DÉLAI DE REMISE DES ÉLÉMENTS

3 jours ouvrés avant la 1^{re} diffusion.



CONTACT

M6 Publicité
107 avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine

contactez-nous

+33 (0)1 41 92 38 88
m6pub.fr



Lagardère Publicité News
2 rue des Cévennes
75015 Paris

Pôle Annonceurs : sdolet@lagarderenews.com / Pôle Trading : fdonval@lagarderenews.com

© Crédits photos : Adé ADJOU / AGENCE 1827 / Emilie BOUTIN / Lou BRETON / Vicente CORDULA / Lea CRESPI / Franck CRUSIAUX / Benjamin DECOIN / Marie ETCHEGOYEN / Julien FAURE / Gabrielle FERRANDI / Homayoun FIAMOR / FIFOU / Antoine FLAMENT / Stephane GRANGIER / Lionel GUERICOLAS / Sacha HERON / Alexandre ISARD / Nicolas KOVARIK / Yannis NIVAULT / Thomas PADILLA / PASCO&CO / Collection PERSONNELLE / POC / Philippe QUAISSE / Marianne ROSENSTIELH / Wlad SIMICTH / Fred STUCIN / Julien THEUIL / Bernager TILLARD / Jo ZHOU / FUN RADIO / RTL / RTL2 / M6