



**RADIO FRANCE
INTERNATIONALE**

Conditions générales de vente
des espaces publicitaires numériques

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE.

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 du Numérique qui comprennent le site internet de RFI accessible à l'adresse <https://www.rfi.fr> (ci-après « le Site ») ainsi que ses applications (ci-après « les Applications ») par la régie publicitaire de FMM, dans le respect des dispositions du décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges applicable à FMM.

③ Les présentes Conditions Générales de Vente ne sont pas applicables à la vente d'Espaces publicitaires sur l'antenne de Radio France Internationale (RFI) qui font l'objet de Conditions Générales de Vente spécifiques (voir infra CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES SUR RADIO FRANCE INTERNATIONALE).

Les présentes Conditions Générales de Vente ne s'appliquent pas non plus à la vente des Espaces publicitaires sur les sites internet des autres chaînes du groupe France Médias Monde à savoir France 24 (<https://www.france24.com/fr/>) et Monte Carlo Doualiya (<https://www.mc-doualiya.com/>), 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 opérée sur les sites internet des radios partenaires du groupe France Médias Monde.

④ Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres conclus à compter de leur publication sur le Site et les Applications. Seule la version des Conditions Générales de Vente publiée sur le Site, accessible à partir de l'adresse URL www.rfiadvertising.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 inopposables.

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 www.rfiadvertising.com. 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.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

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.

« Annonceur » : désigne toute société ou groupe de sociétés qui contracte un Ordre de publicité ou sur le Site et/ou les Applications. 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 sur le Site et/ou les Applications pour son propre compte ou faire appel à un intermédiaire dénommé le Mandataire.

« Cookie » : englobe les fichiers informatiques susceptibles d'être installés sur le terminal d'un utilisateur lors de sa navigation sur les Sites, et permettant d'enregistrer des informations relatives à la navigation de l'utilisateur mais également les tags, pixels ou tout autre traceur (y compris lorsqu'il est inséré au sein d'un message publicitaire ou de parrainage) ou autre moyen de récupérer des informations via un outil technique comprenant notamment la méthode du « fingerprinting ».

« Espace Publicitaire » : désigne l'espace publicitaire mis à disposition de l'Acheteur sur le Site et/ou les Applications en vertu de l'Ordre de publicité conclu entre les Parties.

« Le Site » : désigne le site accessible à l'adresse www.rfi.fr.

« Espaces numériques » : désignent le Site et les Applications

« Encodage » : transcription des données vers un format ou un protocole donné.

« Formats » : les formats font référence aux différentes spécifications techniques des Espaces publicitaires tels que : la bannière, le pavé, l'habillage, l'interstitiel, l'inread, le préroll audio, le contenu sponsorisé (liste non exhaustive).

« Les Applications » : désigne les applications de RFI disponible sur Android, Apple ou sur tout autre système d'exploitation.

« Mandataire » : désigne toute agence ou tout intermédiaire réalisant des Ordres de publicité 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 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 le Site et/ou les Applications 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, sans égard pour le secteur d'activité concerné et quelle que soit le format de ces messages.

« Ordre de publicité » : désigne l'accord pour la diffusion d'un Message Publicitaire sur le Site et/ou les Applications, 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 des Espaces Publicitaire sur le Site et les Applications et conclu conformément aux présentes.

« Ordre(s) » : désigne les Ordres de publicité.

« Tarif de base » : désigne le tarif pratiqué par FMM pour la diffusion d'un Message Publicitaire calculé, le cas échéant, en fonction des éventuelles offres commerciales qui pourraient être proposées par FMM à l'Annonceur selon les différents espaces d'achats qu'il effectue (Antenne et Numérique).

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

« Tarif Brut » : désigne le Tarif de base hors taxes en fonction du format de diffusion 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 sur les Espaces numériques, ainsi que des règles d'éthique publicitaire, 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 de la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance en l'économie numérique, le code du commerce, le code de la consommation, le décret du 5 août 2020 portant modification du régime de publicité, le décret du 9 février 2017 relatif aux prestations de publicité digitale ainsi que les dispositions relatives à la publicité contenues dans le cahier des missions et des charges de FMM 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 »), de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, ou bien encore des Délibérations de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés tels que la Délibération n°2020-092 du 17 septembre 2020 portant adoption d'une recommandation proposant des modalités pratiques de mise en conformité en cas de recours aux « cookies et autres traceurs ». En cas de modification de la réglementation applicable en cours d'année, l'Annonceur s'engage à s'y conformer.

L'Annonceur et les Opérateurs de l'Annonceur s'interdisent strictement, sauf accord contractuel préalable de FMM, toute insertion ou utilisation de Cookies dans les Messages Publicitaires destinés à être diffusés sur le Site et/ou les Applications.

Ainsi, avant tout dépôt/lecture de Cookies sur le terminal de l'utilisateur, l'Annonceur et/ou les Opérateurs de l'Annonceur devront porter à la connaissance de FMM les informations suivantes :

- l'Opérateur de l'Annonceur déposant le Cookie et son adhésion à l'IAB (Interactive Advertising Bureau) ou à toute autre norme technique qui viendrait s'y substituer,
- les caractéristiques techniques des Cookies déposés
- le type d'informations collectées par l'intermédiaire des Cookies
- la finalité de la collecte d'information effectuée par l'intermédiaire des Cookies
- les destinataire(s) des informations collectées par l'intermédiaire des Cookies
- la durée de vie des Cookies sur le terminal des utilisateurs du Site et des Applications (étant précisé que les Cookies déposés ne devront pas pouvoir être conservés sur les terminaux des utilisateurs du Site et des Applications au-delà de la durée légale de vie des cookies conformément à la réglementation applicable relative à la protection des données)

le lieu d'hébergement et de stockage des Données personnelles.

L'Annonceur et/ ou les Opérateurs de l'Annonceur garantissent respecter les obligations suivantes :

- L'adhésion à l'IAB (Interactive Advertising Bureau), ou à toute autre norme technique qui viendrait s'y substituer, des Opérateurs de l'Annonceur qui participeront au dépôt de Cookie (étant précisé que le dépôt de Cookie doit obligatoirement être réalisé par une entité ayant adhéré à l'IAB) ;

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

- Le respect des signaux techniques dans leur version V.2 de la TC String de l'IAB Transparency and Consent Framework, ou de toute autre norme qui viendrait s'y substituer, relatifs au consentement ou au refus de l'utilisateur des Sites concernant le dépôt/lecture de Cookies en fonction des différentes finalités et l'interprétation de toute absence de signal ou de tout signal de mauvaise qualité comme un refus au dépôt de Cookies.
- L'interdiction de l'utilisation des Données personnelles à des fins d'enrichissement d'une DMP (Data Management Platform) ou de toute base de données de l'Annonceur et/ou des Opérateurs de l'Annonceur ;
- L'interdiction de tout croisement avec d'autres données que l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur détiendrait directement ou indirectement, notamment à des fins de ciblage publicitaire ;
- La garantie que les conditions d'hébergement des Données personnelles respectent les exigences de sécurité et de confidentialité de la réglementation applicable ;
- La conservation des preuves du respect de ces obligations ; FMM pourra, à tout moment et par tout moyen, contrôler le respect par l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur des conditions de dépôt et/ou lecture des Cookies et de toutes données qui en sont issues afin de s'assurer que l'Annonceur respecte la réglementation applicable, les règles relatives à l'application de la TC String de l'IAB Transparency and Consent Framework et les obligations des présentes Conditions Générales de Vente. Ainsi, l'Annonceur s'engage à transmettre, à la demande de FMM et ce, dans les meilleurs délais, tout élément permettant de démontrer que celui-ci et/ou tout Opérateur de l'Annonceur concerné respecte les obligations prévues au présent article et à effectuer toute démarche utile pour mettre fin aux éventuels manquements identifiés par FMM.

Dans l'hypothèse où l'Annonceur, et/ou tout Opérateur de l'Annonceur ne respecterait pas les obligations visées ci-avant, FMM se réserve la possibilité de suspendre temporairement, le cas échéant jusqu'à mise en conformité complète de l'Annonceur et/ou de l'Opérateur de l'Annonceur concerné et/ou d'annuler la programmation de la campagne concernée mais également de toute nouvelle campagne en exigeant de l'Annonceur ou de son Mandataire le paiement intégral du montant de ladite campagne.

Il est précisé que l'Annonceur et/ou tout Opérateur de l'Annonceur ne pourra prétendre à une quelconque indemnité de la part de FMM dans une telle hypothèse.

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 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 desdites informations jusqu'à la date de première diffusion du Message Publicitaire et/ou du Message de Parrainage.

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

⑦ Le contrat régissant la présente vente est régi par le droit français. 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.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

B. ACHAT DES ESPACES PUBLICITAIRES

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 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, 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 dans un délai de sept (7) jours. 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, 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 FMM telle que définie ci-dessus et s'interdit de contester, au-delà du délai de 7 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 FMM des documents attestant de l'enregistrement des Ordres vaudra preuve de la formation des contrats de vente d'Espaces publicitaires souscrits par l'Acheteur.

③ FMM se réserve le droit discrétionnaire de refuser ou de suspendre la diffusion de tous Messages Publicitaires 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 ;
- de ne pas correspondre à la ligne artistique, éthique ou à la nature de la rubrique sur laquelle figure les Messages.
- d'heurter la sensibilité des utilisateurs ;
- 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.

La responsabilité éditoriale du Site implique que l'Annonceur respecte les principes déontologiques définis dans les présentes Conditions Générales de Vente. FMM respecte notamment les principes déontologiques suivants :

- FMM se réserve la possibilité de vérifier si le contenu des Messages des Annonceurs respecte les principes déontologiques définis dans les présentes Conditions Générales de Vente.

En cas de non-respect de ces principes déontologiques, FMM interrompra systématiquement et sans délai la diffusion des Messages des Annonceurs, et ce sans remboursement ni versement d'indemnités à quelque titre que ce soit.

De manière générale, l'Annonceur garantit FMM que ses Messages Publicitaires respectent la réglementation en vigueur ainsi que les usages en matière de communications commerciales notamment sur les services de communication au public en ligne.

FMM n'acceptera sur le Site et les Applications que des Messages Publicitaires respectant les principes définis ci-dessous :

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

- Sont interdits de publicité les produits et secteurs économiques relevant des armes à feu, du tabac, des médicaments et traitements médicaux uniquement disponibles sur prescription médicale.

- Les Messages Publicitaires doivent être conformes au respect de la personne et de sa dignité ainsi qu'aux bonnes mœurs en général. Toute incitation à la violence est proscrite. Les Messages Publicitaires ne doivent comporter aucune discrimination en raison de la race, du sexe, de la nationalité des personnes. Toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé et à la sécurité des personnes, et plus particulièrement des mineurs, est proscrite. Toute exploitation abusive de la nudité, notamment infantine, est proscrite.

- Sont interdits les Messages Publicitaires de nature à induire en erreur les consommateurs ou à exploiter leur crédulité.

- Sont interdits les Messages Publicitaires dont le contenu pourrait choquer les convictions religieuses et philosophiques des personnes.

FMM ne mettra en ligne sur ses supports et notamment le Site et/ou les Applications, aucun message publicitaire produit par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales ou professionnelles ou des familles de pensées politiques, philosophiques ou religieuses.

- Les Messages Publicitaires doivent être conformes au respect de l'environnement.

Le Numérique édité par FMM ne programme pas de Messages Publicitaires en faveur de produits ou de services d'horoscope, d'astrologie, de numérologie, de voyance, de tarots, de produits ou services de prédiction ainsi que de tous services SMS ou de téléphonie dont il estimerait qu'ils ne respectent pas la réglementation en vigueur.

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 en cas notamment 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 de l'Arcom, si ce dernier 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 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 de remplacement, les diffusions ne seront pas effectuées étant entendu que, dans un tel cas, FMM peut néanmoins exiger le prix des Espaces Publicitaires réservés.

⑤ 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 ») telle que les grèves, pandémies, incendies, attentats, et les cas d'événements exceptionnels, notamment techniques, tels que des interruptions du réseau de communication ou du réseau électrique causant des dommages ayant pour conséquence de perturber l'organisation et la présentation des pages Internet, ou encore de toute cause tenant aux obligations issues de son cahier des charges ou des conventions conclues avec l'ARCOM (ex-CSA), le droit de modifier ou d'annuler, après en avoir informé l'Acheteur, en tout ou en partie les dates de mise en ligne ou les conditions de diffusion des Messages publicitaires 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 au sein de l'Espace Publicitaire réservé sur le Site et les Applications.

Si le report du Message Publicitaire 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 n'est pas dû.

⑥ FMM réalisera à sa charge toutes les adaptations d'encodage et de numérisation nécessaire pour permettre aux Messages Publicitaires fournis une diffusion sur le Site et les Applications qu'elle commercialise.

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 et de représenter les Messages Publicitaires qui lui sont remis, pour une communication au public, sur tout support et sur tout format en vue notamment d'action de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- De représenter lesdits Messages Publicitaires 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 ;

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

② Hormis le cas où la production du Message Publicitaire est assurée par FMM, 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.

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

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 format publicitaire remis à FMM doit être obligatoirement accompagné, si cela s'avère nécessaire, 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 sur son Site et/ou les Applications.

Par ailleurs, l'Acheteur certifie que le Message Publicitaire 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, FMM 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 réservés sont remis à la disposition de FMM et pourront faire l'objet d'un nouvel Ordre.

C. LIVRAISON DES ESPACES PUBLICITAIRES

Cette partie des présentes Conditions Générales de Vente s'applique exclusivement à la vente des Espaces publicitaires sur le Site et les Applications.

Sauf autorisation exceptionnelle de FMM, un Message Publicitaire ne peut concerner plus d'un produit ou service de l'Annoncéur. 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.

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'Annoncéur.

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.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

④ Le paiement des Messages Publicitaires non diffusés pour des motifs tels que Force majeure ou évènements exceptionnels notamment techniques tels que des interruptions du réseau de communication ou du réseau électrique causant des dommages ayant pour conséquence de perturber l'organisation et la présentation des pages Internet, et donc la diffusion des Messages Publicitaires, imputables à FMM, 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 le Site et/ou les Applications dans le cadre de l'Ordre de publicité.

② Le support de diffusion doit être remis à FMM 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 FMM 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.

D. CONDITIONS TARIFAIRES APPLICABLES A LA VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES.

1. Tarifs de base

① Les Tarifs de base sont exprimés hors-taxes et les facturations sont 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 du format et de la durée de diffusion du Message Publicitaire sur le Site et/ou les Applications. Ces Tarifs de base sont indicatifs et sont susceptibles de varier en cours d'année. Toutes les informations relatives aux tarifs sont disponibles sur le site internet rfiadvertising.com

2. Minorations

Les tarifs pour la vente d'Espaces publicitaires peuvent faire l'objet de minorations dans l'Ordre de publicité. Toutes les informations relatives aux tarifs sont disponibles sur le site internet rfiadvertising.com.

3. Facturation et conditions de paiement

① Généralités

Les factures et avoirs sont établis par FMM 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 effectuée par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à FMM et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de FMM.

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 FMM. Le paiement par FMM du montant des avoirs au Mandataire libère FMM vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE DES ESPACES PUBLICITAIRES DU NUMERIQUE SUR LA CHAINE RFI DU GROUPE FRANCE MEDIAS MONDE

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 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 FMM jugera utile afin de recouvrer ses créances.

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 avant toute diffusion du Message Publicitaire à l'Acheteur :

- qui conclut 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.

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