

CONDITIONS COMMERCIALES 2017

PUBLICITÉ, PARRAINAGE ET NUMÉRIQUE



CAMPAGNES 2017

Version consolidée du 23/03/17

francetvpublicité

la marque des marques

SOMMAIRE

1	Édito	P. 3
2	francetvpublicité 1 ^{re} offre de contenus premium en TV et Numérique	P. 4
3	Les types d'accès à l'offre	P. 8
4	SC olutions francetvpub	P. 11
5	Les conditions commerciales	P. 54
1	Conditions commerciales de la publicité	P. 55
2	Conditions commerciales du parrainage	P. 68
3	Conditions commerciales du numérique	P. 74
6	Les informations complémentaires	P. 81

EDITO

Premier groupe audiovisuel en 2016, France Télévisions déploie son rayonnement en misant sur la qualité et l'attractivité de ses contenus. L'originalité, la différence, le renouveau de la stratégie éditoriale de notre groupe l'inscrivent plus que jamais dans l'air du temps : raconter la société française et le monde en marche, allier l'audace créative et la conquête d'un large public, s'ouvrir à l'international et aussi à la richesse de nos régions françaises.

Notre nouvel élan dans le numérique permet de suivre les usages de la consommation de nos contenus. Nous avons de grandes satisfactions dans ce domaine et le cap des 500 millions de vidéo vues sur nos différentes plateformes numériques par mois se rapproche.

Pour nos CGV 2017, nous prenons trois engagements : la simplicité, notamment de nos offres et de nos modes de commercialisation, l'innovation, préoccupation quotidienne qui a conduit à la création du Lab et enfin, l'efficacité maximisée pour vos campagnes.

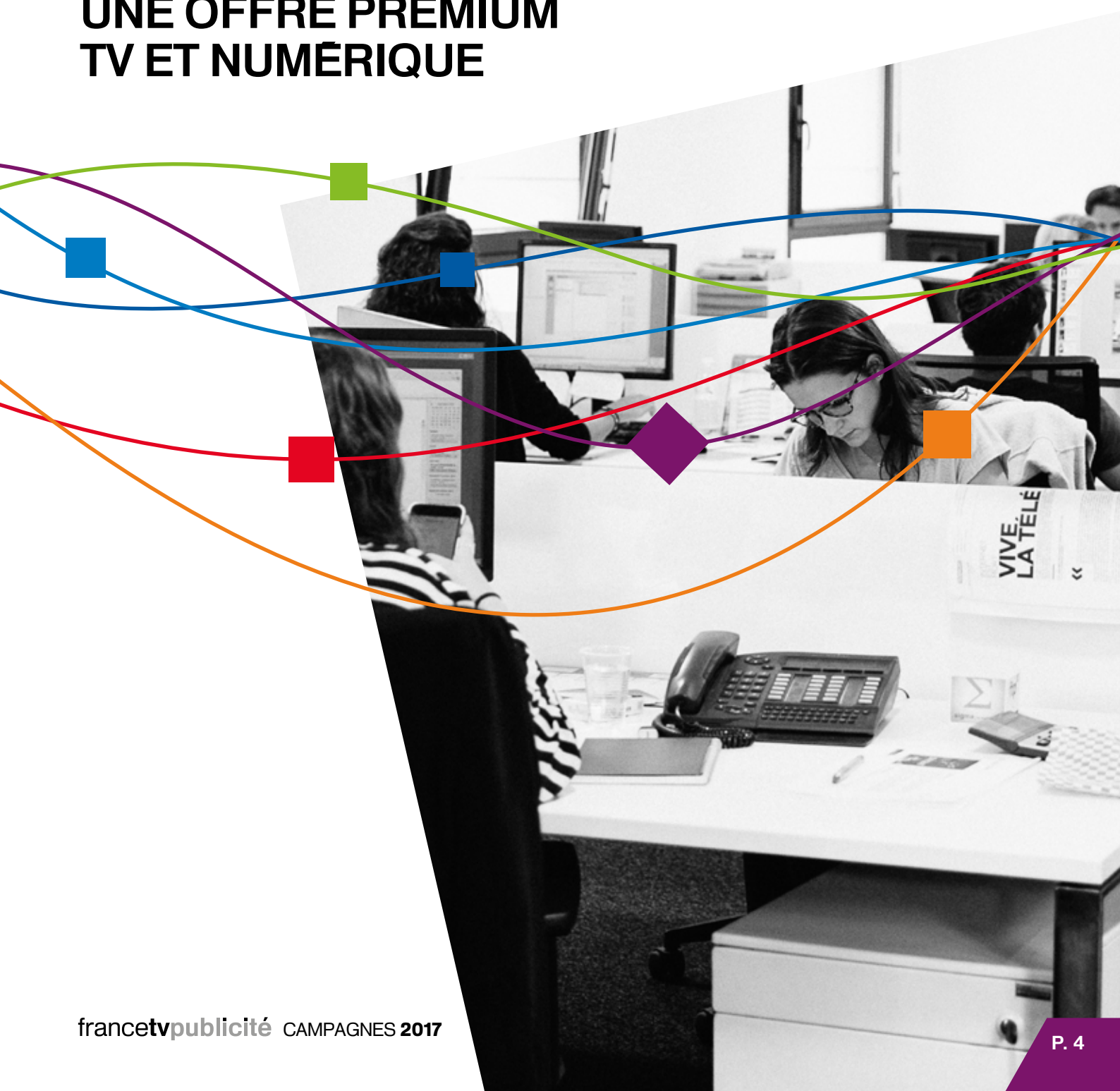
Partenaire des annonceurs et des agences, FranceTV Publicité accorde une place centrale à la qualité. Notre nouveau label « Ad quality » en est la preuve. La maîtrise de l'encombrement publicitaire dans des écrans courts, la brand safety et la visibilité : tout est mis en œuvre pour favoriser l'émergence de vos marques. En faisant preuve d'ouverture et de créativité pour répondre au plus près à vos attentes, nous avons l'ambition de développer le sur-mesure des dispositifs de communication et leur personnalisation grâce à la Data via notre DMP.

En quelques mots, Être la marque (au service) des marques !



2

francetv**publicité**
UNE OFFRE PREMIUM
TV ET NUMÉRIQUE



UNE OFFRE PREMIUM TV ET NUMÉRIQUE

1^{er} groupe audiovisuel



29%

de part d'audience
4 ans et plus

25%

de part d'audience ICSP+

21%

de part d'audience
sur les 25-59 ans

Un acteur majeur du numérique



329M

de vidéos vues
par mois



18,3M

de visiteurs uniques
par mois

Sources : audiences TV / Médiamétrie traitement MMW Pda janvier-août 2016. Médiamétrie // NetRatings Internet Global 3 écrans. Base 15+ juillet 2016 ; FTVEN-Médiamétrie eStat Streaming, Orange, Numéricable, Samsung, Yahoo, YouTube, Facebook – vidéos vues en replay, en direct et bonus, moyenne janvier-août 2016.

- ◆ Fait le plein de nouveaux **magazines** culturels, art de vivre et société !
- ◆ Rassemble avec le **divertissement**
- ◆ Crée du lien avec le **sport**
- ◆ Renouvelle ses ambitions en matière de **fiction**
- ◆ **Informe** 24/24 h et sur tous les canaux

5 PILIERS DE CONTENUS



UNE OFFRE JEUNESSE RÉFÉRENTE

france**télévisions**

1^{er} éditeur de programmes jeunesse
avec 5 800 heures de programmes par an

  1 enfant sur 3 devant nos programmes tv	 92M de vidéos vues en multi-écrans	 Une stratégie d'acquisition forte Partenariat Walt Disney
 Une stratégie multi-écrans	 4 Leader sur les 4-14 ans le matin avant l'école et en sortie d'école	 france télévisions Des créations originales et de nouveaux dessins animés

Une offre jeunesse renforcée avec les chaînes



2^e régie
sur les 4-10 ans

1^{re} régie
sur les FRDA
avec enfants

26%

de part d'offre
4-10 ans et femmes
RDA avec enfants

Sources : audiences TV / Médiamétrie traitement MMW Pda janvier août 2016, couverture mars 2016 - source éditeurs.

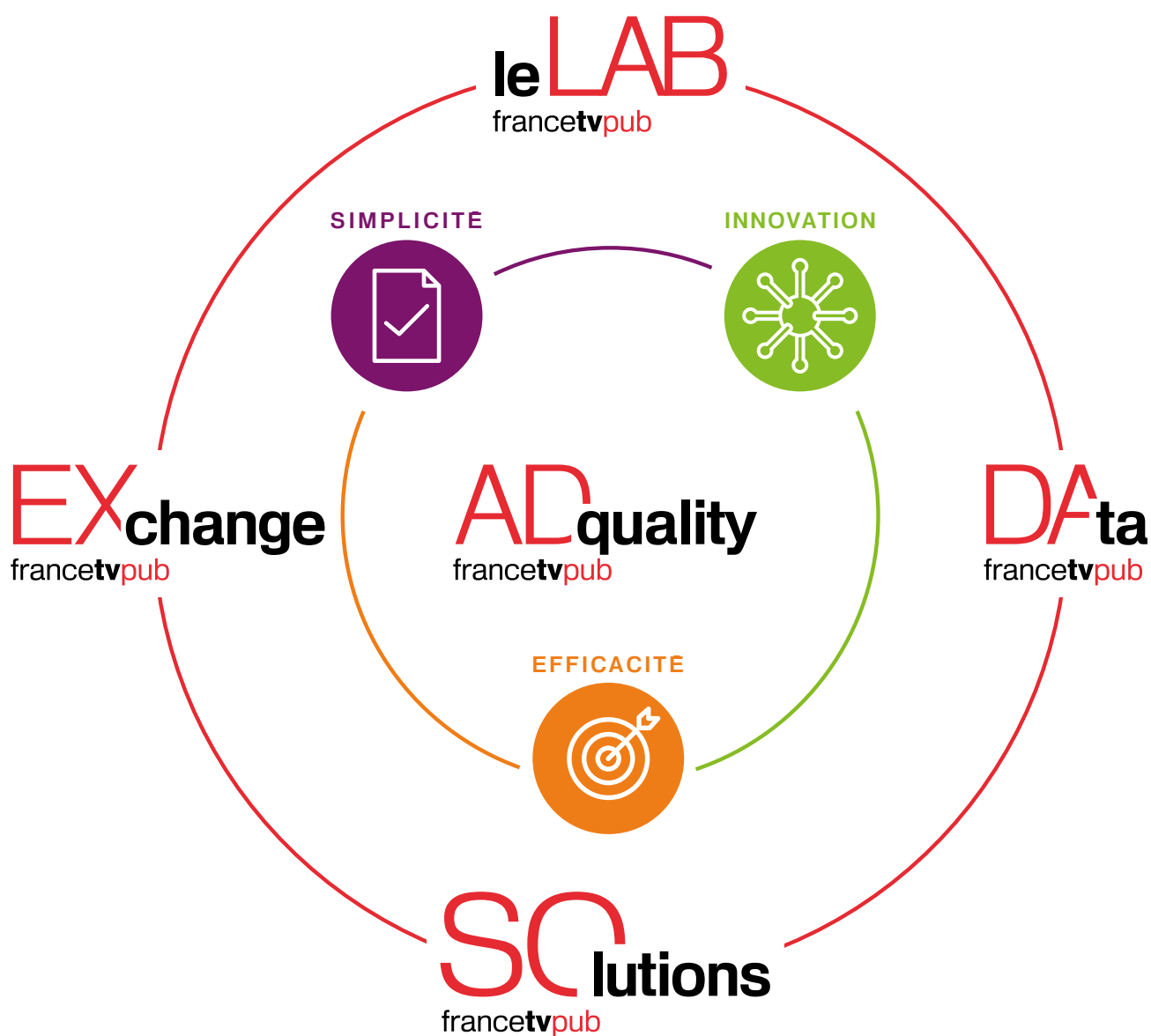
Part d'offre publicitaire Traitement Pop Corn janvier-août 2016, filtre contextes jeunesse sur les chaînes nationales/ensemble journée.

* Comprend la présence sur Boomerang et Boomerang +1.

3

LES TYPES D'ACCÈS A L'OFFRE





francetvpublicité

la marque des marques

ADquality

francetvpub

Création d'un label qualité dans lequel nous nous engageons sur :

- ♦ une pression publicitaire en TV et numérique qui favorise l'émergence des messages ;
- ♦ une charte sur le numérique qui garantit une meilleure expérience utilisateur ;
- ♦ une charte data friendly sur l'utilisation des données personnelles.

EXchange

francetvpub

Simplicité et accessibilité de notre offre vidéo en programmation via notre SSP.

Nous sommes prêts pour adresser le programme TV grâce à notre offre régionale (France 3).

DAta

francetvpub

- ♦ Nous disposons d'un GRP Data basé sur l'outil KantarWorldPanel qui permet d'optimiser l'efficacité de vos campagnes. 40 catégories de produits sont disponibles en TV et digital (via notre DMP).
- ♦ Optimisation de la couverture sur cible via notre DMP.

le LAB

francetvpub

France Télévisions Publicité a lancé le lab, nouveau département de Brand publishing proposant des contenus engageants au service des marques. Le Lab développe avec les annonceurs des solutions créatives et innovantes sur-mesure et créatrices de valeurs en TV et numérique.

SColutions

francetvpub

Une nouvelle palette de solutions en réponse aux besoins de nos clients, qui allie simplicité et accessibilité.

4

SOlutions

francetvpub



UNE GAMME DE PRODUITS EN RÉPONSE A VOS BESOINS



SIMPLICITÉ



INNOVATION



EFFICACITÉ

PACK CONTENUS

SC **affinity**

PACK CIBLES

SC **target**

SC **extent**

PACK DEVICE

SC **iPTV**

PACK ACCESSIBILITÉ

SC **easy**

SC **régions**

SC **dotation**

MOMENTS MARKETING

SC **launch**

SC **rta**

SC **live**

SC **synchro**

SOLUTIONS SUR-MESURE

SC **business**

SC **channel**

SC **placement**

SC **publishing**

ACTIVATION DU SOCIAL

SC **fan**

FORMATS INNOVANTS

SC **format**

GARANTIE

SC **garanty**

SC **visibility**

SC **multy**

SC **lo**

PUISSANCE

SC **prime**

SC **power**

SC **event**

CIBLAGE

SC **drive**

DA **ta**
francetv**pub**



A graphic design on a solid purple background. In the center is a white circle containing a white icon of a document with a checkmark. Four white curved lines radiate from this central circle towards the edges of the frame. Each line has a small white square marker at its endpoint. The word "SIMPLICITE" is written in white, uppercase, sans-serif font, positioned below the central circle and between the curved lines.

SIMPLICITE

NUMÉRIQUE

SOaffinity



SIMPLICITE

Accédez à nos inventaires display et vidéos grâce à nos packs





SIMPLICITE

Le parrainage ultra-affinitaire

LA GAMME

sponSOaffinity vous permet de vous associer notamment à un ou plusieurs programmes de France Télévisions autour d'une thématique forte, très affinitaire avec votre marque et votre univers pour favoriser le transfert de valeur.

LES PRODUITS

sponSOaffinity, c'est :

- ◆ la **Cuisine** avec le Pack Cuisine ;
- ◆ la **Lecture** avec le Pack Littérature ;
- ◆ le **Jardinage** avec le Pack Jardin ;
- ◆ la **Santé** avec le Pack Santé ;
- ◆ les **Voyages** avec le Pack Évasion ;
- ◆ la **Maternité** avec La Maison des Maternelles ;
- ◆ la **Maison** avec La Maison France 5 ;
- ◆ etc.

LES DISPOSITIFS

- ◆ Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- ◆ Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- ◆ Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard).

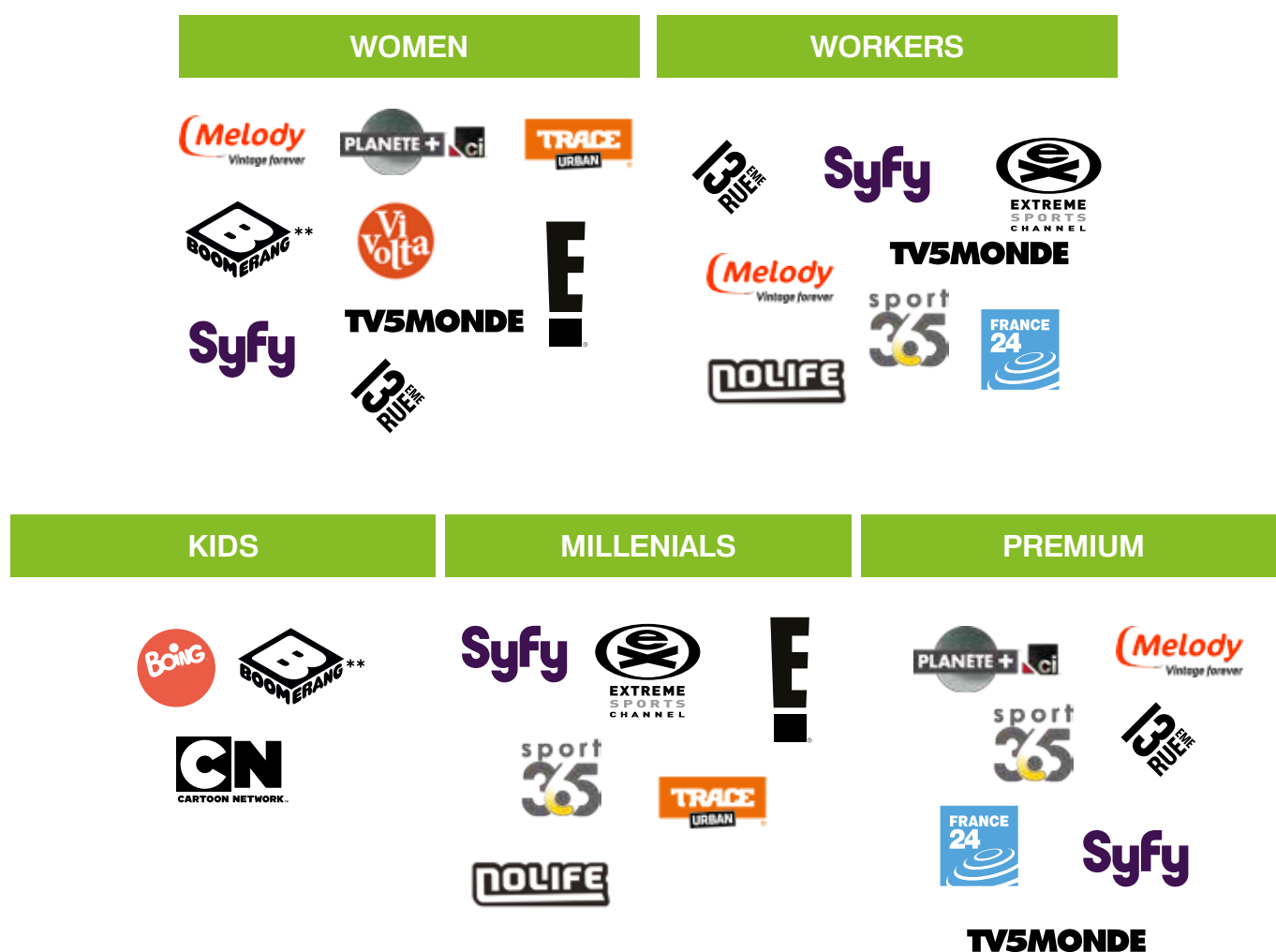
Les produits sont constitués discrétionnairement par France Télévisions Publicité. Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en C.A. Initial.

SO target thématik



Capitalisez sur la puissance et la diversité éditoriale de nos Chaînes Thématiques pour un ciblage optimal

17,3M de téléspectateurs 4+* regardent, chaque mois, nos Chaînes Thématiques. Un portefeuille de chaînes puissantes et affinitaires qui permet de toucher tous les publics. Les packs **SO target thématik** sont constitués d'un ensemble de chaînes sélectionnées en fonction des thématiques consommées par chacune des cibles : séries/fiction, sport, info, musique, jeunesse.



* Source Médiamétrie/Mediamat Thématik vague 31.

** Comprend la présence sur Boomerang et Boomerang +1.

LES CONDITIONS COMMERCIALES

Les packs **SOtarget thématik** peuvent être réservés dès l'ouverture de planning. Ils sont indissociables et ne peuvent pas être recomposés.

LES ACHATS DE PACKS SOTARGET THÉMATIK SE FONT SOIT :

- ◆ **sous la forme d'un brief de programmation**, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, cible, dates de communication, format ...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique « espace pro ».
- ◆ **OU par mail adressé au service Planning** avec les mentions suivantes :
 - nom du produit ;
 - numéro de produit ;
 - format du message publicitaire ;
 - période de diffusion ;
 - pack sélectionné ;
 - budget.

Les packs **SOtarget thématik** sont programmés en fonction des disponibilités du planning.

Les investissements réalisés dans le cadre des packs **SOtarget thématik** ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ SE RÉSERVE LE DROIT :

- ◆ de programmer les packs **SOtarget thématik** en fonction des disponibilités du planning ;
- ◆ de modifier les programmations des messages dans les écrans publicitaires des packs **SOtarget thématik** en cours de campagne, pour respecter au mieux l'engagement de CGRP Net garanti.

L'évaluation des bilans d'audience se fait sur la période de publication des tarifs.

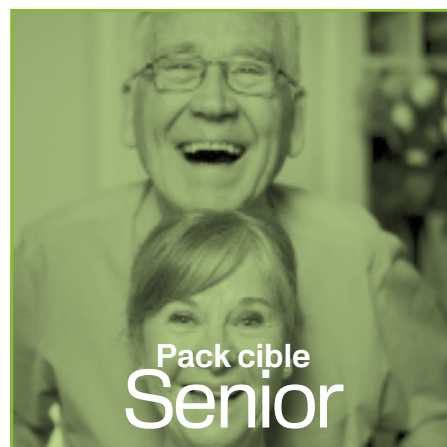
NUMÉRIQUE

SO target



SIMPLICITE

Accédez à nos inventaires display et vidéos grâce à nos packs



NUMÉRIQUE

SO extent

francetvpublicité
& YouTube



SIMPLICITE

Étendez votre prise de parole au cœur des contenus de France Télévisions et au cœur des usages. Un contenu France Télévisions partout où ils sont distribués !



Environnement brand safety
autour de nos contenus premium



Format unique
pré-roll vidéo



Contact unique pour
une campagne adressée à notre
galaxie des diffuseurs



Packs cibles/contenus
(détails sur demande)

1,6M

d'impressions/mois

25K€

sur base d'un pré-roll
30"



Cible 25-49 ans

1M

d'impressions/mois

18K€

sur base d'un pré-roll
30"

**SPONSORISEZ EN EXCLUSIVITÉ LES CHAÎNES DES CONTENUS
DE FRANCE TÉLÉVISIONS SUR YouTube**

Étendez votre parrainage avec une présence exclusive sur Youtube (prix sur demande).

1 programme au choix ► 1 mois 100 % PDV

NUMÉRIQUE

SOiPTV



SIMPLICITE

1

france **télévisions**

une offre IPTV puissante



2^{de}
offre IPTV
9M

de téléspectateurs
IPTV/mois

2

iPTV

l'écran premium de la jeunesse
chez France Télévisions



1
replay IPTV
sur 2

est un contenu jeunesse

100% IPTV jeunesse

13K€/semaine

1 pré-roll unique

670 000 pré-rolls

Médiamétrie, Médiamat, replay IPTV, mai 2016.

Offre valable du 01 janvier au 31 août 2017 sous réserve de disponibilité.



Bénéficiez d'une communication accessible, efficace et clé en main.
SOeasy permet de renforcer votre visibilité en multi-écrans,
 et garantit un nombre de contacts et un nombre de messages.

Cette offre est accessible aux annonceurs éligibles à la qualification de Petite entreprise.

Campagne sur 3 semaines



Avant 20h
 180 spots de 20"

80 000 €
 Net HT

27M de contacts 15+
 2M d'impressions*

Campagne sur 4 semaines



Avant 20h
 260 spots de 20"

120 000 €
 Net HT

40M de contacts 15+
 3M d'impressions*

Frais
 de production
 du spot
 inclus

*Mise en place d'un dispositif numérique ad hoc, hors pré-roll, programmé sur les sites en régie chez France Télévisions Publicité.

SOeasy offre aux annonceurs une communication clé en main (de la production du spot aux bilans de campagne) pendant 3 ou 4 semaines sur les chaînes France 2, France 3 National, France 5 et France Ô (dans les écrans avant 20h) ainsi que sur les Chaînes Thématiques concernées et sur le Numérique (en display). Dans le cadre de la solution **SOeasy**, l'annonceur bénéficie d'un certain nombre de diffusions de son message publicitaire lui garantissant un volume de contacts, et un nombre de spots diffusés.

Pour pouvoir bénéficier de la solution SOeasy, les annonceurs doivent être éligibles à la qualification de Petite entreprise.*

La programmation des espaces publicitaires est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité en fonction des disponibilités du planning.

Les tarifs incluent les frais de production des spots (sur la base d'un spot de 20 secondes).
France Télévisions Publicité Conseil se charge exclusivement de la réalisation du spot.

Le contenu de la prestation comprend exclusivement :

- ◆ élaboration d'un concept créatif sous forme de storyboard ;
- ◆ post-production image ;
- ◆ achat d'une musique de stock ;
- ◆ location d'un studio son ;
- ◆ cachet du comédien ;
- ◆ fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions) ;
- ◆ validation préalable de l'ARPP.

La communication numérique envisagée dans le cadre de la solution **SOeasy** sera déployée sur les sites en régie chez France Télévisions Publicité en format display sur le desktop.

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 20 secondes en télévision. Pour toute durée différente, contacter le service commercial de France Télévisions Publicité.

Les achats **SOeasy** s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, cible, dates de communication, format...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité : www.francetvpub.fr dans la rubrique « espace pro ».

Les investissements réalisés dans le cadre de la solution **SOeasy** ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

En cas d'annulation par l'annonceur d'une solution **SOeasy** celui-ci restera tenu à l'égard de France Télévisions Publicité Conseil au paiement des frais de production engagés par cette dernière, antérieurement à la date d'annulation.

* La qualification de Petite entreprise est attribuée par France Télévisions Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2016 tel que défini dans la partie 5-1 des Conditions Commerciales de la publicité du présent document (minorations tarifaires/Petite entreprise).

Accédez à la publicité régionale avec des solutions clé en main pour mieux cibler vos clients

5 packs disponibles
dans chacune des 24 régions



Achat malin

Abattement de
-25% à -50%
sur le C.A. Initial

Achat facile

Réservation des espaces
assurée par France
Télévisions Publicité

ROAD BLOCK

-35%

14 jours consécutifs en TV
45 spots
24 à midi & 14 le soir
avant 20h
+
7 écrans 20 h 15

VISIBILITÉ ASSURÉE

TOP CHRONO

-45%

21 jours consécutifs en TV
75 spots
32 à midi & 32 le soir
avant 20h
+
11 écrans 20 h 15

RAPIDITÉ VERS LE SUCCÈS

ACTIFS

Du lundi au vendredi :
19 h 25 et 20 h 15
en alternance

2 semaines 10 spots
3 semaines 16 spots
4 semaines 24 spots

-25%

-30%

-35%

PRÉSENCE CIBLÉE EN SOIRÉE

BASE 100

-50%

30 jours consécutifs
en TV
100 spots
44 à midi et 44 le soir
avant 20h
+
12 écrans 20 h 15

PRESSIION SANS LIMITE

ÉTÉ

-35%

Durée maximum
de la campagne : 30 jours après la
1^{re} diffusion
20 spots le soir
avant 20h
+
10 écrans 20 h 15

VISIBILITÉ ESTIVALE

LES CONDITIONS COMMERCIALES

5 packs disponibles
dans chacune des 24 régions



Achat malin

Abattement de
-25% à -50%
sur le C.A. Initial

Achat facile

Réservation des espaces
assurée par France
Télévisions Publicité

- ◆ Les packs **SO régions** sont constitués d'un ensemble de messages publicitaires programmés sur les écrans publicitaires des décrochages régionaux de France 3.
- ◆ Les packs **Road Block**, **Top Chrono**, **Base 100** et **Actifs** sont commercialisés du 1^{er} janvier 2017 au 30 juin 2017 inclus et du 1^{er} septembre 2017 au 31 décembre 2017 inclus.
- ◆ Le pack **Été** est commercialisé du 1^{er} juillet au 31 août 2017 inclus.
- ◆ Les investissements réalisés dans le cadre des packs **SO régions** ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.
- ◆ France Télévisions Publicité se réserve le droit de programmer les packs **SO régions** en fonction des disponibilités du planning.
- ◆ L'évaluation des bilans d'audience se fait sur la base de l'étude Baromètre Régionalisé de Médiamétrie (septembre 2015 - juin 2016).

L'offre de dotation

LA GAMME

SOdotation vous permet d'offrir vos produits aux candidats et d'apparaître sous forme de packshot dans les jeux et certains divertissements diffusés sur France Télévisions.

La dotation est un moyen unique pour développer sa notoriété, faire connaître un produit et capitaliser sur l'image d'une émission ou d'un animateur.

SOdotation est possible dans les programmes de jeux :

- ◆ Tout le monde veut prendre sa place ;
- ◆ Questions pour un Champion ;
- ◆ Slam ;
- ◆ Les Z'amours ;
- ◆ Harry ;
- ◆ Motus ;
- ◆ Des chiffres et des lettres ;
- ◆ etc.

LES CONDITIONS COMMERCIALES

Le packshot est réalisé par France Télévisions Publicité. Cette mini-séquence présente le produit offert à partir d'images libres de droit fournies par le partenaire. Sa durée est de 8" ou 12" avec une incrustation logo de 5" + un lien url et un texte descriptif non promotionnel énoncé par la voix off de l'émission.

Un logo de 2" est visible dans le générique de fin d'émission. La dotation est cumuleable avec le parrainage d'un programme.



INNOVATION

SO launch



Maximisez l'émergence de votre lancement de campagne via une présence multi-chaînes dans nos écrans premium et via notre offre numérique

Une opération unique

1

Une phase teasing

UNE PHASE TEASING

Pour donner RDV aux téléspectateurs TV + Numérique de 6h à 20h.



francetv**sport** francetv**pluzz**

france **2**.fr france **5**.fr

france **3**.fr france **Ô**.fr

france **4**.fr

2

Une phase reveal

UNE PHASE REVEAL

Chaînes TV en access + Chaînes Thématiques et supports Numériques de 20h à 24h.

5 spots TV en événementiel

Soit 1 spot par chaîne sur les écrans premium de France Télévisions :



19:57* 19:56* 19:30* 19:54* 19:35*

60 spots TV sur les Chaînes Thématiques** entre 20h et 24h.

Diffusion du **spot « événement »** sur l'ensemble des supports numériques de France Télévisions Publicité (tous les devices) de 20h à 24h.

* Écrans donnés à titre indicatif, les écrans correspondront à la dernière présence en Access (1900-1999).

**Les chaînes commercialisées par France Télévisions Publicité.

LES CONDITIONS COMMERCIALES

SOlaunch associe des espaces publicitaires en TV (espace classique) et Numérique (en pré-roll) offrant à l'annonceur une visibilité maximale pour appuyer des lancements de produits ou opérations événementielles.

Cette solution permet à l'annonceur de communiquer de manière impactante pendant 1 journée **concomitamment sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô (espace classique), ainsi que sur les Chaînes Thématiques commercialisées par France Télévisions Publicité et sur l'offre Numérique de France Télévisions Publicité** (en pré-roll, en rotation générale).

La Solution SOlaunch offre pour 1 journée de communication :

- ♦ une garantie de présence dans nos écrans d'access pendant 1 jour sur les chaînes France 2 (écran 19:57*), France 3 National (écran 19:56*), France 4 (écran 19:30*), France 5 (écran 19:54*) et France Ô (écran 19:35*), en emplacement préférentiel dans la limite des disponibilités du planning ;
- ♦ présence dans les écrans des Chaînes Thématiques ;
- ♦ un nombre de pré-roll pour le Numérique.

France Télévisions Publicité Conseil se charge de la réalisation du spot teaser.

Le contenu de la prestation comprend exclusivement :

- ♦ élaboration d'un concept créatif sous forme de storyboard
- ♦ post-production image ;
- ♦ achat d'une musique de stock ;
- ♦ location d'un studio son ;
- ♦ cachet du comédien ;
- ♦ fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions) ;
- ♦ validation préalable auprès de l'ARPP.

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre de l'achat de la solution **SOlaunch** est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité et bénéficie pour l'espace classique d'une priorité aux ouvertures de planning.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de **SOlaunch** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation **SOlaunch** entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Pour tout changement radical de contexte programme ou pour toute modification du tarif entraînant une augmentation supérieure de 15 % par rapport au Tarif Initial Corrigé, l'annonceur pourra annuler le dispositif sans pénalité ou le conserver.

En cas d'annulation par l'annonceur d'une solution **SOlaunch** celui-ci restera tenu à l'égard de France Télévisions Publicité Conseil au paiement des frais de production engagés par cette dernière, antérieurement à la date d'annulation.

* Écrans donnés à titre indicatif, les écrans correspondront à la dernière présence en Access (1900-1999).

La solution **Sorta** permet de personnaliser un message publicitaire, diffusé dans les écrans publicitaires placés quelques minutes avant, pendant ou après la diffusion d'un programme, et de favoriser davantage l'association entre la marque et le programme préempté

L'actualisation en temps réel de votre message publicitaire peut s'effectuer via :

- ◆ une insertion créative au sein du spot publicitaire ;
- ◆ ou un changement complet du spot.

LES CONDITIONS COMMERCIALES

+ 30 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé pour la diffusion du message publicitaire de l'annonceur actualisé, l'accès prioritaire au planning et la programmation dudit message en emplacement préférentiel.

Les **frais techniques d'actualisation** feront l'objet d'une facturation distincte.

Dans le cadre de la solution **Sorta, l'annonceur bénéficie :**

- ◆ d'une intervention par France Télévisions Publicité sur le message publicitaire avant, pendant ou après la diffusion du programme, ce à quoi l'annonceur consent ;
- ◆ d'un accès prioritaire au planning ;
- ◆ d'un emplacement préférentiel garanti aux ouvertures de planning dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4 et France 5 dans la limite des disponibilités du planning.

L'annonceur devra impérativement faire parvenir à l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) une copie du message publicitaire destiné à être actualisé, en précisant les paramètres d'actualisation, afin d'obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de **Sorta** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation **Sorta** entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Pour tout changement radical de contexte programme ou pour toute modification du tarif entraînant une augmentation supérieure de 15 % par rapport au Tarif Initial Corrigé, l'annonceur pourra annuler le dispositif sans pénalité ou le conserver.

En cas d'annulation par l'annonceur d'une solution **Sorta** celui-ci restera tenu à l'égard de France Télévisions Publicité Conseil au paiement des frais de production engagés par cette dernière, antérieurement à la date d'annulation.

Prenez la parole en direct en multi-chaînes et multi-écrans pour accompagner votre lancement de produit

1 minute dédiée à votre marque diffusée en direct avant 20h
sur nos chaînes et nos environnements numériques

1

Une phase
teasing

UNE PHASE TEASING

Avec des **spots de 8"** répartis sur 3 chaînes.



2

Une phase
reveal

UNE PHASE REVEAL

Avec **un spot de 60"** diffusé sur les 3 chaînes en télévision avant 20h et en numérique de 20h à 24h. 60" entièrement dédiées à votre marque en position A de l'écran.



19:57*

19:56*

19:52*

Diffusion en pré-roll du spot « live » de 20h à 24h sur l'ensemble des supports numériques de France Télévisions Publicité (tous les devices).

* Écrans donnés à titre indicatif, les écrans correspondront à la dernière présence en Access (1900-1999).

LES CONDITIONS COMMERCIALES

Dans le cadre de la solution **SOlive**, l'annonceur bénéficie :

- ◆ d'une diffusion sur les chaînes France 2, France 3 National, France 5 (espace classique) avant 20h :
 - 15 spots TV de 8" répartis sur les 3 chaînes (5 spots par chaîne) ;
 - 3 spots TV de 60" en direct, en position A dans les écrans 19:57* de France 2, 19:56* de France 3 et 19:52* de France 5. À cet effet, l'annonceur bénéficie d'une priorité aux ouvertures de planning.
- ◆ d'une diffusion sur l'environnement numérique de France Télévisions Publicité de 20h à 24h.

France Télévisions Publicité Conseil se charge exclusivement de la production du teaser et du spot live.

Le contenu de la prestation comprend exclusivement :

- ◆ élaboration d'un concept créatif sous forme de storyboard ;
- ◆ post-production image ;
- ◆ achat d'une musique de stock ;
- ◆ location d'un studio son ;
- ◆ cachet du comédien ;
- ◆ fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions) ;
- ◆ validation préalable auprès de l'ARPP.

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre de l'achat de la solution **SOlive** est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité, sous réserve de la validation de l'ARPP.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de **SOlive** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation **SOlive** entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Pour tout changement radical de contexte programme ou pour toute modification du tarif entraînant une augmentation supérieure de 15 % par rapport au Tarif Initial Corrigé, l'annonceur pourra annuler le dispositif sans pénalité ou le conserver.

En cas d'annulation par l'annonceur d'une solution **SOlive** celui-ci restera tenu à l'égard de France Télévisions Publicité Conseil au paiement des frais de production engagés par cette dernière, antérieurement à la date d'annulation.

* Écrans donnés à titre indicatif, les écrans correspondront à la dernière présence en Access (1900-1999).

Prenez la parole au moment opportun !

MÉCANIQUES DÉCLINABLES SUR LA MÉTÉO, LES COMPÉTITIONS SPORTIVES ET D'AUTRES ÉVÈNEMENTS



Identification de l'évènement
déclencheur de la campagne :
but marqué, set gagné,
départ d'étape, donnée
météo, spot télévisé, etc.

Détection de l'évènement.

Campagne diffusée
simultanément sur le(s)
site(s) en régie chez France
Télévisions Publicité
de votre choix.

1M
Mastheads
10 000 € net

Une technologie de synchronisation qui permet d'adapter l'orchestration et les messages en temps réel en fonction de campagnes TV, de la météo ou d'évènements sportifs.

+20 % sur le Tarif de Référence (pré-roll et Display).

SO business



Une offre privilégiée pour les entreprises,
mises à l'honneur au sein d'un écran publicitaire

France Télévisions Publicité vous permet de bénéficier
d'une prise de parole innovante au sein de contextes qualitatifs
premium pour une émergence garantie.

**UN DISPOSITIF GLOBAL
CLÉ EN MAIN
SUR 1 SEMAINE COMPRENANT :**

- ♦ La production de **5 films événement de 50"** valorisant votre entreprise, son savoir-faire avec un ton journalistique, informatif.
- ♦ Et la diffusion en télévision, numérique et en radio.

125K€ Net HT

Frais
de production
du spot
inclus

► **5 films de 50"**

diffusés du lundi au vendredi
dans l'écran 7:30* sur **2**



► **5 films de 50"**

diffusés du lundi au vendredi
dans l'écran 18:56* sur **5**



► **Reprises des films**

dans les écrans affinitaires
sur **24** et **TV5MONDE**
(50 diffusions par semaine)

► **Reprise des films classiques**

en pré-roll multi-écrans
et plan de médiatisation
display classique
(habillage + display)

► **5 pastilles de 50 secondes**

du lundi au vendredi dans l'écran
6:58 sur **franceinfo**

En option : 3 diffusions entre lundi et vendredi dans
l'écran régional 20:15 pour une surpression régionale
juste avant Plus belle la vie (sous réserve d'un budget
additionnel à convenir).



* Écran donné à titre indicatif.

LES CONDITIONS COMMERCIALES

Dans le cadre de la présente offre, l'accès prioritaire au planning et à la programmation du message publicitaire (format 50') en emplacement préférentiel (A) sont garantis. En outre, l'annonceur bénéficie d'une exclusivité sectorielle par écran.

Les tarifs incluent les frais de production des spots (sur la base d'un spot de 50 secondes, pour tout autre format nous consulter).

France Télévisions Publicité Conseil se charge exclusivement de la réalisation du spot.

Le contenu de la prestation comprend exclusivement :

- ◆ élaboration d'un concept créatif sous forme de storyboard ;
- ◆ post-production image ;
- ◆ achat d'une musique de stock ;
- ◆ location d'un studio son ;
- ◆ cachet du comédien ;
- ◆ fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions) ;
- ◆ validation préalable de l'ARPP.

Périmètre : sont concernés par la présente offre certains espaces publicitaires des chaînes France 2, France 3 Régions, France 5, TV5 Monde, France 24 et radio France Info, ainsi que des espaces publicitaires sur l'environnement numérique dont France Télévisions Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning. Il est précisé que cette offre n'est pas prise en compte dans les accords annuels des annonceurs.

Cette offre est soumise aux Conditions Générales de Vente Publicité 2017 de France Télévisions Publicité accessibles à l'adresse www.francetvpub.fr ainsi qu'aux Conditions Générales de Vente 2017 de Radio France Publicité accessibles à l'adresse <http://radiofrancepub.com>

Le tarif est communiqué sur la base d'un format 50 secondes en télévision. Pour toute durée supérieure ou pour tout message supplémentaire, merci de bien vouloir prendre contact avec le service commercial.

La facturation sera effectuée distinctement par France Télévisions Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de publicité 2017 et par Radio France Publicité. Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

Les investissements réalisés dans le cadre de la solution **SObusiness** ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de **SObusiness** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation **SObusiness** entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Pour tout changement radical de contexte programme ou pour toute modification du tarif entraînant une augmentation supérieure de 15 % par rapport au Tarif Initial Corrigé, l'annonceur pourra annuler le dispositif sans pénalité ou le conserver.

NUMÉRIQUE

SOchannel



INNOVATION

Notoriété et image via une chaîne de marque 100 % vidéo

Une intégration inédite et exclusive
au cœur de notre plateforme vidéo
web et mobile

francetv**pluzz**



Vos contenus valorisés et une promesse éditoriale optimale
grâce à l'expertise de

francetv**publicité**

Budget : nous consulter.

francetv**publicité** CAMPAGNES 2017

L'offre de placement de produit

LA GAMME

SOplacement vous permet d'intégrer votre produit dans certaines des meilleures fictions diffusées sur France Télévisions. Le placement de produit peut être figuratif ou scénarisé (inséré lors de l'écriture) pour une efficacité optimale.

SOplacement est possible dans les programmes de fictions :

- ◆ Plus belle la vie ;
- ◆ Candice Renoir ;
- ◆ Chérif ;
- ◆ Caïn ;
- ◆ Parents mode d'emploi ;
- ◆ Nina ;
- ◆ Alex Hugo ;
- ◆ Tandem ;
- ◆ Capitaine Marleau ;
- ◆ etc.

LES CONDITIONS

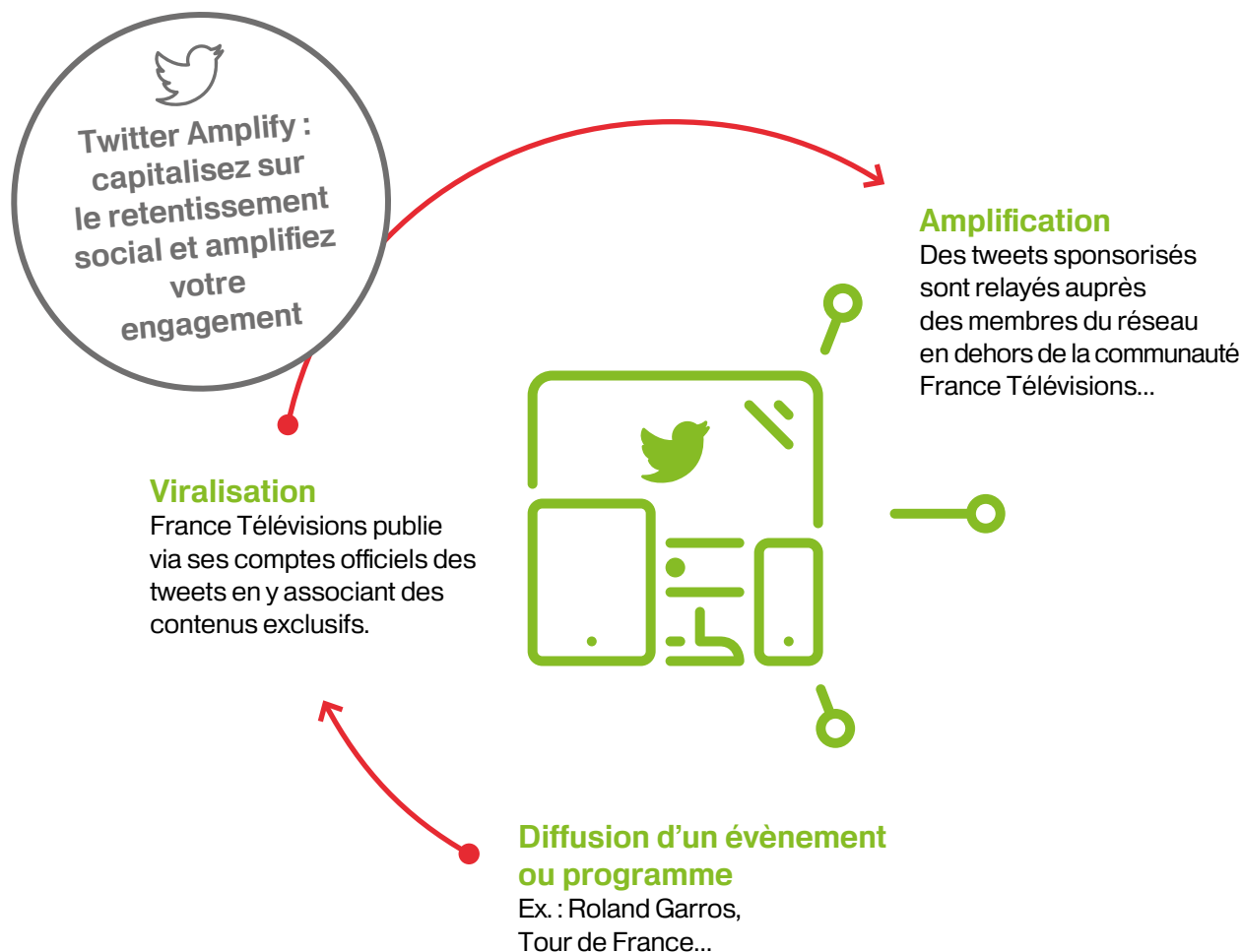
- ◆ Pas d'influence du contenu du programme par l'annonceur.
- ◆ Pas d'incitation directe à l'achat des produits.
- ◆ Pas de mise en avant injustifiée du produit.
- ◆ Nécessité d'informer les téléspectateurs.

Le placement de produit est autorisé dans les films, fictions audiovisuelles, vidéoclips, sauf lorsque ces émissions sont destinées aux enfants, produits après le 6 mars 2010.

Il n'est pas autorisé pour les produits appartenant aux secteurs suivants : alcool, tabac, médicaments (remboursés ou non), armes à feu, préparations pour nourrissons (de 0 à 4 mois inclus).

Un même annonceur ne peut pas cumuler les statuts de parrain et placeur de produit pour une même émission, en cas de concurrence la priorité est donnée au placeur.

Boostez votre visibilité sociale pendant un évènement et retouchez les fans à la suite de ce dernier grâce à la data



RETARGETING DATA : PROLONGEZ VOTRE PRISE DE PAROLE APRÈS L'ÉVÈNEMENT

Grâce à **francetvData**, nous vous proposons de retoucher l'audience ultra premium de nos événements sur tout notre environnement numérique. Cette offre est disponible via nos formats vidéos et display.

Budget : nous consulter.

NUMÉRIQUE

SO format



Des formats innovants pour soutenir vos prises de parole



Corner sur le Live
Une intégration optimale
dans le contenu éditorial.

**La vidéo verticale
sur mobile**
Un format 100 % adapté à l'usage.

Maquettes non contractuelles.
Sous réserve de validation éditoriale.



EFFICACITÉ

Maîtrisez votre coût du GRP net en TV

LES CONDITIONS COMMERCIALES

L'achat des différentes solutions **SOgaranty** permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes France 2, France 3 national, France 4, France 5, France Ô, Boomerang (et Boomerang +1), Boing et Cartoon Network sur les tranches en Day, en Access et également Après 20h (sur les chaînes de France Télévisions uniquement pour les annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la publicité d'intérêt général) **en maîtrisant le "Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes"** qui lui est garanti par France Télévisions Publicité.

SOgaranty	NOUVEAUTÉ SOgaranty+	NOUVEAUTÉ SOgaranty Kids
1^{er} janv - 31 déc. 2017  Exclusion de F4 et/ou FÔ à la demande PAS DE CONTEXTE Toute la grille	1^{er} janv - 31 déc. 2017  Les chaînes sont indissociables INFOS et MAGAZINES Télématin  12.00 à 13.99 et 19.00 à 19.99  17.00 à 19.99 	1^{er} janv - 20 août 2017   Les chaînes sont indissociables JEUNESSE Écrans terminaison codifiée en « 3 » 
Délai de programmation : S-4 du démarrage Cibles féminines, cibles mixtes, cibles+ et comportementales	Délai de programmation : Ouvertures de planning Cibles féminines, cibles mixtes, cibles+ et comportementales	Délai de programmation : Ouvertures de planning Cibles jeunesse
Nombre de semaines actives et jours actifs : sans restriction, uniquement sur les périodes ouvertes		
Format et durée du spot : sans restriction		

* Comprend la présence sur Boomerang et Boomerang +1.

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre des différentes solutions **SOgaranty** est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité dans le respect des modalités et des objectifs définis par l'annonceur ou son mandataire dans le brief de programmation* et selon les délais de programmation de la Solution choisie.

L'annonceur ou son mandataire adressera à France Télévisions Publicité son brief de programmation dûment complété.

À réception du brief de programmation, France Télévisions Publicité informera l'annonceur ou son mandataire, dans un délai de 48h à compter de la date de réception du brief, par tout moyen d'usage dans la profession, de son acceptation ou de son refus dudit brief de programmation en fonction des disponibilités du planning. En tout état de cause, dans l'hypothèse où France Télévisions Publicité viendrait à informer l'annonceur et/ou son mandataire de son refus, ces derniers ne pourront prétendre à aucun dédommagement quel qu'il soit à ce titre.

Dans le cadre de l'acceptation par France Télévisions Publicité du brief de programmation, cette dernière adressera à l'annonceur ou son mandataire, le jour ouvré suivant, le plan de programmation de la Vague concernée. Dans l'hypothèse du refus par l'annonceur ou son mandataire du plan de programmation transmis par France Télévisions Publicité, celui-ci s'engage à en informer, par écrit, France Télévisions Publicité, le jour même et ce, au plus tard avant 18h. L'absence de réponse dans ce délai vaut acceptation par l'annonceur ou son mandataire du plan de programmation.

Une même Vague pourra faire l'objet concomitamment de deux modes d'achat : Achat unitaire et achat des différentes solutions **SOgaranty**.

Un « Coût GRP Net Garanti Désindexé base 30 secondes » est fixé par cible, en amont de la première demande de programmation en Coût GRP Net Garanti et sera ainsi intégré automatiquement dans le brief de programmation de chaque Vague. Ce « Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes » ne prend pas en compte les grilles d'indices par période et par Day, Access, Après 20h/cible telles que définies ci-après.

Le « Coût GRP Net Indexé base 30 secondes » prend en compte les choix médiaplanning de l'annonceur ou de son mandataire définis au sein du brief de programmation accepté par France Télévisions Publicité, et sera calculé selon les grilles d'indices par période et par tranches Day, Access, Après 20h/cible telles que définies ci-après.

* Les demandes de programmation des Achats en Coût GRP Net Garanti s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la Vague concernée par ce mode d'achat (produit, secteur, Solution choisie, cible, dates de communication, format, objectifs en nombre de GRP, ventilation des GRP, ...) et permettant de fixer le Coût GRP Net Garanti Indexé par période et par tranche en Day/Access et Après 20h, format base 30 secondes, validé entre France Télévisions Publicité et l'annonceur ou son mandataire. Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique « Espace Pro ». Le début des programmations pour le produit SOgaranty commencera le 04/12/16. Les produits SOgaranty+ et SOgaranty Kids sont programmables dès les 1^{ères} ouvertures de planning du 13/11/16.

LES CIBLES GARANTIES*

CIBLES FÉMININES	CIBLES MIXTES ET MASCULINES	CIBLES + ET COMPORTEMENTALES	CIBLES JEUNESSE
Femmes RDA < 50 ans	Responsables des achats moins de 60 ans	Femmes RDA 15 ans et +	4-10 ans
Femmes RDA Tanguy (avec enfants -25 ans)	Ensemble 25-49 ans	Ensemble 25 ans et +	Garçons 4-14 ans
Femmes RDA 25-59 ans	Ensemble 25-59 ans	Ensemble 35 ans et +	Filles 4-14 ans
Femmes 35-59 ans	Ensemble 35-59 ans	Insurance selective	4-14 ans
Femmes RDA avec enfants -15 ans	Individus csp+	Traveler	
Femmes 25-49 ans	Hommes 25-49 ans	Bankable	
		Brand Lover PGC FLS	
		New Car Buyer	
		Perfume Lover - female	
		Perfume Lover - male	
		E-buyer	

* Les cibles garanties sont susceptibles d'être modifiées en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

INDICES PAR PERIODES *

PERIODES	01/01 - 08/01	09/01 - 05/02	06/02 - 05/03	06/03 - 02/04	03/04 - 23/04	24/04 - 07/05	08/05 - 25/06	26/06 - 09/07	10/07 - 30/07	31/07 - 20/08	21/08 - 01/10	02/10 - 2/10	23/10 - 05/11	06/11 - 24/12	25/12 - 31/12
SOgaranty	82	92	90	105	110	105	113	90	70	60	115	115	108	113	90
SOgaranty+**	89	99	97	113	119	113	122	97	76	65	124	124	117	122	97
SOgaranty Kids	85	92	94	100	115	115	110	92	85	78					

* Ces indices par période sont susceptibles d'être modifiés en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

** Pour les achats en SOgaranty +, l'indice SOgaranty sera majoré de 8%

INDICES PAR DAY PART & PAR CIBLE *

CIBLES	DAY intitulés d'écrans 0600 à 1799	ACCESS intitulés d'écrans 1800 à 1999	APRÈS 20 H00** intitulés d'écrans 2000 à 2699
Cibles féminines	90	125	110
Cibles mixtes	91	120	100
Cibles + et comportementales	95	104	125
Cibles jeunesse	100	100	100

* Ces indices par Day, Access, Après 20h /cible sont susceptibles d'être modifiés en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

** L'Après 20h est exclusivement accessible aux annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la Publicité d'intérêt général.

Afin d'atteindre le « Coût GRP Net base 30 secondes » à plus ou moins 5 %, France Télévisions Publicité accordera à l'annonceur une remise et éventuellement des espaces publicitaires gracieux, à concurrence du nombre de GRP indiqué au sein du brief de programmation dûment accepté par France Télévisions Publicité. Dans l'hypothèse de la programmation de 2 messages publicitaires au sein d'un même écran publicitaire, le nombre de GRP de chaque message publicitaire sera pris en compte pour le calcul de son Coût GRP Net (base 30 secondes). Le prix d'achat des éventuels Emplacements Préférentiels ne sera pas pris en compte dans le calcul du Coût GRP Net base 30 secondes.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la programmation de la Vague jusqu'au jour de la diffusion afin d'atteindre le Coût GRP Net base 30 secondes.

Sont exclus de l'Achat en Coût GRP Net Garanti :

- ◆ Les campagnes en exclusivité sectorielle ;
- ◆ Les campagnes de communication des familles sectorielles :
 - 16 (classe 01) : éditions audio vidéo ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 02) : Jeux de grattage et de tirage ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 03) : Paris sportifs et hippiques (réseaux physiques) ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 04) : Paris et jeux d'argent en ligne ;
 - 32 (classe 02, secteur 03, variété 01) : Spectacles vivants (théâtres, concerts, ...) ;
 - 20 (classe 04) les campagnes d'intérêt général (toute la journée).
- ◆ Les écrans codifiés jeunesse :
 - Dans le cadre des SOgaranty et SOgaranty+ pour la période du 11 octobre 2017 au 10 décembre 2017 ;
 - Dans le cadre des SOgaranty Kids pour la période du 21 août 2017 au 31 décembre 2017.

Les investissements réalisés dans le cadre de l'Achat en Coût GRP Net Garanti ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

Le Taux CGV n'est pas applicable en cas d'achat en Coût GRP Net Garanti.

Toutefois, le Chiffre d'Affaires Net réalisé participe au calcul du Taux CGV.

Définitions :

- Publicité Générique désigne les messages publicitaires assurant la promotion d'une catégorie de produits (dès lors qu'ils n'assurent pas la promotion d'une entreprise commerciale), les messages de promotion d'appellations d'origine et de labels et les messages de promotion des attraits touristiques d'un département, d'une région ou d'un pays.
- Vague désigne l'ensemble des messages publicitaires d'un annonceur pour un même produit, diffusé sur une période prévue au brief.
- Semaine Active désigne la période de communication durant laquelle la Vague d'un annonceur est effectivement diffusée sur les chaînes France 2, France 3 national, France 4, France 5 et France Ô.
- Day désigne les intitulés d'écrans compris entre 0600 et 1799.
- Access désigne les intitulés d'écrans compris entre 1800 et 1999.
- Après 20h désigne les intitulés d'écrans compris entre 2000 et 2699.

NUMÉRIQUE

SO visibility

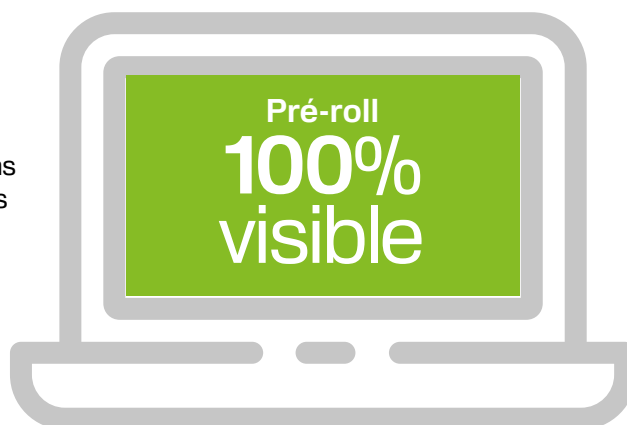


Une offre de garantie de visibilité à 100% sur la vidéo, en partenariat avec Integral Ad Science, selon la norme I.A.B / M.R.C.
Ne payez que pour les impressions visibles à 100 % !

Un produit répondant aux normes IAB

Notre partenariat avec Integral Ad Science nous permet d'offrir une réponse conforme aux attentes de nos partenaires média en matière de visibilité. Dans cet objectif, nous lançons une offre de visibilité garantie sur notre inventaire vidéo.

Nous garantissons
100 % des impressions
vues selon les critères
I.A.B / M.R.C*.



Majoration CPM**

* 50 % de la surface vue pendant 2 secondes minimum.

** +2 € du CPM net.



Le parrainage garanti et multi-chaînes

LA GAMME

sponSOmulty sont des dispositifs parrainage multi-chaînes garantis construits autour d'univers fédérateurs et emblématiques de France Télévisions.

LES PRODUITS

sponSOmulty, c'est :

- ◆ la fiction ;
- ◆ le sport ;
- ◆ la musique ;
- ◆ l'actu ;
- ◆ la culture ;
- ◆ les jeux...

LES DISPOSITIFS

- ◆ Un nombre de GRP sur une cible déterminée sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- ◆ Un volume d'espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- ◆ Un volume d'espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard).

LES CONDITIONS



Choisissez votre cible parmi une quinzaine de cibles disponibles *

Vos GRP et votre CGRP net 30" sont garantis sur les chaînes de France Télévisions.



À la livraison du bilan parrainage en fin de campagne, si les GRP ne sont pas atteints.

France Télévisions Publicité s'engage à prolonger votre campagne sur le même univers à concurrence du nombre de GRP indiqué au sein du produit correspondant.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la composition des produits en tenant compte du genre des émissions et en fonction de la programmation des Chaînes de France Télévisions afin de respecter le CGRP garanti.

*Les cibles garanties sont précisées dans chacun des produits de la gamme sponSOmulty. Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en Net HT.

NUMÉRIQUE

SOlo



EFFICACITE

Un pré-roll long format en exclusivité



Visibilité premium

Pré-roll en format long
(jusqu'à 90 secondes).



Contexte qualitatif

Univers de diffusion
au choix.



Émergence favorisée

Présence exclusive.

Préemptez l'univers de votre choix

Univers luxe



Univers non exhaustif

Univers entertainment



Univers non exhaustif

500 000 pré-rolls

60" : 17 500 € net

90" : 22 500 € net

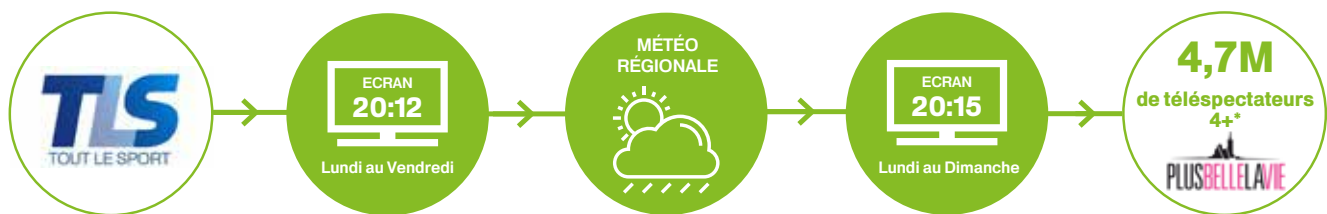
Base 2 semaines consécutives selon inventaire et ciblage choisi ; base de contenus > à 10 min pour pré-roll jusqu'à 60 secondes > à 20 min pour pré-roll jusqu'à 90 secondes.

BÉNÉFICIEZ D'UN ACCÈS PRIVILÉGIÉ A L'APRÈS 20H

Communiquez dans des écrans régionaux puissants avec les offres **SOprime** et **SONight**.

Une émergence optimale dans des écrans courts soutenu par des programmes emblématiques de France 3.

SOprime



SONight



LES CONDITIONS COMMERCIALES

Avec **SOprime** et **SONight**, FranceTélévisions Publicité met à disposition dans les outils de médiaplanning national 3 écrans France 3 Régions intitulés 20:12, 20:15 et 22:55, **cumulant les diffusions** de ces écrans sur les 24 décrochages régionaux de France 3 (Valorisation base GRP Médiamat).

SOprime et **SONight** impliquent une diffusion sur 2 jours consécutifs: 18 régions maximum le jour même (J) complétée de 6 régions minimum la veille (J-1) ou le lendemain (J+1). Quelle que soit la diffusion, l'audience retenue dans les outils et donc les bilans de campagne sera celle mesurée nationalement par le Médiamat quotidien de Médiamétrie le jour J à l'horaire de diffusion des écrans 20:12, 20:15 et 22:55 sur le décrochage Ile-de-France.

Le volume des investissements **SOprime** et **SONight** participe au calcul du taux CGV et bénéficie, le cas échéant, d'un abattement **cumul des mandats de -1,6 %**.

Les investissements **SOprime** et **SONight** comme tous les investissements sur les décrochages régionaux ne sont **pas pigés** par Kantar media.

*Source Médiamétrie MMW janvier-juin 2016

**Source Médiamétrie MMW janvier-juin 2016, tranche 20:50-23:30

NUMÉRIQUE

SO prime live



Communiquez en prime time sur tous nos écrans

**Une prise de parole événementielle
sur tous les lives web et mobile de nos chaînes
de 20h à minuit pendant 7 jours**



**450 000
pré-rolls**

10 000 € net



Le parrainage pour des campagnes puissantes

LA GAMME

sponSOpower rassemble les programmes récurrents les plus puissants de France Télévisions pour vous permettre de générer d'importants volumes de GRP sur les cibles commerciales.*

LES PRODUITS

sponSOpower, c'est :

- ◆ N'oubliez pas les paroles ;
- ◆ Plus belle la vie ;
- ◆ les Séries étrangères ;
- ◆ le Cinéma ;
- ◆ les Météos ;
- ◆ Ludo ;
- ◆ Les Zouzous ;
- ◆ etc.

LES DISPOSITIFS

- ◆ Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- ◆ Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- ◆ Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard).

* Les cibles sont précisées dans chacun des produits de la gamme SponSOpower.

Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en Net HT.



Le parrainage multi-écrans autour des grands événements

LA GAMME

sponSOevent, sont des solutions créatives et globales autour des Grands Événements Premium diffusés par France Télévisions.

LES PRODUITS

sponSOevent, c'est :

- ◆ des **divertissements** avec entre autres l'Eurovision et Fort Boyard ;
- ◆ de la **fiction** avec notamment la saison finale de Fais pas ci fais pas ça et la deuxième saison très attendue de Dix pour cent ;
- ◆ du **sport** avec le Tournoi des VI Nations, le Tour de France, Roland-Garros...
- ◆ etc.

LES DISPOSITIFS

- ◆ Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- ◆ Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- ◆ Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard).
- ◆ Des dispositifs créatifs et innovants proposés par **leLAB**

Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en Net HT.

FranceTV Publicité, accélérateur de la conversion vers le web

France Télévisions Publicité contribue à apporter aux annonceurs des solutions d'optimisation de leurs campagnes publicitaires télévisées et les accompagne au travers d'une solution de service « plug and play » simple et opérationnelle.

Grâce à des partenariats conclus avec des entreprises référentes et disposant des dernières technologies, France Télévisions Publicité propose, dans le cadre de la solution **SOdrive**, d'évaluer et de comparer l'impact de la campagne publicitaire télévisée et l'activité des internautes sur les canaux numériques de l'annonceur.

LES SERVICES PROPOSÉS PAR FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ :

- ◆ **La programmation** des campagnes publicitaires télévisées est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité pour un meilleur ROI* desdites campagnes et une meilleure maîtrise des KPI** de la solution **SOdrive**.
- ◆ **Bilans de campagnes** avec des tableaux de bord simplifiés et une véritable analyse des KPI : visiteurs, visites indirectes, pages vues, transformation (commande, chiffre d'affaire si marquage), Terminal numérique (PC, smartphone, tablette), Type d'accès (Direct, moteur de recherche, webmail, liens)...
- ◆ **Conseil et expertise** études/marketing/data en vue d'une optimisation des futures vagues de communication de l'annonceur sur les chaînes de France Télévisions Publicité.

LES CONDITIONS COMMERCIALES

- ◆ **Modalités de programmation** : l'annonceur ou son mandataire adressera par écrit à France Télévisions Publicité, sa demande de programmation dûment complétée dans le cadre d'un brief de programmation*** au plus tard trois semaines avant la date de la première diffusion de la vague concernée.
Cette programmation ne peut pas bénéficier du mode d'achat en coût GRP net garanti.
- ◆ Le brief de programmation devra respecter les critères suivants :
 - un seul produit par brief ;
 - 2 formats au plus d'une durée de 10 secondes minimum ;
 - une durée de vague de 2 semaines minimum.
- ◆ Un dispositif **SOdrive** type se décompose de la manière suivante :
 - 4 semaines pré-campagne TV ;
 - 4/5 semaines de campagne TV ;
 - 4 semaines post-campagne TV.

France Télévisions Publicité disposera d'un droit de regard pour contrôler le respect des modalités.

* ROI: Return On Investment / retour sur investissement.

** KPI: Key Performance Indicators / indicateur clé de performance.

*** Les demandes de programmation en espace classique de la solution **SOdrive** s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la vague concernée par ce mode d'achat (produit, secteur, cible, dates de communication, format).

- ◆ **Accès au plan média** : en souscrivant à la solution **SODrive**, et afin d'optimiser son efficacité, l'annonceur s'engage à transmettre à France Télévisions Publicité son plan média (toutes chaînes confondues) au moins 1 mois avant la date de la première diffusion de la campagne publicitaire télévisée (toutes chaînes confondues) visée par la solution **SODrive**.
- ◆ **Périmètre** : sont concernés les espaces publicitaires des chaînes nationales de France Télévisions : France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô ainsi que l'écran 20:15 sur France 3 Régions.
- ◆ **Modalités techniques** :
 - Pour bénéficier de la Solution **SODrive**, l'annonceur autorise expressément le prestataire technique de France Télévisions Publicité à insérer ou faire insérer sur son ou ses propre(s) site(s) internet des outils de tracking afin de recueillir les données de connexion des utilisateurs. À cet égard, le prestataire technique doit être autorisé à marquer le(s)dit(s) site(s) dans un délai minimum de 5 (cinq) semaines avant la date de la première diffusion de la campagne (soit 4 semaines de recueil de data pré-campagne, 1 semaine de mise en place et test).
 - Conformément à la réglementation applicable en matière de protection des données, l'annonceur s'engage à fournir une information claire et complète aux utilisateurs de son ou ses site(s) internet sur la collecte et l'utilisation des données et, à obtenir, en tant que de besoin, le consentement préalable desdits utilisateurs. L'annonceur garantit France Télévisions Publicité contre toute action ou réclamation à ce sujet.
- ◆ **Création publicitaire** : afin d'évaluer l'impact de la campagne publicitaire télévisée de l'annonceur sur l'activité générée sur son (ses) site(s), la visualisation dans le message publicitaire de l'URL du site de l'annonceur pendant au moins 3 secondes est impérative.

NUMÉRIQUE

DAta

francetvpub

francetvDAta : un label commun en réponse aux enjeux éditoriaux et publicitaires



La puissance des données collectées :



Un projet basé sur la DMP Krux et encadré par la charte data friendly

3 engagements de confiance : transparence, sécurité, utilité



3 offres publicitaires pour renforcer votre efficacité marketing

datalife

Qualification des cibles selon des styles de vie ou centre d'intérêts.*

dataconso

Mutualisation de la connaissance client pour optimiser le ciblage.**

datapartner

Qualification de l'audience selon leur intention d'achat grâce à nos partenaires « retails ».***

* Majoration de 2 € du CPM net.

** Majoration de 4 € du CPM net.

*** Consulter le commercial pour la majoration.

5

LES CONDITIONS COMMERCIALES

LES CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2017 et le 31 décembre 2017

◆ **Décomposition du CA 2017** P. 56

◆ **Terminologie** P. 57

◆ **Conditions tarifaires** P. 58

◆ **Cumul des mandats** P. 62

◆ **Taux CGV** P. 63

◆ **Informations et délais
de programmation** P. 66

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 DE LA PUBLICITÉ SUR FRANCE TÉLÉVISIONS ET LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

CA INITIAL

Variations initiales (s'appliquent en cascade sur le Tarif Initial dans l'ordre ci-dessous) :

- ◆ Incidents
- ◆ Solutions
- ◆ Bloc

CA INITIAL CORRIGÉ

Modulations tarifaires (x % du Tarif Initial Corrigé)

L'ensemble des modulations tarifaires s'appliquent sur la même assiette, le Tarif Initial Corrigé.

- ◆ Gracieux (*)
- ◆ Emplacements préférentiels
- ◆ Multi-SECODIP
- ◆ Exclusivité
- ◆ Co-branding
- ◆ Priorité planning
- ◆ Habillage d'écran
- ◆ **SOrta**

CA DE RÉFÉRENCE

Minorations tarifaires (x % du Tarif de Référence)

L'ensemble des minorations tarifaires s'appliquent sur la même assiette, le Tarif de Référence.

- ◆ Nouvel annonceur
- ◆ Nouvel entrant TV
- ◆ Petite entreprise
- ◆ Publicité collective
- ◆ Publicité collective « charte alimentaire »
- ◆ Publicité d'intérêt général
- ◆ Publicité culturelle
- ◆ Floating et Floating Edition
- ◆ Cumul des mandats

CA NET AVANT REMISE

- ◆ Taux CGV

CA NET

(*) Les espaces publicitaires gracieux alloués à l'annonceur par France Télévisions Publicité devront être consommés au plus tard le 31 décembre de l'année civile en cours. Passé ce délai, les espaces publicitaires gracieux non consommés seront perdus, charge à l'annonceur d'établir sa programmation en conséquence.

TERMINOLOGIE

Chaînes de France Télévisions (FTV)

Les chaînes de France Télévisions (FTV) regroupent France 2, le réseau national de France 3 (ci-après France 3 National), le réseau régional de France 3 (ci-après France 3 Régions), France 4, France 5 et France Ô.

Chaînes Thématiques

Les chaînes Thématiques regroupent 13ème Rue, Boing, Boomerang, Boomerang +1, Cartoon Network, E ! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, Nolife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, Syfy, Trace Urban, TV5 monde « FBS » et Vi-volta (ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement). Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.

Les Chaînes

France 2, France 3 national, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les chaînes Thématiques sont régies par France Télévisions Publicité.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, Smart TV, IpTV et tous modes de diffusions numériques non linéaires.

C.A. France Télévisions

Le Chiffre d'Affaires « France Télévisions » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes de France Télévisions (FTV).

C.A. Classique

Le Chiffre d'Affaires « classique » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les chaînes de France Télévisions et sur les chaînes Thématiques.

C.A. Thématiques

Le Chiffre d'Affaires « Thématiques » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les chaînes Thématiques.

Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité sur la base du format 30 secondes.

C.A. Initial

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des espaces publicitaires achetés après application de l'indice format (cf. page 67).

Tarif Initial Corrigé

Le Tarif Initial Corrigé correspond au Tarif Initial après application de l'indice format et après déduction des éventuels incidents de diffusion, modulations solutions et blocs.

C.A. Initial Corrigé

Le Chiffre d'Affaires Initial Corrigé est la somme du Tarif Initial Corrigé des espaces publicitaires achetés.

Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial Corrigé après déduction des éventuels gracieux et des modulations tarifaires.

C.A. de Référence

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des espaces publicitaires achetés.

Tarif Net Avant Remise

Le Tarif Net Avant Remise correspond au Tarif de Référence après application des minorations tarifaires, du cumul des mandats (cf. pages 59 à 62).

C.A. Net Avant Remise

Le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise est la somme du Tarif Net Avant Remise des espaces publicitaires achetés.

Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Net Avant Remise après déduction du Taux CGV (tel que défini à la page 63).

C.A. Net

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif net des espaces publicitaires achetés.

CONDITIONS TARIFAIRES

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion est disponible à la page 67. Pour France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit (Tarif secteur 1 ou Tarif secteur 2 base 30") sur la base des tarifs publiés par France Télévisions Publicité.

ACHAT UNITAIRE

Il est possible d'acheter des espaces publicitaires à l'unité sur l'ensemble des chaînes. Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de conditions tarifaires.

MAJORATIONS TARIFAIRES

Les majorations tarifaires sont calculées à partir du Tarif Initial Corrigé. Leur montant est ajouté au Tarif Initial Corrigé.

Emplacements préférentiels dans un écran

+15 % du Tarif Initial Corrigé de l'espace publicitaire pour la réservation d'un emplacement préférentiel en position A, B, C, X, Y ou Z dans un écran publicitaire.

Multi-SECODIP

+15 % du Tarif Initial Corrigé pour la présentation ou la citation dans un même message publicitaire de plusieurs produits ou marques du même annonceur ou d'un autre annonceur du même groupe et relevant de codes secteurs différents.

+15 % du Tarif Initial Corrigé pour l'attribution d'un code secteur supplémentaire sur un message publicitaire.

Exclusivité dans un écran

+15 % du Tarif Initial Corrigé, **par code secteur**, pour la réservation de l'exclusivité sectorielle dans un écran.

Ne peuvent bénéficier de cette condition tarifaire :

- ♦ les écrans de France 3 Régions ;
- ♦ la Famille sectorielle 16 Édition ;
- ♦ la Famille sectorielle 32, classe 01 : Jouets et jeux ;
- ♦ le code secteur 32 01 01 06 consoles, logiciels et accessoires jeux vidéo ;
- ♦ le code secteur 33 01 01 01 stations de radio ;
- ♦ le code secteur 49 02 06 02 Personnalisation du téléphone : chargements de logos et sonneries ;
- ♦ le code secteur 49 03 01 02 sites internet (hors sites éditoriaux et commerces en ligne) ;
- ♦ le code secteur 49 03 01 03 Hébergeurs web.

Co-branding

+15 % du Tarif Initial Corrigé pour la présentation ou la citation de plusieurs produits ou marques d'annonceurs dans un message publicitaire.

Priorité planning

+15 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé pour le traitement prioritaire des demandes de réservation d'espace(s) aux ouvertures de planning et pour la programmation du message publicitaire en emplacement préférentiel dans l'écran demandé.

À chaque ouverture de planning, les demandes de réservation d'espaces publicitaires (« priorité planning ») seront traitées en priorité dans la limite des disponibilités du planning et donneront accès à un emplacement préférentiel (A, B, C, X, Y ou Z) dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô.

La priorité planning n'est valable que pour le code secteur pour lequel elle a été réservée. Toutefois, si l'annonceur souhaite changer de code secteur après la réservation, le nouveau code doit pouvoir être accepté dans tous les écrans demandés, compte tenu des disponibilités du planning. Dans le cas contraire, l'offre est maintenue en l'état ou annulée conformément au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de vente de la publicité.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de la priorité planning constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation priorité planning entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

À compter du 11 octobre 2017 jusqu'au 10 décembre 2017, l'achat de l'offre priorité planning dans les écrans jeunesse (intitulés d'écrans se terminant en 03 sur France 3, France 4 et France Ô et en 05 sur France 5) est réservé aux produits de la classe sectorielle Jouets et Jeux (codes compris entre 32010104 et 32010701 de la nomenclature des codes secteurs). Les emplacements préférentiels ne peuvent être garantis sur cette période.

Habillage d'écran

+ 30 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé (hors frais de conception et de production) pour la mise en place d'un habillage d'écran, l'accès prioritaire au planning et la programmation du message publicitaire en emplacement préférentiel garanti.

On entend par Habillage d'écran, la réalisation d'un écran publicitaire de transition spécifique (secondes intercalaires) entre le jingle de la chaîne et la première image du message publicitaire inséré au début de l'écran publicitaire. À chaque ouverture de planning, l'Habillage d'écran bénéficie d'une priorité planning et d'un emplacement préférentiel garanti en position a dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô dans la limite des disponibilités du planning.

L'Habillage d'écran est accessible à l'ensemble des écrans publicitaires des chaînes susvisées. La conception et production de l'Habillage d'écran (des secondes intercalaires entre le jingle de la chaîne et le message publicitaire) sont assurées par France Télévisions Publicité conseil. Il est précisé que les secondes intercalaires sont à réserver en sus du format du message publicitaire initial.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de l'Habillage d'écran constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation Habillage d'écran entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Pour tout changement radical de contexte programme ou pour toute modification du tarif entraînant une augmentation supérieure de 15 % par rapport au Tarif Initial Corrigé, l'annonceur pourra annuler le dispositif sans pénalité ou le conserver.

Sorta

+ 30 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé pour la diffusion du message publicitaire de l'annonceur actualisé, l'accès prioritaire au planning et la programmation dudit message en emplacement préférentiel. Les frais techniques d'actualisation feront l'objet d'une facturation distincte.

Dans le cadre de la solution **Sorta**, l'annonceur bénéficie :

- ♦ d'une intervention par France Télévisions Publicité sur le message publicitaire avant, pendant ou après la diffusion du programme ;
- ♦ d'un accès prioritaire au planning ;
- ♦ d'un emplacement préférentiel garanti aux ouvertures de planning dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4 et France 5 dans la limite des disponibilités du planning.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de la solution **Sorta** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation Habillage d'écran entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

MINORATIONS TARIFAIRES

Les minorations tarifaires sont calculées à partir du Tarif de Référence. Leur montant est déduit du Tarif de Référence.

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité, en 2015 et 2016 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2015 et/ou 2016, d'une communication exclusive en Gracieux Chaînes Grandes Causes bénéficieront également de l'abattement. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2017 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2017 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2015 et 2016 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement nouvel entrant TV.

Nouvel entrant TV

Bénéficie d'un abattement de **-7 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur un service de télévision quel qu'en soit l'éditeur entre le 01/01/2014 et le 31/12/2016. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2017 ne sera pas considéré comme nouvel entrant TV. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement nouvel annonceur.

Petite entreprise

Bénéficie d'un abattement sur le Tarif de Référence, tout groupe d'annonceurs dont le budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2016 est inférieur à 1 000 000 euros bruts hors taxes*, selon les modalités suivantes :

BUDGET PUBLICITAIRE PLURI-MÉDIA NATIONAL RÉALISÉ SUR L'ANNÉE 2016 EN EUROS BRUTS HT*		ABATTEMENT
0	499 999	-10 %
500 000	999 999	-5 %

* budget en euros bruts hors taxes hors Internet display et hors presse régionale (source Kantar Media - Traitement Pluri Explorer - données au 31 janvier 2017 - Temporis non valorisés)

La qualification de Petite entreprise est attribuée par France Télévisions Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2016 par un groupe d'annonceurs grâce au logiciel média-explorer. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Publicité collective

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur éligible à la publicité collective.

La publicité collective sert à promouvoir un secteur d'activité, un groupement de professionnels, une catégorie de produits ou de services présentés sous leur appellation générique (exemple : les produits laitiers).

La qualification de campagne collective est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. fiche publicité collective). Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Publicité collective « charte alimentaire »

Bénéficie d'un abattement de **-7 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur éligible à la publicité collective « charte alimentaire ».

La publicité collective « charte alimentaire » sert à promouvoir une catégorie de produits ou services alimentaires autres que les boissons avec ajout de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et les produits alimentaires manufacturés.

La qualification de campagne collective « charte alimentaire » est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Publicité d'intérêt général

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence :

- ◆ les campagnes des organisations caritatives et humanitaires ;
- ◆ les campagnes d'information des administrations ou des ministères ;
- ◆ les campagnes d'information gouvernementale, c'est à dire les campagnes SIG.

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Publicité culturelle

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir une activité culturelle ou sociale ayant un contenu pédagogique, à l'exclusion des activités à but principalement commercial.

La qualification de campagne culturelle est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier.

La présence de logotypes ou la citation de partenaires est autorisée à condition qu'elle soit discrète (moins de 3 secondes de présence et moins de 1/6 de la taille de l'écran) et que les partenaires concernés ne relèvent pas de secteurs interdits de publicité télévisuelle. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Floating et Floating edition

L'abattement Floating et Floating édition de **-15 %** s'applique sur le Tarif de Référence des écrans des chaînes nationales de France Télévisions. Le montant de l'investissement réalisé en Floating est plafonné à 15 % du Chiffre d'Affaires de Référence 2017 (hors achat en coût GRP net garanti et hors solutions) sur les chaînes nationales France Télévisions.

Bénéficie de cet abattement :

- ♦ tout annonceur (hors secteur édition) ayant investi un budget dans les 9 jours précédant la diffusion(1).
- ♦ tout annonceur appartenant à la famille sectorielle de l'Édition (identifiée dans la nomenclature par les codes secteurs relevant de la famille 16) ayant investi un budget dans les 8 jours précédant la diffusion(2).

(1) La programmation des messages en Floating est faite chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi démarrant 9 jours plus tard en fonction des disponibilités du planning.

(2) La programmation des messages en Floating Edition est faite, par France Télévisions Publicité, chaque vendredi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi démarrant 8 jours plus tard en fonction des disponibilités du planning.

ACHAT DE SOLUTIONS

Une Solution est indissociable et ne peut être recomposée. Sa composition relève de la compétence exclusive de France Télévisions Publicité, qui se réserve le droit de modifier les Solutions en cours d'année.

Aucun achat réalisé sous forme de Solution ne pourra être modifié a posteriori.

PUBLICITÉ

SIMPLICITE



PACK CIBLES

SC target thématik

PACKS ACCESSIBILITÉ

SC easy

SC régions

INNOVATION



MOMENTS MARKETING

SC launch

SC rta

SC live

SOLUTIONS SUR-MESURE

SC business

EFFICACITE



GARANTIE

SC guaranty

PUISSANCE

SC prime

CIBLAGE

SC drive

CUMUL DES MANDATS

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace de publicité et de parrainage à un mandataire ou à un sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- ♦ avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2016 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports ;
- ♦ publicité classique, parrainage (hors dotation), numérique - sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- ♦ assurer l'achat, la programmation et le suivi des ordres de publicité pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs.

SUPPORTS	ABATTEMENT APPLIQUÉ SUR LE CA DE RÉFÉRENCE
Chaînes Nationales et Thématiques	-1,6 %
Achats SO prime	-1,6 %
France 3 Régionale (hors achats SO prime)	-3,2 %

Le cumul des mandats est appliqué sur le **Chiffre d'Affaires de Référence** des chaînes de France Télévisions (FTV) et des Chaînes Thématiques du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2017. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2017.

Le cumul des mandats n'est pas applicable sur les « solutions ».

Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2017 (modèle disponible sur le site www.francetvpub.fr). En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat d'espace, la réservation d'espace, la signature du bon de commande (y compris par EDI publicité), la gestion et le suivi du bon de commande, sera éligible au cumul des mandats.

TAUX CGV

Le Taux CGV se compose de 7 dégressifs s'additionnant afin de déterminer le Taux CGV qui s'applique sur le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise de l'espace TV classique des chaînes de France Télévisions et des chaînes Thématiques.

TAUX CGV	Dégressif Volume	Dégressif périodes creuses	Dégressif France Ô	Dégressif France 3 Régions	Dégressif chaînes Thématiques	Dégressif numérique	Dégressif progression
----------	------------------	----------------------------	--------------------	----------------------------	-------------------------------	---------------------	-----------------------

Sont exclus du périmètre d'application du Taux CGV les achats des solutions **SOgaranty**, **SOgaranty+** et **SOgaranty Kids**. Cependant, ces modes d'achats participent au calcul du Taux CGV.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2017 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION) EN EUROS		DÉGRESSIF VOLUME
0	39 999	0,00 %
40 000	99 999	- 1,00 %
100 000	199 999	- 2,00 %
200 000	299 999	- 3,50 %
300 000	499 999	- 4,50 %
500 000	899 999	- 6,00 %
900 000	1 499 999	- 7,50 %
1 500 000	2 499 999	- 9,00 %
2 500 000	3 999 999	- 10,00 %
4 000 000	5 499 999	- 11,50 %
5 500 000	6 999 999	- 12,50 %
7 000 000	8 499 999	- 13,50 %
8 500 000	9 999 999	- 15,00 %
10 000 000	et au-delà	- 18,00 %

Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2017 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 1er au 20 août) sur les Chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET PÉRIODES CREUSES 2017 SUR LES CHAÎNES FTV EN ESPACE TV CLASSIQUE EN EUROS		DÉGRESSIF PÉRIODES CREUSES
0	29 999	0,00 %
30 000	69 999	- 0,80 %
70 000	99 999	- 0,90 %
100 000	149 999	- 1,10 %
150 000	199 999	- 1,30 %
200 000	249 999	- 1,50 %
250 000	349 999	- 1,80 %
350 000	449 999	- 2,00 %
450 000	599 999	- 2,20 %
600 000	999 999	- 2,80 %
1 000 000	1 299 999	- 3,20 %
1 300 000	1 749 999	- 3,50 %
1 750 000	2 249 999	- 3,80 %
2 250 000	2 999 999	- 4,30 %
3 000 000	et au-delà	- 4,80 %

Dégressif France Ô

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2017 sur France Ô bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 SUR FRANCE Ô INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN EUROS		DÉGRESSIF FRANCE Ô
0	9 999	0,00 %
10 000	14 999	-1,50 %
15 000	19 999	-1,70 %
20 000	39 999	-2,00 %
40 000	et au-delà	-2,50 %

Dégressif France 3 Régions

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2017 sur France 3 Régions - hors investissement en SOpriime- bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 SUR FRANCE 3 RÉGIONS (HORS SOPRIME) INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2017 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN %		DÉGRESSIF FRANCE 3 RÉGIONS
0,00 %	1,99 %	0,00 %
2,00 %	4,99 %	- 2,00 %
5,00 %	9,99 %	- 2,50 %
10,00 %	19,99 %	- 3,00 %
20,00 %	49,99 %	- 4,00 %
50,00 %	69,99 %	- 5,00 %
70,00 %	89,99 %	- 8,00 %
90,00 %	100,00 %	- 10,00 %

Dégressif Chaînes Thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2017 sur les Chaînes Thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2017 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN %		DÉGRESSIF CHAÎNES THÉMATIQUES
0,00 %	0,99 %	0,00 %
1,00 %	1,99 %	- 1,00 %
2,00 %	2,99 %	- 1,20 %
3,00 %	3,99 %	- 1,30 %
4,00 %	5,99 %	- 1,40 %
6,00 %	6,99 %	- 2,50 %
7,00 %	7,99 %	- 3,20 %
8,00 %	10,99 %	- 3,70 %
11,00 %	11,99 %	- 4,50 %
12,00 %	13,99 %	- 5,00 %
14,00 %	15,99 %	- 5,50 %
16,00 %	17,99 %	- 6,00 %
18,00 %	19,99 %	- 6,50 %
20,00 %	et au-delà	- 7,00 %

Dégressif Numérique

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net Numérique* d'un montant supérieur ou égal à 10 000 € Net en 2017 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET NUMÉRIQUE* 2017		DÉGRESSIF NUMÉRIQUE
CA NET CLASSIQUE 2017 + CA NET NUMÉRIQUE* 2017 EN %		
0,00 %	3,99 %	0,00 %
4,00 %	6,99 %	- 0,50 %
7,00 %	9,99 %	- 1,50 %
10,00 %	14,99 %	- 2,50 %
15,00 %	19,99 %	- 3,50 %
20,00 %	et au-delà	- 3,80 %

* Hors CA Net Numérique issus du parrainage

Dégressif de progression

Tout annonceur dont le Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique investi en 2017 est supérieur à 200 000 € sur les chaînes de France Télévisions Publicité (hors régions) et investissant au minimum 10 000 € sur les chaînes Thématiques et /ou en Numérique peut bénéficier d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 SUR CHAÎNES FTV ET SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE (HORS RÉGION) EN EUROS		CA Net* 2017 — CA Net * 2016 CA Net* 2016 DÉGRESSIF DE PROGRESSION EN % ≥ 10 %	CA Net* 2017 — CA Net * 2016 CA Net* 2016 DÉGRESSIF DE PROGRESSION EN % ≥ 20 %
0	199 999	0,00 %	0,00 %
200 000	499 999	- 2,00 %	- 3,00 %
500 000	et au-delà	- 1,00 %	- 2,00 %

* CA Net sur Chaînes FTV et sur les Chaînes Thématiques investi en espace TV classique (hors régions)

Calendrier de montage

Ce calendrier est donné à titre indicatif, France Télévisions Publicité se réservant le droit de modifier les délais de programmation et de montage (ponts, jours fériés...).

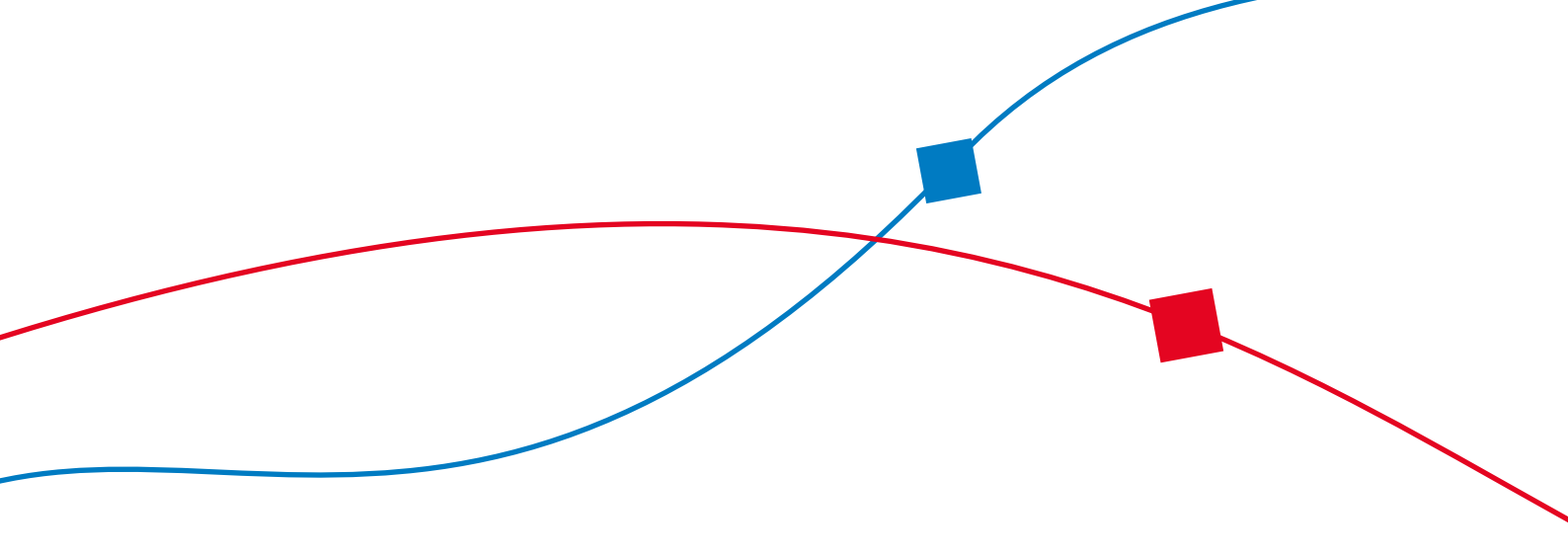
		LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
Délais de montage	montage national	+ 2	+ 2 / + 3	+ 3 / + 4	+ 4	+ 4
	montage régional / Chaînes Thématiques	+ 4 / + 5	+ 5	+ 5 / + 6	+ 6	+ 6

Indices tarifaires par format (modifiés par avenant du 13/10/16)

Les indices tarifaires par format pour 2017 sont les suivants :

SECONDES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INDICE	0	22	30	34	37	40	43	46	49	52	55	59	63	66	69
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	72	75	78	81	84	87	89	91	93	95	96	97	98	99	100
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	110	115	120	125	131	136	141	146	151	155	159	163	167	171	175
	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	179	183	187	191	195	199	203	207	211	220	221	223	227	231	250

Pour les formats supérieurs à 60", ajouter 5 à l'indice pour chaque seconde supplémentaire.



5.2

LES CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2017 et le 31 décembre 2017

- ◆ **Décomposition du CA 2017** P. 69
- ◆ **Terminologie** P. 70
- ◆ **Conditions tarifaires** P. 71
- ◆ **Cumul des mandats** P. 72
- ◆ **Taux CGV** P. 73

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 DU PARRAINAGE SUR FRANCE TÉLÉVISIONS ET LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

CA INITIAL

Variations initiales (s'appliquent en cascade sur le Tarif Initial dans l'ordre ci-dessous) :

- ◆ Incidents
- ◆ Gracieux
- ◆ Module jeu
- ◆ Solutions

CA DE RÉFÉRENCE

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- ◆ Multi marques
- ◆ Multi annonceurs

Minorations tarifaires

- ◆ Nouvel annonceur
- ◆ Cumul des mandats

L'ensemble des conditions tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif de Référence.

CA NET AVANT REMISE

- ◆ Taux CGV

CA NET

TERMINOLOGIE

Chaînes de France Télévisions (FTV)

Les Chaînes de France Télévisions (FTV) regroupent France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô.

Chaînes Thématiques

Les Chaînes Thématiques regroupent 13^{ème} Rue, Boing, Boomerang, Boomerang +1, Cartoon Network, E! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, NoLife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, SyFy, Trace, Urban, TV5Monde « FBS » et Vivolta (ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement). Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.

Les Chaînes

France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les Chaînes Thématiques sont régies par France Télévisions Publicité.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, smart TV, IPTV et tous modes de diffusions numériques non-linéaires.

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage.

C.A. France Télévisions

Le Chiffre d'Affaires « France Télévisions » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes de France Télévisions (FTV).

C.A. Thématiques

Le Chiffre d'Affaires « Thématiques » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes Thématiques.

Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans l'offre publiée par France Télévisions Publicité.

C.A. Initial

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des dispositifs de parrainage achetés.

Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial après déduction des éventuels incidents de diffusion, gracieux, module jeu et modulations Solutions.

C.A. de Référence

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des dispositifs de parrainage achetés.

Tarif Net Avant Remise

Le Tarif Net Avant Remise correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires et du cumul des mandats.

C.A. Net Avant Remise

Le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise est la somme du Tarif Net Avant Remise des dispositifs de parrainage achetés.

Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Facturé après déduction du Taux CGV, tel que défini à la page 73.

C.A. Net

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif Net des dispositifs de parrainage achetés.

CONDITIONS TARIFAIRES

ACHAT UNITAIRE

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de produits appelé conditions tarifaires. Ces conditions tarifaires sont calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations tarifaires correspondant est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

MAJORATIONS TARIFAIRES

Multi marques

+15 % pour la présentation ou citation de plusieurs marques d'un même annonceur dans une même Opération de parrainage.

Multi annonceurs

+15 % pour la présentation ou citation de plusieurs annonceurs dans une même Opération de parrainage.

MINORATIONS TARIFAIRES

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur les supports commercialisés par France Télévisions Publicité, en 2015 et 2016 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2017 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2017 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2015 et 2016 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

ACHAT DE SOLUTIONS

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage qui sont proposés à un prix unique (Tarif de Référence). Tout achat réalisé sous forme de Solutions ne pourra être modifié a posteriori. Les achats de Solutions bénéficient d'une modulation tarifaire afin d'atteindre le prix de la Solution. Ils bénéficient du Taux CGV mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception de l'abattement cumul des mandats.

PARRAINAGE

SIMPLICITE



PACK CONTENUS

spon **SC** affinity

EFFICACITE



GARANTIES

spon **SC** multy

PUISSANCE

spon **SC** power

spon **SC** event

CUMUL DES MANDATS

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de **-1,6 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace publicitaire et de parrainage à un mandataire ou sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- ♦ avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2016 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports - publicité classique, parrainage (hors dotation), Numérique - sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- ♦ assurer l'achat, la programmation et le suivi des Opérations de parrainage pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs.

Les investissements réalisés sur la chaîne France 3 Régions bénéficieront d'une bonification de **-1,6 %**, soit un cumul des mandats de **-3,2 %** sur le tarif de référence sur France 3 Régions.

Cet abattement cumul des mandats est appliqué sur le Chiffre d'Affaires de Référence des Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2017.

Il sera versé pour chaque contrat de parrainage, sur facture.

Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2017 (conforme au modèle disponible sur le site www.francetvpub.fr) et du contrat de parrainage dûment signé avant diffusion.

Dans le cas contraire, cet abattement ne s'appliquera pas et ne sera pas rendu rétroactivement.

En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat du dispositif de parrainage, la réservation d'espace, la signature du contrat de parrainage, la gestion et le suivi du contrat de parrainage, sera éligible à l'abattement cumul des mandats.

TAUX CGV

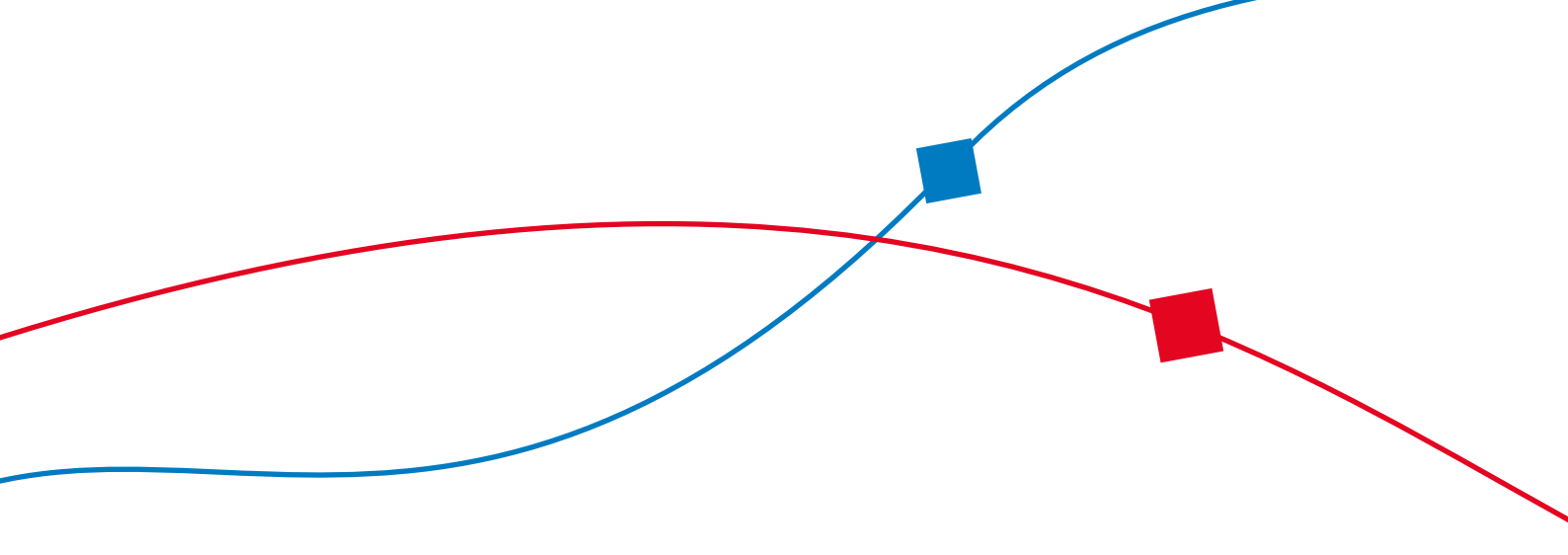
Le Taux CGV se compose d'un dégressif : le Dégressif Volume

Le dégressif obtenu s'applique sur le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise de Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires net en 2017 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION) EN EUROS		DÉGRESSIF VOLUME
0	39 999	0,00 %
40 000	99 999	- 1,00 %
100 000	199 999	- 2,00 %
200 000	299 999	- 3,50 %
300 000	499 999	- 4,50 %
500 000	899 999	- 6,00 %
900 000	1 499 999	- 7,50 %
1 500 000	2 499 999	- 9,00 %
2 500 000	3 999 999	- 10,00 %
4 000 000	5 499 999	- 11,50 %
5 500 000	6 999 999	- 12,50 %
7 000 000	8 499 999	- 13,50 %
8 500 000	9 999 999	- 15,00 %
10 000 000	et au-delà	- 18,00 %



5.3

LES CONDITIONS COMMERCIALES DU NUMÉRIQUE

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2017 et le 31 décembre 2017

- ◆ **Décomposition du CA 2017** P. 75
- ◆ **Terminologie** P. 76
- ◆ **Conditions tarifaires** P. 77
- ◆ **Cumul des mandats** P. 79
- ◆ **Taux CGV** P. 80

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 NUMÉRIQUE

CA INITIAL

Variations initiales (s'appliquent en cascade sur le Tarif Initial dans l'ordre ci-dessous) ;

- ◆ Incidents
- ◆ Gracieux
- ◆ Solutions

CA DE RÉFÉRENCE

Conditions tarifaires (x % du Tarif Référence)

Majorations tarifaires

- ◆ Exclusivité Format
- ◆ Capping
- ◆ Ciblage
- ◆ Formats
- ◆ Co-branding
- ◆ SOsynchro

Minorations tarifaires

- ◆ Multi-formats
- ◆ Nouvel annonceur
- ◆ Nouveau partenaire numérique
- ◆ Cumul des mandats

L'ensemble des conditions tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif de Référence.

CA NET AVANT REMISE

- ◆ Taux CGV

CA NET

TERMINOLOGIE

Sites Internet*

france2.fr, france3.fr, france3-regions.francetvinfo.fr, france4.fr, france5.fr, franceo.fr, pluzz.francetv.fr, ludo.fr, francetv.fr, francetvsport.fr, culturebox.francetvinfo.fr, francetvinfo.fr, francetveducation.fr, la1ere.fr, leclub.francetv.fr, plusbellelavie.fr, tv5monde.com, mytaratata.com, allodocteurs.fr, france24.com/fr, vivolta.fr, maveritesur.com, CD'Aujourd'hui, orange.fr (exclusivement en régions), radiofg.com, fgpeople.com, rtl.fr, rtl2.fr, funradio.fr, girls.fr, pronostics.rtl.fr, onrefaitlescours.rtl.fr, astro.rtl.fr, 13ème rue.fr, syfy.fr, fr.eonline.com.

Sites mobiles et Applications mobiles*

France Télévisions (site mobile et applications mobiles : francetvpluzz, francetvsport, francetv zoom, francetvinfo.fr, culturebox, c à vous, 4emeduel, Harry, slam, motus, Des chiffres et des lettres, Question pour un champion, ludo.fr, Tout le monde veut prendre sa place, les sites et applications mobiles France 3 Régions, Outremer1ère), TV5 (site mobile et application mobile), allo Docteurs (site mobile), France 24 (site mobile et application mobile), plus Belle la Vie (site mobile et application mobile), RTL (site mobile et application mobile), RTL2 (site mobile et application mobile), Fun Radio (site mobile et application mobile), pronostic (site mobile et application mobile), On refait les courses (site mobile et application mobile), astro (site mobile et application mobile).

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de numérique.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, smart TV, IPTV et tous modes de diffusion numériques non linéaires.

Coût Pour Mille (CPM) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le Numérique ramené à une base de mille (1000) Pages Vues avec Publicité telles que définies ci-après ou en pratique de mille (1000) impressions.

Page vue Avec Publicité (PAP) désigne le nombre de pages web d'un support Numérique intégralement téléchargées par un utilisateur et sur lesquelles figurent un ou plusieurs message(s) publicitaire(s).

Coût Par Vue (CPV) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le Numérique ramené au nombre d'impressions vues.

C.A. Numérique

Le Chiffre d'Affaires correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur le Numérique.

Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans l'offre publiée par France Télévisions Publicité.

C.A. Initial

Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du Tarif Initial des espaces publicitaires et de parrainage achetés.

Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial après déduction des éventuels incidents de diffusion, gracieux et modulations solutions.

C.A. de Référence

Le Chiffre d'Affaires de Référence est la somme du Tarif de Référence des espaces publicitaires et de parrainage achetés.

Tarif Net Avant Remise

Le Tarif Net Avant Remise correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires du cumul des mandats.

C.A. Net Avant Remise

Le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise est la somme du Tarif Net Avant Remise des espaces publicitaires et de parrainage achetés.

Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Net Avant Remise après application du Taux CGV.

C.A. Net

Le Chiffre d'Affaires Net est la somme du Tarif Net des espaces publicitaires et de parrainage achetés.

*Ces listes sont susceptibles d'être modifiées à tout moment.

CONDITIONS TARIFAIRES

Les tarifs font l'objet de modulations saisonnières et peuvent être revus pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier la grille des tarifs à l'occasion d'événements exceptionnels et le droit d'accorder des abattements sur les tarifs après diffusion en raison d'événements exceptionnels. Les tarifs sont disponibles sur notre site Internet www.francetvpub.fr

NOS MODES DE COMMERCIALISATION

France Télévisions Publicité propose 3 modes de commercialisation :

- ♦ au CPM (coût pour mille) ;
- ♦ au CPV (coût par Vue) ;
- ♦ au Forfait.

ACHAT UNITAIRE

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de conditions tarifaires, calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations tarifaires correspondantes est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

MAJORATIONS TARIFAIRES

Exclusivité Format

+ 20 % pour une part de voix (PDV) de 100 % sur un format. Les pages vues avec publicité (PAP) diffusées dans le cadre d'une exclusivité Format ne pourront pas être lissées sur la période visée dans l'Ordre d'insertion. L'exclusivité Format sur la part de voix est garantie jusqu'à consommation de l'intégralité des PAP. Dans l'hypothèse où les PAP seraient intégralement consommées avant la fin de la période concernée par l'Exclusivité Format, l'annonceur pourra bénéficier, sous réserve d'investir un budget supplémentaire, d'une prolongation de l'Exclusivité Format jusqu'à l'échéance de ladite période.

Capping (contrôle de l'exposition publicitaire hors IPTV)

Le Capping correspond à la limitation du nombre d'insertions d'un message publicitaire sur l'ensemble du ou des site(s) visé(s) dans l'Ordre d'insertion auprès d'un même utilisateur (adresse IP unique).

+25 % pour un Capping ≤ à 2 visualisations par visiteur unique (VU) et par jour.

Ciblage

CRITÈRES DE CIBLAGE		MAJORATION APPLICABLE
Ciblage horaire/jour/adresse IP - géolocalisation, navigateurs, FAI, Système d'exploitation, support (PC/IPTV/mobile/TVC)	1 à 2 critère(s) de ciblage	+15 %
	À partir de 3 critères de ciblage	+40 %
	CIBLAGE COMPORTEMENTAL PRÉDICTIF	+20 %

Formats

+15 % pour la diffusion de deux formats liés display (hors format vidéo).

+20 % pour la diffusion de formats rich média (expand, html5, spot enrichi).

+25 % pour la diffusion de formats compagnon accompagnés de pré-roll.

Co-branding

+15 % pour la présentation ou la citation de plusieurs produits ou marques d'annonceurs dans un format vidéo (pré-roll et/ou billboard).

SOsynchro

Une technologie de synchronisation qui permet d'adapter l'orchestration et les messages en temps réel en fonction de campagnes TV, de la météo ou d'événements sportifs.

+20 % sur le Tarif de Référence (pré-roll et Display).

MINORATIONS TARIFAIRES

Multi-formats

Bénéficie d'un abattement de **-20 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur ayant investi un budget sur deux formats minimum dont un format pré-roll. Le C.A. Net investi sur les formats hors pré-roll devra être égal au minimum à 30 % du C.A. Net investi sur l'ensemble des formats.

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité en 2015 et 2016 (hors dotation).

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2017 ne sera pas considéré comme Nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2017 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2015 et 2016 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Nouveau partenaire Numérique

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur le Numérique commercialisé par France Télévisions Publicité en 2015 et 2016. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2017 ne sera pas considéré comme Nouveau partenaire Numérique. Un annonceur qui communique en 2017 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2015 et 2016 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme Nouveau partenaire Numérique.

ACHAT DE SOLUTIONS

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs du Numérique qui sont proposés à un prix unique (Tarif de Référence). Aucun achat de Solutions ne pourra être modifié a posteriori. Les achats réalisés sous la forme de Solutions bénéficient d'une minoration afin d'atteindre le prix de la Solution. Ils bénéficient du Taux CGV, mais ne peuvent bénéficier d'aucune condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

NUMÉRIQUE

SIMPLICITE



PACK CONTENUS

SC affinity

PACK CIBLES

SC target

SC extent

PACK DEVICE

SC iPTV

INNOVATION



MOMENTS MARKETING

SC synchro

SOLUTIONS SUR-MESURE

SC channel

ACTIVATION DU SOCIAL

SC fan

FORMATS INNOVANTS

SC format

EFFICACITE



GARANTIE

SC visibility

SC lo

PUISSANCE

SC prime live

CIBLAGE

DA ta
francetvpub

CUMUL DES MANDATS

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de -1,6 % sur le Tarif de Référence, tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace publicitaire et de parrainage à un mandataire ou sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- ♦ avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2016 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports – publicité classique, parrainage (hors dotation), numérique – sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- ♦ assurer l'achat, la programmation et le suivi des ordres d'insertion pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs.

Cet abattement cumul des mandats est appliqué sur le C.A. de Référence du Numérique du 1er janvier 2017 au 31 décembre 2017. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2017. Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier en-tête de l'annonceur pour l'année 2017 (modèle publié sur le site www.francetvpub.fr). En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat d'espace, la réservation d'espace, la signature de l'Ordre d'insertion, la gestion et le suivi de l'Ordre d'insertion, sera éligible à l'abattement cumul des mandats.

TAUX CGV

Le Taux CGV se compose d'un dégressif : le Dégressif Volume par Ordre d'insertion. Le dégressif obtenu s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé du Numérique.

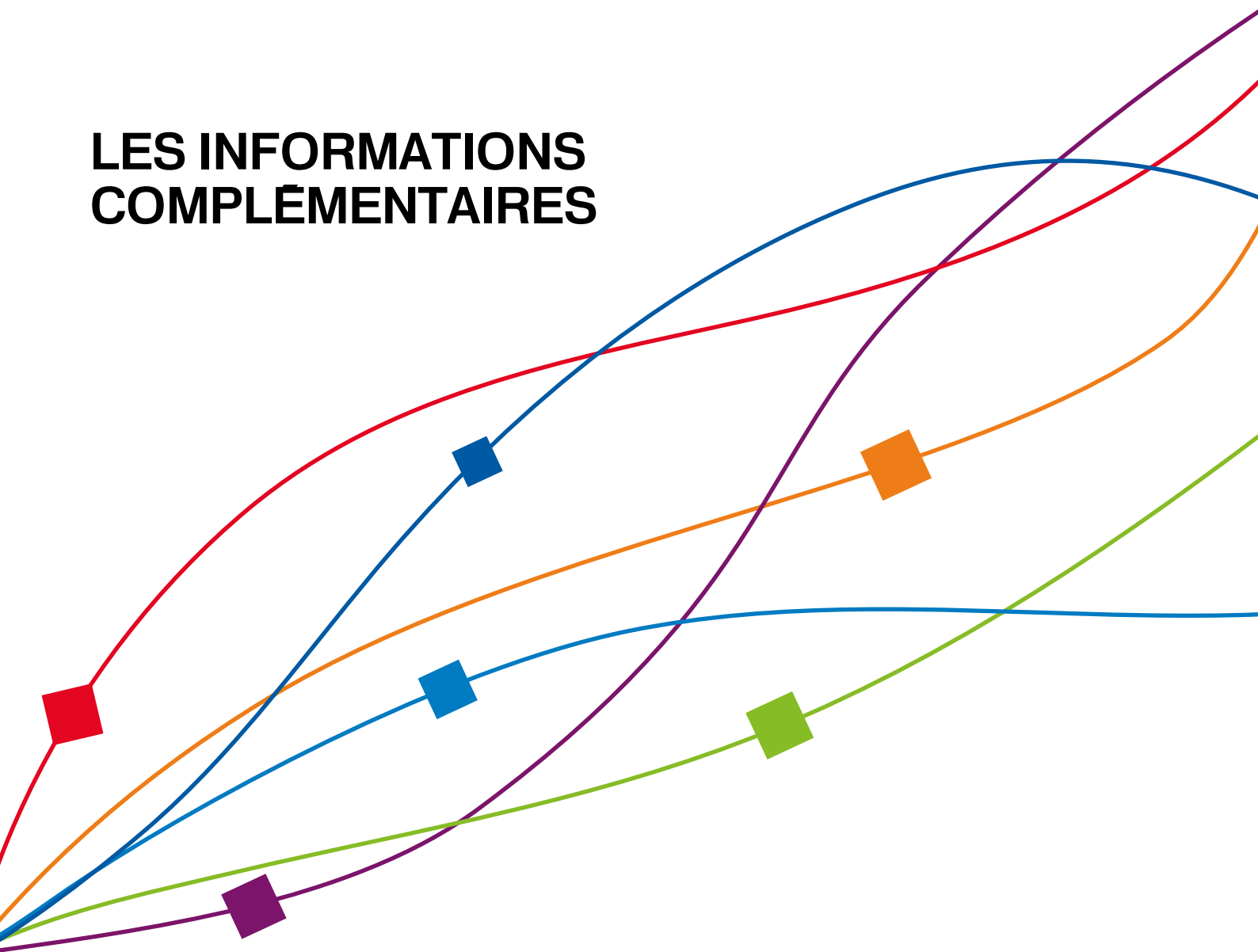
Dégressif Volume par Ordre d'insertion

Tout annonceur investissant un volume de C.A. Net Numérique en 2017 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2017 NUMÉRIQUE PAR ORDRE D'INSERTION EN EUROS		DÉGRESSIF VOLUME PAR ORDRE D'INSERTION
0	4 999	0 %
5 000	9 999	- 5 %
10 000	19 999	- 10 %
20 000	39 999	- 15 %
40 000	69 999	- 25 %
70 000	99 999	- 30 %
100 000	149 999	- 35 %
150 000	et au-delà	- 40 %

5

LES INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



LES INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

ATTESTATION DE MANDAT

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à France Télévisions Publicité une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année N (selon le modèle publié sur le site www.francetvpub.fr). Avant toute réservation, un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courriel à facturation@francetvpub.fr et par courrier à France Télévisions Publicité (ADV - Facturation), 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément - 92641 Boulogne-Billancourt Cedex. L'attestation de mandat étant établie pour une durée d'un an, il est nécessaire de produire une nouvelle attestation de mandat pour l'année N y compris en cas de mandat inchangé par rapport à l'année N-1.

PÉRIMÈTRE

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des conditions commerciales de France Télévisions Publicité sous réserve des stipulations du présent article. Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L. 233-3 I - 1 du code de commerce et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale. Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée au service de l'Administration Des Ventes de France Télévisions Publicité, 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément - 92641 Boulogne-Billancourt Cedex, avant le 1^{er} janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- ♦ la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- ♦ un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- ♦ un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;
- ♦ une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit France Télévisions Publicité contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité compte tenu du dossier présenté. Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avant le 31 décembre de l'année N-1. Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée par écrit à France Télévisions Publicité sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs. Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

APPLICATIONS DES CONDITIONS TARIFAIRES

Les conditions tarifaires seront appliquées sur chaque message publicitaire.

CONDITIONS PARTICULIÈRES

En contrepartie de la souscription par l'annonceur d'un engagement contractuel ferme et définitif pour l'année civile concernant ses investissements publicitaires, France Télévisions Publicité appliquera le Taux CGV sur chaque message publicitaire. En cas de non-respect par l'annonceur des échéances de paiement mentionnées sur les factures de France Télévisions Publicité ou si la réalisation de ses engagements par l'annonceur s'avérait manifestement impossible, France Télévisions Publicité pourra suspendre l'application de la remise résultant du Taux CGV sans préavis, et demander le remboursement immédiat des avantages indûment versés majorés d'une pénalité de 15 %.

EXTRANET FINANCIER

Cet outil met à disposition des duplicatas de factures via Internet. Pour obtenir des codes d'accès, merci d'adresser un courriel avec le formulaire de demande d'accès (disponible sur le site www.francetvpub.fr) à l'adresse suivante : adv@francetvpub.fr