

Annexe « Pub TV segmentée »

Déclaration accompagnant une demande d'avis de l'ARPP portant sur une campagne télévisée segmentée déclinée (au-delà de 10 films)

Ce document est destiné à faciliter le traitement **des multiples déclinaisons, au-delà de 10 films**, d'une même publicité télévisée prévue pour une **diffusion segmentée**, permettant ainsi la validation des films **de manière groupée**.

ATTENTION : Cet engagement ne garantit pas la conformité juridique et déontologique des films soumis.

➤ LE FILM « ÉCLAIREUR » ET L'ANTICIPATION : DEUX BONNES PRATIQUES A ADOPTER !

1. **LE FILM ÉCLAIREUR** : Afin d'éviter un nombre important d'avis « A modifier » en raison d'un manquement juridique ou déontologique non décelé par une analyse complète des films, le demandeur est invité à soumettre à l'ARPP, dans un premier temps, **un film « éclaircur »** (notamment le film « parent » dont sont issues les déclinaisons). Dès réception de l'avis favorable sur ce film, l'ensemble des déclinaisons de la campagne pourra être transmis à moindre risque.
2. **L'ANTICIPATION** : En fonction du nombre de films à soumettre à l'avis, l'ARPP engage le demandeur à prendre ses dispositions afin d'anticiper sur les délais induits par leur validation. En effet, l'ARPP peut être amenée à répartir la charge de l'examen des films sur plusieurs séances de visionnage et sur plusieurs jours, afin d'assurer une analyse de la campagne dans des conditions propres à assurer un service de qualité et la sécurité due au diffuseur, à l'annonceur et son représentant (agence, société de production etc.). Aussi, selon le nombre de films soumis, l'ARPP peut être amenée à requalifier le niveau de service, conformément [aux articles 4.5 et 5.4.1 des CGU de l'ARPP \(www.arpp.org/conditions-generales-dutilisation/\)](http://www.arpp.org/conditions-generales-dutilisation/).

Au-delà d'un certain volume de films, il ne pourrait être exigé de l'ARPP de traiter les films en moins d'une heure (service *Premium*), par exemple.

ENGAGEMENT

Le signataire, confirme à l'ARPP ¹ que les déclinaisons du film « parent », concernent :

- Nom de la campagne et/ou de l'annonceur :

- Titre du film « éclairer » :

- PubID du film « éclairer » :

- Type de modification/déclinaison :

- Emplacement de la/des modification (s) (Time Code) :

Date

Nom et qualité du signataire

Signature

¹ Celle-ci agissant dans le cadre habituel défini par ses statuts et par les procédures mises en place par les régies, les annonceurs et les agences.