

# SNRT

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

# 2017

## **SOMMAIRE**

### **A. MODULATIONS TARIFAIRES**

#### **I – ACTIONS DE PUBLICITE CLASSIQUE**

1. **MODULATIONS TARIFAIRES**
2. **REMISE DE VOLUME**
3. **REMISES SPECIFIQUES**

#### **II – ACTIONS HORS PUBLICITE CLASSIQUE : PARRAINAGE ET EVENEMENTS SPECIAUX**

### **B . CONDITIONS COMMERCIALES**

1. **PRIME NOUVEL ANNONCEUR**
2. **PRIME DE VOLUME**
3. **PRIME D'ENGAGEMENT**
4. **PRIME PME/PMI**
5. **PRIME COUPLAGE CHAINE + INTERNET**
6. **PRIME DE PART D'INVESTISSEMENT**
7. **PRIME DE PROGRESSION**

### **C. CONDITIONS GENERALES DE VENTE DE LA PUBLICITE CLASSIQUE ET DU PARRAINAGE**

## A. **MODULATIONS TARIFAIRES**

### **I – ACTIONS DE PUBLICITE CLASSIQUE**

Les tarifs des spots sont disponibles dans une grille tarifaire jointe aux conditions générales de vente. La liste des tarifs concerne les écrans classiques sur la base d'un format de 30s.

La régie publiera, au cours de l'année 2017, pour l'ensemble des supports qu'elle commercialise, différentes grilles tarifaires **tous les 2 mois**.

De nouveaux écrans / nouveaux tarifs assortis de nouvelles conditions commerciales seront produits pour la période du Ramadan ainsi que les émissions spéciales.

La régie se réserve le droit de modifier les tarifs à condition d'en informer le marché au moins 7 jours ouvrables avant la date d'application des nouveaux tarifs.

La régie met aussi en vente des espaces publicitaires sur ses différents sites internet, l'offre digitale pour ces espaces se fera sur devis à la demande des clients.

#### **1. Modulations tarifaires**

##### **Conditions d'application :**

Les modulations tarifaires suivantes s'appliquent sur le tarif brut payant en vigueur, spot à spot.

##### **Majorations du tarif unitaire du spot**

- ✓ Emplacement de rigueur

**Premier, deuxième, avant dernier et dernier dans l'écran (A,B,..,Y,Z) +20%**

- ✓ Ecran Exclusif à une marque ou à un annonceur **+100%**

- ✓ Exclusivité sectorielle ou catégorielle dans un écran, **+50%**

- ✓ Présence ou citation de la marque d'un autre annonceur et opération de co-branding **+ 30%**

**(A l'exception des annonceurs agissant dans le secteur des transferts d'argent à l'international, la majoration est de 12,5%)**

- ✓ Présence ou citation dans un même spot de plusieurs produits d'une même marque d'un annonceur **+10%**

- ✓ Présence ou citation dans un même spot de plusieurs marques d'un même annonceur **+ 15%**

- ✓ Présence dans un même écran publicitaire de plusieurs spots d'un même annonceur **0%**

#### **2. Remise volume**

##### **- Assiette :**

Seul l'investissement brut payant réalisé à l'exclusion des gracieux, des échanges et des actions hors publicité classique est pris en compte

##### **- Modalités d'application :**

Chaque annonceur bénéficie d'une remise sur ses investissements bruts payants réalisés à compter du 1er jour de diffusion sur les supports commercialisés par la Régie Publicitaire SNRT et jusqu'au 31 décembre 2016.

La remise négociée s'appliquera sur l'ensemble de l'année civile y compris le mois de Ramadan.

## **Remises spécifiques**

Ces remises s'appliquent sur le chiffre d'affaires brut payant de l'annonceur et ne sont en aucun cas cumulable avec toute autre remise.

### ✓ **Campagnes d'Intérêt National 50%**

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de l'annonceur à l'exclusion de toute autre remise. Cette remise s'applique à toutes les campagnes ayant:

- Un intérêt manifeste pour le public et ne présentant aucune marque commerciale ou argumentaire autour d'une marque ou d'un produit,
- La qualification de « campagne d'intérêt national » pourra être attribuée par la Régie Publicitaire SNRT après examen du dossier de demande.

### ✓ **Campagnes de publicité collective 40%**

Constitue une campagne « collective », une campagne publicitaire au profit d'un organisme professionnel, d'une association, d'une marque collective, en excluant les publicités pour des marques commerciales. La qualification « campagne collective » pourra être attribuée par la Régie Publicitaire SNRT après examen du dossier de demande.

### ✓ **Remises sectorielles**

L'ensemble des secteurs suivants bénéficient d'une remise spécifique à condition que les spots diffusés soient d'une durée  $\leq 45$  s :

- » Publicité Régionale, Le Tourisme,
- » L'enseignement, la culture
- » Salons, foires, expositions, sport , édition
- » Le transport **40%**
- » Habitat social
- » Associations & organismes humanitaires

Pour les durées de spots  $>45$ s pour l'ensemble des secteurs : remise sur devis

- » Immobilier (autre que l'habitat social)
- » Ameublement **35%**
- » Biscuit, confiserie, chocolat

## **II - ACTIONS HORS PUBLICITE CLASSIQUE :**

### **Parrainage d'émissions, Packs et Évènements spéciaux**

Ces opérations feront l'objet de fiches commerciales spécifiques publiées par la Régie Publicitaire SNRT précisant l'offre ou l'émission concernée, le dispositif, la durée et le tarif applicable à cette offre.

Si les parrainages sont complétés d'opérations spéciales, ils feront l'objet d'un devis spécifique.

L'achat ferme d'une opération de parrainage ou d'une Opération Spéciale donne lieu à l'établissement d'un contrat de parrainage. Ce contrat doit être retourné signer 7 jours ouvrables avant le démarrage de l'opération. Dans le cas contraire, la Régie se réserve le droit de ne pas diffuser l'opération concernée.

Les contrats de parrainage sont personnels et ne peuvent être cédé en aucun cas.

## **B - CONDITIONS COMMERCIALES**

Hormis les remises volume les autres remises accordées par la Régie Publicitaire SNRT sont appliquées sur l'ensemble des supports TV et Radio commercialisés par la Régie Publicitaire SNRT.

### **1. Prime Nouvel annonceur**

Tout annonceur n'ayant pas investi sur les supports gérés par la Régie SNRT en 2014 bénéficiera d'une remise de 25% applicable sur le montant brut payant. On entend par nouvel annonceur, un client qui n'a pas investi sur un des supports gérés par la Régie Publicitaire SNRT en 2015 à l'exclusion des annonceurs qui changent de dénomination sociale pour l'année 2016.

**Cette prime n'est pas cumulable avec d'autres remises.**

### **2. Prime de Volume**

#### ✓ **Al Aoula**

Tout annonceur investissant sur AL AOULA en espace classique, entre le premier jour de diffusion sur la chaîne et le 31 décembre 2016, bénéficie d'une prime de volume calculé par tranche de chiffre d'affaires brut négocié, selon le barème suivant :

Tranches de CA brut négocié (en KDH)	Taux applicable sur le CA brut
<b>Jusqu'à 6 000</b>	14%
<b>De 6 001 à 8 000</b>	16%
<b>De 8 001 à 10 000</b>	18%
<b>De 10 001 à 15 000</b>	20%
<b>De 15 001 à 20 000</b>	24%
<b>De 20 001 à 30 000</b>	27%
<b>De 30 001 à 40 000</b>	29%
<b>De 40 001 à 60 000</b>	34%
<b>&gt; 60 001</b>	42%

#### ✓ **Tamazight TV, Arryadia, Al Maghribya**

Tout annonceur investissant sur Tamazight TV, Arryadia ou Al Maghribya en espace classique, entre le premier jour de diffusion sur la chaîne et le 31 décembre 2016, bénéficie d'une prime de volume calculé par tranche de chiffre d'affaires brut négocié, selon le barème suivant :

Tranches de CA brut négocié (en KDH)	Taux applicable sur le CA brut
<b>Jusqu'à 250</b>	10%
<b>De 250 à 500</b>	15%
<b>De 501 à 1 000</b>	20%
<b>De 1 001 à 2 000</b>	25%
<b>&gt; 2 001</b>	A négocier

✓ **Supports Radios**

Tout annonceur investissant sur les différents supports Radio en espace classique, entre le premier jour de diffusion sur la chaîne et le 31 décembre 2016, bénéficie d'une prime de volume calculé par tranche de chiffre d'affaires brut négocié, selon le barème suivant :

Tranches de CA brut négocié (en KDH)	Taux applicable sur le CA brut
<b>Jusqu'à 250</b>	15%
<b>De 250 à 500</b>	20%
<b>De 501 à 1 000</b>	25%
<b>De 1 001 à 1 500</b>	30%
<b>De 1 501 à 3 000</b>	35%
<b>&gt; 3 001</b>	A négocier

✓ **Autres supports TV**

Tout annonceur investissant sur les autres supports TV SNRT : Aflam TV, Arrabia et Assadissa en espace classique, entre le premier jour de diffusion sur la chaîne et le 31 décembre 2016, bénéficie d'une prime de volume calculé par tranche de chiffre d'affaires brut négocié, selon le barème suivant :

Tranches de CA brut négocié (en KDH)	Taux applicable sur le CA brut
<b>Jusqu'à 50</b>	10%
<b>De 50 à 100</b>	12%
<b>De 100 à 200</b>	15%
<b>De 201 à 300</b>	17%
<b>De 301 à 400</b>	20%
<b>De 401 à 500</b>	30%
<b>&gt; 501</b>	A négocier

**3. Prime d'engagement**

Tout annonceur qui s'engage à investir un montant donné jusqu'à la fin décembre 2016 et ce avant le 15 Mars 2016, bénéficiera d'une prime supplémentaire de 15%.

**4. Prime PME-PMI**

Afin de permettre l'accès à la publicité télévisuelle au marché des PME-PMI, la régie met en place une prime spécifique sous forme d'une remise au premier dirham investi de 40%.

Les critères retenus pour définir la PME sont ceux utilisés lors de la préparation du plan de développement économique et social par la sous commission en charge de la PME. Le dossier devra être soumis à l'appréciation de la Régie Publicitaire SNRT.

**Cette remise est cumulable avec la prime nouvel annonceur (25%).**

## 5. **Prime de couplage**

Tout annonceur qui s'engage à investir sur un ou plusieurs supports gérées par la Régie Publicitaire SNRT (Supports TV, Supports Radios ou Supports Digitaux), autres que Al Aoula, bénéficiera d'une prime supplémentaire applicable sur l'intégralité du montant de l'engagement avec la Régie Publicitaire SNRT et cumulable avec la remise de volume accordée.

- ✓ Si investissements autres supports  $\geq 10\%$  investissement total des supports SNRT alors la prime est de 5%,
- ✓ Si investissements autres supports  $\geq 15\%$  investissement total des supports SNRT alors la prime est de 8%,
- ✓ Si investissements autres supports  $\geq 20\%$  investissement total des supports SNRT alors la prime est de 10%,

## 6. **Prime de part d'investissement**

Tout annonceur qui s'engage auprès de la Régie Publicitaire SNRT à investir un montant qui représente une part d'investissement réalisé en 2016 sur Al Aoula supérieure à la part d'investissement 2016 consacrée à la télévision bénéficiera d'une prime aux conditions suivantes :

- ✓ Si part d'investissement 2016 > part d'investissement 2015, et part d'investissement 2016  $\geq 30\%$ , une prime de 10%.
- ✓ Si part d'investissement 2016 > part d'investissement 2015, et part d'investissement 2016  $\geq 35\%$ , une prime de 12%.
- ✓ Si part d'investissement 2016 > part d'investissement 2015, et part d'investissement 2016  $\geq 45\%$ , une prime de 15%.
- ✓ Si part d'investissement 2016 > part d'investissement 2015, et part d'investissement 2016  $\geq 50\%$ , une prime de 17%.

Exemple : Un annonceur du secteur alimentaire a réalisé en 2015 :

**CA AL AOULA** : 8 000 000 DH HT soit une part d'investissement Al Aoula de 20%.

Il s'engage en 2016 à réaliser :

**CA AL AOULA** : 10 000 000 DH HT soit une part d'investissement Al Aoula de 30%.  
L'annonceur bénéficie donc d'une prime de 10% soit 1 000 000 DH HT.

## 7. **Prime de progression**

Tout annonceur qui s'engagera auprès de la Régie Publicitaire SNRT sur un chiffre d'affaires Brut HT supérieur à celui de 2015 bénéficiera d'une prime de progression calculée comme suit :

- ✓ Si progression du chiffres d'affaires brut HT > 5%, 3 points supplémentaire de remise,
- ✓ Si progression du chiffres d'affaires brut HT > 15%, 5 points supplémentaires de remise,
- ✓ Si progression du chiffres d'affaires brut HT > 30%, 7 points supplémentaires de remise,

En plus des remises citées ci-dessus, la Régie Publicitaire SNRT peut accorder des bonifications pour les annonceurs s'engageant sur un investissement annuel ou anticipé.

## **C - CONDITIONS GENERALES DE VENTE DE LA PUBLICITE CLASSIQUE ET DU PARRAINAGE**

### **1. Tarifs**

Les tarifs sont indiqués hors taxes et s'appliquent à toutes les commandes en cours. Les bons de commandes reçus à la Régie concernant la chaîne, établis par l'annonceur ou par son mandataire dûment mandaté par écrit (agence de communication ou agence média) agissant en son nom et pour son compte et dûment accréditée, emporte leur acceptation des conditions générales de vente énoncées ci-après, ainsi que le respect de la réglementation en vigueur et des usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire et de transmettre une lettre accréditant son mandataire.

L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur et lié à un produit ou un service, une marque ou un nom commercial ou une enseigne. Il ne peut être modifié sans l'autorisation de la Régie et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'annonceur ou le mandataire.

En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai la Régie Publicitaire SNRT par lettre recommandée avec accusé de réception, étant précisé que cette modification ou résiliation sera valablement opposable à la Régie Publicitaire SNRT à compter de date de réception de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.

Sont considérés comme annonceur, les entreprises enregistrées au Registre du Commerce, les associations, les administrations, les établissements publics et parapublics faisant de la publicité pour leurs marques, enseignes, services ou produits.

La souscription d'un contrat de parrainage par un annonceur, ou son mandataire implique leur acceptation des présentes conditions générales et le respect des lois et règlements régissant la communication publicitaire.

La Régie prendra acte de la réservation d'une opération de parrainage à la réception du contrat de parrainage signée par l'annonceur et son mandataire. Dans le cas où un annonceur n'utiliserait pas les services d'un mandataire, il devra notifier sa réservation par simple courrier sur papier à entête de sa société. Ce courrier devra reprendre les éléments spécifiques à l'annonceur qui figurent sur l'attestation de mandat et devra parvenir au plus tard 5 jours ouvrables avant la première date de diffusion de l'opération.

Le contrat de parrainage est personnel et ne peut en aucun cas être cédé.

### **2. Modifications des tarifs et des conditions générales de vente**

Les tarifs et les conditions générales de vente applicables aux campagnes publicitaires sont ceux en vigueur à la date de diffusion des messages publicitaires mentionnés dans l'ordre de publicité souscrit par l'annonceur ou son mandataire.

Toutefois, la Régie se réserve la faculté d'aménager ses tarifs et/ou ses conditions générales de vente et d'en informer les annonceurs ou leurs mandataires dans un délai minimum de 7 jours ouvrables au moins avant la date d'entrée en vigueur des dites modifications.

Tout nouveau tarif sera dès lors applicable au plus tard dans les 7 jours ouvrables suivants la date de communication.

### **3. Annulation et/ou Report**

En cas d'annulation ou de changement de format équivalent à une annulation d'un ou plusieurs messages pour un produit donné, l'annonceur ou son mandataire doit en avertir la Régie par écrit au plus tard 48 heures avant la diffusion du ou des messages concernés.

Passé ce délai, l'annonceur ou son mandataire est redevable du montant intégral du ou des message(s) annulé(s).

Si, pour une raison quelconque, la Régie ne peut diffuser un message publicitaire à la date et à l'emplacement prévus, ce message peut, avec l'accord de l'annonceur ou de son mandataire, être reporté à une date ultérieure.

Si ce report n'est pas possible 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 ou son mandataire.



#### **4. Formulation de la publicité**

Tous les textes publicitaires doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur au Maroc. La responsabilité de la Régie et la SNRT ne saurait être engagée par les textes publicitaires diffusés sur l'antenne qui sont sous la seule responsabilité de l'annonceur.

L'annonceur, son mandataire ou son agent de publicité garantit la régie, et sans que la liste soit limitative, contre tout recours ou réclamation de tiers fondé sur la méconnaissance d'un droit de propriété intellectuelle (droit d'auteur, marque, dessins et modèles, etc.) ou d'un droit de la personnalité quel qu'il soit et notamment du droit à l'image et/ou au respect de la vie privée.

Les messages pouvant entraîner pour l'auditeur une confusion entre la publicité et le programme doivent être soumis à l'antenne pour approbation, au moins six jours ouvrables avant le début de la diffusion.

La Régie se réserve également le droit de refuser toutes les affaires dont la provenance lui semblera douteuse ou qui seraient contraires aux règles de sa profession, ainsi que toute publicité susceptible de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des téléspectateurs de la chaîne en régie.

#### **5. Réalisation matérielle et conditions de diffusions**

Pour être diffusées, les copies antenne telles que décrites ci-dessous, doivent être accompagnées d'un planning de programmation des films au plus tard 48 heures avant la date de la première diffusion prévue. La Régie produira alors des ordres de publicités reprenant le détail de la commande qui seront envoyés à l'annonceur ou son mandataire.

Les cassettes doivent parvenir à la Régie avec les indications suivantes pour chaque film :

- ✓ les coordonnées de l'expéditeur ou de l'agence
- ✓ le nom de l'annonceur
- ✓ le nom du produit
- ✓ le titre du film
- ✓ la durée
- ✓ la version

Pour toute diffusion à l'antenne, le planning de programmation du ou des films doit être envoyé à la Régie en précisant :

- ✓ le titre du film
- ✓ la durée
- ✓ la version
- ✓ le calendrier de diffusion

Dans le cas où, pour des raisons techniques, les bandes se révéleraient impropres à la diffusion du message publicitaire, la Régie en avertira aussitôt l'annonceur ou son mandataire qui devra lui fournir une bande satisfaisante du même message avant la première diffusion prévue.

L'annonceur ne doit remettre que des copies des documents à l'exclusion de tout original, la Régie ne pouvant être responsable des pertes ou dommages subis par ces documents à l'occasion de l'exécution de l'ordre de publicité.

Les cassettes des spots publicitaires remises à la Régie doivent être récupérées par l'annonceur ou son mandataire dans un délai de 30 jours après leur envoi. Passé ce délai, les cassettes seront détruites à l'initiative de la Régie.

#### **6. Conditions de paiement**

Les tarifs sont indiqués H.T. - tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux ordres de publicité et aux contrats d'opérations spéciales ou de sponsoring étant à la charge de l'annonceur.

Les mandataires recevront au minimum une facture mensuelle pour les ordres diffusés ou en cours de diffusion pour les actions de plusieurs semaines, y compris pour les opérations spéciales ou de sponsoring.

Le règlement de la facture doit intervenir à 90 jours fin de mois date de réception de la facture.

Toute réclamation quelle qu'en soit la nature devra être signifiée par courrier avec accusé de réception à la Régie au plus tard plus tard 40 jours après réception de la facture. Passé ce délai, aucune réclamation ne sera prise en compte par la Régie.

Le client pourra bénéficier d'un escompte de 3% du montant HT et ce pour tout paiement anticipé de ces factures reçues et ceci selon les conditions suivantes:

- Les Factures échues doivent être soldées dans leur totalité (solde créances doit être égal à 0).
- L'escompte sera appliqué pour les factures présentées au paiement avant leur date d'échéance (délai de règlement < 90 jours).
- Le client doit avoir présenté au paiement l'ensemble exhaustif des factures portant la même date d'échéance (paiement obligatoire de toutes les factures du mois échu).

En cas de non-respect du paiement des sommes dues à l'échéance prévue, la Régie se réserve le droit de ne pas exécuter les ordres publicitaires futurs.

Tout annonceur ayant bénéficié d'un avantage lié à un engagement d'investissement, qui sera pour quelque raison que ce soit dans l'impossibilité de respecter ces obligations, se verra remettre une facture rectificative.

Cette facture reprendra les factures préalablement émises et tiendra compte de la remise effectivement due en fonction de l'application des présentes conditions commerciales en vigueur au jour de la diffusion.

## **7. Litiges**

En cas de litiges relatifs à la formation, la résiliation, l'exécution et/ou l'interprétation des présentes, les parties devront tenter de parvenir à un accord amiable permettant de régler cette difficulté. Pour ce faire la partie la plus diligente devra provoquer une réunion entre les représentants des directions générales dans les 15 jours de la lettre demandant cette réunion.

Dans le cas où l'une des parties refuserait une telle rencontre ou ne répondrait pas à la demande de rencontre de l'autre partie, ou encore si aucun accord amiable n'était trouvé, le différent serait alors soumis à la compétence du Tribunal de commerce de Casablanca à l'initiative de la partie la plus diligente.