

DÉFINITION DES TARIFS BRUTS IP FRANCE 2010

L'ensemble des tarifs bruts IP France et leurs modalités d'application décrites ci-dessous sont accessibles sur le site www.ipfrance.fr. Pour toutes les conditions de facturation et de règlement, se référer aux articles détaillés des conditions générales de vente IP France 2010 (page 12).

Brut Tarif par station

Le brut tarif correspond au **coût unitaire d'une insertion publicitaire au sein d'un écran publicitaire** de l'un des supports commercialisés par IP France en 2010*.

Ce tarif est **variable en fonction du support et de la ½ heure de démarrage** de l'écran publicitaire dans lequel se situe l'insertion. Le brut tarif est révisable à chaque vague d'audience nationale publiée par Médiamétrie.

Il est exprimé sur la base d'un format de 30 secondes et est pondéré par l'indice format (cf. chapitre "Indices de Format").

Le tarif pris en compte (et l'audience) lors de la diffusion d'un message est le tarif (et l'audience) en vigueur au moment de la diffusion et correspondant à la ½ heure de démarrage de l'écran publicitaire. En cas de litige, l'horodatage de l'antenne concernée fera foi.

Les frais de mise à l'antenne (FMA) sont facturés sur la base du nombre de messages diffusés sur l'ensemble des supports Radio IP France, à hauteur de 32 € nets HT par message. Les frais de mise à l'antenne ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables aux bruts tarifs sont celles inscrites aux Conditions Générales de Vente IP France 2010.

* cf. "Définitions" page 4.

First Music

First Music est un **tarif unique** permettant d'**acheter simultanément** RTL2 national et FUN Radio national en 2010.

Ce tarif est accessible sous réserve de disponibilités planning.

Il correspond à un **abattement tarifaire** au 1^{er} janvier 2010 de **-10%** en moyenne comparé à la somme unitaire cumulée des 2 stations.

Cet abattement tarifaire est révisable à chaque vague d'audience nationale publiée par Médiamétrie.

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

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

Modalités de réservation : les plannings First Music devront être optionnés au minimum 15 jours avant la date du premier jour de diffusion de la campagne. Tous les plannings optionnés en deçà de ces 15 jours seront budgétés sur la base des tarifs unitaires de chacune des stations et facturés aux conditions de vente propres à chacune d'elles.

Les frais de mise à l'antenne seront facturés 64 € nets HT par message diffusé. Ils ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables aux tarifs First Music sont celles inscrites aux Conditions Générales de Vente IP France 2010.

Écrins

Un écran est une **insertion exclusive** pour **un seul annonceur** au sein des programmes de RTL.

Les tarifs Écrins sont édités sous réserve de modifications des programmes. Jusqu'au jour de la diffusion, IP France se réserve le droit de fermer une demi-heure à la commercialisation.

Modalités de réservation : quel que soit le nombre d'horaires achetés, l'écran RTL est **nécessairement acheté sur une semaine Lundi - Vendredi et/ou un week-end Samedi - Dimanche**.

La durée d'un message au sein d'un écran RTL ne **pourra dépasser 35 secondes entre 6h et 9h30**.

Les frais de mise à l'antenne sont facturés sur la base du nombre de messages diffusés sur RTL, à hauteur de 32 Euros nets HT par message. Ils ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables aux tarifs Écrins sont celles inscrites aux Conditions Générales de Vente IP France 2010.

RTL-L'ÉQUIPE

La communication sur RTL-L'ÉQUIPE en 2010 est disponible sous la forme d'offres commerciales (nous consulter).

L'achat unitaire d'une insertion publicitaire sur la base d'un format 30 secondes sera facturé 70 Euros nets HT.

Le chiffre d'affaires net généré par l'achat d'un dispositif sur RTL-L'ÉQUIPE est net de tout dégressif ou prime tels que définis dans les Conditions Générales de Vente IP France 2010 et ne rentre pas dans l'assiette de dégressif volume IP France 2010.

Players RTLnet

L'offre Players RTLnet permet à un annonceur unique d'insérer **un message de 10 secondes** en entrée du programme audio diffusé par le biais des players présents sur les sites rtl.fr, rtl2.fr et funradio.fr.

L'offre Players RTLnet 2010 est disponible sous la forme d'offres commerciales (nous consulter).

Toute diffusion d'un billboard en entrée du player est soumise à la validation de RTLnet, éditeur des sites de rtl.fr, rtl2.fr et funradio.fr.

Le chiffre d'affaires net généré par l'achat d'un dispositif sur les players RTLnet est net de tout dégressif ou prime tels que définis dans les Conditions Générales de Vente IP France 2010 et ne rentre pas dans l'assiette de dégressif volume IP France 2010.

Podcasts

L'offre Podcast IP regroupe l'ensemble des podcasts disponibles en téléchargement pour RTL, RTL2, FUN Radio en 2010. Cette offre est susceptible d'évoluer en cours d'année.

Les podcasts IP peuvent être achetés à la carte ou regroupés au sein de bouquets thématiques (nous consulter).

Les offres podcasts IP sont **achetables sur une période minimum d'une semaine**.

La tarification podcast IP comprend l'insertion d'un billboard de 10 secondes en entrée et en sortie de chaque podcast téléchargé.

La tarification podcast IP s'entend à l'unité, par élément de programme téléchargé (podcast), lors de la ou des semaines sponsorisées. Ce tarif peut évoluer à tout moment dans l'année si nous l'estimons nécessaire. Pour tout devis, nous consulter.

La tarification podcast IP ne comprend pas les frais de production du (des) message(s) publicitaire(s).

Le chiffre d'affaires net généré par l'achat des Podcasts IP France est net de tout dégressif ou prime tels que définis dans les Conditions Générales de Vente IP France 2010 et ne rentre pas dans l'assiette de dégressif volume IP France 2010.

DÉFINITIONS

Périmètres marché

- **Campagne Radio** : diffusion simultanée d'une communication avec une création identique sur les stations IP France (RTL et/ou RTL2 national et/ou FUN Radio national), avec interruption maximum de 7 jours.
- **Annonceur** : on entend par annonceur "toute société réservant ou faisant réserver un ordre de publicité par son mandataire dûment habilité à cet effet".
- **Marque** : on entend par marque "une ligne distincte de produits offerte sur un marché par un annonceur". Les périmètres de marque repris par IP pour le compte d'un annonceur seront conformes aux périmètres de marque édités dans la nomenclature de TNS Media Intelligence en 2010.
- **Périmètre IP France en 2009 et 2010** : ensemble des stations commercialisées par IP France en 2009 et 2010 (RTL et RTL2 national et FUN Radio national).

Chiffres d'affaires

- **Chiffre d'affaires brut payant** : le chiffre d'affaires brut payant est égal au CA brut tarif majoré ou minoré des modulations tarifaires. Ne sont pas pris en compte dans le CA brut payant : les opérations spéciales, le partenariat, les éventuels gracieux, les Frais de Mise à l'Antenne.
- **Chiffre d'affaires net** : le chiffre d'affaires net correspond au chiffre d'affaires brut payant réalisé entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010 abattu du dégressif volume et des primes figurant dans les présentes conditions générales de vente.

MODULATIONS TARIFAIRES

Les modulations tarifaires s'appliquent sur l'ensemble des tarifs publiés par IP France en 2010. Les tarifs IP France 2010 sont disponibles sur le site www.ipfrance.fr.

Indices de saisonnalité

Tarif blanc (indice 100) du 1 ^{er} janvier au 7 mars 2010	Tarif rouge (indice 120) du 8 mars au 4 juillet 2010	Tarif blanc (indice 100) du 5 juillet au 22 août 2010	Tarif rouge (indice 120) du 23 août au 19 décembre 2010	Tarif blanc (indice 100) du 20 décembre au 31 décembre 2010
---	---	--	--	--

- La période **TARIF BLANC** est valable du 1^{er} janvier au 7 mars 2010, du 5 juillet au 22 août 2010 et du 20 au 31 décembre 2010.
- La période **TARIF ROUGE** est valable du 8 mars 2010 au 4 juillet 2010 et du 23 août au 19 décembre 2010.

Pour chaque période, les tarifs valables sont ceux indiqués dans le document « Tarifs IP France 2010 » accessible sur le site www.ipfrance.fr.

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

Indices de format

Format en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
Indice tarifaire en %	50	60	75	85	95	100	125	150	170	180	200	220

- Le format des messages livrés doit strictement respecter la durée réservée. Pour tout autre format, nous consulter.

Conditions d'emplacement

- **Hors écran** : **+30%**
(Service accessible sur RTL, sous réserve de validation de l'antenne – Hors prime du matin RTL)
 - **Tête d'écran (T1)** : **+25%**
 - **Emplacement spécifique** : choix de la position dans l'écran : **+25%**
 - **Emplacement préférentiel de rigueur** : **+20%**
T1, T2, F1 sur RTL
T1, T2, T3, F1 sur RTL2 national ou FUN Radio national
 - **Exclusivité sectorielle dans l'écran** (service accessible uniquement sur RTL) :
Niveau Famille TNS Media Intelligence : **+50%**
Niveau Groupe TNS Media Intelligence : **+30%**
La majoration s'entend par écran. La famille ou le groupe TNS MEDIA INTELLIGENCE du produit devra être précisé au moment de la réservation.
 - **2 messages d'un même produit dans le même écran** : **+20%**
sur le message ayant le format le plus court
 - **Annonces multiples** : citation de 2 annonceurs ou plus dans le même message : **+25 %**
La majoration ne s'applique pas dans les cas suivants :
- Les campagnes du secteur de la grande distribution citant exclusivement une ou plusieurs marques de produits en promotion dans leurs magasins (sans argumentation ou présentation produit).
- Les campagnes jeux ou concours citant la ou les marques des gains offerts (sans argumentation ou présentation produit).
- NB : Les majorations d'emplacement s'appliquent sur le BRUT TARIF en vigueur de la station choisie au moment de la réservation.

CONDITIONS COMMERCIALES

L'ensemble des conditions décrites ci-dessous s'applique aux dispositifs achetés sur les stations commercialisées par IP France en 2010 sur la base des tarifs bruts, des tarifs écrins, des tarifs First Music. Ces conditions ne s'appliquent pas aux dispositifs achetés sur RTL-L'ÉQUIPE ou sur la base des offres "Podcasts IP" et/ou "Players RTLnet".

Dégressif de Volume

■ **Le dégressif de volume est déterminé par le chiffre d'affaires net avant cumul de mandats** généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur **l'ensemble des stations commercialisées par IP France** (RTL – RTL2 National - FUN Radio National) entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010.

■ **Le dégressif de volume** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant généré par l'achat en espace classique de cet annonceur, hors produits et offres commerciales, sur **l'ensemble des stations commercialisées par IP France** (RTL – RTL2 National - FUN Radio National) entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010.

Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre IP et l'annonceur dès l'investissement du premier euro.

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

PALIERS DE CA NET EN K€uros		TAUX DE DEGRESSIF VOLUME AU PREMIER €uro
Moins de	50 K€	-12%
A partir de	50 K€	-13%
A partir de	100 K€	-14%
A partir de	200 K€	-16%
A partir de	500 K€	-18%
A partir de	1 000 K€	-21%
A partir de	1 500 K€	-24%
A partir de	2 500 K€	-27%
A partir de	3 500 K€	-28%
A partir de	5 000 K€	-29%
A partir de	7 500 K€	-30%
A partir de	10 000 K€	-31%

base de référence : chiffre d'affaires net avant cumul de mandats
base d'application : chiffre d'affaires brut payant (cf. "Définitions" page 4)

PRIMES ADDITIONNELLES (HORS DEGRESSIF DE VOLUME) : les primes décrites ci-dessous s'additionnent entre elles. Le total cumulé de ces primes s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume.

Prime New Business

■ La prime **new business** s'applique à tout annonceur ou à toute marque* absent(e) des stations IP France en 2009* et présent(e) sur au moins une station IP France en 2010*.

■ Cette prime de **-10%** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par l'achat en espace classique de cet annonceur entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010 sur l'ensemble des stations IP France (RTL et/ou RTL2 National et/ou FUN Radio National).

* cf. "Définitions" page 4.

Prime de Progression

■ La **prime de progression du chiffre d'affaires net avant cumul de mandats** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur **les stations commercialisées par IP France** (RTL et/ou RTL2 National et/ou FUN Radio National) entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010.

Tout engagement devra faire l'objet d'une notification écrite sous la forme d'une lettre d'engagement à IP par l'annonceur dès l'investissement du premier €uro (modèle disponible sur le site www.ipfrance.fr).

Cette prime de progression est déduite chaque mois sur facture et s'applique selon les barèmes suivants :

PRIME DE PROGRESSION AU PREMIER EURO					
PALIERS DE PROGRESSION DU CA NET AVANT CM EN KEUROS	PALIERS DE PROGRESSION DU CA NET				
	5% et plus	10% et plus	20% et plus	30% et plus	40% et plus
Moins de 200 K€			-5%	-7%	-8%
A partir de 200 K€		-5%	-7%	-8%	-10%
A partir de 500 K€	-5%	-7%	-8%	-10%	-12%
A partir de 1000 K€	-7%	-8%	-10%	-12%	
A partir de 3500 K€	-8%	-10%		-12%	
A partir de 5000 K€	-10%			-12%	

base de référence : chiffre d'affaires net avant cumul de mandats (CM)
base d'application : chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume (cf. "Définitions" du CA brut payant page 4)

N.B 1 : La progression du chiffre d'affaires net avant CM sera calculée entre le chiffre d'affaires net avant CM d'un annonceur consolidé du 1^{er} janvier au 31 décembre 2010 par rapport au chiffre d'affaires net avant CM consolidé, de ce même annonceur, du 1^{er} janvier au 31 décembre 2009 sur les périmètres IP 2009 et 2010 (voir définitions des périmètres IP France page 4).

N.B 2 : En fin d'année, si l'engagement de progression, tel que défini dans la lettre d'engagement de progression, n'est pas respecté, il sera procédé à la facturation du différentiel entre les conditions indûment octroyées par la lettre d'engagement et les conditions tarifaires applicables dans le cadre des conditions générales de vente IP France 2010.

Prime de Part de Marché

■ La prime **de Part de Marché** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur **l'ensemble des stations commercialisées par IP France en 2010***.

Cette prime est applicable en contrepartie d'un engagement écrit préalable de part de marché de l'annonceur.

Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre IP et l'annonceur dès l'investissement du premier Euro.

■ La part de marché prise en compte dans le calcul de la prime sera la part de marché nationale brute investie sur **les stations commercialisées par IP France en 2010*** sur la période spécifiée dans l'engagement. Cette part de marché est la part de marché nationale mesurée par TNS Media Intelligence sur la base des 19 stations de radios ou couplages référencés dans la base de calcul (RTL, FUN Radio, RTL2, Europe 1, RFM, Virgin Radio, GIE Les Indépendants, Sud + Wit, NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire & Chansons, MFM, RMC, BFM, Skyrock, Radio Classique, France Inter, France Info).

■ **La prime de Part de Marché** s'applique en fonction de 2 catégories de produits déterminées par la nomenclature produite par TNS Media Intelligence. Cette prime est déduite chaque mois sur facture et s'applique selon le barème suivant :

	Paliers de Part de marché	
	A partir de 35%	A partir de 40%
Catégorie A	-6%	-7%
Catégorie B		-6%

■ Les **catégories** de produits ont été classées par familles selon la nomenclature TNS Media Intelligence 2010 et sont définies comme suit :

Catégorie A	Catégorie B
2 - ALIMENTATION	1 - BOISSONS
4 - HABILLEMENT ACCESSOIRES TEXTILES	7 - APPAREILS MENAGERS
8 - AMEUBLEMENT DECORATION	12 - VOYAGE-TOURISME
9 - ENTRETIEN	19 - AGRICULTURE JARDINAGE
10 - HYGIENE BEAUTE	21 - IMMOBILIER
11 - AUTOMOBILE TRANSPORT	26 - SANTE
13 - ENERGIE	50 - INFORMATIQUE BUREAUTIQUE
14 - ETS FINANCIERS ASSURANCE	55 - BATIMENT TRAVAUX PUBLICS
15 - ENSEIGNEMENT FORMATION	70 - INDUSTRIE
16 - EDITION	
17 - DISTRIBUTION	
18 - SERVICES	
22 - PUBLICITE FINANCIERE	
23 - CORPORATE	
30 - AUDIOVISUEL PHOTO CINEMA	
32 - CULTURE & LOISIRS	
33 - INFORMATION MEDIA	
49 - TELECOMMUNICATIONS	

Toute autre famille non indexée dans le tableau ci-dessus sera classée par défaut dans la catégorie A

* cf. "Définitions" page 4.

Prime de co-référencement

■ La prime de **co-référencement** s'applique à tout annonceur référençant sur une même campagne l'ensemble des stations IP France en 2010 (RTL et RTL2 National et FUN Radio National) avec au minimum 15% des investissements nets de la campagne sur la station la moins investie.

■ Cette prime de **-3%** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par l'achat en espace classique de cet annonceur sur ladite campagne sur l'ensemble des stations IP France 2010 (RTL et RTL2 National et FUN Radio National).

Conditions d'application des dégressifs et des primes

■ Le dégressif de volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant. L'ensemble des autres primes s'additionne entre elles. Le total de ces primes s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume. Le montant total cumulé des dégressifs et primes est plafonné à **-45%**.

■ Les primes et dégressifs ne sont pas applicables aux campagnes achetées sur RTL-L'ÉQUIPE, sur les PLAYERS RTLnet ou sur la base des tarifs podcasts.

■ Les offres commerciales :

- ne donnent pas droit au dégressif volume, et leurs CA bruts payants ne rentrent pas dans l'assiette de dégressif volume sauf explicitement précisé dans les modalités d'achat de ladite offre.
- ne se cumulent pas entre elles.
- donnent droit au cumul de mandats.
- sont applicables à condition d'être précisées au moment de la réservation d'espace. Tout changement d'offres ou de services entraînera la refonte totale du dispositif, en fonction des disponibilités en vigueur le jour du changement.

Conditions 'Collectives et Campagnes Gouvernementales'

Les campagnes "collectives" et "gouvernementales" bénéficient d'un abattement de **-45%** sur le brut tarif. Ces campagnes ne peuvent pas bénéficier d'autres conditions commerciales hormis le cumul de mandats.

Cumul de mandats

Une remise de cumul de mandats de **-3%** s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant réalisé entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010 abattu du dégressif volume et des primes figurant dans les présentes conditions générales de vente réalisé sur l'ensemble des stations d'IP France.

Bénéficient de la remise pour cumul de mandats toutes les campagnes payantes, hors dédit, facturées sur IP France et IP Régions, achetées par l'intermédiaire de tout mandataire regroupant au moins deux mandats d'annonceurs – dont le 2^e mandat ne peut être inférieur à 1 000 Euros net avant cumul - et assurant notamment :

- le regroupement de l'achat d'espace
- le regroupement de la gestion des ordres
- l'expertise média

Attestation de mandat

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

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

L'acheteur/mandataire doit valider avec IP France le code TNS Media Intelligence de l'ensemble de ses produits.

Lettres d'engagement

Tout annonceur a la possibilité de bénéficier de l'application dès le premier Euro investi des remises commerciales qui pourront être déduites sur facture sur la base d'un engagement écrit et préalable de l'annonceur ou de son mandataire (modèles de lettres d'engagement disponibles sur le site www.ipfrance.fr)

Éléments techniques

Tous les éléments techniques (CD audio, fichiers WAV fréquence 48 K ou 44.1 K échantillonnés en 16 bits minimum, fichiers mp3 en 256 Kbps minimum, textes, plannings) doivent parvenir à IP France **AU MINIMUM TROIS JOURS OUVRABLES** avant la date de diffusion du premier message.

Pour les **podcasts**, tous les éléments techniques (fichiers sonores en format wav et en format mp3 encodés en 128 Kbit en mono et en 44 Khz) doivent parvenir à IP France **AU MINIMUM TROIS JOURS OUVRABLES** avant la date de mise en ligne du podcast sponsorisé.

Pour les **players**, tous les éléments techniques (fichiers sonores de 10 secondes maximum en format wav) doivent parvenir à IP France **AU MINIMUM TROIS JOURS OUVRABLES** avant la date de mise en ligne du player sponsorisé.

Le non respect de ces délais dégage la responsabilité d'IP France en cas de non diffusion ou mauvaise diffusion du message.

Dates d'option et délais d'annulation

■ **Pour toutes les campagnes classiques** réservées sur la base des tarifs publiés par IP France en 2010 (à l'exception des podcasts et des players RTLnet), une date d'option figure sur chaque réservation de planning. Si la confirmation de la campagne n'intervient pas dans ce délai, IP France se réserve le droit de disposer des emplacements optionnés.

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

Toute modification ou annulation d'ordre, même partielle, devra être formulée par courrier, fax ou courriel, au plus tard 5 jours ouvrables avant la date de diffusion prévue. Pour toute modification ou annulation parvenue postérieurement à ce délai, une somme correspondant à 20% du prix net du message annulé ou modifié sera due par l'annonceur.

■ **Pour les opérations spéciales, le sponsoring, le partenariat, et pour les dispositifs achetés en podcasts ou sur les players RTLnet**, toute modification ou annulation devra être formulée par courrier, fax ou courriel au plus tard 35 jours ouvrables avant la date de démarrage de la campagne.

Pour toute modification ou annulation intervenant entre 35 et 15 jours avant le premier jour de démarrage de la campagne, une somme correspondant à 50% du montant net des messages annulés ou modifiés sera due par l'annonceur.

Pour toute modification ou annulation intervenant à moins de 15 jours du premier jour de démarrage de la campagne, une somme correspondant à 100% du montant net des messages annulés ou modifiés sera due par l'annonceur.

Dans le cadre de la mise en place du projet Radioscan, IP France se réserve le droit, sur l'agglomération d'Angers, de modifier un dispositif à des fins de tests et d'études.

EXEMPLE D'APPLICATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE IP FRANCE 2010

Caractéristiques de l'annonceur et de sa campagne :

- Annonceur présent sur les stations IP France en 2009, communiquant sur une nouvelle marque en 2010
- Investissements nets IP 2010 : 210 000 €uros net avant cumul de mandats (périmètre national)
- Stations IP référencées : RTL + RTL2 + FUN Radio.
- Progression de l'investissement net IP 2010 vs IP 2009* : +15%
- Engagement de Part de marché brute IP sur le produit : 35%.

Famille d'appartenance de la campagne : catégorie A [TNS Media Intelligence 2-Alimentation]

* Périmètres IP 2009 et 2010 : se référer au chapitre "Définitions" page 4.

Taux de remise CGV IP 2010 sur cet annonceur :

Dégressif Volume [DV] : -16%

Primes additionnelles :

Prime de co-référencement : -3%

Prime de progression : -5%

Prime new business : -10%

Prime de part de marché : -6%

Total des primes additionnelles : -24%

Calcul du total du dégressif et des primes avant cumul : **-36,2%** $[((1-DV)*(1-somme\ des\ primes))-1]$

Montant net avant CM : 210 000 €uros

Montant brut payant correspondant : 328 947 €uros

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2010

1. Acceptation des conditions de vente

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

2. Relations avec les tiers

Nos ventes sont faites directement à un annonceur ou par l'intermédiaire de son mandataire dans le cadre d'un contrat écrit de mandat, renouvelable chaque année. L'annonceur s'engage à nous informer des éléments du contrat de mandat qui ont un effet sur la réalisation de nos prestations (mandat à durée déterminée, limitation des missions...). L'annonceur ou le mandataire doivent nous avertir de la fin de ce mandat un mois jour pour jour avant la date d'effet par lettre recommandée avec accusé de réception.

3. Responsabilité

Les diffusions sont faites sous la responsabilité de l'annonceur ou de son mandataire et doivent être en règle avec les lois existant en France, dans le pays d'émission des stations et avec les recommandations de l'A.R.P.P. Les stations et la régie sont déchargées de toute responsabilité à ce sujet. Tout préjudice subi par les stations ou la régie, en la matière, fera l'objet de poursuites en dommages et intérêts.

4. Commandes - Ordres de publicité

La diffusion d'une publicité ou d'une campagne est soumise à la réception préalable directement par la régie d'une commande ou ordre de publicité dûment signé et portant le cachet de l'annonceur ou de son mandataire. Les stations sont libres de refuser tout ordre de publicité sans avoir à en donner le motif. La régie se réserve le droit de refuser une diffusion dont la nature, le texte ou la présentation serait contraire à l'esprit et/ou l'intérêt des stations ou tout ordre où le crédit de l'annonceur apparaîtrait douteux. L'ordre souscrit par un annonceur ou pour son compte lui est strictement personnel et ne peut être cédé, même partiellement. L'annonceur dont le produit fait l'objet d'une campagne publicitaire doit obligatoirement être l'annonceur facturé.

5. Confirmations de commande - délai d'option

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

6. Règles d'insertion

Les éléments techniques doivent être envoyés directement à la régie qui se charge des insertions à l'antenne, conformément à la législation en vigueur et aux conditions générales des supports. La remise des textes ou des enregistrements doit être effectuée dans des délais et avec des normes spécifiques à chaque support et indiqués dans les tarifs ou documents techniques des supports. Dans le cas de non-respect de ces délais et de ces normes, la régie et les stations déclinent toute responsabilité quant à l'exécution totale ou partielle de l'ordre ou quant au retard de démarrage des campagnes, les espaces prévus initialement restant toutefois facturés selon les termes et conditions de la confirmation de commande.

7. Prestations spéciales – Opérations spéciales (OPS)

Les emplacements de rigueur, les lectures en direct, la répétition dans le même quart d'heure, les annonces multiples, les publicités multi-annonceurs et les demandes d'exclusivité de secteur d'activité, de marchés ou de produits, les emplacements éventuellement disponibles dans la semaine précédant la date de remise des éléments techniques (bouclage) ... font l'objet de conditions particulières précisées dans les tarifs de chaque support ou de chaque offre commerciale ou communiquées à chaque demande. Quel que soit le support, les emplacements de rigueur ne seront appliqués et facturés que si la mise à l'antenne le permet. Dans le cas d'emplacement dit de bouclage, il ne peut y avoir d'emplacement de rigueur ni de garantie d'émission ou de mise en place. Les opérations spéciales (OPS) font l'objet de conditions générales de ventes spécifiques disponibles dans le catalogue des OPS ou sur demande.

8. Modification - report - annulation des ordres

Les demandes de modification, de report, ou d'annulation ne peuvent être faites que par écrit et ne prendront effet qu'après accusé de réception par la régie. Toute modification fait l'objet d'une nouvelle proposition de plan de campagne ou confirmation de commande dans les conditions définies dans les articles ci-dessus. Dans la limite des possibilités de réalisation, ces demandes feront l'objet d'un dédit dont les conditions et les montants sont spécifiés dans les tarifs des supports. **En ce qui concerne les campagnes classiques**, aucune de ces demandes ne pourra être acceptée 5 jours ouvrables en radio avant le jour de mise en place de la publicité. Pour toute modification ou annulation parvenue postérieurement à ce délai, une somme correspondant à 20% du prix net du message annulé ou modifié sera due par l'annonceur. **En ce qui concerne les opérations spéciales**, le sponsoring et le partenariat, toute modification ou annulation devra également être formulée par courrier, fax ou e-mail. Pour toute modification ou annulation intervenant entre 35 et 15 jours avant le premier jour de démarrage de la campagne, une somme correspondant à 50% du montant net des messages annulés ou modifiés sera due par l'annonceur. Pour toute modification ou annulation intervenant à moins de 15 jours du premier jour de démarrage de la campagne, une somme correspondant à 100% du montant net des messages annulés ou modifiés sera due par l'annonceur.

9. Exécution des ordres

Si les autorisations administratives nécessaires étaient retirées aux stations, l'ordre serait annulé de plein droit, les diffusions et emplacements déjà réalisés étant cependant facturés. Les stations peuvent être amenées, même après avoir accepté un texte publicitaire, à en exiger la suppression si les circonstances ayant permis son acceptation étaient modifiées. Les emplacements, dates et heures de diffusion ou d'emplacement de la publicité sont donnés à titre indicatif. Les stations peuvent être amenées à les modifier en fonction des exigences du programme ou à la suite de circonstances indépendantes de leur volonté. Si cela est possible et dans les meilleurs délais, une nouvelle proposition de plan de campagne sera faite à l'annonceur ou à son mandataire dans les conditions définies dans les articles ci-dessus. L'insertion hors date, le non respect des horaires ou d'emplacement ne sauraient engager la responsabilité de la station, ou de la régie. Le défaut de diffusion ou d'emplacement d'un ou plusieurs messages ne donnera droit à aucune indemnité, ne dispensera pas du paiement des messages diffusés ou insérés, et n'interrompra pas les accords en cours. Les stations et la régie dégagent toutes responsabilités des conséquences d'erreurs ou d'omissions dans les émissions ou emplacements quelles qu'en soient la nature ou les origines.

10. Retour des éléments techniques - utilisation

Les éléments techniques de diffusion ou de mise en place pourront être retirés par l'annonceur ou son mandataire à ses frais, dans un délai d'un mois maximum à compter du dernier message de la dernière diffusion ou du dernier jour de mise en place. Passé ce délai, les stations et la régie déclinent toute responsabilité en cas de perte ou de détérioration de ces éléments et aucune demande de restitution ne sera recevable.

La commande ou l'ordre de publicité donne aux supports ou à la régie, relativement aux messages qui en font l'objet, le droit de reproduire, de présenter, de faire écouter et de réaliser la pige desdits messages en vue de leur communication pour une information professionnelle de leurs clients selon les procédés et l'usage en la matière.

11. Facturation

Nos ventes sont faites aux conditions tarifaires en vigueur le jour de la diffusion ou de la parution. Nos factures prennent effet à la même date. Elles sont adressées à l'annonceur. Le mandataire éventuel en reçoit une copie. L'envoi de la facture définitive détaillée vaut compte-rendu d'exécution de diffusion ou de parution au titre de l'article 23 de la loi du 29 janvier 1993.

12. Tarifs

Nos prix sont établis pour paiement comptant. Nos tarifs sont hors taxes et la TVA sera comptée en sus et tout nouvel impôt ou taxe sera à la charge de nos clients. Nos tarifs sont révisables à tout moment avec un préavis fixé pour chaque support. Les nouveaux tarifs sont applicables aux contrats en cours et seront dans ce cas soumis à l'acceptation des clients. Les prix pratiqués peuvent éventuellement dépendre de l'importance de la commande. En conséquence en cas de minoration d'une commande ferme, nous nous réservons le droit d'augmenter le prix facturé. L'exécution d'une commande à un prix convenu ne nous oblige nullement à exécuter les commandes suivantes aux mêmes conditions.

13. Réduction de prix

Des réductions de prix peuvent être pratiquées au bénéfice des annonceurs sur la base de critères quantitatifs ou qualitatifs modifiables par période. Les éléments de réduction de prix (durée, quantités,...) figurent dans nos tarifs. Les factures non payées le jour de l'échéance, ne pourront être prises en compte pour la détermination de la base de calcul des remises commerciales ou de toute autre condition accordée.

14. Exigibilité

Le montant des factures est toujours exigible au lieu du siège social de la société émettrice de la facture. Nous ne renonçons nullement à ce droit quand nous faisons une traite sur l'acheteur. Nous avons seuls qualité pour percevoir le montant des factures que nous avons établies.

15. Litiges

Les réclamations, quelle qu'en soit la nature ne seront reçues que par écrit et dans un délai maximum de 15 jours après la date de la facture. En cas de désaccord sur une partie de nos factures (litiges, attente d'avoir...), l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer, sans aucun retard, la partie non contestée de la facture. Les factures qui feront l'objet d'un litige total ou partiel, ne pourront être prises en compte pour la détermination de la base de calcul des remises commerciales ou de toute autre condition accordée.

16. Conditions de règlement des ventes en France

L'annonceur est responsable du paiement des ordres passés par lui ou pour son compte par un mandataire. Sauf pour les ventes de certaines prestations, qui font l'objet de règlements anticipés, les factures sont réglables dans un délai de trente jours fin de mois, le 10 du mois suivant. Le délai contractuel peut déroger à ces conditions de règlement en fonction de la situation particulière de l'annonceur. En cas de paiement par traite celle-ci doit nous parvenir signée, acceptée et domiciliée dans un délai maximum de 10 jours suivant la date de facturation. En cas de paiement par chèque ou par virement le client fera le nécessaire pour que les fonds soient à la disposition du régisseur le jour de l'échéance.

17. Conditions de règlement des ventes à l'étranger

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

18. Modifications des conditions de paiement

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

19. Paiements anticipés

Les paiements anticipés sont ceux faits avant la date d'échéance de la facture. Ils font l'objet d'un escompte au taux de trois pour cent l'an, soit 0.25 % par mois d'anticipation. Les conditions d'escompte sont précisées sur la facture adressée aux annonceurs.

20. Défaut de paiement - Déchéance du terme - Pénalités

De convention expresse, le défaut de paiement à l'échéance fixée, quel que soit le mode de règlement, rend immédiatement exigible la totalité de nos créances même non échues. Des pénalités de retard seront calculées, à un taux annuel égal au taux de la Banque Centrale Européenne (BCE) majoré de 10 points, sans pouvoir être inférieures à trois fois le taux d'intérêt légal, sur les créances ci-dessus indiquées, auxquelles s'ajouteront les frais de justice éventuels. Le défaut d'acceptation d'une traite équivaut à un refus de paiement. A cet égard, ne constitue pas un paiement au sens de la présente disposition, la remise d'une traite ou d'un titre créant l'obligation de payer. En cas de non paiement, la remise du dossier au contentieux entraînerait d'office une majoration forfaitaire de 20% du montant impayé pour non respect de l'obligation contractuelle.

21. Contestations - attribution de compétence

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

Ventes ETRANGER

Les parties conviennent expressément de soumettre la vente aux dispositions de la loi française. Toutes contestations, difficultés d'exécution ou d'interprétation de la vente sont de la seule compétence des tribunaux français. Il est fait attribution de compétence au Tribunal de Commerce de Paris, sauf dans le cas où les parties seraient d'accord pour recourir à un arbitrage.

