



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE D'ESPACES PUBLICITAIRES

En vigueur au 1er janvier 2024

1. Définitions

Pour l'application des présentes conditions générales de vente, les termes suivants, qu'ils soient utilisés au singulier ou au pluriel, ont, lorsqu'ils sont assortis d'une majuscule, le sens et la portée ci-après définis :

M Publicité : Société anonyme au capital de 6 675 390 €, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro 334 181 708, ayant son siège social 67-69, avenue Pierre Mendès-France, 75013 Paris, dont l'activité est notamment la Régie publicitaire.

Sous-Régie de M Publicité : personne morale agissant en son nom mais pour le compte de M Publicité, à titre exclusif ou non, pour assurer la Régie publicitaire auprès d'une clientèle spécifique et/ou dans une zone géographique donnée. La liste des Sous-Régies de M Publicité est disponible sur demande auprès de celle-ci.

Régie publicitaire : Promotion et commercialisation des Espaces publicitaires d'un Support.

Espace publicitaire : Espace réservé à la Publicité au sein d'un Support.

Support : Toute publication imprimée ou digitale ainsi que toute production sonore ou audiovisuelle de l'Éditeur, qui comporte des Espaces publicitaires dont M Publicité assure la Régie publicitaire, directement ou par l'intermédiaire d'une Sous-Régie. La liste des Supports est disponible sur le site <https://mpublicite.fr>.

Éditeur : Société qui édite un Support et qui en a confié la Régie publicitaire à M Publicité.

Annonceur : Personne physique ou morale qui achète, directement ou par l'intermédiaire d'un Mandataire, des Espaces publicitaires auprès de M Publicité afin de réaliser une Campagne publicitaire.

Mandataire : Toute personne physique ou morale agissant au nom et pour le compte d'un Annonceur, en vertu d'un contrat écrit de mandat d'achat d'espace publicitaire.

Conditions générales de vente : Le présent document, complété des spécifications techniques et des tarifs applicables pour chacun des Supports. Ces trois documents forment un tout indissociable et indivisible. Seule fait foi la version en vigueur des Conditions générales de vente publiée sur le site de M Publicité et disponible à l'adresse suivante : <https://mpublicite.fr>.

Proposition commerciale : Offre spécifique définissant les conditions d'achat d'Espaces Publicitaires et/ou de Prestations techniques proposées par M Publicité à un Annonceur et/ou son Mandataire pour une Campagne publicitaire ou une Opération spéciale définie. Une Offre commerciale s'entend toujours sous réserve de disponibilité des Espaces publicitaires sur les Supports au moment de la validation par M Publicité de l'Ordre d'insertion.

Prestations techniques : prestations de services fournies par M Publicité à un Annonceur en complément ou non d'un achat d'Espaces publicitaires, telles que notamment la conception, la

réalisation et/ou la mise en œuvre de contenus (textes, infographies, vidéos, etc.) ou de supports (imprimés, sites web, etc.).

Ordre d'insertion : Expression formelle par l'Annonceur et/ou son Mandataire de son acceptation de la Proposition commerciale émise par de M Publicité. L'Ordre d'insertion n'est effectif qu'après sa validation par M Publicité. On parle d'**Ordre d'insertion pour frais techniques** lorsqu'un Ordre d'insertion ne vise que des Prestations techniques.

Contrat : lien juridique entre M Publicité, ou le cas échéant l'une de ses Sous-Régies, et l'Annonceur, constitué par les Conditions générales de vente et l'Ordre d'insertion, qui forment ensemble un tout indissociable et indivisible.

Campagne publicitaire : diffusion, unique ou multiple, dans les Espaces publicitaires des Supports :

- D'un ou plusieurs messages publicitaires en faveur de l'Annonceur, de ses activités, ses produits ou services, d'un événement auquel il s'associe ;
- D'un ou plusieurs messages non publicitaires (appel aux dons par exemple)
- D'un ou plusieurs messages d'intérêt général.

Opération spéciale : dispositif publicitaire conçu sur mesure par M Publicité pour un Annonceur, composé de Prestations techniques et/ou d'une Campagne publicitaire.

2. Application, opposabilité et modification des Conditions générales de vente

La souscription d'un Ordre d'insertion par un Annonceur ou son Mandataire, y compris par l'intermédiaire de l'une des Sous-Régies de M Publicité, implique l'acceptation pleine et sans réserve des Conditions générales de vente. Toute condition dérogatoire ou contraire à l'une quelconque des stipulations des Conditions Générales de Vente posée par un Annonceur et/ou son Mandataire, figurant notamment dans leurs propres bons de commande et/ou dans leurs conditions générales d'achat, sera inopposable à M Publicité, sauf acceptation préalable, expresse et écrite de sa part.

Compte tenu notamment des impératifs légaux, commerciaux, techniques ou organisationnels, des pratiques et usages de la profession auxquels elle est assujettie, ainsi que d'éventuelles contraintes de marché, M Publicité se réserve la faculté de modifier à tout moment tout ou partie des documents constituant les Conditions générales de vente.

A l'exception des modifications consécutives à des dispositions légales ou réglementaires d'application immédiate, les modifications des Conditions générales de vente par M Publicité seront applicables à tout Ordre d'insertion formellement accepté par l'Annonceur et/ou son Mandataire postérieurement à la date de prise d'effet desdites modifications, ainsi qu'à tout Ordre d'insertion confirmant une Offre commerciale établie plus d'un mois avant l'entrée en vigueur de la nouvelle version des Conditions générales de vente.

Commenté [SG1]: Il me semble que cette définition n'est pas appropriée pour les activités hors-média de la régie. Avons-nous des CGV distinctes pour ces activités ?

M Publicité se réserve la possibilité de compléter et/ou de déroger aux Conditions générales de vente dans le cadre d'opérations promotionnelles ou de certaines opérations spécifiques.

3. Modalité de Commercialisation et d'achat des Espaces publicitaires

3.1 Rôle de M Publicité

M Publicité, le cas échéant par l'intermédiaire d'une Sous-régie, est seule habilitée à :

- Émettre les Propositions commerciales relatives aux Espaces publicitaires ou des Opérations spéciales.
- Valider les Ordres d'insertion adressés par l'Annonceur et/ou son Mandataire ;
- Facturer les Ordres d'insertion et en encaisser le montant auprès de l'Annonceur et/ou de son Mandataire ;

Et ce, pour l'ensemble des modes de commercialisation des Espaces Publicitaires ou des Opérations spéciales sur le(s) Support(s).

3.2 Demande de réservation et Offre commerciale

Toute demande de réservation d'Espace publicitaire adressée à M Publicité par l'Annonceur et/ou son Mandataire doit préciser les Supports concernés, les formats et la période de diffusion souhaitée ainsi que la marque du produit ou du service objet du message publicitaire.

Sur la base de cette demande, M Publicité ou l'une de ses Sous-Régies, adresse à l'Annonceur et/ou son Mandataire une Proposition commerciale qui précise le prix des prestations demandées par l'Annonceur et/ou son Mandataire, les éventuels frais complémentaires, remises et dégressifs et conditions particulières applicables. Toute condition particulière dérogatoire aux Conditions générales de vente est clairement spécifiée comme telle dans l'Offre commerciale et n'est valable que dans le cadre de celle-ci.

3.3 Demande de réalisation d'une Opération spéciale

Toute demande de réalisation d'une Opération spéciale fait l'objet d'une proposition sur mesure de la part de M Publicité sur la base des informations fournies par l'Annonceur et/ou son Mandataire.

M Publicité ou l'une de ses Sous-Régies adresse à l'Annonceur et/ou son Mandataire une Proposition commerciale qui précise le prix des Prestations techniques d'une part et de la Campagne publicitaire d'autre part, ainsi que les éventuels frais complémentaires, remises et dégressifs et conditions particulières applicables. Toute condition particulière dérogatoire aux Conditions générales de vente est clairement spécifiée comme telle dans l'Offre commerciale et n'est valable que dans le cadre de celle-ci.

3.3 Ordre d'insertion

Tout achat d'Espace publicitaire sur les Supports commercialisés par M publicité ou d'Opération spéciales fait l'objet d'un Ordre d'insertion de la part de l'Annonceur et/ou son Mandataire, sur la base de la Proposition commerciale qui lui a été adressée. L'Ordre d'insertion doit être adressé au moins 3 jours ouvrés avant la date prévue pour le début de la Campagne publicitaire.

S'agissant d'un Ordre d'insertion pour frais techniques, il doit être adressé par l'Annonceur et/ou son Mandataire dans les conditions et délais précisées par M Publicité dans sa Proposition commerciale.

L'Ordre d'insertion doit prendre la forme d'un écrit signé par l'Annonceur et/ou son Mandataire et porter la mention « *bon pour accord* » authentifiée par l'apposition du tampon de l'Annonceur et/ou de son Mandataire ou de toute autre manifestation jugée non équivoque par M Publicité de la volonté de l'Annonceur et/ou de son Mandataire. M Publicité est libre de refuser tout Ordre d'insertion ne répondant pas aux conditions formelles précitées.

Si, à titre exceptionnel, M Publicité accepte d'exécuter un Ordre d'insertion ne répondant pas aux conditions de forme précitées, elle ne pourra en tout état de cause, être tenue responsable au titre de son exécution. L'Annonceur et/ou son Mandataire renonce expressément à en contester l'exécution et le paiement.

Pour être exécutable, tout Ordre d'insertion doit être formellement confirmé par M Publicité. En particulier, M Publicité se réserve la possibilité de refuser tout Ordre d'insertion émanant d'un Annonceur présentant des risques d'insolvabilité. M Publicité se réserve également le droit de refuser tout nouvel Ordre émanant d'un Annonceur présentant des retards de règlement pour de précédents Ordres d'insertion.

L'absence de confirmation d'un Ordre dans les délais prévus en Annexe des présentes Conditions Générales de Vente entraîne de plein droit la disponibilité de l'espace réservé qui pourra être attribué à un autre Annonceur.

3.4 Intervention d'un Mandataire

Conformément à la loi n 93-122 du 29 janvier 1993, dite Loi Sapin et dans le cas où l'Annonceur aurait mandaté un intermédiaire, M Publicité devra recevoir une attestation de mandat liant l'Annonceur et le Mandataire. Ce mandat est réputé à durée indéterminée et valable jusqu'à son interruption par l'Annonceur, ce dont M Publicité devra être informée. L'Annonceur s'engage à informer M Publicité des éléments déterminants du contrat de mandat qui sont susceptibles de produire un effet sur la réalisation des prestations confiées (périmètre, supports et produits concernés, nom ou dénomination sociale du payeur, etc.).

Si un Ordre d'insertion est souscrit au nom et pour le compte d'un Annonceur par un Mandataire, il doit impérativement être accompagné d'une attestation de mandat précisant l'étendue et la durée de sa mission.

L'Annonceur informe M Publicité en cas de modification ou de résiliation du mandat confié au Mandataire.

L'absence d'envoi d'attestation de mandat à M Publicité par l'Annonceur et/ou son Mandataire, de même que l'absence d'information sur une modification ou une résiliation de mandat, autorisent M Publicité de ne pas exécuter un Ordre d'insertion. En revanche, l'Annonceur ne peut s'en prévaloir pour contester l'exécution, le paiement et/ou l'opposabilité du Contrat à son égard.

En tout état de cause, l'Annonceur demeure tenu en toute circonstance des engagements pris en son nom par son Mandataire à l'égard de M Publicité.

3.5 Modification, suspension, annulation d'un Ordre d'insertion

L'Ordre d'insertion est personnel à l'Annonceur et lié à une Campagne publicitaire ou une Opération spéciale spécifique. Il ne peut être modifié sans l'autorisation de M Publicité et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'Annonceur et/ou son Mandataire au profit d'un tiers.

Les demandes d'annulation, suspension ou modification totales ou partielles d'un Ordre d'insertion ne sont reconnues comme telles que dans la mesure où elles sont faites par écrit et sous réserve de réception des avis d'annulation, suspension ou modification par M Publicité dans les délais mentionnés en annexe des présentes Conditions générales de vente.

Toute demande intervenant après le délai applicable donne lieu à la facturation automatique d'un dédit correspondant à 100% du montant de l'Ordre d'insertion initial. L'Espace publicitaire rendu disponible le cas échéant sera remis à la disposition de M Publicité.

De même, toute demande d'annulation, suspension ou modification totales ou partielles, après validation et acceptation, d'un Ordre d'insertion concernant une date parution comprise entre le 8 juillet et le 9 septembre inclus, donne lieu à la facturation automatique d'un dédit correspondant à 100% du montant de l'Ordre d'insertion initial. L'Espace publicitaire rendu disponible le cas échéant sera remis à la disposition de M Publicité.

Une demande de modification ou de suspension totale ou partielle intervenant dans les délais autorisés mais portant sur un Ordre d'insertion d'ores et déjà validé par M Publicité, est susceptible de donner lieu à la facturation de frais de gestion de la part de M Publicité, outre la variation de tarifs de la Campagne publicitaire consécutive à la modification ou la suspension demandée.

En cas d'annulation ou modification par l'Annonceur d'un Ordre d'Insertion de frais techniques, l'Annonceur sera tenu de verser à M Publicité les dépenses et frais engagés par elle à la date d'annulation des prestations ainsi que les éventuels frais ou indemnités d'annulation exigés par M Publicité ou des prestataires ou sous-traitants. Ces sommes feront l'objet d'une facturation payable dans les conditions mentionnées à l'article 6.2 des présentes.

3.6 Droit de priorisation et droit de veto des Éditeurs

L'Annonceur et/ou son Mandataire reconnaît expressément que chaque Éditeur se réserve le droit de refuser, de reporter ou d'annuler purement et simplement une Campagne publicitaire, même en cours d'exécution :

- Si les événements de l'actualité le nécessitent ;
- S'il estime souverainement que la nature, le contenu ou la présentation d'une Campagne publicitaire est contraire à ses intérêts moraux ou commerciaux, ou en contradiction avec sa ligne éditoriale.

La responsabilité des Éditeurs et de M Publicité ne peut être recherchée à ce titre, ce qu'acceptent expressément l'Annonceur et/ou son Mandataire. Le refus d'un Éditeur ne peut être considéré comme une inexécution de ses obligations contractuelles par M Publicité, dont la seule obligation sera de rembourser à l'Annonceur et/ou son Mandataire les sommes éventuellement versées.

4. Modalités de livraison et contenu des campagnes

4.1 Délais de livraisons

Les éléments techniques nécessaires à la diffusion d'une Campagne publicitaire doivent impérativement être mis à disposition de M Publicité dans les délais et sous les formats mentionnés dans le document « Spécifications techniques » applicable au(x) Support(s) concerné(s) et disponible à l'adresse URL <https://mpublicite.fr>.

Le non-respect des spécificités techniques des Supports est un motif de rejet de tout ou partie d'une Campagne publicitaire. Le défaut, le retard et l'erreur de livraison des éléments techniques

libèrent M Publicité de toute responsabilité à l'égard de l'Annonceur et/ou son Mandataire et aucune indemnité de compensation ne pourra lui être réclamée. M Publicité facturera la totalité des Espaces publicitaires réservés sur l'Ordre d'insertion.

M Publicité n'est pas tenue de restituer les éléments techniques remis par l'Annonceur, même en cas d'annulation de la Campagne, ni de les conserver.

4.2 Conformité des messages publicitaires à la réglementation en vigueur

L'Annonceur s'assure de la licéité des messages de la Campagne publicitaire au regard de la réglementation applicable ainsi que de recommandation de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP). Les contenus constituant la Campagne publicitaire sont diffusés sous la seule responsabilité de l'Annonceur et de son Mandataire. Ces derniers garantissent en conséquence solidairement M Publicité contre toute plainte ou action ayant pour cause le contenu du message publicitaire diffusé sur les supports commercialisés par M Publicité, sa présentation, et généralement, l'exécution de l'Ordre d'insertion.

M Publicité se réserve le droit de refuser toute Campagne publicitaire qu'elle jugerait contraire :

- A la loi ou aux recommandations de l'ARPP
- A ses intérêts moraux et matériels, ainsi qu'à ceux des Éditeurs de ses Supports
- A ses critères de qualité
- A la ligne éditoriale des Supports
- Susceptible de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des lecteurs des Supports
- Faisant mention, directement ou indirectement, de ses concurrents ou de ses éditeurs.

Et ce, sans obligation d'en justifier les motifs.

M Publicité pourra également refuser toute publicité comparative faisant mention de tiers qui font partie de sa clientèle.

La responsabilité de M Publicité et/ou des Éditeurs ne pourra en aucun cas être recherchée en cas de refus d'une Campagne publicitaire fondée sur le présent article.

4.3 Propriété intellectuelle

L'Annonceur garantit qu'il est titulaire de l'intégralité des droits de propriété intellectuelle et industrielle ainsi que des droits de la personnalité permettant la diffusion de la Campagne publicitaire, et ce, pendant toute la durée et sur tout le territoire de diffusion de celle-ci.

L'Annonceur fait son affaire de toute autorisation préalable de tout ayant-droit (auteurs, producteurs, concepteurs, réalisateurs, éditeurs, interprètes) et de manière générale de toute autorisation de toute personne physique ou morale susceptible de faire valoir ses droits, éventuellement nécessaire à la reproduction et à la diffusion de la Campagne publicitaire et garantit M Publicité et les Éditeurs de ce chef.

L'Annonceur fera également son affaire de toute réclamation ou action engagée par toute personne physique ou morale qui estimerait avoir un droit à faire valoir ou qui s'estimerait lésée par la diffusion de la Campagne publicitaire, à quelque titre que ce soit.

5. Tarifs, conditions commerciales et remise professionnelle

Commenté [SG2]: Ajout de ce paragraphe spécifique relative à la période des JO 2024, le codir ayant rejeté l'hypothèse de le faire figurer sur les propositions commerciales

Les Ordres d'insertion relatif aux Campagnes publicitaires sont facturés sur la base du tarif hors taxes applicable au Support concerné, en vigueur au jour de l'établissement de la Proposition commerciale par M Publicité, ou si celle-ci a été établie plus d'un mois avant une modifications des tarifs dans les Conditions générales de vente, au jour de souscription de l'Ordre d'insertion par l'Annonceur et/ou son Mandataire.

Les tarifs susvisés comprennent à la fois les barèmes de prix des Espaces publicitaires, les remises et dégressifs applicables, ainsi que des frais facturables, étant précisé que lesdits frais ne bénéficient pas de remise ou dégressif quels qu'ils soient.

Les tarifs font partie intégrante des Conditions générales de vente. Ils sont communiqués sur demande et consultables sur le site <https://mpublicite.fr>.

M Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment ses tarifs et sa politique commerciale Les nouveaux tarifs seront applicables à tout Ordre d'insertion postérieur à leur entrée en vigueur ainsi qu'à ceux confirmant une offre commerciale établie plus d'un mois avant l'entrée en vigueur du nouveau tarif.

Lorsque M Publicité propose des offres promotionnelles, celles-ci s'entendent nettes fin d'ordre, c'est-à-dire toutes remises éventuelles déduites. Ces offres ont des périodes de validité limitées dans le temps et ne sont pas cumulables avec d'autres offres commerciales. Elles sont réservées aux Annonceurs ne bénéficiant pas de contrats annuels.

Les Ordres d'insertion relatifs à des Prestations techniques seront facturés conformément aux conditions commerciales convenues de gré à gré entre M Publicité et l'Annonceur et/ou son Mandataire.

6. Facturation, délais et modalités de paiement

6.1 Facturation

Les Ordres d'insertion sont facturés application faite des impôts et taxes en vigueur. L'original de la facture est transmis à l'Annonceur et, le cas échéant, une copie est adressée à son Mandataire. L'envoi de la facture définitive détaillée vaut compte-rendu d'exécution de diffusion au sens de l'article 23 de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 dite « Loi Sapin ».

L'Annonceur qui choisit de faire régler l'Ordre d'insertion par son Mandataire se porte, dans tous les cas, fort du paiement à bonne date des sommes revenant à M Publicité et s'engage à couvrir M Publicité de tout préjudice qu'elle pourrait subir résultant d'une défaillance du Mandataire, à charge pour l'Annonceur de se retourner contre son Mandataire dans les conditions légales. La remise du montant correspondant à la facture de M Publicité au Mandataire par l'Annonceur ne le libère pas vis-à-vis de M Publicité.

Le Mandataire est solidairement responsable du paiement de l'Ordre d'insertion avec l'Annonceur (par dérogation aux articles 1998 et suivants du Code Civil).

6.2 Délais et modalités de paiement

La publicité est payable à 45 jours fin de mois ou, le cas échéant, à toute autre date d'échéance indiquée sur la facture. Suivant l'importance ou la nature de la Campagne publicitaire à exécuter, qu'elle apprécie souverainement, M Publicité pourra demander le paiement, le cas échéant "à réception" d'une avance de 30 % du montant HT de l'Ordre d'insertion. Les factures émises par M Publicité sont payables au lieu de son principal établissement.

Tout retard de règlement par rapport aux échéances prévues entraînera :

- Le droit pour M Publicité de suspendre immédiatement l'exécution des Campagnes ou Opérations spéciales en cours

- L'exigibilité immédiate de toutes les sommes facturées restant dues et des Ordres d'insertion non encore facturés,
- Le droit pour M Publicité de demander le paiement comptant de tout nouvel Ordre d'insertion
- Conformément à l'article L441-10 du Code de Commerce, des pénalités de retard pourront être appliquées à un taux égal à trois (3) fois le taux de l'intérêt légal. En cas de recouvrement contentieux et/ou par l'intermédiaire d'une société spécialisée extérieure, tous les frais demeureront à la charge de l'Annonceur.

En aucun cas, les paiements qui sont dus à M Publicité ne peuvent être suspendus ni faire l'objet d'une quelconque réduction ou compensation sans l'accord écrit et préalable de la part de M Publicité.

Tout paiement entre les mains de M Publicité s'impute sur les sommes dues, quelle qu'en soit la cause, en commençant par celles dont l'exigibilité est la plus ancienne.

6.3 Réclamation et contestation

Toute réclamation, quelle qu'en soit la nature, doit être portée à la connaissance de M Publicité par lettre recommandée et dans un délai maximum de quinze (15) jours après la date de la facture. Passé ce délai aucune contestation ne sera plus recevable. En tout état de cause, l'Annonceur et/ou son Mandataire s'oblige à payer, sans aucun retard, la partie non contestée de la facture. Toute réclamation relative à la diffusion d'une Campagne publicitaire ne pourra être prise en compte par M Publicité si elle n'est pas consécutive à un contrôle effectué conjointement par l'Annonceur et M Publicité. Il est entendu que les données de diffusion publicitaire de M Publicité feront foi entre les Parties.

7. Transfert du contrat

Le Contrat est rigoureusement personnel à l'Annonceur, qui ne peut l'utiliser que pour la Campagne objet de l'Ordre d'insertion. En aucun cas, l'Annonceur et/ou son Mandataire, ne peut céder le bénéfice du Contrat, sauf accord préalable et exprès de M Publicité. En cas de cession autorisée, l'Annonceur, et/ou son Mandataire, s'oblige à faire exécuter par son successeur tous les Ordres d'insertion en cours au moment de la cession, l'Annonceur et/ou son Mandataire restant en tout état de cause garant vis-à-vis de M Publicité de la bonne exécution et du bon règlement desdits Ordres.

8. Communication commerciale

Les marques, qui sont la propriété de M Publicité ou des Éditeurs des Supports, ne peuvent être utilisées dans tout ou partie d'une Campagne publicitaire, comme d'aucune autre façon, sans une autorisation préalable écrite de M Publicité et/ou de l'Éditeur concerné.

L'Annonceur autorise M Publicité pour les besoins de sa propre communication à utiliser gracieusement et/ou à reproduire, en totalité ou pour partie, la campagne publicitaire, objet du contrat, dans tous ses documents promotionnels diffusés en France ou à l'étranger, sous quelque forme et sur quelque support que ce soit.

9. Données personnelles

Chacune des Parties s'engage à respecter les obligations applicables en vertu du Règlement 2016/679/UE du 27 avril 2016 relatif à la protection des données (« RGPD ») et de la Loi Informatique et Libertés n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée dans

Commenté [SG3]: Est-ce vraiment le cas dans le cas d'une campagne digitale ou, dans les faits, nous envoyons à l'annonceur et/ou son mandataire un bilan de campagne en fin de campagne, indépendamment de la facture ?

le cadre des traitements à caractères personnelles qu'ils réalisent dans le cadre ou à l'occasion de l'exécution du Contrat. L'Annonceur et/ou son Mandataire s'engage à informer ses salariés que dans le cadre de la gestion du Contrat, M Publicité est amenée à collecter et à traiter des données à caractère personnel (nom, prénom, e-mail et fonction notamment) des personnes physiques travaillant pour l'Annonceur et/ou son Mandataire. Ces traitements sont nécessaires à l'exécution du Contrat ainsi qu'à l'activité commerciale de M Publicité. Les personnes physiques concernées bénéficient d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition pour motif légitime, de suppression et de portabilité de leurs données personnelles, ainsi qu'un droit de limitation du traitement réalisé sur leurs données personnelles, ce que l'Annonceur et/ou son Mandataire s'engage à indiquer à ses salariés. L'exercice de ces droits doit être effectué auprès du Délégué à la protection des données de M Publicité.

10. Ethique et lois anti-corruption

Les Parties s'engagent à respecter et promouvoir des principes de relations commerciales responsables, équitables et intègres, dans le strict respect de la législation en vigueur et des principes éthiques. Elles s'engagent à s'assurer du respect de ces principes par leur personnel, leurs propres fournisseurs et sous-traitants. Chacune des Parties s'engage à un comportement exemplaire notamment en matière de :

- Normes et conditions de travail, basé sur le respect des normes en vigueur en matière de prohibition du travail illégal, clandestin et non-déclaré,
- Prohibition du harcèlement et des abus sous toutes ses formes
- Abus et discriminations quelle qu'en soit la nature.
- Prohibition des faits de corruption et conflits d'intérêts, respect de la concurrence, transparence de l'information. A cet égard, les Parties rappellent en particulier que les cadeaux et invitations peuvent constituer des manifestations de courtoisie acceptables si leur portée et leur valeur sont limitées, s'ils sont offerts en toute transparence, sans attente d'une quelconque contrepartie.

Tout manquement aux lois applicables par une Partie ayant un effet préjudiciable sur la réputation et la probité de l'autre, d'une telle importance qu'il rendrait impossible le maintien de la relation commerciale, autoriserait la Partie lésée à résilier immédiatement la relation commerciale, sans préjudice des autres droits dont elle disposerait pour faire valoir ses droits et couvrir son préjudice.

11. Loi applicable et juridictions compétentes

En cas de réclamation ou de contestation à l'encontre de M Publicité, l'Annonceur et/ou son Mandataire s'interdit de saisir les tribunaux avant d'avoir, au préalable, mis en œuvre un recours amiable auprès de celle-ci.

A défaut de règlement amiable de leur différend, les Parties conviennent que les tribunaux de Paris sont seuls compétents pour connaître de tout litige les opposant, nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie. La loi applicable au Contrat est la loi française.

Annexe : Délais de confirmation et d'annulation des Campagnes publicitaires (hors période du 8 juillet au 9 septembre inclus)

LE MONDE

Pour le premier cahier du quotidien : 1 semaine avant parution

Pour les suppléments hebdomadaires : 10 jours avant parution

Pour les suppléments spéciaux : 3 semaines avant parution

M LE MAGAZINE DU MONDE

3 mois avant parution pour Double d'Ouverture et 4^e de couverture

4 semaines pour les autres emplacements

L'OBS

8 semaines avant parution pour Double d'Ouverture, 2^e et 4^e de couverture

4 semaines pour les autres emplacements Premium

3 semaines pour les autres emplacements

TÉLÉRAMA

8 semaines avant parution pour les Double d'Ouverture, 2^e et 4^e de couverture

4 semaines pour les autres emplacements

SORTIR

3 semaines avant parution

COURRIER INTERNATIONAL

8 semaines avant parution pour les Double d'Ouverture, 2^e et 4^e de couverture

4 semaines pour les autres emplacements

LA VIE

8 semaines avant parution pour les Double d'Ouverture, 2^e et 4^e de couverture

3 semaines pour les autres emplacements

LE MONDE DIPLOMATIQUE

4 semaines avant parution