

TERMES ET CONDITIONS APPLICABLES AUX CONTRATS DE DIFFUSION DE PUBLICITÉ PAR LA TÉLÉVISION FRANÇAISE

Dernière mise à jour : septembre 2014

1. Définitions

Aux fins des présentes, l'expression :

- 1.1 « Acheteur » désigne l'annonceur dont le nom apparaît sur la Grille. Lorsque le nom d'une agence de publicité apparaît sur la Grille, « Acheteur » désigne plutôt cette agence, qui agit à titre de mandataire de l'annonceur.
- 1.2 « Contrat » désigne collectivement les présentes Conditions Générales et la Grille.
- 1.3 « Grille » désigne le document rédigé sous forme de tableau qui indique les Occasions publicitaires réservées aux messages publicitaires de l'annonceur dans les émissions choisies ainsi que le tarif unitaire applicable, une fois que la mention « contracté » à droite du logo de Radio-Canada apparaît sur le document et qu'un numéro de contrat y est indiqué. Lorsque ce document indique aussi un numéro de révision de contrat, la Grille en vigueur est celle qui porte le numéro de révision le plus élevé.
- 1.4 « Occasion publicitaire » désigne le temps réservé pour la diffusion d'un message publicitaire au cours de la diffusion d'une émission. À moins d'indication contraire, chaque unité indiquée dans la Grille, notamment dans la colonne « occ », équivaut à 30 secondes de temps de publicité réservé aux messages de l'annonceur au cours de l'émission choisie.
- 1.5 « Radio-Canada » désigne ICI Radio-Canada, le Réseau de l'information (ICI RDI), ICI Explora, ainsi que toutes autres plateformes détenues par Radio-Canada. Lorsque les émissions choisies sont diffusées à ARTV, la Société Radio-Canada agira à titre de mandataire d'ARTV.

2. Objet du Contrat et paiement

- 2.1. Radio-Canada s'engage à fournir les Occasions publicitaires décrites dans la Grille et l'Acheteur s'engage à payer à Radio-Canada les tarifs unitaires indiqués dans la Grille, plus taxes applicables, le tout sous réserve des autres dispositions du présent Contrat. Lorsque l'Acheteur est une agence dûment accréditée par Radio-Canada à titre d'agence de publicité, Radio-Canada lui accorde une réduction de quinze pourcent (15%) sur les tarifs indiqués dans la Grille.
- 2.2. L'Acheteur doit payer en devises canadiennes, sur réception de la facture émise par Radio-Canada. Toute somme qui demeure impayée 30 jours suivant la date de facturation porte intérêt au taux annuel de 19,56 %, composé et calculé mensuellement au taux de un et demi pour cent (1,5 %). L'intérêt est payable à demande.

3. Livraison et approbation des messages publicitaires

- 3.1. L'Acheteur doit, à ses frais, s'assurer que le message publicitaire dans sa forme finale, prêt pour diffusion, avec les instructions qui s'y rapportent, aient été livrés à Radio-Canada au moins cinq (5) jours ouvrables précédant la date prévue à la Grille pour la première diffusion du message publicitaire. En cas de retard de livraison, Radio-Canada n'a aucune obligation de diffuser le message et pourra facturer l'Acheteur pour le temps d'antenne retenu en vertu du Contrat pour la diffusion de ce message.
- 3.2. Tout message publicitaire livré sera vérifié par Radio-Canada avant d'être mis à l'horaire. Radio-Canada se réserve le droit de refuser de diffuser, en tout ou en partie, un message publicitaire, pour quelque raison que ce soit, incluant la mauvaise qualité technique (contenu visuel et sonore) du matériel fourni. Radio-Canada peut refuser de diffuser un message si elle juge que la forme ou le fond du message, l'heure de sa diffusion ou le placement du message dans une émission déterminée n'est pas conforme à la législation et à la réglementation applicables (dont notamment la Loi sur les aliments et drogues, la Loi sur la concurrence, les lois électorales, la Loi sur la radiodiffusion, les règlements du CRTC), aux politiques de Radio-Canada ou au Code publicitaire de Radio-Canada en vigueur lors de la livraison. Un résumé du Code publicitaire de Radio-Canada se trouve sur le site www.cbc.radio-canada.ca, sous la rubrique « politiques ».
- 3.3. S'il le désire, l'Acheteur pourra soumettre à Radio-Canada le texte et le scénario du message publicitaire avant de le produire. Le fait que Radio-Canada ait approuvé le texte ou le scénario de production ne dégage pas l'Acheteur de son obligation de livrer le message publicitaire dans sa forme finale dans le délai de cinq (5) jours ouvrables stipulé à l'article 3.1 et n'empêche pas Radio-Canada de refuser, dans le cadre de sa discrétion décrite à l'article 3.2, d'approuver la diffusion du message dans sa forme finale.

- 3.4. De plus, lorsque le message publicitaire porte sur un médicament, Radio-Canada peut exiger que l'Acheteur obtienne une approbation de ce message par l'organisme les *Normes canadiennes de publicité* ou tout autre organisme mandaté par les autorités législatives pour la vérification de conformité aux lois.

4. Annulation et déplacement de diffusion

- 4.1. Radio-Canada se réserve le droit de ne pas diffuser, en tout ou en partie, tout message publicitaire au cours des émissions indiquées dans la Grille lorsque :
- 4.1.1. l'émission programmée ou le message publicitaire ne peut être diffusé ou doit être reporté en raison d'une urgence, de force majeure, de conflit de travail, de problèmes techniques, ou pour se conformer aux lois ou règlements applicables;
 - 4.1.2. l'émission programmée ou le message publicitaire est annulé en tout ou en partie, ou déplacé pour faire place à une émission que Radio-Canada juge importante pour la collectivité ou l'intérêt public, incluant les événements sportifs, ou pour faire place à des émissions ou messages de nature politique qu'on lui demande de diffuser conformément à la Loi électorale du Canada, toute autre loi, ou la politique de Radio-Canada;
 - 4.1.3. Radio-Canada décide d'annuler ou de déplacer une émission programmée ou une série d'émissions;
 - 4.1.4. la diffusion du message publicitaire au moment prévu dans la Grille contreviendrait à une entente d'exclusivité de catégories de produits avec un tiers ou à toute politique de Radio-Canada relative aux catégories de produits annoncés sur ses ondes;
 - 4.1.5. la forme et le fond du message publicitaire, l'heure de sa diffusion ou le placement de ce message dans une émission déterminée n'est pas conforme à la législation et à la réglementation applicables, aux politiques de Radio-Canada ou au Code publicitaire de Radio-Canada. Sans limiter la généralité de ce qui précède, Radio-Canada peut refuser de diffuser des messages publicitaires qui à son avis, en raison du climat social ou politique, sont tendancieux sur une question faisant l'objet de controverse publique.
- 4.2. Lorsque Radio-Canada constate qu'un message publicitaire ne pourra ou n'a pas pu être diffusé au cours des émissions indiquées dans la Grille, Radio-Canada doit en aviser l'Acheteur à l'avance, si c'est possible, ou dans un délai raisonnable suivant la non-diffusion. Pour fins de précision, lorsque l'émission est diffusée après l'heure indiquée à la Grille parce que la programmation qui la précède est prolongée ou retardée et que cela n'a pas pour effet de diffuser hors pointe une Occasion publicitaire prévue en heure de pointe, Radio-Canada n'a pas à en aviser l'acheteur car il ne s'agit pas d'un manquement à une diffusion prévue au Contrat.
- 4.3. Lorsqu'un message publicitaire faisant l'objet du Contrat n'est pas diffusé au cours des émissions indiquées dans la Grille en raison d'un des motifs énumérés au paragraphe 4.1 ci-dessus, Radio-Canada peut, à son choix :
- 4.3.1. Déduire de la somme totale payable par l'Acheteur en vertu du Contrat une somme égale au tarif unitaire applicable à chaque Occasion publicitaire non fournie; ou
 - 4.3.2. Diffuser le message publicitaire au cours d'une autre émission, conformément aux conditions de changement de diffusion convenues entre l'Acheteur et Radio-Canada.

5. Déclarations et garanties

- 5.1. Lorsque l'Acheteur est une agence de publicité, cette dernière déclare agir comme mandataire dûment autorisé de l'annonceur, garantit avoir tous les pouvoirs et les consentements nécessaires pour conclure le Contrat pour et au nom de l'annonceur et se porte solidairement responsable avec l'annonceur du paiement à Radio-Canada de toutes les sommes payables aux termes du Contrat, dont notamment le paiement des factures et de toute indemnité due à Radio-Canada en raison des garanties données par l'Acheteur en vertu des présentes.
- 5.2. L'Acheteur déclare et garantit qu'il détient tous les droits et les autorisations (dont notamment les permis des autorités administratives, les numéros d'immatriculation, les autorisations de tierces parties détenant des droits de propriété intellectuelle) nécessaires à la diffusion, à l'utilisation et à l'archivage par Radio-Canada du message publicitaire et de tout matériel fourni par l'Acheteur suivant les termes du Contrat. L'Acheteur devra fournir les documents pertinents, à la demande de Radio-Canada.
- 5.3. L'Acheteur indemniserà Radio-Canada, ses représentants et employés, contre tout dommage, matériel ou autre (incluant notamment les frais extra-judiciaires) et toute réclamation en dommages-intérêts, de même que contre toute réclamation de quiconque, de quelque nature que ce soit, notamment pour violation de droits d'auteur, pour rupture de contrat ou de convention collective, pour diffamation, pour violation de droits à l'image, résultant de la diffusion, de l'utilisation ou de l'archivage par Radio-Canada, suivant les termes du Contrat, d'un message publicitaire ou tout autre matériel fourni par l'Acheteur.

5.4. Radio-Canada indemnifiera L'Acheteur contre tout dommage, matériel ou autre (incluant notamment les frais extra-judiciaires) et toute réclamation en dommages-intérêts, de même que contre toute réclamation, de quelque nature que ce soit, notamment les types de réclamations énumérées au paragraphe 5.3, résultant d'une diffusion, d'une utilisation ou de l'archivage par Radio-Canada, au-delà de ce qui est autorisé par le Contrat, d'un message publicitaire ou tout autre matériel fourni par l'Acheteur.

6. Résiliation

- 6.1. Si l'annonceur ou l'agence de publicité devient insolvable ou en faillite, Radio-Canada peut résilier le présent Contrat, par l'envoi d'un avis écrit à l'Acheteur.
- 6.2. Lorsque le Contrat ne vise pas une diffusion sur tout le réseau de télévision française de Radio-Canada, sur RDI ou sur ARTV et lorsqu'il vise plutôt une diffusion sur une station régionale déterminée, il s'agit d'un contrat ci-après désigné « Sélectif ». Un Contrat Sélectif peut être résilié par Radio-Canada ou par l'Acheteur suite à un avis écrit à l'Acheteur ou à Radio-Canada, selon le cas, qui prendra effet trente (30) jours après la réception de l'avis, sauf si les parties conviennent d'une autre date de résiliation. Les Occasions publicitaires fournies jusqu'à la date de prise d'effet de la résiliation devront être payées par l'Acheteur. Pour fins de précision, le droit de résiliation stipulé au présent paragraphe ne s'applique pas aux contrats de diffusion sur le réseau de télévision française ni à quelconque autre contrat qui n'est pas Sélectif.

7. Dispositions générales

- 7.1. Radio-Canada diffusera les messages publicitaires selon les termes du Contrat, jusqu'à la dernière date de diffusion prévue au Contrat. Radio-Canada est autorisée, pour une durée illimitée, à conserver ou à détruire, à la discrétion de Radio-Canada, la cassette Betacam ou tout autre support sur lequel un message publicitaire est fourni en vertu Contrat et à reproduire ce message publicitaire, sous forme numérique ou toute autre forme, pour fins de conservation dans ses archives.
- 7.2. Radio-Canada se réserve le droit de réviser unilatéralement les présentes Conditions générales de temps à autres. Radio-Canada affichera les Conditions générales et ses modifications sur son site Web dont l'adresse est mentionnée au bas de la Grille. L'Acheteur doit s'assurer de visiter ce site Web en temps opportun afin de prendre connaissance des Conditions générales et de toute modification apportée à celles-ci. Si l'Acheteur ne consent pas à l'un ou l'autre des termes stipulés aux présentes Conditions générales ou à toute modification apportée à celles-ci, l'Acheteur doit immédiatement cesser d'acheter des Occasions publicitaires pour diffusion sur les services de télévision française de la Radio-Canada et/ou doit en aviser la Radio-Canada dans les trois (3) jours de la réception de la Grille relative à un achat.
 - 7.2.1. Nonobstant ce qui précède, si un Acheteur a reçu une confirmation de vente, ce dernier bénéficiera que d'un délai de 24 heures suite à sa réception de la dite confirmation de vente afin d'annuler l'achat d'occasion publicitaire.
- 7.3. Si suite à l'envoi d'une confirmation de vente, Radio-Canada reçoit un avis d'annulation à l'extérieur du délai prévu à l'article 7.2.1 mais à plus de 6 semaines avant la diffusion du projet de créativité média, Radio-Canada facturera l'Acheteur des frais d'annulation équivalents à 50% du montant de la vente. Si Radio-Canada reçoit un tel avis d'annulation à l'extérieur du délai prévu à l'article 7.2.1 et à moins de 6 semaines avant la diffusion du projet de créativité média, Radio-Canada facturera l'Acheteur 100% du montant de la vente.
- 7.4. Ni le présent contrat ni aucun des droits qu'il confère ne sont cessibles sans le consentement écrit et préalable de Radio-Canada. Sans limiter la généralité de ce qui précède, l'Acheteur ne peut céder les Occasions publicitaires à un autre annonceur sans le consentement de Radio-Canada.
- 7.5. Le Contrat est régi par les lois de la province de Québec. Les parties conviennent de la juridiction exclusive des tribunaux compétents de la Province de Québec, district de Montréal.