



arte

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2020

Date

1. DÉFINITIONS

2. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE GLOBALES

3. CHARTE ANTENNE & DIRECTIVES

- a. Parrainage
- b. Achat classique
- c. Web

4. TARIFS ET CONDITIONS COMMERCIALES

- a. Parrainage
- b. Achat classique
- c. Web

La chaîne : ARTE

Numérique : Site Internet et application mobile ARTE replay www.arte.tv/fr/

Annonceur

Entreprise ou groupe d'entreprises communiquant sur la chaîne ARTE et ses supports numériques afin de promouvoir leurs produits ou une ligne de produits qu'ils commercialisent sous une ou plusieurs marques. Les filiales d'un annonceur sont prises en compte lorsque l'annonceur détient au moins 50% du capital et/ou dont il est opérateur.

Groupe d'annonceurs

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L2233-3I-1 du code de commerce et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société mère par intégration globale. Les demandes de groupes d'annonceurs doivent être envoyées par courrier à la régie publicitaire au plus tard 6 semaines avant la première diffusion du message, et doivent comprendre la liste détaillée des entités du Groupe : dénomination sociale, siège social, numéro SIREN, RCS, n° de TVA, représentant légal, adresse de facturation et liste des produits, services et marques concernés. L'accord sera communiqué par la régie. Les groupes d'annonceurs constitués en année n-1 seront automatiquement reconduits sauf en cas de modification de périmètre. Toutes les entités du groupe d'annonceurs restent annonceurs chacune pour leur part et continueront à recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervenant que lors du calcul des remises commerciales. L'imputation des bénéfices des remises sera effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au chiffre d'affaires du groupe d'annonceurs.

Mandataire

Entreprise ayant reçu mandat écrit d'un annonceur d'acheter en son nom et pour son compte l'espace publicitaire sur ARTE, et qui en justifie par la production d'une « notification de mandat » signée par l'annonceur.

Pour ce qui est de la prise en compte des filiales d'un mandataire, sont considérées celles dont les liens capitalistiques avec ledit mandataire sont d'au moins 50%.

Attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à KETIL MEDIA une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2020. Un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courrier électronique ou postal aux adresses suivantes : (modèle sur le site www.snptv.org)

jherault@ketilmedia.com

et KETIL MEDIA 76 Bld de la République 92100 Boulogne-Billancourt

Régisseur

Désigne le vendeur d'espace publicitaire

Marque

Dénomination commerciale d'un produit ou d'une ligne de produits commercialisés par un annonceur.

Parrainage

Toute contribution d'une personne morale, publique ou privée n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion télévisuelle ou de production d'œuvres audiovisuelles ou financement d'émissions télévisées dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou réalisations.

On entend par parrainage le soutien financier et matériel apporté lors de la réalisation ou de la diffusion de programmes, afin de promouvoir le nom, l'image, la marque, l'activité ou les réalisations d'une personne physique ou morale, ou d'une association de personnes, n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion télévisuelle ni de production d'œuvres audiovisuelles.

Billboard

Film d'une entreprise ou d'une marque, d'une durée de 10 secondes présentant un programme et diffusé avant et/ou après le programme en question.

Pré-Roll

Diffusion du spot de l'annonceur en vidéo sur le site ARTE.TV avant le programme, d'une durée comprise entre 10 et 30 secondes.

Campagne Publicitaire

Une campagne de publicité TV en espace classique est constituée par l'ensemble des

communications effectuées entre le 1er janvier et le 31 décembre 2020 :

- par un annonceur,
- pour un produit donné,

Ces deux éléments étant cumulatifs.

Une campagne peut-être constituée d'une ou plusieurs vagues de communication entre

le 1er janvier et le 31 décembre.

Vague

Une vague est notamment identifiée, par une demande de programmation (ou brief) adressée au planning de KETIL MEDIA dans les conditions fixées aux présentes Conditions Générales de Vente.

Espace publicitaire

Un espace publicitaire est identifié par un libellé horaire défini par l'antenne permettant aux annonceurs de communiquer leurs publicités en spots classiques sur la chaîne.

Les espaces publicitaires d'ARTE sont tous exclusifs et limités à 1 seul spot quelque soit sa durée, d'un format minimum de 10 secondes et de 45 secondes maximum par espace.

Codes secteur, variété

Le code secteur et le code variété sont précisés dans la nomenclature TV disponible sur le site www.snptv.org

Achat Classique ou Achat au spot à spot

L'achat au spot à spot permet à l'annonceur ou son mandataire de réserver les spots dans les contextes de programmation souhaités, sous réserve de disponibilité au planning et sous réserve des réglementations et usages interprofessionnels en vigueur.

Offres : Liste des émissions sponsorisables ou inventaire web disponibles auprès de la régie.

Chiffre d'affaires publicitaire

Est considéré comme chiffre d'affaires publicitaire le montant total des espaces publicitaires vendus sur la chaîne ou sur le site internet.

Tarif Brut : Tarif initial correspondant aux tarifs publiés dans les grilles tarifaires et diverses offres sur la période de programmation des vagues.

Chiffre d'affaires Brut

Montant total des espaces publicitaires vendus sur ARTE et ARTE.TV avant déduction des remises commerciales.

Chiffre d'affaires Net H.T.

Montant total des espaces publicitaires vendus sur la chaîne ou sur le site, déduction faite de toutes les remises commerciales.

Frais techniques

Frais inhérents à la réalisation ou modification des billboards des annonceurs correspondant aux contraintes techniques de parrainage imposées par la chaîne.

Frais facturés directement par la régie aux annonceurs ou mandataires.

arte

2. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE GLOBALES

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à la vente des espaces en spots classiques et des parrainages diffusés sur ARTE et à la vente des vidéos diffusées sur le site ARTE.TV dont KETIL MEDIA, SAS au capital de 50 000 euros ayant son siège social à Boulogne Billancourt (92100), 76 Bld de la République, Siret 790 128 581 00036, assure la régie publicitaire exclusive de ces espaces.

Application et validité

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les espaces commercialisés sur la chaîne ARTE et son site de replay ARTE.TV du 1^{ER} janvier 2020 au 31 décembre 2020.

Seule leur version publiée sur le site Internet de KETIL MEDIA, accessible sur www.ketilmmedia.com, fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support n'est effectuée qu'à titre indicatif.

KETIL MEDIA se réserve le droit de modifier à tout moment les présentes Conditions Générales de Vente. Les modifications ne seront applicables qu'à compter de leur publication sur le site Internet de KETIL MEDIA, et de la mise à jour des Conditions Générales de Vente publiées sur le dit site Internet.

Acceptation des Conditions Générales de Vente

L'achat de spots sur la chaîne ARTE, de vidéos sur le site ARTE.TV d'une opération de parrainage, quel que soit le mode de commercialisation, implique l'acceptation par l'Annonceur ou le Mandataire des présentes Conditions Générales de Vente, ainsi que le respect de la réglementation en vigueur dont la provenance lui semblerait douteuse, ou émanant d'annonceurs dont la solvabilité ne lui semblerait pas établie.

ARTE se réserve la possibilité de refuser :

Tout Annonceur dont il estimerait qu'il ne correspond pas à son image ou à celle de l'émission concernée, ou tout parrainage ou parrain qui porterait atteinte à ses intérêts commerciaux ou éditoriaux ou pour des raisons d'image ou de déontologie, ou encore pour des raisons tenant aux obligations inhérentes au cahier des charges d'ARTE ou à la Charte de l'antenne d'ARTE ou encore tout annonceur ne faisant pas partie de la liste des secteurs d'activités concernés (pour les espaces classiques en spots).

Attestation de mandat

Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à KETIL MEDIA par un mandataire, l'annonceur doit impérativement faire parvenir à KETIL MEDIA, avant le début de la campagne publicitaire, l'attestation de mandat accréditant la société intermédiaire et précisant pour l'année en cours ou pour une période déterminée les produits et missions déterminés. L'attestation de mandat, dont le modèle est disponible sur www.snptv.org, n'est valable que pour l'année 2020.

Elle doit être adressée :

- Par écrit à : KETIL MEDIA 76 Bld de la République 92100 Boulogne ou
- Par mail au format PDF à l'adresse : jherault@ketilmmedia.com

KETIL MEDIA n'accepte les ordres d'achat d'espace passés par un sous-mandataire que si l'annonceur a expressément autorisé par écrit, la substitution de mandat.

Dans tous les cas, l'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire (ou par son sous-mandataire) dans le cadre du pouvoir qui lui a été donné.

L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable de KETIL MEDIA. En particulier lorsque l'annonceur change de mandataire, l'espace ayant fait l'objet d'une réservation par le précédent mandataire ne peut être transféré à un autre annonceur.

En cas de modification ou de résiliation du mandat, l'annonceur doit en informer aussitôt KETIL MEDIA par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris antérieurement à ladite notification par son mandataire.

Annulation des ordres

En cas d'annulation d'un achat ferme signé, l'annonceur ou son mandataire devront prévenir KETIL MEDIA par écrit dans les délais suivants :

- Pour les spots : 28 jours ouvrés avant la date de diffusion concernée.
- Pour le sponsoring : 12 semaines calendaires avant la date de démarrage de l'opération

Passé ce délai, l'acheteur sera redevable des pénalités suivantes :

- Pour les spots :
 - annulation entre 28 et 14 jours calendaires avant la mise en diffusion : paiement de 50% de l'espace réservé,
 - Annulation à moins de 14 jours : paiement intégral de la campagne
- Pour le sponsoring :
 - annulation entre 12 et 8 semaines avant diffusion : paiement de 50% de l'espace réservé
 - Annulation à moins de 8 semaines : paiement intégral de la campagne

Si le support ne peut diffuser un message publicitaire à la date et à l'emplacement prévus, notamment en raison de modifications éditoriales ou à la suite de circonstances indépendantes de sa volonté, ce message peut, avec l'accord de l'Annonceur, être reporté à une date ultérieure.

Si ce report est impossible ou si la proposition de la régie n'est pas acceptée par l'Annonceur, le prix du message non diffusé n'est pas dû.

En toute hypothèse aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'Annonceur qui ne pourra se prévaloir de cette modification de programmation pour annuler les campagnes en cours.

Facturation et conditions de paiement

Les factures et avoirs sont établis par KETIL MEDIA, à la fin de chaque mois de diffusion et au titre des citations diffusées au cours du mois, au nom de l'Annonceur.

L'original des factures et avoirs est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé, le cas échéant, au Mandataire habilité conformément à l'attestation de mandat.

L'Annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'opération de parrainage ou de la campagne de spots ou de celle du web, 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 KETIL MEDIA et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de KETIL MEDIA.

L'Annonceur supporte seul les risques de défaillance de son Mandataire.

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 KETIL MEDIA.

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

En toute hypothèse, le Mandataire s'interdit de compenser le montant des avoirs émis par KETIL MEDIA avec les factures émises par cette dernière.

Les factures sont payables à KETIL MEDIA par chèque ou par virement à 30 jours le 10 du mois suivant date de facture. Les factures sont émises mensuellement, sur la base des mises à l'antenne des opérations de sponsoring et des campagnes de spots et de vidéos.

KETIL MEDIA doit être en possession des fonds de l'Annonceur au plus tard à la date d'échéance figurant sur la facture. Lorsqu'une facture doit être rééditée pour régularisation par KETIL MEDIA, la date d'échéance mentionnée sur la facture initiale restera inchangée. Les traites ne sont pas acceptées.

KETIL MEDIA peut exiger le paiement intégral d'avance des opérations de parrainage, et le paiement direct par l'Annonceur ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

- Nouvel Annonceur et/ou son Mandataire (nouveau client pour KETIL MEDIA) ;
- Annonceur et/ou son Mandataire pour lequel KETIL MEDIA a constaté des incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître
- Annonceur et/ou son Mandataire dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.
- Annonceur dont le budget investit ne serait pas garanti par l'assurance Euler SFAC.

Le paiement d'avance signifie que KETIL MEDIA doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 10 jours avant la première diffusion d'une opération.

Dans ce cas, une facture pro forma est envoyée à l'Annonceur, avec envoi d'un duplicata le cas échéant au Mandataire ; la facture définitive sera envoyée à l'Annonceur le lundi suivant la première mise à l'antenne de l'opération de sponsoring.

En cas de non-respect des conditions de paiement, les opérations non encore exécutées peuvent être annulées de plein droit par KETIL MEDIA, sans préavis ni indemnité et sans préjudice de toute autre voie d'action.

En outre, une pénalité de 15% (quinze pour cent) sera exigible sur les sommes non réglées à la date d'échéance mentionnée sur la facture, à compter du premier jour suivant cette date, sur une base annuelle de 360 jours, au prorata du nombre de jours de retard. KETIL MEDIA se réserve aussi le droit de refuser la prise en compte des factures qui n'auront pas été réglées à échéance pour le calcul des remises consenties dans le cadre de ses conditions commerciales.

Aucun escompte ne sera pratiqué par KETIL MEDIA en cas de paiement d'avance.

Résiliation et litiges

Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, et plus généralement de la formation et de l'exécution des contrats de parrainage, relève de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

a. Parrainage

Priorité d'achat

Seules les opérations de parrainage de longue durée (au moins 12 semaines consécutives) peuvent bénéficier d'une priorité d'achat pour la même période l'année suivante.

L'échéance de la périodicité sera fixée au moins à 4 mois avant la date de la première diffusion de la ou des émissions parrainées.

Si à l'échéance de son délai de priorité, l'Annonceur prioritaire n'a pas notifié par écrit à KETIL MEDIA sa volonté de réitérer l'opération, KETIL MEDIA pourra alors commercialiser librement le parrainage de la ou des émissions.

Prise d'option

Tout Annonceur et/ou son Mandataire peut retenir auprès de KETIL MEDIA, sous forme d'option, une ou plusieurs des émissions proposées à la vente, en indiquant clairement le nom de l'émission, les dates retenues, le nom du Parrain et de sa marque, ainsi que le montant financier de l'opération.

KETIL MEDIA se réserve le droit de ne pas enregistrer d'options sur certaines émissions.

Cette décision fait l'objet d'une information à l'attention des Annonceurs. Pour chaque dispositif proposé KETIL MEDIA ne retiendra que les trois premières options qui lui sont communiquées. Les options sont retenues par ordre chronologique de réception.

Les options doivent donc faire l'objet d'un envoi en recommandé, par télécopie ou courrier électronique afin de permettre de dater la réception de l'option.

A moins de 8 semaines de la date de la première diffusion de la ou des émissions retenue(s), aucune option ne sera retenue.

Une option n'est valable, si elle est reçue d'un intermédiaire mandaté, que si l'attestation de mandat lui est jointe.

Lorsque l'option est prise par un intermédiaire mandaté, elle ne peut être confirmée ou annulée que par celui-ci.

Une option est personnelle à un Annonceur et ne peut pas être cédée. A la réception d'une option, KETIL MEDIA considère que l'Annonceur et/ou le Mandataire concerné ont accepté les présentes conditions générales de vente. KETIL MEDIA accuse réception de l'option par télécopie ou par courrier électronique et précise à l'Annonceur et/ou son Mandataire la date d'échéance de l'option.

Passé cette date et à défaut de confirmation, l'option devient caduque.

Si plusieurs Annonceurs et/ou leur Mandataire ont posé une option pour une même opération et si un Annonceur fait une proposition d'achat ferme, un délai de confirmation de quarante-huit heures commence à courir, au lendemain du jour de la confirmation de l'Annonceur, pour tous les Annonceurs ayant posé une option.

Les confirmations d'achat ferme reçues pendant ce délai de quarante-huit heures sont retenues en respectant les règles de priorité définies.

La durée de l'option ne peut en aucun cas être prolongée.

Dans le cas de plusieurs options posées pour un même dispositif, la priorité sera donnée à l'option (donc l'annonceur) portant sur la période la plus longue.

Dans le cas de périodes identiques, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option sera pris en compte.

KETIL MEDIA pourra proposer à la vente des offres sur lesquelles un Annonceur bénéficie d'une priorité d'achat.

Ces offres pourront faire l'objet d'achats fermes ou d'options par d'autres Annonceurs, sous condition suspensive de non-exercice de son droit de priorité par l'Annonceur en bénéficiant.

A la date d'expiration de la priorité d'achat, KETIL MEDIA confirmera ou non les propositions d'achat ferme des autres Annonceurs, en fonction de la décision de l'Annonceur prioritaire.

Conclusion de l'opération de parrainage

Chaque opération de parrainage est personnelle à l'Annonceur et ne peut être cédée. Elle fait l'objet d'un contrat de parrainage entre KETIL MEDIA et l'Annonceur qui, au cas par cas, en précise le contenu.

Quand une proposition commerciale de parrainage est mise sur le marché par KETIL MEDIA et qu'un Annonceur ou son intermédiaire fait une proposition d'achat ferme validée par KETIL MEDIA, aucune autre vente ne pourra se substituer à la première.

Le contrat de parrainage doit impérativement être retourné signé à KETIL MEDIA deux semaines après l'envoi du contrat pour signature.

A défaut, KETIL MEDIA se réserve le droit d'annuler l'opération de parrainage programmée.

Lors d'une réservation ferme, KETIL MEDIA peut exiger de l'Annonceur le versement d'un acompte. En cas d'annulation de la réservation, cet acompte reste acquis à KETIL MEDIA.

ARTE se réserve le droit de diffuser des bandes annonces non parrainées.

Modification des conditions de parrainage

Les horaires de diffusion des programmes parrainables et le dispositif de diffusion de bandes annonces ne sont donnés qu'à titre indicatif et ne sont pas des garanties d'horaires de diffusion.

Précisions

L'Annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les espaces publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, les bandes annonces parrainées, les programmes courts parrainés, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. Chaque contrat de parrainage est indépendant des autres contrats de parrainage et des ordres de publicité.

A noter que l'Annonceur/Parrain, s'il était éligible aux espaces publicitaires en spots, ne pourrait être présent conjointement sur la même période, en parrainage d'émission (quelle qu'elle soit) et en spots.

Création de productions propres au parrainage

Toutes les créations de parrainage doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur Française ainsi qu'aux impératifs de la chaîne (voir Charte ARTE ci-après). Les contenus des créations à partir du story board ou de la maquette devront être validés par KETIL MEDIA après contrôle et accord préalable du service juridique d'ARTE.

Frais techniques

Les frais techniques et de réalisation des éléments de parrainage ne sont pas compris dans le budget de l'opération de parrainage. Ils seront précisés séparément.

Incidents

En cas de réaction de l'autorité de tutelle de la chaîne ou d'une évolution de la réglementation, KETIL MEDIA se réserve le droit de déprogrammer la diffusion du billboard de l'Annonceur, sans délai et sans indemnités.

Production des éléments de parrainage et de spots/vidéos

Les éléments de parrainage (billboards des émissions, bande-annonce, packshot etc.) peuvent être produits par KETIL MEDIA en coordination avec l'Annonceur ou avec son Mandataire.

Toute exploitation, autre que celle prévue dans le cadre des présentes, des éléments de parrainage (billboards des émissions, bande-annonce, packshot etc.) sont soumis à l'autorisation préalable et écrite de la société KETIL MEDIA, si les éléments sont produits par elle.

Modalités de production

Dans tous les cas, KETIL MEDIA peut assurer la production des éléments de parrainage, qui est effectuée en coordination avec l'Annonceur ou avec son Mandataire.

KETIL MEDIA transmet à l'Annonceur ou à son Mandataire une proposition de scénario avec le devis correspondant envoyé par télécopie ou par tout autre moyen qui puisse permettre de dater de façon certaine la réception de la proposition.

L'Annonceur ou son Mandataire doit retourner le devis signé à KETIL MEDIA. Passé un délai de deux (2) jours ouvrés à compter de la réception du devis par l'Annonceur ou son Mandataire et à défaut de contestation du devis par l'Annonceur ou son Mandataire dans ce délai, le devis sera considéré comme accepté. L'Annonceur garantit KETIL MEDIA et ARTE que les créations communiquées par lui ou son Mandataire en vue de la production des éléments de parrainage, n'utilisent pas de techniques subliminales et que leur contenu ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et ne comporte aucune allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers.

En particulier, l'Annonceur garantit KETIL MEDIA et ARTE que ladite création ne porte atteinte à aucun droit de propriété intellectuelle de tiers (droits d'auteur, dessins et modèles, marques et autres signes distinctifs, etc.) ni aux droits de la personnalité et, en particulier, au droit à l'image des tiers.

Obtention des droits de tiers

L'Annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits de reproduction, d'adaptation, de représentation, de traduction et, plus généralement, de tous les droits de propriété littéraire et artistique et/ou de propriété industrielle afférents aux signes distinctifs, photographies, musiques, vidéos et autres éléments qu'il apporte en vue de leur diffusion sur les Supports, dans le cadre des créations spécifiques à l'opération de parrainage.

L'Annonceur garantit KETIL MEDIA et ARTE contre toute action quelle qu'elle soit, émanant notamment, des auteurs, producteurs, interprètes ou de toute autre personne qui s'estimerait lésée par les créations de parrainage, à quel que titre que ce soit.

L'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un contrat de parrainage confère aux supports le droit de diffuser les créations de parrainage, compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes en vue de leur diffusion sur tout support de télécommunication.

L'Annonceur reconnaît être titulaire de tous les droits nécessaires à la diffusion de ces créations sur ces supports et garantit KETIL MEDIA à ce titre.

Autres utilisations de l'opération de parrainage

La conclusion d'un contrat de parrainage donne à KETIL MEDIA le droit de procéder à des diffusions privées des créations de parrainage, en dehors des émissions ayant fait l'objet du contrat de parrainage et ce, notamment pour les besoins de l'information des Annonceurs ou de leurs Mandataires, ce à quoi l'Annonceur consent expressément, tant pour son compte que pour le compte de tout tiers ayant concouru à la réalisation des éléments de parrainage.

En dehors des citations expressément prévues par le contrat de parrainage, celui-ci ne confère à l'Annonceur aucun droit présent ou futur, de quelque nature que ce soit, sur l'émission objet du contrat.

A ce titre, l'Annonceur ne pourra en aucun cas, et pour quelque raison que ce soit, s'opposer à la commercialisation à des tiers, y compris concurrents, des éventuelles licences attachées au programme parrainé.

L'Annonceur et son Mandataire s'engagent à ne pas utiliser et ce, en aucune façon, la diffusion du programme comme support de lancement ou de promotion d'un produit ou d'un service, d'une marque ou de tout autre signe distinctif, ou de tout autre élément d'information, effectué concomitamment ou non à la diffusion, ni à utiliser un élément

quelconque du programme dans un but promotionnel ou publicitaire, sans accord préalable et écrit des Supports. L'Annonceur s'engage en outre à ne pas influencer, de quelque façon que ce soit, le contenu du programme parrainé.

Toute mention sur d'autres supports (PLV, presse, radio, etc.) de l'opération de parrainage mise en place sur les Supports, notamment dans un but promotionnel, et/ou toute utilisation du programme, de ses éléments (personnages, titre, nom des animateurs, etc.) ou des marques ARTE, devra être soumise au préalable à KETIL MEDIA pour accord écrit et préalable desdits Supports.

Toute mention sur d'autres supports (PLV, presse, radio, etc.) de l'opération de parrainage mise en place sur les Supports, notamment dans un but promotionnel, et/ou toute utilisation du programme, de ses éléments (personnages, titre, nom des animateurs, etc.) ou des marques ARTE, devra être soumise au préalable à KETIL MEDIA pour accord écrit et préalable desdits Supports.

Incidents de diffusion parrainage

Les éléments de programmation de(s) l'émission(s) dont les bandes annonces, objet du contrat de parrainage, sont donnés à titre purement indicatif et sans garantie. Les supports se réservent le droit de modifier en tout ou partie les dates, heures et durées des émissions ou d'annuler celles-ci, sans que l'Annonceur et/ou son Mandataire puisse faire valoir auprès de KETIL MEDIA ou de la chaîne aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts notamment en cas de :

- force majeure, de grève
- de toute raison relative à leurs obligations figurant notamment dans le cahier des charges d'ARTE ou conventions passées avec son autorité de tutelle;
- de nécessités de l'antenne, de perturbations dans l'organisation et la diffusion des programmes, de modification substantielle des contrats liant les Supports aux détenteurs des droits sur des retransmissions d'événements.

Les opérations de parrainage ou citations non diffusées pour des raisons techniques ou pour les raisons prévues à l'article 36 et imputables au support ou à KETIL MEDIA ne sont pas facturées, l'Annonceur et/ou son Mandataire ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à compensation ou réduction de prix.

b. Spots classiques

Codes secteurs

L'achat d'espace publicitaire impose la réservation d'un ou plusieurs codes secteurs. La mention de ce code secteur, tel que figurant dans la nomenclature TV des produits publiée par le SNPTV et applicable au moment de la réservation, doit être précise, exacte et complète. Le code secteur est réservé et confirmé sous la seule et entière responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire.

Ouvertures du planning

Des périodes d'ouverture de planning peuvent être mises en place par KETIL MEDIA, pendant lesquelles l'espace publicitaire peut, sous réserve de disponibilité, être acheté à tout moment dans les conditions et selon les modalités fixées aux présentes Conditions Générales de Vente.

Les périodes d'ouverture du planning ne sont pas applicables aux campagnes publicitaires faisant l'objet d'une commercialisation et/ou de conditions d'accès spécifiques.

Modalité de Réservation d'Espace

KETIL MEDIA enregistre les demandes de réservation en fonction des disponibilités du planning, puis renvoie à l'annonceur ou à son mandataire un ordre de publicité confirmant tout ou partie de la demande effectuée, en fonction des disponibilités du planning.

L'achat de spots sur la chaîne ARTE devra donner lieu à la souscription d'un ordre de publicité par l'annonceur ou son mandataire, qui devra fournir simultanément l'attestation de mandat correspondante.

KETIL MEDIA recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Echanges de Données Informatisées, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité.

L'annonceur et/ou son mandataire effectuera l'achat d'espace publicitaire par message électronique selon les modalités définies dans un accord pour l'échange de données informatisées conclu entre KETIL MEDIA et l'annonceur et/ou son mandataire.

Cette confirmation, faite sur la base du dispositif de la campagne adressé par KETIL MEDIA, Devra parvenir avec la fiche annonceur dûment remplie avant la date de confirmation figurant sur le dispositif.

c. Web

Création de productions

Toutes les créations présentes sur les supports numériques de la Chaîne doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur Française . La création devra être validée par ARTE après contrôle et accord préalable du service juridique d'ARTE.

Frais techniques

Les frais techniques et de réalisation des vidéos ne sont pas compris dans le budget de l'opération. Ils seront précisés séparément.

Incidents

En cas d'incident dû au contenu de la création diffusée, KETIL MEDIA se réserve le droit de déprogrammer la campagne de l'annonceur sans délai. L'opération de l'Annonceur pourra être annulée dans les conditions de l'article concernant les annulations.

Modalités d'achat d'espace

L'acheteur devra adresser une demande de réservation d'espace publicitaire sur le support par courrier, télécopie, ou mail. La régie enregistre les réservations en fonction des disponibilités et renvoie à l'Acheteur un ordre de publicité que l'Acheteur retourne signé avant la date précisée sur l'ordre. La régie prend acte de la réservation à la réception de l'ordre de publicité signé par l'Acheteur. Tout ordre doit être renvoyé signé par l'Acheteur à la régie au plus tard 10 jours avant la date de début de mise en ligne de la campagne publicitaire sur le support. Cette confirmation, faite sur la base du dispositif de la campagne adressé par KETIL MEDIA, Devra parvenir avec la fiche annonceur dûment remplie avant la date de confirmation figurant sur le dispositif.

Responsabilités

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. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production du film 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 KETIL MEDIA et ARTE 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 KETIL MEDIA et l'éditeur contre tout recours que la société tierce en charge de la création pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire.

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.

Toute diffusion d'un film en lieu et place d'un autre film, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur.

Dans tous les cas, il est impératif qu'au plus tard 10 jours avant diffusion, le titre des films fournis et celui des campagnes réservées soient rigoureusement identiques. A défaut, la responsabilité de KETIL MEDIA ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

La présente charte antenne a pour but d'informer les annonceurs et mandataires sur les règles de parrainage et des campagnes de spots en achat classique diffusés exclusivement sur le territoire français, ainsi que les vidéos diffusées sur le site de replay ARTE.TV.

a. Parrainage

Changements de programmes/Confirmation de diffusion

ARTE peut modifier à tout moment la présente Charte. Il est possible notamment que la grille des programmes soit modifiée. Cette Charte et ses annexes s'appliquent exclusivement dans leur dernière version en date.

Toute déprogrammation d'une émission concernée par un billboard est communiquée dans les plus brefs délais par la régie, à l'annonceur et au mandataire, qui propose dans ce cas une autre case de diffusion du billboard. La régie pourra délivrer des confirmations de diffusion à partir du 10^{ème} jour du mois civil suivant le mois de diffusion respectif du format.

Dysfonctionnement du signal , selon validation des zones émetteurs

Toute interruption de fonctionnement ou tout incident intervenu sur le signal entraînant une perte de couverture technique d'au minimum 20% pourra donner lieu à des compensations au profit de l'annonceur, calculées en fonction de l'audience moyenne perdue.

Formats définis billboards de parrainage

En vertu des *Directives concernant le parrainage chez ARTE*, les billboards de parrainage doivent avoir une durée maximum de 10 secondes « in », c'est-à-dire avant l'émission parrainée et 10 secondes « out » c'est-à-dire à l'issue de ladite émission. Les bandes annonces billboardées sont d'une durée de 6".

Procédures

Les formats susmentionnés du partenaire sont soumis à contrôle éditorial, juridique, conceptuel et commercial. Après confirmation de la réservation du sponsor, la régie fera parvenir à l'annonceur ou au mandataire, l'accord officiel de la chaîne sous un délai de 48 heures ouvrées suivant la demande.

Livraison des billboards

Les éléments devront être envoyés à la chaîne 5 jours ouvrés au moins avant le début de diffusion des messages pour validation avec précision des éléments suivants :

- Emission(s) concernée(s)
- Durée de la diffusion prévue
- Durée des billboards
- Valeur chiffrée du volume média
- Fichier électronique/ storyboard pour visionnage du film
- Fiche déclaration des droits d'auteur

Contraintes de Parrainage des émissions sur ARTE

Le parrainage ne doit pas porter préjudice à la réalisation de la mission de la Chaîne Culturelle Européenne ni à sa responsabilité et son indépendance éditoriale lors de la conception du programme.

Il convient de mentionner le parrain au début et à la fin de l'émission. Cette indication doit être précise et de durée acceptable pour les deux parties (cf. paragraphe formats définis billboards de parrainage). Son identification peut se faire par le nom du parrain, sa raison sociale, son logo ou une marque (nom du produit).

Toute influence du parrain sur le contenu ou la programmation d'une émission doit être exclue, ainsi que toute recommandation de sa part.

Les émissions parrainées n'inciteront pas à l'achat ou à la location des produits ou des services du parrain ou d'un tiers et elles ne feront pas de référence promotionnelle spécifique à ses produits ou services (par exemple la publicité clandestine et le placement de produit). Ceci s'applique également aux billboards.

Les associations politiques, religieuses et philosophiques n'ont pas l'autorisation de faire du parrainage ni de la vidéo sur le site Arte.TV. Il en va de même pour les fabricants et toutes les personnes qui produisent des produits et/ou des services pour lesquels toute publicité est interdite par la loi (par exemple l'industrie du tabac, les fabricants de boissons alcoolisées, etc.).

Les journaux télévisés et les émissions d'information consacrées à l'actualité politique ne peuvent pas être parrainés.

Les sommes versées par le parrain ne peuvent en aucun cas être considérées comme la contrepartie de références promotionnelles ni dans les programmes, ni dans le cadre des Billboards tel que défini à l'article 1.3. Toutes les parties à la réalisation et/ou à la production du parrainage sont soumises à ces règles. Les responsables de la production doivent veiller à ce que toutes les personnes impliquées dans le parrainage respectent ces dispositions.

Diffusion d'événements parrainés

La diffusion d'un événement, ou la couverture d'un événement organisé ou parrainé par un parrain ne doit en aucun cas porter atteinte à l'indépendance éditoriale de la Chaîne.

Les Billboards portant sur le parrain ne doivent pas pouvoir s'apparenter à de la publicité. Le parrain de l'événement ne sera pas mentionné dans l'émission en question.

Droit de Vêto d'ARTE

Seules des raisons importantes liées aux programmes justifient un droit de veto de la part d'ARTE G.E.I.E.

Le Service juridique d'ARTE G.E.I.E. vérifiera la conformité des billboards avec les présentes règles avant toute diffusion, et se réserve un droit de refus en cas de non-conformité.

Directives de parrainage ARTE en conformité avec l'Assemblée générale du 1/4/1993 de la chaîne

ARTE, par son Assemblée générale du 1^{er} avril 1993, s'est donné des directives définissant les modalités d'application du parrainage. Ces directives doivent être respectées.

- Le but du billboard est d'informer le téléspectateur qu'il s'agit d'une émission parrainée. Le billboard ne sert donc pas à des fins promotionnelles du parrain.
- Pour éviter tout rapport avec la publicité, la promotion des produits et les prestations du parrain, ainsi que la reprise des slogans publicitaires, ne sont pas permises dans les billboards.
- L'identification du parrain peut se faire par son nom, le nom de ses filiales, sa raison sociale, son logo, sa marque, son adresse Internet ou au moyen d'une référence visuelle à ses produits ou services. Une fois l'identification du parrain assurée, une mention parallèle d'ARTE (« X et ARTE vous présentent »...) n'est pas exclue.
- Les slogans / claims / logos du sponsor peuvent seulement apparaître à l'image (dans le billboard) s'ils constituent une marque déposée du sponsor.
- L'identification du parrain peut se faire sous forme de carton ou d'images animées.

Cases non sponsorisables à date :

- ARTE JUNIOR
- ARTE JOURNAL

La chaîne se réserve le droit de rajouter des cases non sponsorisables.

Procédure

Après confirmation de la réservation du sponsor, la régie fera parvenir à l'annonceur ou au mandataire, l'accord officiel de la chaîne.

b. Achat classique

Messages d'intérêt général et campagnes collectives

Les spots de 10 à 45 secondes diffusés par ARTE dans le cadre des campagnes de publicité doivent avoir un contenu d'intérêt général ou être ce qu'on appelle des *campagnes collectives*.

Les spots dont le message est de nature publicitaire ne peuvent pas être diffusés sur ARTE.

Les *messages d'intérêt général* ont un caractère humanitaire ou sont d'intérêt général (p.ex. prévention du sida, collecte du sang, dons à l'aide humanitaire, etc.). Les *campagnes collectives* sont exclusivement et directement acceptées par ARTE.

Il s'agit de messages qui ne sont pas considérés comme de la publicité et dans lesquels se présentent, sous leur appellation générique, des branches économiques, des unions professionnelles ou des corporations, sans faire la promotion d'un produit, d'une entreprise et/ou d'une prestation.

Ils présentent d'une manière générale une branche économique ou une corporation. Il ne faut pas confondre la formule de *campagne collective* propre à ARTE avec celle de *publicité collective*, couramment pratiquée en France. La première formule est un format qu'ARTE a elle-même défini.

A titre d'exemple, l'artisanat en France pourrait faire l'objet d'une *campagne collective* sur ARTE.

Ces précisions sont actualisées régulièrement. Elles font foi dans leur dernière version en date.

Les « Directives concernant le parrainage chez ARTE, dans la version revue conformément à l'Assemblée générale du 1/4/1993 » s'appliquent, nonobstant les précisions susmentionnées.

Procédure

Les spots susmentionnés du partenaire sont soumis à contrôle éditorial, juridique, conceptuel et commercial.

Conformité des messages

KETIL MEDIA 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 et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle ou contraire aux intérêts d'ARTE.
- Si l'autorité de tutelle de la chaîne juge à *posteriori* un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du film à l'antenne.

KETIL MEDIA dans ce cas, n'est redevable ni de compensation, ni d'indemnité envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

KETIL MEDIA 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.

Rôle de l'ARPP : en vertu d'un accord interprofessionnel, l'ARPP s'est vu confier un rôle de conseil préalable afin de s'assurer de la conformité des messages aux règles générales de la publicité et de la communication audiovisuelle. Les annonceurs ou leurs prestataires (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) doivent soumettre à l'ARPP les éléments publicitaires et documents afférents avant la première diffusion. Ces éléments reçus par l'ARPP se voient attribuer un numéro d'ordre Pub ID qui doit être impérativement communiqué à KETIL MEDIA avant diffusion. Sur la base des éléments reçus, l'ARPP rend un avis définitif relatif à la diffusion du spot publicitaire. Cet avis doit être remis à KETIL MEDIA au plus tard 2 jours ouvrés avant diffusion. Pour plus d'informations, www.arpp-pub.org

Mesure d'audience

Les campagnes publicitaires programmées en espace classique sur ARTE ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des spots (données Médiamétrie – Médiamat TV).

Diffusion des espaces publicitaires

Les intitulés des 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 à des libellés d'emplacement entre les programmes.

L'obligation de KETIL MEDIA, sauf modification des programmes d'ARTE, 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 espace publicitaire ne saurait en aucun cas justifier une modification du tarif de l'ordre et/ou ouvrir droit à une quelconque indemnisation.

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

KETIL MEDIA rend compte à l'annonceur des messages publicitaires diffusés par l'envoi chaque fin de mois de la facture correspondante justifiant ainsi de la diffusion des messages, et ce, selon les modalités fixées à l'article.

Sur demande de l'annonceur ou de son mandataire, KETIL fournira un récapitulatif de diffusion comportant les dates, horaires de diffusion et intitulés d'écrans, le contexte de programmation.

Livraison des spots

Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, et notamment la remise d'éléments techniques doivent impérativement être adressées à l'adresse suivante:

arte@ketilmedia.com

KETIL MEDIA recommande la livraison en support dématérialisé en format HD.

Les éléments techniques devront être envoyés à la régie au plus tard 5 jours ouvrés avant le début de diffusion des messages pour validation avec précision des éléments suivants :

- Campagne concernée
- Durée de la campagne
- Durée du spot
- Valeur chiffrée du volume média
- Fichier électronique du spot pour visionnage avant diffusion

En cas de retard dans la remise du matériel ou de remise non conforme aux exigences énoncées aux présentes Conditions Générales de Vente entraînant une non diffusion, le prix du message programmé sera intégralement dû par l'annonceur à KETIL MEDIA.

ARTE devra disposer des mêmes éléments qui devront être conformes au cahier des charges techniques 5 jours ouvrés au moins avant le début de la diffusion du message promotionnel.

Si le délai de remise des éléments n'est pas respecté et si un spot est, à titre d'exception, diffusé sur la seule indication téléphonique reçue par KETIL MEDIA, les erreurs ou omissions éventuelles dans la diffusion de ce spot engageront la seule responsabilité de l'annonceur, de son mandataire ainsi que de la société en charge de la production.

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 où l'annonceur ne peut pas fournir de nouveaux éléments dans les délais requis, le budget reste dû intégralement par l'annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

Toute réclamation concernant la programmation et/ou la diffusion d'un message et/ou la qualité technique d'un message doit être impérativement formulée, sous 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 KETIL MEDIA, souhaite apporter des modifications d'ordre technique au message diffusé, les frais occasionnés par ces opérations seront entièrement supportés par le demandeur.

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

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 la chaîne ARTE.

Pour améliorer le confort d'écoute du téléspectateur et pour répondre d'une part aux exigences légales et réglementaires et d'autre part à la délibération n°2011-29 du CSA du 19 juillet 2011, obligeant les chaînes à diffuser le son de chaque élément de programmes sur leurs antennes à une intensité sonore moyenne de -23 LUFS, les films doivent être livrés en conformité avec la version 3.0 de la recommandation PAD éditeurs RT017.

Si un film ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, la chaîne se réserve le droit de refuser le matériel pour non-conformité technique, soit de procéder à sa mise en conformité sans que l'annonceur puisse s'y opposer.

c. Achat Web

Toutes les entreprises qu'elles soient publiques ou privées peuvent communiquer sur les sites ARTE.TV, la chaîne se réservant un droit de véto en cas de non-conformité avec la déontologie de l'antenne.

Programmes commercialisables

La liste des programmes commercialisables est disponible auprès de la régie publicitaire KETIL MEDIA .

Programmes non commercialisables

ARTE JOURNAL, ARTE JUNIOR, ARTE REPORTAGE, 28 MINUTES, LE CINEMA en tous genres.

Fréquence des passages

Un même annonceur pourra être présent sur un ou plusieurs programmes.

Format des pré-roll

Entre 10 et 30 secondes.

arte 4. TARIFS ET CONDITIONS COMMERCIALES

Applicables aux messages diffusés du 1^{er} janvier au 31 décembre 2020

ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

La souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte implique son acceptation des Conditions Générales de Vente énoncées ci-après ainsi que le respect des lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

KETIL MEDIA, régie exclusive de la chaîne ARTE et du site ARTE.TV, est donc seule habilitée dans le cadre de sa mission à prospecter la clientèle et à commercialiser les espaces publicitaires qui en découlent.

a. Parrainage

Toutes les entreprises qu'elles soient publiques ou privées, dans le cadre des secteurs autorisés de publicité TV, peuvent parrainer des émissions de programmes sur ARTE en dehors des cases ARTE JUNIOR et ARTE JOURNAL.

Achat offre parrainage unitaire

Tout annonceur a la possibilité de choisir une offre de parrainage unitaire (si celle-ci n'est pas vendue dans une offre en pack). Les tarifs et Conditions Générales de Vente seront calculés à partir du tarif Brut payant en vigueur.

Les majorations ou minorations tarifaires seront calculées à partir de ce tarif brut sur lequel elles seront déduites ou rajoutées.

Achat offre pack

Les offres packs sont constituées d'un ensemble d'offres de parrainage qui sont proposées à un prix unique (tarif brut). Tout achat réalisé sous forme de pack ne pourra être modifié à posteriori.

Les tarifs et Conditions Générales de Vente seront ceux calculés à partir du tarif Brut. Les majorations ou minorations tarifaires seront calculées à partir de ce tarif brut sur lequel elles seront déduites ou rajoutées.

Confirmation des Offres achetées

La confirmation des dispositifs achetés quelque soit leurs formes ou les supports concernés (la chaîne ou ses déclinaisons numériques) devra être effectuée par courrier électronique ou courrier avec précision : des émissions concernées, du ou des supports concernés, de la période de l'offre et du montant net HT appliqué.

Durée d'Achat Minimum

La durée d'achat minimum est de 4 semaines quelque soit l'offre et le pack retenu à l'exception de quelques offres de long terme sur un minimum de 6 mois (24 semaines)

Citation d'un 2^{ème} annonceur

Majoration de 30% dans le cadre de la présence ou citation d'un 2^{ème} annonceur dans un même billboard.

Mode de calcul des remises

Toutes les remises sont calculées en cumul en dehors de la remise professionnelle et de la remise cumul de mandat qui sont calculées en cascade.

Remise anticipation

La remise anticipation s'applique à tout annonceur ayant confirmé son dispositif de Parrainage au moins 4 mois avant le début de sa campagne et sous réserve d'un dispositif d'une durée de 8 semaines consécutives en parrainage.

La remise anticipation donne droit à un abattement de **5%** sur le tarif brut des offres.

Remise nouvel annonceur

La remise nouvel annonceur s'applique à tout annonceur n'ayant pas communiqué sur la chaîne sous forme de parrainage d'émission au cours de l'année précédente c'est-à-dire en 2019 pour 2020. Le nouvel annonceur bénéficie d'un abattement de **5%** sur le tarif brut. Cet abattement ne sera pas applicable :

- En cas de changement de dénomination sociale ou de nom commercial,
- Si une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019 par l'intermédiaire d'un annonceur, communique en 2020 via un nouvel annonceur.

Remise Fidélité & Progression

La remise fidélité est une remise **5%** qui s'applique à tout annonceur ayant communiqué sur la chaîne sous forme de parrainage d'émission au cours de l'année précédente c'est-à-dire en 2019 pour 2020 et dont le chiffre d'affaires net investi à progressé d'au moins 10% vs l'année N-1.

Remise Professionnelle

La remise professionnelle s'applique sur le montant brut facturé après déduction de toutes les remises et avant éduction du cumul de mandat. Elle est consentie exclusivement à tout ordre d'achat d'espace traité par l'intermédiaire d'un mandataire. La remise professionnelle correspond à un abattement de **15%**.

Cumul de mandat

La remise de cumul des mandats est de **3%** et sera appliquée sur le tarif net après toutes les remises consenties, à tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de leur espace publicitaire à un mandataire remplissant les conditions suivantes :

- Regrouper au moins 2 mandats et assurer notamment le suivi des ordres et de la programmation, les opérations de parrainage, la gestion pour le compte de l'annonceur, les factures, leur contrôle sur la chaîne ARTE et les déclinaisons numériques.
- Cette remise ne sera accordée que si la régie est en possession de l'attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2019 ainsi que du contrat de parrainage signé avant la diffusion. En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli la réservation, l'achat, la signature des contrats, la gestion et le suivi sera éligible au cumul de mandat.

arte 4. TARIFS ET CONDITIONS COMMERCIALES

a. Parrainage - Offres unitaires au 1^{er} Janvier 2020

Qu'elles soient unitaires ou en package, les offres de parrainage feront l'objet de fiches commerciales publiées par KETIL MEDIA en fonction des programmations d'émissions. Elles seront mises à jour régulièrement.

Dispositifs commercialisés sur la base de 4 semaines d'action minimum dont les tarifications sont disponibles dans le book sponsoring disponible sur le site www.ketilmedia.com

Programme	Format	Diffusion	Nb de Présences
Cinéma / Fiction			
Cinéma Classique	Cinéma	Lundi 20h50 + 22h30	52
Cinéma Actuel	Cinéma	Mercredi 20h50	48
Cinéma Familial	Cinéma	Dimanche 20h50	48
Découverte / Art et Culture			
Arte Découverte	Connaissance	Lundi au Vendredi 19h	40
L'aventure Humaine	Connaissance	Samedi 20h50	52
Actualité			
28 Minutes	Magazine d'information	Lundi au Samedi 20h05	48
Théma	Information	Mardi 20h50	48
Humour			
Mini-série humoristique	Humour	Lundi au Dimanche 20h45 (sauf mardi)	48

Liste non exhaustive et soumise à évolution selon grille de programme en base 10'' pour les billboards et 6'' pour les bandes annonces

a. Parrainage - Offres pack au 1^{er} Janvier 2020

Pack	Programme	Diffusion	Nb de Présences
Pack tout le Ciné	Cinéma	Lundi 20h50 + 22h30	148
		Mercredi 20h50	
		Dimanche 20h50	
Pack Séries / TV Films	Séries	Jeudi 20h50	100*
	Fictions	Vendredi 20h50	
Pack Découverte	Invitation au voyage	Lundi au Vendredi 16h40	164
	L'Aventure humaine	Samedi 20h50	
	Arte Découverte	Lundi au Vendredi 19h00	
	360° Géo	Samedi 17h00	
	Terres d'ailleurs	Samedi 17h45	
Pack Info Actu	28 Minutes	Lundi au Samedi 20h05	104
	La Théma du Mardi	Mardi 20h50	
	Arte Reportage	Samedi 18h35	

* Selon séries

Liste non exhaustive et soumise à évolution selon grille de programme en base 10'' pour les billboards et 6'' pour les bandes annonces

a. Parrainage - Offres pack long terme au 1^{er} Janvier 2020

Durée d'action : 6 mois soit 24 semaines

Pack	Programme	Diffusion	Nb de Présences
Vendredi tendances	Culture Pop	Vendredi 22h30	96
	Tracks	Vendredi 23h30	
	Arte Concert Pop	Vendredi 24h30	
Pack Culture	Maestro	Dimanche 18h00	408
	X:Enius	Lundi au Vendredi 17h15	
	Vox Pop	Dimanche 20h0	
	Métropolis	Dimanche 11h30	
	Karambolage	Dimanche 20h40	

Liste non exhaustive et soumise à évolution selon grille de programme en base 10'' pour les billboards et 6'' pour les bandes annonces

b. Achat classique Tarifs au 1^{er} Janvier 2020

Les écrans publicitaires d'ARTE sont ouverts aux annonceurs et secteurs suivants :

- **INPES** (Institut National pour la Prévention et la Santé)
- **SIG** (Service d'Information du Gouvernement, dépend du 1er ministre)
- **Collectivités Territoriales**
- **Offices de Tourisimes français et étrangers**
- **Collectives Professionnelles** : Les Avocats, Les Notaires, Les Experts Comptables...
- **AUTRES ANNONCEURS de type service public** :
 - ANPE, CNAV, Agirc, Arco, La Monnaie de Paris
 - INPI, IGN, INSEE, INC, ADEME, Météo France, etc.
 - CIDIL (campagnes de promotion des produits laitiers)
 - CGPME (campagne Formation Professionnelle)
 - Fondation de France, Croix Rouge, MSF, UNICEF, etc..
- **Autres annonceurs de type intérêt général** : Collectives alimentaires : roquefort, campagne, huitres, bananes, etc.
- **MUSEES** : campagne Louvre Lens, campagne Beaubourg Metz, Cité des Sciences, etc...
- **Annonceurs « parapublics » ou rattachés à l'Etat** : EDF, Caisse des Dépôts, La Poste, SNCF.... **Sauf entreprises du secteur concurrentiel,**
- **Campagnes « corporate » ou « institutionnelles »** des grandes entreprises / campagnes BtoB, campagnes financières

Grille tarifaire au 1^{er} Janvier 2020 Tarifs bruts base 30''

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
14H30						1 300 €	1 700 €
18H05	850 €	850 €	850 €	850 €	850 €	1 500 €	
19H00	1 350 €	1 350 €	1 350 €	1 100 €	1 100 €		1 100 €
19H45	2 400 €	2 400 €	2 400 €	2 400 €	1 900 €	2 000 €	2 000 €
20H05*	3 000 €	2 500 €	2 500 €	2 500 €	2 000 €	1 650 €	2 200 €
20H50	5 400 €	4 800 €	4 800 €	5 400 €	3 800 €	3 900 €	5 200 €
22H30	4 300 €	4 300 €	3 200 €	5 900 €	2 150 €	3 750 €	
23H30							1 400 €

* occasionnel du LUNDI au VENDREDI

NB : Les horaires indiqués correspondent à des intitulés d'écrans et non à des horaires de diffusion

Indices formats

Formats en sec.	Indice
10	90
15	90
20	90
25	95
30	100
35	132
40	156
45	177

Autres formats : consulter la régie

c. Achat Web Tarifs au 1^{er} Janvier 2020

Applicables aux messages diffusés du 1^{er} janvier au 31 décembre 2020.

FRAIS TECHNIQUES- FRAIS DE PRODUCTION

Aucune remise et majoration ne s'appliquera sur les frais techniques, ou frais de production éventuels.

MONTANT MINIMUM

Le montant minimum d'investissement pour une campagne est fixé à **2 000 euros Net.** (deux mille)

FORMATS

Les tarifs des formats pré-roll vidéos sont communiqués sur la base d'un **emplacement unique d'un format compris entre 10'' et 30''.**

PERFORMANCES

La commercialisation du format vidéo pré-roll s'effectue sur la base de contacts avec un coût du contact. La donnée de référence est le coût pour mille des spots vidéos diffusés. Les contacts sont commercialisés en GEP : Garantie d'Exposition Publicitaire.

TARIFS

Les tarifs sont indiqués hors taxes, hors impôts ou taxes éventuelles, qui pourraient être dûs du fait de la diffusion du message publicitaire. Ils n'incluent pas les frais de réalisation des éléments publicitaires fournis à KETIL MEDIA.

Les tarifs s'appliquent aux ordres en cours et comprennent :

La mise en ligne de la campagne, la possibilité de créer un lien vers le site web de l'Annonceur ou vers un site promotionnel et la possibilité pour l'Annonceur ou le Mandataire d'accéder aux statistiques de ses campagnes.

Tarifs Bruts

Vidéos	Web
Pré-roll	160€

Format	Indice	Format	Indice	Format	Indice
10''	60	17''	89	24''	118
11''	63	18''	93	25''	123
12''	68	19''	96	26''	124
13''	73	20''	100	27''	126
14''	78	21''	106	28''	127
15''	82	22''	110	29''	128
16''	86	23''	115	30''	130

MAJORATIONS

Capping : Majoration de **+25%** pour toute demande de capping par semaine ou campagne.

Citation d'un 2^{ème} annonceur

Majoration de **+20%** sur le chiffre d'affaires brut dans le cadre de la présence ou citation de la marque d'un autre annonceur ou de plusieurs produits d'une même marque dans une même campagne.

Ciblage de programmation

Sont concernées toutes les campagnes qui font l'objet d'une programmation spécifique : ciblage horaire, géographique par adresse IP avec une majoration de **+25%**.

REMISES GÉNÉRALES

Mode de calcul des remises

Toutes les remises sont calculées en cumul en dehors de la remise professionnelle et de la remise cumul de mandat qui sont calculées en cascade.

Remise nouvel annonceur

La remise nouvel annonceur s'applique à tout annonceur n'ayant pas communiqué sur la chaîne sous forme de spot (achat classique dans écran publicitaire) au cours de l'année précédente c'est-à-dire en 2019 pour 2020. Le nouvel annonceur bénéficie d'un abattement de **5%** sur le tarif brut. Cet abattement ne sera pas applicable :

- en cas de changement de dénomination sociale ou de nom commercial,
- si une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019 par l'intermédiaire d'un annonceur communiqué en 2020 via un nouvel annonceur.

Remise Fidélité & Progression

La remise fidélité est une remise de **5%** qui s'applique à tout annonceur ayant communiqué sur la chaîne sous forme de spot (achat classique dans écran publicitaire) au cours de l'année précédente c'est-à-dire en 2019 pour 2020 et dont le chiffre d'affaires net investi a progressé d'au moins 15% vs l'année N-1.

Remise Volume

La remise volume s'applique à tout annonceur investissant un volume de chiffre d'affaires net du 1er janvier au 31 décembre 2020.. Cette remise s'applique au 1^{er} Euro.

Elle fait l'objet d'avoirs de régularisation. Les dotations et échanges marchandises ne donnent pas lieu à l'application de ce dégressif. Le dégressif correspondant est précisé dans le barème ci-contre.

Remise Professionnelle

La remise professionnelle s'applique sur le montant brut facturé après déduction de toutes les remises et avant déduction du cumul de mandat.

Elle est consentie exclusivement à tout ordre d'achat d'espace traité par l'intermédiaire d'un mandataire. La remise professionnelle correspond à un abattement de **15%**.

Investissements HT 2020	Remises accordées en %
De 10 000 euros à 30 000 euros nets investis	4%
De 30 001 euros à 60 000 euros nets investis	5%
De 60 001 euros à 90 000 euros nets investis	6%
De 90 001 euros à 120 000 euros nets investis	7%
De 120 001 euros à 150 000 euros nets investis	8%
De 150 001 euros à 180 000 euros nets investis	9%
De 180 001 euros à 220 000 euros nets investis	11%
De 220 001 euros à 260 000 euros nets investis	13%
+ de 260 001 euros nets investis	15%

Cumul de mandat

La remise de cumul des mandats est de **3%** et sera appliquée sur le tarif net après toutes les remises consenties, à tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de son espace publicitaire à un mandataire remplissant les conditions suivantes : regrouper au moins 2 mandats et assurer notamment le suivi des ordres et de la programmation, les opérations de parrainage, la gestion pour le compte de l'annonceur, les factures, leur contrôle sur la chaîne ARTE et ses déclinaisons numériques.

Cette remise ne sera accordée que si la régie est en possession de l'attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2019 ainsi que du contrat de parrainage signé avant la diffusion. En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli la réservation, l'achat, la signature des contrats, la gestion et le suivi sera éligible au cumul de mandat.

REMISES THÉMATIQUES

Campagnes Gouvernementales (SIG) ou Grandes Causes*

Cette remise de **-40%** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de ces annonceurs et n'est cumulable uniquement qu'avec la remise professionnelle et la remise de cumul de mandat.

*La thématique « grandes causes » devra être validée par KETIL MEDIA.



arte

CONTACT

JULIEN HERAULT

jherault@ketilmedia.com

+ 33 (0)1 78 90 15 36

+ 33 (0)6 27 36 43 66