

**EXTRAIT  
DU REGISTRE DES DELIBERATIONS  
DU CONSEIL MUNICIPAL**

**Nombre de Conseillers  
en exercice : 27  
présents : 26  
votants : 27  
Absent : 0**

L'an deux mille quatorze  
le 16 du mois de décembre à 20 heures,  
le Conseil Municipal de la Commune de DRAP  
dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire, à la Mairie, sous la  
présidence de Monsieur **Robert NARDELLI**, Maire.  
Date de convocation du Conseil Municipal : 10 décembre 2014.  
PRESENTS : Robert NARDELLI / BIANCHI Romain / Alexandra RUSSO /  
Sonia CHAKROUNI/ Philippe MINEUR / Virginie GIMENEZ / Serge DIGANI  
/ Jean-Christophe CENAZANDOTTI / Françoise DAMILANO / Catherine  
DINI /Charles BEVACQUA / Philippe JANIN / Jean-Luc CAMBRA /  
Nathalie DIGANI / Jean-Marc GIMENEZ/ Mélanie MORINI / Marc LEROY  
/ Pierre VESTRI / Delphine BOLLARO/ Taoufik FATFOUTA/ DRAGONI José/  
Christine DECORDIER/ Eddie DEGIOVANNI/ Martine DUNOYER DE  
SEGONZAC/ LESSATINI Jean-Yves/ Gracienne DODAIN

**OBJET : FINANCES**

Création d'une régie  
publicitaire municipale

PROCURATIONS : Sophie ESPOSITO à Romain BIANCHI

ABSENT :

Secrétaire de séance : Romain BIANCHI

oo

**Vu** Code général des collectivités territoriales

Après avoir entendu le rapport de présentation,

Le Maire précise que les administrés sont informés par un  
mensuel et deux panneaux à message variable. Jusqu'à  
présent, la commune ne possède pas de régie publicitaire.  
Dans une perspective d'optimisation de cette régie  
publicitaire, il est apparu opportun que le service  
correspondant soit assuré en régie directe.  
La régie publicitaire a pour objet la commercialisation  
d'espaces publicitaires dans les diverses parutions éditées  
par la Ville de DRAP, à savoir Journal de Drap, les  
Panneaux à Message Variable.

**Considérant** l'intérêt de permettre à des annonceurs locaux  
d'informer de leurs activités

Le Maire précise que la Ville de DRAP se réserve le droit  
d'ajouter ou de supprimer une ou plusieurs publications,  
constituant les supports d'insertion publicitaires.  
La mission de la régie publicitaire consiste à prospecter et  
à promouvoir la publicité à insérer dans les différentes  
éditions précitées de la Ville de DRAP.

Ce démarchage publicitaire sera effectué par un agent de la commune et seul habilité à recueillir les annonces publicitaires auprès des commerçants, sociétés de service, entreprises ou autres.

Dans le cadre de cette régie publicitaire, les tarifs des insertions seront variables selon plusieurs critères (supports d'édition, périodicité des passations, format de l'encart publicitaire, emplacement du visuel dans la pagination, fréquence des commandes).

Ainsi, afin d'inciter à la prise multiple de commandes ou de récompenser la fidélité d'un annonceur, les tarifs seront réduits suivant la fréquence des insertions pour les seuls supports à périodicité mensuelle.

Il est donc proposé au conseil municipal :

- d'approuver les dispositions de création de cette régie publicitaire telles que précisées,
- d'approuver le bon de commande constitutif du contrat commercial de vente d'espaces publicitaires dans les éditions municipales,
- d'approuver les tarifs applicables à la régie publicitaire, tels que prévus à l'annexe 2,
- d'autoriser l'encaissement des recettes correspondantes à la sous-fonction 023, nature 7088, programme 90232 après accord du Trésorier.

## **1- Objet de la prestation de régie publicitaire**

### **1 - a : Supports :**

La régie publicitaire a pour objet la commercialisation d'espaces publicitaires dans les diverses parutions éditées par la Ville de DRAP :

- JDD de périodicité mensuelle - 11 n° par an - 5 000 exemplaires.
- PMV.
- Prospectus et flyers de la ville.

La Ville de DRAP se réserve le droit d'ajouter ou de supprimer une ou plusieurs publications, constituant les supports d'insertion publicitaires.

### **1 - b : Définition de la mission :**

La mission de régie publicitaire consiste à prospecter et promouvoir la publicité à insérer dans les différentes éditions précitées de la Ville de DRAP.

Ce démarchage publicitaire est effectué par un agent de la commune accrédité par la Ville et seul habilité à

recueillir les annonces publicitaires auprès des commerçants, sociétés de service, entreprises ou autres. Il doit s'assurer que les prospects poursuivent une activité légale viable, déclarée au registre du commerce, et dégagée de toute procédure de redressement ou liquidation judiciaire en cours.

Il aura également à sa charge de vérifier la conformité des éléments techniques et du contenu de l'insertion publicitaire fournie par l'annonceur.

## **2- Contenu de la prestation de régie publicitaire**

### **2 - a : Obligation morale :**

La publicité comprend tous visuels, dessins, photographies, texte à caractère directement informatif et promotionnel. La Ville de DRAP se réserve le droit de refuser tout contenu publicitaire contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs, ou à la loyauté commerciale, ou à ses intérêts moraux et à la ligne générale de sa publication.

Il est rappelé que toute publicité doit se conformer aux principes d'ordre public et aux lois qui lui sont applicables :

- Les insertions ne peuvent pas être de nature à dégrader la confiance que le public doit pouvoir porter à la publicité et doivent être conçues avec un sens de la responsabilité sociale.

- Il ne peut être fait de promotion directe ou indirecte d'un produit faisant l'objet d'une interdiction législative, comme le tabac (*Code de santé publique : Articles 355-29 à 355-32*) et les boissons alcoolisées.

- Les messages à caractère violent ou pornographique, raciste ou homophobe, de nature à porter atteinte au respect de la personne et des biens, à la liberté, à la dignité de la personne humaine, à l'égalité entre hommes et femmes et à la protection des enfants, sont formellement interdits.

- La publicité doit être loyale, honnête, véridique et décente.

- Les annonces à caractère médical ou paramédical sont soumises à l'accord préalable de parution par la Ville de DRAP.

### **2 - b : Format du visuel :**

Quatre formats sont proposés à la vente, variables selon la dimension des publications :

- JDD de format A4 soit 210 x 297 cm :

Pleine page = 190 x 277 / ½ = 190 x 136 / ¼ = 92 x 136 / 1/8 = 92 x 66.

## **2 - c : Emplacement du visuel :**

- JDD : 2ème ~ 3ème ~ 4ème de couverture + 8 pages intérieures

La 4ème de couverture accueille tous les formats à l'exception du 1/8 de page.

La pagination est au choix de l'annonceur. A défaut, la rédaction placera le visuel elle-même.

## **3- Engagement des parties**

### **3 - a : Bon de commande :**

Le bon de commande valide la transaction commerciale passée entre l'annonceur et la Ville de DRAP, éditrice des parutions concernées.

Un seul modèle de bon de commande est édité par la Ville de DRAP. Il récapitule les divers supports accueillant les insertions publicitaires, le nombre, les dates et la fréquence des parutions choisies par l'annonceur.

Il doit obligatoirement comporter la raison sociale, le nom du représentant, les coordonnées postales, téléphoniques et internet, le numéro de SIRET et de TVA intracommunautaire, la date de l'engagement, ainsi que la signature et le tampon de la société cliente. Le défaut de l'une de ces mentions entraîne l'annulation de la commande.

### **3 - b : Conditions générales de vente :**

Il est rappelé que toute publicité doit se conformer aux principes d'ordre public et aux lois qui lui sont applicables.

La Ville de DRAP se réserve le droit de refuser tout texte ou cliché publicitaire, si elle l'estime contraire à la charte rédactionnelle de sa publication, à ses intérêts moraux ou à la loyauté commerciale.

L'annonceur décharge de toute responsabilité la Ville de DRAP, quant aux infractions au Code de la propriété intellectuelle, ainsi que toute atteinte au droit à l'image constatée.

Le client peut se rétracter dans un délai légal de 7 jours à compter de la date de la signature du bon de commande. Au-delà, les annulations de commande ne sauraient être considérées et la prestation publicitaire sera soumise à règlement.

L'annonceur doit transmettre son visuel en format Pdf, compatible avec le maquetiste, avant le bouclage final de la publication concernée, soit 20 jours avant la date de parution.

- Au-delà de ce délai, le visuel publié sera la version antérieure la plus récente. S'il s'agit d'une première insertion, le défaut de visuel annule la parution mais la commande reste due par le client.
  - La Ville de DRAP s'engage à soumettre à l'annonceur un Bon à Tirer, qui sera obligatoirement validé par le client, au plus tard à la date de bouclage du support concerné.
- Les éventuelles modifications du visuel seront apportées dans ce délai imparti.
 

Le client donne son accord final en retournant le BAT daté et signé pour confirmer la parution. Ainsi validé, le visuel ne pourra subir aucune modification ultérieure.

A défaut de réception du BAT validé dans les délais, le visuel ne sera pas publié mais la commande reste valable et l'insertion soumise à règlement.

  - Le visuel reste la propriété de l'annonceur, il en a les droits exclusifs et en dispose à son gré.

Par la signature du bon de commande, il le met à la disposition de la Ville de DRAP, qui n'est autorisée à le publier à des fins publicitaires que dans le cadre de cette prestation. Le visuel ne peut faire l'objet d'une autre parution hors de ce contrat publicitaire.
- □ A compter du dépôt légal de la parution à la Bibliothèque Nationale de France, soit le 1<sup>er</sup> du mois, le client reçoit un exemplaire du numéro concerné accompagné d'un courrier de la Ville de DRAP, justifiant l'impression du visuel en conformité avec les attendus de la commande. L'annonceur dispose alors de 7 jours pour engager un recours en cas de litige.
- Au-delà de ce délai, les contestations seront considérées nulles et non avenues.
  - La facturation intervient dans les 30 jours après la date de parution du support concerné, et se renouvelle à chaque parution en cas de commande multiple.

La Ville de DRAP édite un ordre d'insertion transmis au Service de la comptabilité. Un titre de paiement exécutoire au nom du client est établi par la Trésorerie principale de Contes municipale et soumis à règlement à réception de la facture à l'ordre du Trésor Public.

#### **4- Tarifs des insertions publicitaires**

##### **4 - a : Variabilité des tarifs :**

Les tarifs varient selon plusieurs critères :

- Les supports d'édition.
- - La périodicité des parutions.
- Le format de l'encart publicitaire.
- L'emplacement du visuel dans la pagination.

- La fréquence des commandes.

#### **4 - b : Remise commerciale de fidélité :**

Il convient de proposer une réduction des tarifs suivant la fréquence des insertions publicitaires, afin d'inciter à la prise multiple de commandes ou de récompenser la fidélité d'un annonceur.

Cette réduction ne s'applique qu'aux supports à périodicité mensuelle, soit le JDD, qui comporte 11 numéros par année. Prenant comme base de calcul le prix de l'insertion pour une seule parution, on soustrait :

- 10 % du montant si la commande porte sur 2 ou 3 numéros.
- 20 % si la commande porte sur 4 ou 5 numéros.
- 30 % si la commande porte sur 6 ou 7 numéros.
- 40 % si la commande porte sur 8 ou 9 numéros.
- 50 % si la commande porte sur 10 ou 11 numéros.

#### **4 - c : Tarifs :**

Les tarifs s'entendent en € et Hors Taxes. La facturation ajoute une T.V.A selon le taux réglementaire à la charge de l'annonceur

**Il est proposé** au Conseil Municipal de valider le projet ci-dessus exposé.

AINSI FAIT ET DELIBERE A DRAP  
LES JOUR, MOIS ET AN QUE DESSUS  
POUR EXTRAIT CERTIFIE CONFORME

Robert NARDELLI

Maire de DRAP



---

**Compte rendu  
exécutoire après  
dépôt en préfecture  
le :  
et publication en  
mairie le :**

---