



Conditions générales pour la publicité, les messages d'intérêt général et le parrainage d'émissions

1) La souscription d'un ordre de publicité, de messages d'intérêt général ou de parrainage d'émission par un annonceur comporte acceptation par l'annonceur des conditions générales ci-après, ainsi que de la réglementation en vigueur.

2) Le tarif des spots publicitaires, des messages d'intérêt général ou des spots de parrainage d'émission ainsi que les conditions générales sont ceux en vigueur à la date de la commande.

3) Non assujettis à la TVA, nos prix s'entendent TTC.

4) Le règlement de la commande devra être effectué avant toute diffusion de campagne publicitaire, de messages d'intérêt général ou de toute diffusion de spots de parrainage.

5) Isabelle FM se réserve la possibilité, en cas de force majeure, de changer les horaires de programmation des spots publicitaires, des messages d'intérêt général ou des spots de parrainage.

En cas d'empêchement de diffusion pour des raisons indépendantes de sa volonté (rupture d'alimentation électrique, panne d'émetteur, etc...). Isabelle FM prendra les dispositions suivantes :

- En cas d'empêchement inférieur à une journée : les spots non diffusés seront rattrapés les heures qui suivront la reprise des émissions.

- En cas d'empêchement égal à une journée : la campagne publicitaire sera allongée d'une journée supplémentaire (idem pour les spots de parrainage et les messages d'intérêt général).

- En cas d'empêchement supérieur à une journée : Isabelle FM prendra contact avec l'annonceur afin de prévoir soit un allongement de la campagne publicitaire, soit un remboursement au prorata des spots non diffusés (idem pour les spots de parrainage et les messages d'intérêt général).

6) Pour être diffusés, les textes des messages devront être fournis par l'annonceur en temps utile.

Les textes devront être conformes à la réglementation en vigueur, tant dans leur contenu que dans leur formulation.

Les textes pourront être légèrement modifiés et adaptés pour les besoins de leur diffusion.

7) Les textes des messages ne doivent pas excéder un nombre maximum de mots en fonction de la durée prévue pour un spot publicitaire, pour un message d'intérêt général ou pour un spot de parrainage :

→ Spot de parrainage de 5 secondes = 15 mots.

→ Spot publicitaire de 30 secondes = 90 mots.

→ Message d'intérêt général de 30 s = 90 mots.

8) Toute modification de texte ayant lieu après le début de la diffusion de la campagne donnera lieu à des frais supplémentaires de production qui devront être réglés au préalable.
