

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAINE RADIO FRANCE INTERNATIONALE



France  
médias  
monde

## I. CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR RADIO FRANCE INTERNATIONALE

① France Médias Monde est une société nationale de programmes au capital de 5 347 560 euros, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre sous le n°501 524 029, dont le siège social est situé au 80, rue Camille Desmoulins, 92130 Issy-les-Moulineaux, France, représentée par sa Présidente Directrice Générale, Madame Marie-Christine Saragosse, (ci-après dénommée « FMM »).

FMM est un groupe de média français à vocation internationale dont l'activité principale est de produire et diffuser, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, des programmes, essentiellement d'information, sur les trois vecteurs principaux que sont la télévision (France 24), la radio (Radio France Internationale (RFI)), Monte Carlo Doualiya (MCD) et les nouveaux médias (France 24, RFI et MCD).

② Les présentes conditions générales de vente (ci-après « Conditions Générales de Vente ») sont applicables à la vente des Espaces publicitaires et/ou des Espaces de parrainage sur l'antenne de Radio France Internationale (RFI), offre de service de radio en français et en langues étrangères de France Médias Monde, par la régie publicitaire de France Médias Monde (ci-après « FMM »), dans le respect des dispositions du décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges applicable à France Médias Monde.

③ Les présentes Conditions Générales de Vente ne sont pas applicables à la vente d'Espaces publicitaires et/ou d'Espace de Parrainage sur les supports numériques du groupe FMM qui font l'objet de Conditions Générales de Vente spécifiques.

Les présentes Conditions Générales de Vente ne s'appliquent pas non plus à la vente des Espaces publicitaires et/ou des Espaces de parrainage sur les autres chaînes du groupe France Médias Monde à savoir France 24 et Monte Carlo Doualiya, ces opérations étant dévolues par France Médias Monde à une régie publicitaire externe.

Sont enfin exclus des présentes Conditions Générales de Vente la vente des Espaces publicitaires et/ou des Espaces de parrainage opérée sur les radios partenaires du groupe France Médias Monde.

④ Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres de publicité et/ou de parrainage conclus à compter de leur publication sur le site Internet de la Chaîne RFI. Seule la version des Conditions Générales de Vente publiée sur le site internet, accessible à partir de l'adresse URL <http://www.rfiadvertising.com> et sur le site Internet de FMM accessible à partir de l'adresse URL <https://www.francemediasmonde.com> fait foi.

Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support n'est effectuée qu'à titre indicatif. Il est précisé que tout autre document quel qu'il soit, adressé à FMM par l'Acheteur, faisant référence à ses propres conditions

commerciales, n'a qu'une valeur indicative et n'implique aucune acceptation desdites conditions par FMM lesquelles lui sont opposables.

FMM se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site internet de RFI advertising. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres déjà souscrits à titre définitif et ceux en cours d'exécution continuent à relever des conditions générales de vente, y compris des conditions tarifaires, en vigueur au moment de la signature des Ordres.

⑤ Le contrat est constitué des présentes Conditions Générales de Vente et du bon de commande (ci-après le « Bon de commande ») tel que transmis par FMM à l'Acheteur après toute commande d'un Ordre (ci-après désignés ensemble le « Contrat »). Le Contrat annule et remplace tout accord écrit ou oral antérieur entre les parties portant sur le même objet.

### A. DISPOSITIONS GENERALES

① Dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente, les termes commençant par une majuscule, qu'ils soient écrits au singulier ou au pluriel, auront la signification qui leur est associée ci-après :

« **Acheteur** » : désigne l'Annonceur et/ou le Mandataire ayant souscrit un Ordre de publicité ou un Ordre de parrainage.

« **Annonceur** » : désigne toute société ou groupe de sociétés qui contracte un Ordre de publicité ou un Ordre de parrainage sur la Chaîne RFI. Sont considérés comme appartenant au même groupe, toutes les sociétés dont le capital est majoritairement, directement ou indirectement, détenu par une même personne physique ou morale. L'Annonceur peut commander des Ordres de publicité ou de parrainage sur la Chaîne RFI pour son propre compte ou faire appel à un intermédiaire dénommé le Mandataire.

« **Décrochages Publicitaires Locaux** » : désigne les décrochages publicitaires permettant de diffuser des Messages Publicitaires spécifiques à destination d'un pays et/ou d'une zone géographique ciblée sur certains créneaux horaires.

« **Ecran préférentiel** » : désigne les Espaces publicitaires diffusés en première et dernière position au sein d'une interruption publicitaire.

« **Espace Publicitaire** » : désigne l'espace publicitaire mis à disposition de l'Acheteur sur la Chaîne RFI en vertu de l'Ordre de publicité conclu entre les Parties.

« **Espace de Parrainage** » : désigne les espaces de parrainage mis à disposition de l'Acheteur sur la Chaîne RFI en vertu de l'Ordre de parrainage conclu entre les Parties.

« **Exclusivité sectorielle** » : désigne la possibilité consentie à un Annonceur d'être le seul de son secteur à diffuser un Message Publicitaire au sein d'une même interruption publicitaire.

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAÎNE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

**« La Chaîne RFI »** : désigne la radio en français et langues étrangères « *Radio France Internationale* » (RFI) dont les programmes sont diffusés par divers vecteurs de transmission : par ondes hertziennes (FM, ondes moyennes), téléphonie mobile, satellite, internet, etc.

**« Mandataire »** : désigne toute agence ou tout intermédiaire réalisant des Ordres de publicité ou des Ordres de parrainage pour le compte d'un Annonceur en vertu d'un contrat de mandat, et présentant deux copies de l'attestation de mandat le liant à son mandant. Le Mandataire agit pour le compte de l'Annonceur. L'Annonceur doit envoyer à FMM l'attestation de mandat avant toute demande de réservation d'Espace Publicitaire ou d'Espace de Parrainage.

Des Ordres de publicité ou de parrainage peuvent être réalisés par un sous-Mandataire à la condition que l'Annonceur adresse son accord express et écrit à FMM.

Tout changement de Mandataire et/ou de sous-Mandataire devra être signifié par l'Annonceur à France Médias Monde par courrier électronique dans les plus brefs délais. France Médias Monde accuse réception de ce courrier électronique. A défaut d'accusé de réception, le changement est réputé ne pas être opposable à France Médias Monde jusqu'à ce que l'Annonceur reçoive cet accusé de réception ou avertisse France Médias Monde par un autre moyen. L'Annonceur reste responsable jusqu'à réception dudit courrier électronique et dans l'attente d'une nouvelle attestation de mandat signifiant le changement de Mandataire.

**« Message Publicitaire »** : désigne tout message diffusé sur la Chaîne RFI en vue de promouvoir directement ou indirectement la vente de biens et/ou la fourniture 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. Cette dénomination désigne également les messages d'intérêt général non publicitaires diffusés dans le cadre des campagnes des organisations caritatives ou des campagnes d'information des administrations, s'ils sont insérés dans les séquences publicitaires, sans égard pour le secteur d'activité concerné et quelle que soit la forme de ces messages.

**« Message de Parrainage »** : désigne tout message diffusé sur la Chaîne RFI qui consiste pour l'Annonceur à associer son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations à une émission afin de bénéficier d'une visibilité et d'éventuels effets d'image en fonction du caractère de l'émission.

**« Ordre de publicité » ou « Ordre de parrainage »** : désigne l'accord pour la diffusion d'un Message Publicitaire et/ou d'un Message de Parrainage sur la Chaîne RFI, auquel sont parvenus FMM et l'Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par FMM compte tenu des disponibilités du planning de la Chaîne RFI et conclu conformément aux présentes.

**« Ordre(s) »** : désigne les Ordres de publicité et/ou les Ordres de parrainage.

**« Tarif de base »** : désigne le tarif pratiqué par FMM pour la diffusion d'un Message Publicitaire ou d'un Message de Parrainage calculé, le cas échéant, en fonction des différents Décrochages Publicitaires Locaux et de l'horaire de diffusion du Message Publicitaire ou du Message de Parrainage sur la base d'un Message Publicitaire d'une durée de 30 secondes.

**« Tarif Brut »** : désigne le Tarif de base hors taxes après modulation du prix en fonction de la durée du Message Publicitaire.

② La souscription des Ordres, quelle que soit leur nature, par un Acheteur implique son acceptation pleine et entière des présentes Conditions Générales de Vente ainsi que le respect des usages et de la réglementation afférents à la publicité et au parrainage radiophonique, ainsi que des règles d'éthique publicitaire applicables dans la zone de diffusion des Messages Publicitaires ou de Parrainage telles qu'elles ressortent du code consolidé de la Chambre de Commerce Internationale, des recommandations déontologiques de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité et des avis du Jury de Déontologie Publicitaire ainsi que l'ensemble des dispositions légales, réglementaires et professionnelles, nationales ou communautaires applicables en la matière. En particulier, l'Acheteur doit respecter les dispositions du décret n°87-239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-1° de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant pour les services de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite le régime applicable à la publicité ou au parrainage et celles du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié, relatif à la publicité, au parrainage et au téléachat ainsi que les dispositions relatives à la publicité contenues dans le cahier des missions et des charges de France Médias Monde tel que défini par le Décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France.

③ FMM accorde la plus haute importance à la lutte contre la fraude, la corruption, le trafic d'influence ou tout autre type d'entente illicite. A ce titre, FMM veille scrupuleusement au respect des dispositions de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite Loi Sapin II.

L'Acheteur (Annonceur comme mandataire), ainsi que son personnel, ses agents, consultants, sous-traitants ou tout autre tiers personne morale ou physique agissant pour son compte s'obligent à :

- ne pas, directement ou indirectement, offrir, donner, promettre ni solliciter ou accepter un avantage financier indu ou un avantage de tout autre nature, au bénéfice ou provenant d'une personne pour l'obtention ou dans le cadre de l'exécution d'un Ordre ;

- respecter toute réglementation applicable ayant pour objet la lutte contre la fraude, la corruption et les ententes illicites dans le cadre de l'obtention ou de l'exécution d'un Ordre ;

- informer sans délai FMM de tout événement susceptible de contrevenir aux dispositions du présent article et à assister FMM dans toute procédure, diligentée par une autorité ayant trait à la fraude, la corruption ou la concurrence en lien avec l'Ordre de publicité.

④ Dans le cadre de leurs relations contractuelles, les Parties s'engagent à respecter la réglementation en vigueur applicable au traitement de données à caractère personnel et, en particulier, le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 applicable à compter du 25 mai 2018 (ci-après, « le Règlement européen sur la protection des données »).

Dans le cadre du présent Contrat, les Parties s'engagent à ne traiter aucune donnée à caractère personnel à l'exception de celles exclusivement relatives aux Parties et strictement

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAINE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

nécessaires à la conclusion, à l'exécution et à la gestion du présent Contrat.

Par conséquent, pourront faire l'objet d'un traitement de données, les données à caractère personnel suivantes : les noms, prénoms, coordonnées téléphoniques, adresses mèl et postales et fonctions des personnes intervenant dans le cadre de la conclusion et l'exécution du présent Contrat pour chacune des Parties.

Ces données à caractère personnel sont à destination exclusive des personnes habilitées pour la conclusion, l'exécution et la gestion du présent Contrat. Elles ne pourront pas être conservées au-delà de la durée nécessaire au regard des finalités pour lesquelles elles ont été collectées, et en tout état de cause pas après la fin de l'exécution du présent Contrat.

⑤ FMM s'interdit de divulguer les informations confidentielles auxquelles elle pourrait avoir accès dans le cadre des Ordres. Seront considérées comme confidentielles, toutes les informations, quelle qu'en soit la nature, le support, qui auront été préalablement signalées par écrit comme confidentielles par l'Acheteur. FMM s'engage à conserver la confidentialité des dites informations jusqu'à la date de première diffusion du Message Publicitaire et/ou du Message de Parrainage.

⑥ Le présent Contrat est conduit intuitu personæ et ne peut donc être cédé par l'Acheteur sans accord préalable écrit de FMM.

⑦ La présente version française du Contrat prévaut sur toutes autres traductions ou versions linguistiques du Contrat.

⑧ Pour l'exécution du présent Contrat, ainsi que pour toute procédure qui pourrait en découler, les Parties élisent domicile à leurs sièges sociaux respectifs. Toute modification de domicile ne peut être opposée qu'après réception de sa notification par courrier ou courriel envoyé par recommandé avec accusé de réception.

⑨ Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application des Ordres et des présentes Conditions Générales de Vente est, à défaut de résolution amiable, de la compétence du Tribunal Judiciaire de Nanterre, même en cas de connexité, appel en garantie ou pluralité des défendeurs.

## B. DISPOSITIONS COMMUNES A LA VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE

Seuls FMM et/ou ses agents sont habilités à recevoir des demandes émanant des Acheteurs pour conclure un Ordre. FMM est seule habilitée à émettre des Ordres, sous réserve de l'acceptation de l'Acheteur, à facturer les prestations correspondant aux Ordres et à percevoir le montant auprès des Acheteurs.

Les Ordres peuvent être conclus directement par un Annonceur ou par un Mandataire au nom et pour le compte d'un Annonceur.

FMM se réserve également le droit de refuser, à sa discrétion, tout Ordre de publicité ou de parrainage et notamment tout Ordre dont la provenance semble douteuse, si la solvabilité de l'Annonceur semble incertaine ou en raison de son image.

### 1. Procédure d'achat

① L'achat d'un Ordre, quelle que soit sa nature, se réalise par tout moyen directement auprès de FMM. FMM enregistre les réservations en fonction des disponibilités puis renvoie à

l'Acheteur un Ordre qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale, l'Ordre auquel souscrit l'Acheteur.

Les Ordres commandés sont confirmés par FMM à l'Acheteur par l'envoi du Bon de commande, ce dernier récapitulant les éléments essentiels de l'Ordre ainsi que les conditions tarifaires selon les modalités définies en point E. des présentes Conditions Générales de Vente.

L'Acheteur s'engage à valider ses commandes en retournant le Bon de commande signé. L'envoi du Bon de commande signé par l'Acheteur à FMM vaut acceptation des présentes Conditions Générales de Vente et constitue la vente ferme de l'Espace Publicitaire et/ou de l'Espace de Parrainage, sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

Pour chaque Ordre, France Médias Monde communique à l'Acheteur les éléments essentiels de l'Ordre.

② L'Acheteur accepte la procédure d'achat auprès de France Médias Monde telle que définie ci-dessus et s'interdit de contester, au-delà du délai de 5 jours suivant la date d'édition du Bon de commande prévu, les Ordres qui auront été enregistrés selon les procédures décrites ci-dessus. A défaut, l'Acheteur sera réputé accepter l'Ordre tel que détaillé dans le Bon de commande. En toute hypothèse, la production par France Médias Monde des documents attestant de l'enregistrement des Ordres vaudra preuve de la formation des contrats de vente d'Espaces publicitaires et/ou d'Espace de Parrainage souscrits par l'Acheteur.

③ FMM se réserve le droit discrétionnaire de refuser ou de suspendre la diffusion de tous Messages Publicitaires ou Messages de Parrainage prévus dans l'Ordre à quelque titre que ce soit (quand bien même lesdits Messages ne contreviendraient pas aux règles, législations en vigueur ainsi qu'aux recommandations de l'ARPP (Autorité de Régulation de la Publicité Professionnelle), et en particulier lorsqu'ils sont susceptibles :

- De porter atteinte à ses intérêts commerciaux et éditoriaux ;
- De contrevenir à sa charte éditoriale ;
- De porter atteinte à sa déontologie ou à son image ;
- D'heurter la sensibilité de ses auditeurs ;
- De porter atteinte à l'image ou à la considération d'une de ses émissions ou d'un de ses préposés ;
- De porter atteinte à ses missions de service public ;
- De porter atteinte à son cahier des charges tel que défini par le Décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France.

④ Sans préjudice des dispositions de l'article ③ ci-avant, FMM se réserve le droit de ne pas diffuser ou de suspendre immédiatement tout ou partie des diffusions d'un Message Publicitaire ou de Parrainage en cas de réclamations de tiers lorsque ce dernier considère que tout ou partie de ce Message porte atteinte à ses intérêts ou en raison de la décision de toute autorité compétente, notamment du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, si cette dernière considère que ce Message Publicitaire ou de Parrainage est susceptible de porter atteinte aux dispositions légales ou réglementaires applicables. Dans ces hypothèses, l'Acheteur fera son affaire et prendra toutes les dispositions nécessaires pour faire cesser la ou les réclamations en question ou pour rendre le Message Publicitaire ou de

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAÎNE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

Parrainage conforme aux lois et règlements en vigueur et ce, sans préjudice de la faculté pour FMM de mettre en œuvre les dispositions de l'article ③ ci-avant. Si l'Annonceur ne peut livrer un nouveau Message Publicitaire ou de Parrainage de remplacement, les diffusions ne seront pas effectuées étant entendu que, dans un tel cas, FMM peut néanmoins exiger le prix des Espaces Publicitaires ou de Parrainage réservés.

⑤ L'Acheteur reconnaît que FMM et la Chaîne RFI interviennent dans le secteur des médias qui est soumis à un certain nombre d'aléas.

Dès lors FMM se réserve, notamment en cas de force majeure telle que définie par l'article 1218 du Code civil et par la jurisprudence de la Cour de cassation (ci-après la « Force Majeure »), de grève, de toute cause tenant aux obligations issues de son cahier des charges ou des conventions conclues avec l'ARCOM, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes (changement de la programmation à la suite d'un événement d'actualité d'importance majeure, diffusion d'émissions spéciales, etc.), le droit de modifier ou d'annuler, après en avoir informé l'Acheteur, en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des Messages publicitaires ou de Parrainage et des Ordres programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de FMM aucune réclamation ni demande de dommages et intérêts de quelque nature que ce soit.

FMM s'engage à diffuser les Messages Publicitaires et/ou de Parrainage au sein de l'Espace Publicitaire ou de Parrainage réservé sauf modification du programme de la Chaîne RFI. L'Acheteur ne pourra se prévaloir de la modification de la programmation des émissions sur la Chaîne RFI pour réclamer une diminution du tarif de l'Ordre, l'annulation des campagnes publicitaires ou de parrainage ayant déjà fait l'objet d'un Ordre ou pour prétendre à une quelconque indemnité à ce titre.

Si le report du Message Publicitaire ou de Parrainage n'est pas possible (ou si l'Acheteur le refuse uniquement dans le cadre d'une réservation d'Espace Publicitaire), le prix de l'Espace Publicitaire ou de Parrainage n'est pas dû.

## 2. Cession de droits et garanties

① L'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre confère à FMM le droit :

- De reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les Messages Publicitaires ou de Parrainage qui lui sont remis, pour une communication au public, autant de fois que FMM le souhaitera, sur tout support en vue notamment d'action de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- De représenter lesdits Messages Publicitaires ou de Parrainage suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à FMM, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs intermédiaires ;

② Hormis le cas où la production du Message Publicitaire et/ou de Parrainage est assurée par FMM dans les conditions définies à l'article 5 des présentes Conditions Générales de Vente, l'Acheteur garantit à FMM être titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle et qu'il respecte les droits de la personnalité en particuliers ceux afférents à la vie privée.

Plus particulièrement, l'Acheteur garantit à FMM qu'il détient les droits de reproduction, d'adaptation, de diffusion et de représentation ainsi que les droits de propriété industrielle nécessaires à l'exploitation du Message Publicitaire ou de Parrainage.

Partant, l'Acheteur garantit FMM contre toute réclamation ou toute action de tous tiers (notamment les auteurs, compositeurs, artistes interprètes, producteurs etc ...) qui estimerait ses droits de propriété intellectuelle ou industrielle lésés par la diffusion du Message Publicitaire ou de Parrainage.

L'Acheteur s'engage à informer FMM sans délai et par tous moyens de toute réclamation ou action à cet égard pour lui permettre de prendre les mesures appropriées.

Chaque enregistrement remis à France Médias Monde doit être obligatoirement accompagné d'un relevé des œuvres musicales, littéraires ou dramatiques utilisées dans l'enregistrement en vue de leur déclaration par FMM auprès des sociétés de gestion collective compétentes au titre de la diffusion des Messages Publicitaires ou de Parrainage sur sa Chaîne RFI.

Par ailleurs, l'Acheteur certifie que le Message Publicitaire ou de Parrainage ne comporte aucune imputation ou allusion diffamatoire et garantit FMM de toute réclamation des tiers à cet égard.

## 3. Résiliation

En cas de non-respect par l'Acheteur de ses obligations telles que décrites au sein des présentes Conditions Générales de Vente, et trente (30) jours après réception par l'Acheteur d'une lettre recommandée avec avis de réception de mise en demeure de s'exécuter restée sans effet, France Médias Monde pourra résilier de plein droit et sans justification le Contrat par lettre recommandée avec avis de réception sans obligation d'accomplir aucune formalité judiciaire et ce, sans préjudice d'une éventuelle action en dommages et intérêts.

La résiliation par FMM du Contrat implique l'annulation de l'Ordre. L'Acheteur reste redevable des montants dus à FMM au titre des diffusions déjà effectuées. Les Espaces publicitaires ou de parrainage réservés sont remis à la disposition de FMM et pourront faire l'objet d'un nouvel Ordre.

## C. DISPOSITIONS SPECIFIQUES A LA VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES

Cette partie des présentes Conditions Générales de Vente s'applique exclusivement à la vente des Espaces publicitaires sur la Chaîne RFI.

Sauf autorisation exceptionnelle de FMM, un Message Publicitaire ne peut concerner plus d'un produit ou service de l'Annonceur. A défaut FMM se réserve le droit de ne pas diffuser le Message Publicitaire.

### 1. Modification et annulation des Ordres de Publicité

① Sauf contestation de l'Ordre de publicité dans les conditions définies à l'article B.1.② des présentes, toute modification d'un élément essentiel de l'Ordre de publicité effectuée ultérieurement à la signature du Bon de commande et conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente donne lieu à l'envoi par FMM et à la signature par l'Acheteur d'un nouveau Bon de commande.

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAINE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

② L'Acheteur doit avertir FMM par écrit de toute annulation ou modification de l'Ordre de publicité (qui s'assimile à une annulation) d'un ou plusieurs Message(s) publicitaire(s) au plus tard 7 jours calendaires avant la date de diffusion du ou des Message(s) Publicitaire(s) concernés stipulée dans l'Ordre de publicité. En cas de non-respect de ce délai, et sauf cas de Force Majeure dûment signalé à FMM et rendant impossible l'exécution par l'Acheteur de ses obligations, une pénalité correspondant à 10% du montant net de l'Ordre de publicité annulé sera dû par l'Annonceur.

③ En cas d'annulation, l'Espace Publicitaire est remis à la disposition de FMM et pourra faire l'objet d'un nouvel Ordre de publicité.

④ Le paiement des Messages Publicitaires non diffusés pour des motifs tels que Force Majeure, grève, ou événement exceptionnels perturbant leur diffusion et imputables à France Médias Monde n'est pas dû, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

⑤ Passé un délai de 3 jours calendaires après la première diffusion d'un Message Publicitaire, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de diffusion ou de calendrier de diffusion du Message Publicitaire ne sera retenue.

## 2. Livraison du Message Publicitaire par l'Acheteur

① Les Messages Publicitaires seront fournis sous le format requis par la Chaîne RFI dans le cadre de l'Ordre de publicité.

② Le support de diffusion doit être remis à France Médias Monde au plus tard 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion. Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu.

De la même manière, dans le cas où, pour des raisons techniques, les supports fournis par l'Acheteur se révéleraient impropres à la diffusion du Message Publicitaire, FMM en avertira aussitôt l'Acheteur qui devra lui fournir un support du même message satisfaisant, au plus tard cinq (5) jours ouvrés avant la première diffusion prévue. Passé ce délai le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

③ L'Annonceur donne tous pouvoirs à France Médias Monde pour effectuer toutes modifications sur les Messages publicitaires reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des supports en vue de l'exécution de ses Ordres de publicité.

④ France Médias Monde vérifiera que la durée effective du Message Publicitaire livré correspond strictement à celle de l'Espace Publicitaire réservé. Le Message Publicitaire sera refusé si cette vérification révèle que la durée du Message Publicitaire livré ne correspond pas à celle de l'Espace Publicitaire réservé conformément aux stipulations de l'Ordre de publicité.

## 3. Production du Message Publicitaire par FMM

① FMM met à la disposition de l'Annonceur ou de son Mandataire un service de production pour la réalisation et l'enregistrement des Messages Publicitaires.

Dans cette hypothèse, FMM garantit à l'Acheteur être titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle sur les Messages Publicitaires qu'il réalise.

Plus particulièrement, FMM garantit à l'Acheteur qu'il détient les droits de reproduction, d'adaptation, de diffusion et de représentation ainsi que les droits de propriété industrielle nécessaires à l'exploitation du Message Publicitaire.

FMM garantit respecter les droits de la personnalité, en particuliers ceux afférents à la vie privée.

Partant, FMM garantit l'Acheteur contre toute réclamation ou toute action de tous tiers (notamment les auteurs, compositeurs, artistes interprètes, producteurs etc ...) qui estimerait ses droits de propriété intellectuelle ou industrielle lésés par la diffusion du Message Publicitaire.

② Les prestations de production du Message Publicitaire par FMM sont commercialisées sous la forme de forfaits consultables sur le site de rfiadvertising.com à la page Tarif :

Dans le cas où l'Acheteur choisit les forfaits 1 ou 2, les textes doivent être soumis par l'Acheteur avant tout enregistrement et en tout état de cause huit (8) jours ouvrés au moins avant la date prévue pour la première diffusion. Toute modification éventuelle de texte au cours du déroulement de la campagne relève de la même procédure.

③ Les frais techniques et de réalisation des Messages Publicitaires par FMM ne sont pas compris dans le budget de l'Ordre de publicité et font l'objet d'une facture spécifique.

## D. DISPOSITIONS SPECIFIQUES A LA VENTE DES ESPACES DE PARRAINAGE

Cette partie des présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent exclusivement à la vente d'Ordre de parrainage d'émissions diffusées sur la Chaîne RFI.

### 1. Modification, annulation des Ordres de parrainage

① Sauf contestation de l'Ordre de Parrainage dans les conditions définies à l'article B.1.② des présentes et sauf accord contraire conclu entre FMM et l'Acheteur, toute modification d'un élément essentiel de l'Ordre de parrainage effectuée ultérieurement à la signature du Bon de commande et conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente donne lieu à l'envoi par FMM et à la signature par l'Acheteur d'un nouveau Bon de commande.

② L'Acheteur doit avertir FMM par écrit de toute annulation ou modification de l'Ordre de Parrainage (qui s'assimile à une annulation) d'un ou plusieurs Message(s) de Parrainage. Si l'Acheteur informe FMM dans les trois mois avant la date de diffusion du ou des Message(s) de Parrainage, aucune pénalité ne sera appliquée à l'Acheteur et FMM s'engage à rembourser l'intégralité des sommes déjà perçues.

Passé ce délai et sauf cas de Force Majeure dûment signalé à FMM et rendant impossible l'exécution par l'Acheteur de ses obligations, l'Acheteur devra des pénalités à FMM comme suit :

- Annulation de l'Ordre de parrainage de 3 mois à 2 mois avant le début de l'exécution de l'Ordre : l'Acheteur reste redevable de 30% du prix de l'Ordre mentionné dans le Bon de Commande ;
- Annulation de l'Ordre de parrainage de 2 mois à 1 mois avant le début de l'exécution de l'Ordre, l'Acheteur reste redevable de 70% du prix de l'Ordre mentionné dans le Bon de Commande ;



# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAINE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

- Annulation de l'Ordre de Parrainage moins d'un mois avant le début de l'exécution de l'Ordre : l'Acheteur est redevable de 85% du prix de l'Ordre mentionné dans le Bon de Commande.

③ En cas d'annulation, l'Espace de Parrainage est remis à la disposition de FMM et pourra faire l'objet d'un nouvel Ordre de Parrainage.

④ Si l'émission parrainée disparaît ou est remplacée par une autre émission au cours de l'exécution de l'Ordre, l'Ordre est annulé et l'Acheteur n'est facturé que pour les Messages qui ont pu être diffusés.

⑤ Le paiement des Messages de Parrainage non diffusés pour des motifs tels que Force Majeure, grève, ou événement exceptionnels perturbant leur diffusion et imputables à France Médias Monde n'est pas dû, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

⑥ Passé un délai de 3 jours calendaires après la première diffusion d'un Message de Parrainage, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de diffusion ou de calendrier de diffusion du Message de Parrainage ne sera retenue.

## 2. Livraison du Message de Parrainage

① Les Messages de Parrainage seront fournis sous le format requis par la Chaîne RFI dans le cadre de l'Ordre.

② Le support de diffusion doit être remis à France Médias Monde au plus tard 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion. Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu.

De la même manière, dans le cas où, pour des raisons techniques, les supports fournis par l'Acheteur se révéleraient impropres à la diffusion du Message de Parrainage, FMM en avertira aussitôt l'Acheteur qui devra lui fournir un support du même message satisfaisant, au plus tard cinq (5) jours ouvrés avant la première diffusion prévue. Passé ce délai le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

③ L'Annonceur donne tous pouvoirs à France Médias Monde pour effectuer toutes modifications sur les Messages de Parrainage reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des supports en vue de l'exécution de ses Ordres.

④ France Médias Monde vérifiera que la durée effective du Message de Parrainage livré correspond strictement à celle de l'Espace de Parrainage réservé. Le Message de Parrainage sera refusé si cette vérification révèle que la durée du Message de Parrainage livré ne correspond pas à celle de l'Espace de Parrainage réservé conformément aux stipulations de l'Ordre.

## 3. Production du Message de Parrainage

① FMM met à la disposition de l'Annonceur ou de son Mandataire un service de production pour la réalisation et l'enregistrement des Messages de Parrainage ainsi que les habillages écrans.

La définition des caractéristiques du Message de Parrainage fait l'objet d'un accord écrit entre FMM et l'Acheteur.

Toute autre exploitation des Messages de Parrainage que celle prévue dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente doit faire l'objet d'un accord exprès de FMM.

② FMM garantit à l'Acheteur être titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle sur les Messages Publicitaires qu'il réalise. Plus particulièrement, FMM garantit à l'Acheteur qu'il détient les droits de reproduction, d'adaptation, de diffusion et de représentation ainsi que les droits de propriété industrielle nécessaires à l'exploitation du Message Publicitaire.

FMM garantit respecter les droits de la personnalité, en particuliers ceux afférents à la vie privée.

Partant, FMM garantit l'Acheteur contre toute réclamation ou toute action de tous tiers (notamment les auteurs, compositeurs, artistes interprètes, producteurs etc ...) qui estimerait ses droits de propriété intellectuelle ou industrielle lésés par la diffusion du Message Publicitaire.

③ Les frais techniques et de réalisation des Messages de Parrainage par FMM ne sont pas compris dans le budget de l'Ordre de Parrainage et font l'objet d'une facture spécifique.

## E. CONDITIONS TARIFAIRES APPLICABLES A LA VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DES ESPACES DE PARRAINAGE

### 1. Tarifs de base

① Les Tarifs de base communiqués ci-dessous sont exprimés hors-taxes et les facturations sont donc majorées de la TVA applicable. Seule leur expression en euro fait foi, l'indication du prix des Ordres dans une autre devise n'étant fait qu'à titre indicatif.

Les Tarifs de base varient en fonction des différents Décrochages Publicitaires Locaux et de l'horaire de diffusion du Message Publicitaire. Ces Tarifs de base sont indicatifs et sont susceptibles de varier en cours d'année. Les Tarifs de base sont consultables sur [rfi.fr](http://rfi.fr) :

② En matière de parrainage, le prix d'un Message de Parrainage est calculé selon le nombre de diffusions du Message de Parrainage prévues pour chaque semaine de grille de programmation.

L'ensemble des informations tarifaires sont accessibles au sein du book parrainage qui est mis à la disposition des Annonceurs sur demande via l'adresse mail suivante : [regiepub@francemm.com](mailto:regiepub@francemm.com)

Les informations tarifaires mentionnées au sein du book parrainage sont indicatives, ce document n'ayant aucune valeur contractuelle.

### 2. Modulation

Pour calculer le prix d'un Message Publicitaire d'une durée plus courte que l'Espace Publicitaire de base (Espace publicitaire d'une durée de 30 secondes), le Tarif de base est modulé en fonction des indices ci-après, étant précisé qu'il convient de

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAINE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

multiplier le Tarif de base par l'indice correspondant à la durée du Message Publicitaire :

5 secondes	0.15
10 secondes	0.45
15 secondes	0.6
20 secondes	0.8
25 secondes	0.9

Pour toute demande de diffusion d'un Message Publicitaire d'une durée plus longue que l'Espace Publicitaire de base, il convient pour le client de se rapprocher de France Médias Monde qui proposera un prix spécifique.

### 3. Majorations

Les tarifs pour la vente d'Espaces publicitaires peuvent faire l'objet des majorations suivantes, calculées sur la base du Tarif Brut et mentionnées le cas échéant dans l'Ordre de publicité :

- Ecran préférentiel : +10%
- Citation de plusieurs Annonceurs dans le même message : +15%
- Exclusivité sectorielle dans un écran : +20%

### 4. Minorations

Les tarifs pour la vente d'Espaces publicitaires peuvent faire l'objet des minorations suivantes et mentionnées le cas échéant dans l'Ordre de publicité :

#### • **Dégressif volume**

Tout Annonceur bénéficie d'un dégressif volume, calculé par tranche en fonction du montant total des Ordres de publicité facturés selon le barème disponible sur le site de rfi.fr :

#### • **Abattement nouveau client**

Tout nouvel Acheteur ou tout Annonceur n'ayant pas conclu d'Ordre de publicité sur la Chaîne RFI depuis au moins deux ans bénéficie d'un abattement de **2%**. Cet abattement est appliqué sur le tarif brut et est cumulable avec les autres remises.

#### • **Prime de Fidélité**

Tout Annonceur ayant conclu un ou plusieurs Ordres de publicité dans les deux années précédant un nouvel Ordre de publicité sur la Chaîne RFI bénéficie d'une prime de fidélité de **3%**. Cet abattement est cumulable avec les autres remises et s'applique sur le tarif brut.

#### • **Remise professionnelle**

La remise professionnelle s'applique sur l'ensemble des Ordres de publicité uniquement lorsque l'acheteur est une agence médias, étant entendu que toute agence médias peut en bénéficier. Elle est calculée sur le montant total des Ordres de publicité facturés par France Médias Monde, toutes remises mentionnées aux paragraphes précédents déduites.

#### • **Cumul des mandats**

Tout contrat passé en 2019 avec la régie de la Chaîne RFI par un mandataire traitant pour le compte d'au moins deux Annonceurs donne lieu à une remise de **3 %** calculée sur le chiffre d'affaires

net, toutes remises déduites, y compris la remise professionnelle.

## 5. Facturation et conditions de paiement

### ① Généralités

Les factures et avoirs sont établis par France Médias Monde au nom de l'Annonceur.

La facture originale est établie au nom de l'Annonceur. En présence d'un Mandataire, celui-ci peut obtenir un duplicata de la facture s'il en fait la demande.

L'Annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'Ordre, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire.

Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à France Médias Monde et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de France Médias Monde.

L'Annonceur peut, sous sa seule responsabilité, donner mandat au Mandataire d'encaisser en son nom et pour son compte le montant des avoirs émis par France Médias Monde. Le paiement par France Médias Monde du montant des avoirs au Mandataire libère France Médias Monde vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

La facture vaut compte rendu et justificatif des conditions de diffusion des Ordres qui y sont mentionnés.

Les frais liés au virement des sommes dues, les impôts et taxes afférents aux Ordres, en vigueur au moment de la facturation, sont à la charge de l'Acheteur.

Les frais de transfert internationaux sont à la charge de l'Acheteur.

La facture originale est établie au nom de l'Annonceur. En présence d'un Mandataire, celui-ci peut obtenir un duplicata de la facture s'il en fait la demande.

### ② Contestation

Toute contestation de facture doit être motivée et adressée par écrit (par lettre recommandée avec accusé de réception ou par courrier électronique avec accusé de réception) au plus tard 30 jours après sa date d'émission.

A défaut, la facture sera considérée comme acceptée par l'Acheteur et son règlement dû.

### ③ Conditions de paiement

50% du prix de l'Espace Publicitaire ou de Parrainage doit être payé lors de sa réservation.

La facture correspondant aux 50% restants du prix de diffusion est établie par FMM à la fin du mois au cours duquel la diffusion eue lieu.

L'Acheteur s'engage à régler par chèque ou par virement les factures dans un délai de 30 jours après leur émission. A défaut, il s'expose au paiement de la pénalité prévue à l'article E.5.5 des présentes et à toutes actions judiciaires que France Médias Monde jugera utile afin de recouvrer ses créances.

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES ET DE PARRAINAGE SUR LA CHAINE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

Les paiements par chèque seront émis à l'ordre de France Médias Monde.

Les paiements par virement sur le compte BNP PARIBAS - IBAN : FR76 3000 4008 0400 0225 6982 636 BIC : BNPAFRPPXXX

En présence d'un mandat de paiement entre un Annonceur et son Mandataire, ces derniers demeurent solidaires vis à vis de FMM. Dès lors, le paiement de l'Annonceur à son Mandataire ne le libère pas à de son paiement à l'égard de FMM.

## ④ Paiement anticipé

FMM se réserve le droit de demander le paiement de la totalité du prix de l'Espace Publicitaire ou de l'Espace de Parrainage avant toute diffusion du Message Publicitaire ou de Parrainage à tout Acheteur :

- qui conduit pour la première fois un Ordre ou qui n'a pas conclu d'Ordre depuis au moins deux ans ;
- qui a contrevenu par le passé aux stipulations afférentes aux conditions de paiement et notamment en cas de créances impayées;
- dont la solvabilité est incertaine.

## ⑤ Pénalités de retard

En cas de non-paiement des factures à leur échéance, l'Annonceur se verra appliquer une pénalité de retard égale à trois fois et demie le taux d'intérêt légal en vigueur au jour de la facturation. Cette pénalité est calculée sur le montant hors taxes de la somme restant due, et court à compter de la date d'échéance sans qu'aucune mise en demeure ne soit nécessaire.

En outre tout retard de paiement donne lieu, de plein droit et sans autre formalité, au versement d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement, dont le montant est fixé à 40 € conformément à l'article D441-5 du Code de commerce.

En cas de non-respect des conditions de paiement des factures, l'Ordre pourra être résilié aux torts exclusifs de l'Annonceur. L'Annonceur reste redevable du prix des diffusions des messages publicitaires déjà effectués.

France Médias Monde se réserve le droit de mener toute action qu'elle jugera utile afin de recouvrer les créances impayées.