

france•tv

© Nathalie GUYON / FTV

Conditions Commerciales 2023

Publicité, Parrainage et Numérique

Version consolidée au 06/07/2023

francetvpub.fr



1

ÉDITO ET PRÉSENTATION DE LA RÉGIE



Destination 2024 Cultivons l'attention publicitaire

En cette rentrée 2022, vous avez élu notre entreprise FranceTV Publicité « Régie de l'année ». Cette magnifique distinction nous honore et nous oblige.

Dans un contexte d'hyperchoix de contenus, nos publics cherchent des repères. En effet, la consommation vidéo en France a explosé pour atteindre plus de **cinq heures par jour**, soit une heure de plus qu'il y a trois ans, entraînant un émiettement de l'attention en raison d'une sur sollicitation accélérée.

Dans ce contexte, l'attention est devenue une ressource limitée, un bien précieux. Pour nous, elle constitue l'enjeu prioritaire, la condition d'un lien de confiance maintenu avec tous nos publics.

« **DESTINATION 2024** » est notre plan stratégique des deux prochaines années, **POUR CULTIVER L'ATTENTION** autour de deux axes singuliers :

- L'attention de tous les publics pour renforcer la qualité de lien relationnel
- L'attention à la publicité pour garantir une meilleure efficacité.

Un programme riche en solutions d'efficacité, en innovation et en exclusivité, avec une proposition de **valeur unique sur le sport**.

L'attention de tous les publics pour renforcer la qualité du lien relationnel.

Premier groupe audiovisuel français avec 29 % de part d'audience, France Télévisions touche chaque semaine 47 millions de personnes de toutes les générations et sur tous les territoires. Notre mission de s'adresser à tous, nous la poursuivons sur le digital. **D'ici à 2024, france.tv deviendra la 1^{ère} plateforme de vidéo gratuite en France.** La couverture mensuelle sera

doublée avec un reach à 75%. Cela nous permet d'aller chercher les plus jeunes qui apprécient de découvrir les contenus inattendus dont l'audiovisuel public sait porter l'ambition. En témoigne le succès rencontré par *Drag Race France* cet été. Une saison 2 est déjà annoncée pour 2023.

Bâtir le projet France 2024, telle est l'ambition de notre Groupe France Télévisions pour faire des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 une réussite française. Sa stratégie éditoriale est orientée vers 4 priorités : valoriser le Sport féminin, promouvoir le Parasport, mettre en avant la dynamique des territoires et inspirer chacun en racontant les parcours et les succès des « Champion(ne)s ».

Avec la perspective de Paris 2024, nous ferons du Sport un terrain d'avenir et d'expression pour les marques. Véritable accélérateur de changement des comportements, le Sport est un formidable laboratoire d'innovation publicitaire à forte valeur ajoutée : nous proposerons de nouvelles expériences « **phygitaux** » et **immersives** dans le monde virtuel pour capter les plus jeunes publics.

Innover en continu reste l'une de nos priorités en 2023 !



L'attention à la publicité pour garantir une meilleure efficacité pour les marques.

Cette ambition de cultiver l'attention des publics, nous la mettons également **au service de la publicité**.

D'ici 2024, nous allons mesurer et modéliser l'attention publicitaire pour construire un **standard de marché français**, tout en s'inspirant des programmes de recherche à l'international. Par ailleurs, nous enrichissons nos preuves d'efficacité dans nos solutions publicitaires.

La nouvelle étude exclusive Kantar démontre à nouveau l'**efficacité et la contribution de France Télévisions au ROI TV**. En effet, plus la part des contacts TV sur cible média est augmentée sur France TV et plus le chiffre d'affaires incrémental de vos produits et services se vérifie. La modélisation effectuée sur le secteur alimentation, nous permet d'affirmer qu'avec 40% des contacts délivrés sur France Télévisions, le chiffre d'affaires incrémental de la campagne augmente de + 19%.

En TV segmentée nous conservons un temps d'avance au service des marques. En forte dynamique depuis son lancement, avec 350 campagnes diffusées sur nos antennes, la TV segmentée a déjà fidélisé **50% des annonceurs**. En 2023, nous déploierons notre offre **adressable.tv** avec une stratégie de rendre la TV **accessible** à tous. Grâce aux **innovations technologiques** (achat programmatique, achat en réseaux), aux **propositions exclusives dans le ciblage publicitaire** à partir de nos marques médias fortes, mais aussi dans le contexte éditorial de **nos événements sportifs** (Roland-Garros, Tour de France, Tournoi des 6 Nations) et culturels (Festival de Cannes), nous démontrerons également la **complémentarité de la TV linéaire et de la TV segmentée**.

• Au sein de notre **promesse de garantie d'efficacité**, nous prenons en compte vos avancées en matière de RSE avec les applications concrètes de vos entreprises dans le cadre de la loi climat. Pour notre secteur, cela signifie garantir un **standard dans le calcul des émissions de carbone** de diffusion de vos campagnes en TV ou en digital sur les environnements de France Télévisions (avec notre calcullette carbone en partenariat avec EcoAct).

• **Le monde change. La pub aussi.**

• Fidèlement vôtre,

• **Marianne Siproudhis**

• Directrice Générale de FranceTV Publicité

france•tv

29%

**DE PART D'AUDIENCE
EN TV**

Source Médiamétrie – Médiamat- Janv-Sept. 2022

82%

**DE COUVERTURE HEBDO
4 ÉCRANS**

24,1M

DE CATCH-UPPERS

Source : Replay 4 écrans - Médiamétrie - Médiamat - TV tous lieux et
écrans internet hors domicile septembre 2022

Destination 2024

Construire la télévision publique de demain



UNE TÉLÉ ÉNERGISANTE, VIBRANTE ET VIVANTE

Qui réunit toutes les générations sur
tous les territoires



DEVENIR LA PREMIÈRE PLATEFORME VIDÉO GRATUITE EN FRANCE D'ICI À 2024

En doublant l'audience de France.tv



BATIR LE PROJET FRANCE 2024

Et contribuer à faire des Jeux de Paris
une réussite française

Destination 2024

Le Sport terrain d'avenir

RACONTER



France 2024

Être au plus près des ambitions et des enjeux de l'organisation des Jeux Olympiques & Paralympiques de Paris 2024

Paris 2024

TOUS LES SPORTS



Sport Féminin

Faire du Sport Féminin un pilier de l'offre sportive

Tour de France
Féminin



Parasport

Suivre les athlètes et vous raconter leurs histoires

Champion(s)



Sport Local

Promouvoir les sportifs et équipes locales sur nos antennes régionales

France 3 Régions

ET BIEN PLUS ENCORE



Les sportifs

Accompagner les sportifs dans leur quotidien et mettre en lumière leur préparation

Destination 2024

Destination 2024

Des programmes audacieux

RASSEMBLER



Evènements

Une mobilisation inédite autour du plus grand festival cinématographique au monde

Festival de Cannes

Culture

Des adaptations littéraires qui font rayonner les écrivains français

La Jeune fille et la nuit

REPRÉSENTER



Inclusion

Des interviews atypiques et touchantes d'artistes

Les rencontres du Papotin

Territoires

Faire connaître les artisans qui font rayonner la France dans le monde grâce à leur savoir-faire unique

Ma vie d'excellence

DIVERTIR



Anticipation

Proposer des formats narratifs innovants et ambitieux

Vortex

Créativité

Adapter un concept iconique et créatif au succès international pour créer l'évènement

Drag Race France

france.tv publicité

Un écosystème complémentaire

Santé & bien-être



Actualité



Cinéma & Séries



Jeunesse



Divertissement



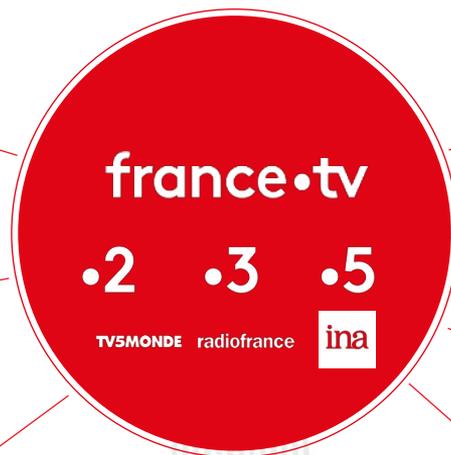
Culture



Découverte



Sport



Nos engagements

Cultiver une attention à la publicité pour garantir une meilleure efficacité aux marques



**FAVORISER UNE
PUBLICITÉ PLUS UTILE
ET RESPONSABLE**



**ACCÉLÉRER LE
DÉVELOPPEMENT
DE NOS OFFRES LOCALES**



**ACCOMPAGNER LES MARQUES
DANS LEUR RECHERCHE
D'EFFICACITÉ**



**PROPOSER DES EXPÉRIENCES
INÉDITES POUR CAPTER
DE NOUVEAUX PUBLICS**



**DÉVELOPPER DES PRODUITS
INNOVANTS POUR GAGNER
EN PRÉCISION**



**RENDRE NOS OFFRES
PLUS SIMPLES ET
ACCESSIBLES**

2

NOS OFFRES, PRODUITS ET SERVICES



Nos Offres, Produits et Services

Simplifier nos solutions en capitalisant sur nos engagements

france•tv *responsible*

Donner plus de sens à la publicité pour avoir un impact positif et durable.



p.13

france•tv *local*

Faire rayonner les territoires grâce à des offres locales pour tous les annonceurs nationaux et locaux.



p.21

france•tv *performance*

S'impliquer au plus près de vos enjeux business avec des solutions adaptées à vos objectifs de performance.



p.29

france•tvpublicité

france•tv *expérience*

Communiquer de manière inédite autour de sujets et programmes incontournables avec des offres et formats interactifs et événementiels.



p.45

france•tv *data*

Proposer des solutions de ciblage audiences et contextuelles en TV et en digital grâce à une donnée premium et des partenariats exclusifs.



p.61

france•tv *plateforme*

Simplifier et automatiser les processus d'achat à travers la mise à disposition de nos offres et espaces publicitaires premium sur nos plateformes.



p.71



FAVORISER UNE PUBLICITÉ PLUS UTILE ET RESPONSABLE

Notre ambition est de rendre la publicité plus utile pour tous les publics et de proposer aux marques des solutions nouvelles plus durables, pédagogiques et solidaires.

Dans cette dynamique de transformation où nous avons tous un rôle à jouer, FranceTV Publicité s'engage vers plus de transparence en mesurant l'impact carbone des campagnes diffusées sur ses environnements.

- | | | | | |
|----------------|--------------------------------|------|-----------------------|------|
| NOUVEAU | • Transition en commun | p.14 | • Good.vertising | p.17 |
| NOUVEAU | • La minute' transition | p.15 | • Écrans Green Spirit | p.18 |
| | | | • Marque Engagée | p.20 |

Transition en commun

L'audiovisuel public s'engage pour une publicité plus verte

NOUVEAU

Transition
en commun



france•tv responsable

CONCEPT

FranceTV Publicité renforce son engagement sur les questions sociales, sociétales et environnementales en se rapprochant de Radio France Publicité pour son offre Transition en commun.

L'objectif est de valoriser les acteurs qui agissent en faveur de la protection de l'environnement en leur offrant gracieusement de la visibilité sur France Télévisions & Radio France.

DISPOSITIF

UN DISPOSITIF RADIO & TV PUISSANT



CONDITIONS

La programmation des campagnes TV est réalisée par FranceTV Publicité et la réservation des écrans de France Télévisions doit s'effectuer aux ouvertures de planning.

Les frais de production sont offerts sur la base d'un format de 20 secondes.

La production s'entend sur la base d'images/vidéos existantes fournies par les gagnants ou bien par de l'achat d'art.

Tous les films seront pensés et produits selon un cadre commun : 2 allers retours maximum par gagnant seront accordés pour opérer à des modifications après un brief initial clair.

EN PRATIQUE

- 1 Un appel à candidatures est lancé afin de sélectionner les projets.
- 2 Un comité de sélection composé de personnalités qualifiées indépendantes se réunira pour analyser et sélectionner les projets.
- 3 7 projets nationaux et 3 régionaux seront sélectionnés.
- 4 Dotations par projet :
 - Les frais de production des spots seront offerts.
 - Une vague TV et digitale de 4 semaines sera offerte par FranceTV Publicité et deux vagues radio d'une semaine chacune seront offertes par Radio France Publicité.

La minute' transition

Partagez votre engagement
et valorisez la transformation de votre entreprise

NOUVEAU

la minute'
transition



france.tv responsable

CONCEPT

Partagez vos engagements grâce à une offre clé en main, incluant :

- La production de 3 formats longs de 50'' avec une déclinaison en 30'' / 2 jours de tournage / 1 ou 2 lieu(x)
- Une diffusion sur-mesure avec jingles MIDDLE et OUT thématiques
- Une présence en multi-device (TV, digital) dans un contexte de qualité

DISPOSITIF

Diffusion de vos spots de 50'' entourés de jingles MIDDLE et OUT au sein des écrans publicitaires intitulés de 7.30 et 19.51 de F2, 12.35 de F3 & 19.46 de F5 en EPZ

Diffusion en 2^{ème} semaine de votre spot en 30'' au sein d'écrans classiques

Reprise des spots sur **TVSMONDE**    

Dispositif sur une base 2 semaines (33 spots)

DÉCOUPAGE



ÉCRANS



DIGITAL

Faites émerger vos actions et engagements RSE (local, traçabilité, composition des produits, social...) au sein d'un écran vidéo et engagez les utilisateurs autour de vos valeurs.



Dispositif Time : 5 000 heures

Coût Par Heure Visible (CPHV)

Facturation au temps d'exposition visible cumulé (en heures)



20sc. = temps d'exposition visible min.

Emplacement préférentiel
(dernière position publicitaire avant le contenu éditorial)

La minute' transition

Partagez votre engagement
et valorisez votre discours de transformation d'entreprise

NOUVEAU

la minute'
transition



france.tv responsable

CONDITIONS

Dans le cadre de la présente offre, l'accès prioritaire au planning et à la programmation du message publicitaire format 50'' et 30'' pour la minute' transition en emplacement préférentiel (Z) 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 de 3 spots de 50'' ainsi qu'une majoration tarifaire OPS (pour tout autre format nous consulter).

FranceTV Publicité Conseil se charge exclusivement de la réalisation des spots.

Le contenu de la prestation comprend :

Rédaction de 3 scripts (3 allers/retours d'échanges pour validation) ; post-production image & son sur la base de deux jours de tournage sur le même lieu. Au-delà, nous consulter.

- achat d'une musique de stock
- 5 plans d'illustrations (au-delà, compter 200€ par plan supplémentaire)
- location d'un studio son
- fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions)
- validation préalable de l'ARPP et du juridique de FranceTV Publicité
- droits sur les créations pendant 1 an à compter de sa première diffusion sur les environnements digitaux propriétaires (site internet, comptes officiels sur les réseaux sociaux)
- droits sur les créations pendant 1 an sur les points physiques dont l'annonceur a la propriété (concession, agence, corner salons professionnels)

Périmètre : sont concernés par la présente offre, certains espaces publicitaires des chaînes France 2, France 3, France 5, TV5 Monde, France 24, National Geographic, National Geographic Wild, Myzen en TV ainsi que des espaces publicitaires sur l'environnement numérique dont FranceTV Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning.

La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2023. Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

Les investissements réalisés dans le cadre de la solution la minute' transition ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité. Les conditions de l'annonceur ne s'appliquent pas sur cette offre.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de la minute' transition 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 FranceTV Publicité d'une réservation la minute' transition 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.

La tarification est susceptible d'évoluer en fonction des périodes tarifaires et du calendrier des ouvertures de planning.



CONCEPT

Donnez du sens à vos campagnes publicitaires à travers 2 dispositifs solidaires et soutenez des associations grâce à un don participatif ou un don d'impressions.

DISPOSITIFS

good.vertising « DON PARTICIPATIF »



Effectuez un don⁽¹⁾ à des associations tout en engageant les utilisateurs grâce à un format vidéo participatif.

UNE OFFRE 100% INTERNALISÉE

FranceTV Publicité assure une traçabilité totale de vos dons de la collecte au reversement.



good.vertising « DON D'IMPRESSIONS »



Offrez à une association une part des impressions⁽²⁾ de votre campagne publicitaire digitale, et valorisez votre démarche solidaire à travers un format vidéo enrichie co-brandé.

CONDITIONS

Associations de l'annonceur et/ou de FranceTV Publicité. Les associations choisies doivent être de droit français et/ou de l'UE.
Critère d'éligibilité annonceur et associations soumis à validation du Comité Éthique FranceTV Publicité.
Spot annonceur et spot de l'association fournis par l'annonceur.
Format enrichi disponible sur environnement Web Desktop/Mobile uniquement.

(1) Le don sera d'un montant de 10% du budget net de la campagne digitale dont 5% reversé par l'annonceur et 5% par FranceTV Publicité.

(2) 2 forfaits de don possible : 25% ou 50% des impressions. Offre Goodvertising Don Participatif vendue au forfait.

Écrans Green Spirit

Communiquez dans des écrans puissants et réservés aux produits plus respectueux de l'environnement selon les critères de l'ADEME

Écrans
Green Spirit



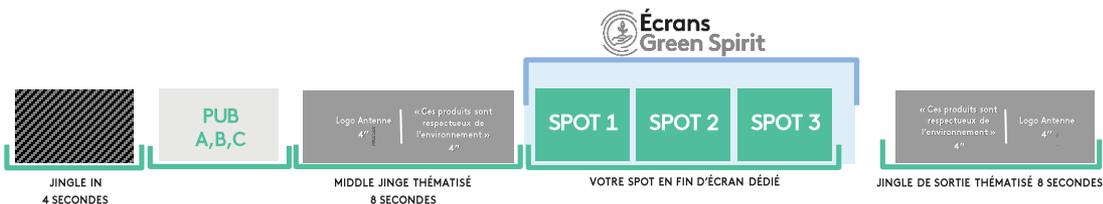
france.tv responsable

CONCEPT

Prenez la parole au sein des écrans les plus puissants de France Télévisions, dans une capsule consacrée uniquement aux produits plus respectueux de l'environnement selon les critères validés et reconnus par l'ADEME. Les spots sont entourés de jingles thématiques diffusés à la fin des écrans.

DISPOSITIF

DÉCOUPAGE



ÉCRANS



CONDITIONS

Au moment de la réservation de l'espace, l'annonceur s'engage à travers une attestation sur l'honneur à ce que son produit réponde aux critères énoncés par le cahier des charges de l'ADEME disponible sur le site de francetvpub.fr. En cas de première diffusion sur nos antennes, le film doit être soumis à FranceTV Publicité 15 jours en amont de sa diffusion afin d'être visionné par le comité d'éthique pour validation définitive.

FranceTV Publicité se réserve le droit de refuser l'accès à ce type d'écran.

Critère d'éligibilité annonceur soumis à la validation du Comité d'éthique France Télévisions Publicité.



Les films publicitaires diffusés dans ce type d'écran comportent nécessairement le logo suffisamment identifiable du label concerné, de l'information énergétique ou environnementale et/ou de l'indice de réparabilité (la citation sonore est non obligatoire).

Aucune majoration pour la présence d'un logo dans le spot ne sera appliquée. Dans le cas où l'annonceur ne dispose pas du logo dans sa création, FranceTV Publicité Conseil se charge de rajouter le logo pour un tarif de 1500€ HT.

Le prix des secondes supplémentaires éventuellement liées à l'ajout d'un packshot pour insérer le logo sont à la charge du client.

FranceTV Publicité et l'ADEME se réservent le droit de modifier les conditions d'accès à tout moment et de refuser à l'Annonceur, le cas échéant représenté par son Mandataire, la présence de ses produits dans ces écrans.

L'Annonceur, le cas échéant représenté par son Mandataire, déclare avoir pris connaissance des Conditions Commerciales et des Conditions Générales de Vente de la publicité de FranceTV Publicité, ainsi que du cahier des charges de l'ADEME, qui lui ont été remis et d'en accepter expressément les dispositions et particulièrement celles relatives à la procédure d'achat et à la formation des ordres de publicité.

L'Annonceur, le cas échéant représenté par son Mandataire, assumera seul les conséquences issues d'informations erronées au sein de la présente attestation sur l'honneur et garantit FranceTV Publicité à ce titre.

Tout annonceur souhaitant diffuser un message publicitaire dans ces écrans doit disposer de l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

Pour toute demande, vous pouvez joindre votre contact commercial habituel ou votre contact planning.

LISTE DES LABELS CERTIFIÉS PAR L'ADEME



ÉTIQUETTE ENERGIE



Les lettres A et B sont acceptées,
A+++ sur les produits concernés
Auto: <60g CO2/Km et <1,4 tonne

AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL



La lettre A est acceptée

INDICE DE RÉPARABILITÉ



Indice > 7,5/10



CONCEPT

Faites émerger vos actions et engagements RSE ⁽¹⁾ (local, traçabilité, composition des produits, social...) au sein d'un écran vidéo interactif et engagez les utilisateurs autour de vos valeurs.

DISPOSITIF

Une prise de parole contextualisée qui amplifie votre message responsable à travers un format enrichi et interactif.

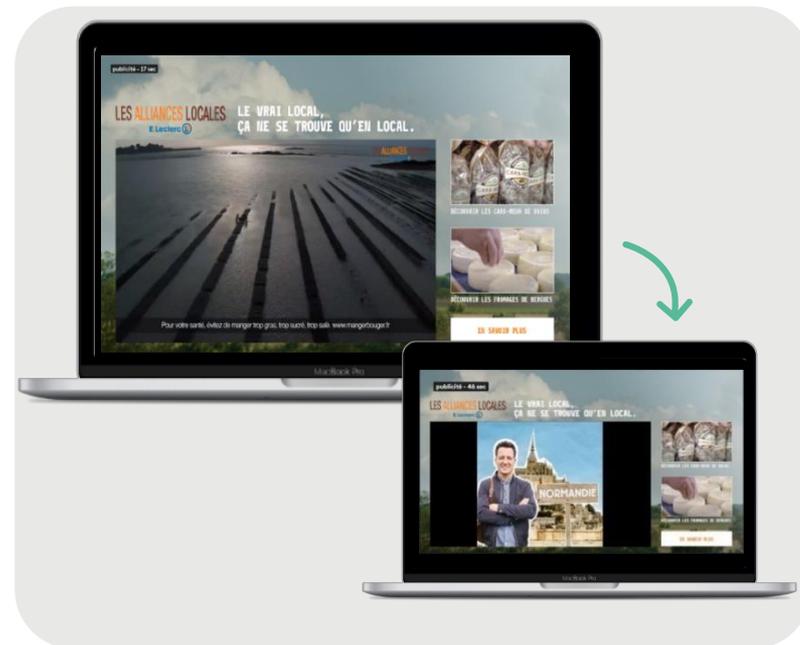
Jingle contextuelle

5 secondes diffusées en amont de votre spot afin d'annoncer l'engagement de votre marque.

Player enrichi

avec 1 dispositif au choix :

- **Format vidéo-selector** : l'utilisateur peut choisir parmi plusieurs pastilles vidéos illustrant vos actions/engagements.
- ou
- **Format pré-roll enrichi** : votre spot s'enrichit d'un Habillage, Split-Screen ou Skin-Content qui appuie et amplifie votre message responsable et apporte des informations complémentaires à l'utilisateur.



(1) Critère d'éligibilité annonceur soumis à validation du Comité Éthique FranceTV Publicité.

Spot fourni par l'annonceur/ Format enrichi disponible sur environnement web Desktop/Mobile uniquement. Offre vendue au forfait.

ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT DE NOS OFFRES LOCALES



L'urgence écologique nous rappelle la nécessité de consommer plus local.

A l'image de notre implication dans les Relocalisateurs⁽¹⁾, notre rôle est d'apporter des solutions concrètes pour permettre de rendre la publicité accessible à tous et valoriser les initiatives locales.

NOUVEAU Initiatives Locales	p.22	Adressable.tv Proximité	p.25
NOUVEAU Au cœur de nos territoires	p.23	Adressable.tv Réseaux	p.26
NOUVEAU Régions Impact - Local Ads	p.24	Ecran Prime Local	p.27
		GéoShopping	p.28

(1) Association des médias engagés pour le développement des territoires

Initiatives Locales

Faites rayonner vos initiatives dans les territoires

NOUVEAU

Initiatives
Locales



france•tv local

CONCEPT

Mettez en avant vos actions locales sur l'écran principal du foyer & engagez vos cibles autour de vos valeurs.

DISPOSITIF

Un format expérientiel impactant et inédit en TV segmentée et Replay IPTV géo-ciblé :

- Habillage Skin dynamique de votre spot aux couleurs de votre région
- Visibilité de votre logo dans le Skin pendant toute la durée du spot
- Valorisation de votre initiative locale avec la mention de votre région et la caution FranceTV Publicité

CONDITIONS

Spot 20'' + Habillage Skin animé décliné selon votre région

TV segmentée en ciblage géolocalisé sur **2.3.5**

Replay IPTV en ciblage géolocalisé sur **france•tv**

Data Opérateur



Offre vendue au package – voir offre dédiée.

Habillage et wordings non modifiables.

Maquette fictive.

Critère d'éligibilité annonceurs soumis à validation de FranceTV Publicité.

PUISSANCE CIBLÉE
& ÉMERGENCE



Au cœur de nos territoires

Maximisez votre présence en région avec un couplage
Radio et TV segmentée

NOUVEAU

AU CŒUR
DE NOS TERRITOIRES



france•tv local

CONCEPT

FranceTV Publicité et Radio France Publicité s'engagent à contribuer ensemble à la promotion des initiatives locales en simplifiant l'accès à nos espaces et en proposant de nouvelles solutions de ciblage.

Cette offre publicitaire unique permet de capitaliser sur la force de la radio en local et de bénéficier de la puissance de la TV et du ciblage digital grâce à la TV segmentée pour toucher plus de 2 millions de contacts en deux semaines.

DISPOSITIF

Une présence sur la région de votre choix en Radio et en TV sur les bases ci-dessous :

- Achat en CPM contacts base 30''
- Deux semaines de communication
- Un tarif unique
- 5 territoires disponibles
- 100% Géolocalisé

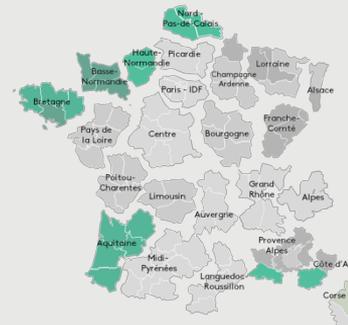
CONDITIONS

Cette offre exclusive est disponible sur 5 territoires : la Normandie, la Bretagne, l'Aquitaine, le Nord-Pas-de-Calais et la Provence. Dispositif Radio sur les chaînes locales de France Bleu sur la base d'une programmation Lundi à Vendredi.

TV segmentée Activable sur : +2 +3 +5 Via la data des opérateurs :   Durées de spot : 15, 20 ou 30 secondes

EN PRATIQUE

+ 2M contacts
garantis



5 TERRITOIRES DISPONIBLES

Dispositif 2 semaines 100% Géolocalisé
Nombre de spots évolutif en fonction des régions sélectionnées



RADIO



TV SEGMENTÉE

+2 +3 +5

Régions Impact

Communiquez sur votre territoire avec une approche simplifiée au CPM

NOUVEAU



france•tv local

CONCEPT

FranceTV Publicité continue de vous accompagner pour vos prises de parole en local avec son offre **5 écrans commercialisée au CPM avec un nombre de contacts garanti⁽¹⁾** sur une ou plusieurs régions.

DISPOSITIF

Bénéficiez de dispositifs régionaux pour prendre la parole auprès d'un public local selon vos objectifs de campagne. Allez plus loin et communiquez vos adresses de point de vente.



Écrans Régions

- 100% TV classique
- Au choix sur la base des 24 régions • **3 régions**
- Achat en spot à spot



Régions Impact

- TV classique
- Digital géolocalisé
- Achat en pack au CPM contacts base 30''

• **3 régions**

france•tv

DISPOSITIF 5 ÉCRANS

CONDITIONS

La programmation est réalisée par FranceTV Publicité pour les packs Régions Impact.

Dès 3 semaines de campagne, abattement supplémentaire de 10% du CPM TV⁽²⁾.

Sont concernés par les présentes l'espace publicitaire sur l'environnement linéaire et numérique dont FranceTV Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning.

La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2023.

(1) TV : 1 exposition = 1 contact / Digital : 1 impression = 1 contact / TV segmentée : 1 impression = 1 contact foyer

(2) En cas d'encombrements sur nos écrans et pour assurer la bonne diffusion de votre campagne, nous pouvons être amenés à prolonger celle-ci d'une semaine

(3) Frais de production à votre charge via notre prestataire. Création du packshot + montage et passage ARPP inclus.



Local'Ads

Mettez en avant l'adresse complète de vos points de vente en ajoutant un packshot de 5'' à la fin de votre spot

VOTRE SPOT



Packshot de fin de 5''
Visuel non contractuel

Pour l'achat de l'offre
Régions Impact 2 semaines
FranceTV Publicité vous offre le coût
de l'espace média des 5''⁽³⁾
(sur la base d'un spot d'une durée de 15'' minimum)

• **3 régions** france•tv



CONCEPT

Pour être au plus proche de vos enjeux, nous créons des **cibles sur-mesure** qui correspondent aux habitudes de vie locale des Français.

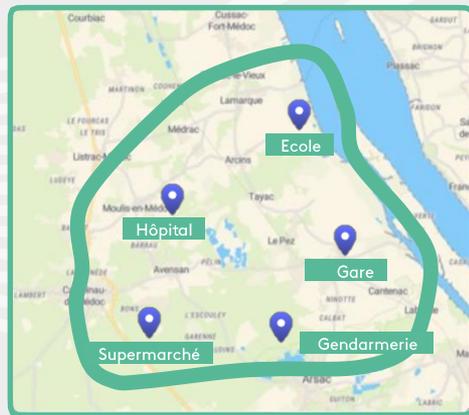
DISPOSITIF

BASSINS DE VIE

Ciblage d'un territoire, le plus petit possible, sur lequel les habitants ont accès aux équipements et services les plus courants.

Des zones de vie et de circulation fréquentes pour adresser vos cibles tactiques.

Ex : redécoupage de zones existantes en bassin de vie selon l'accessibilité des habitants à des commerces : pharmacie, boulangerie et à des institutions : école, gendarmerie...



TEMPS DE TRAJET

Ciblage d'un temps de trajet en voiture / à pied / à vélo depuis un point de vente jusqu'au domicile du téléspectateur.

Exemples :
40' en voiture
20' en vélo
10' à pied



Adressable.tv Réseaux

L'achat de campagnes TV ciblées directement intégré aux outils des réseaux d'enseignes

adressable.tv
Réseaux



france.tv local

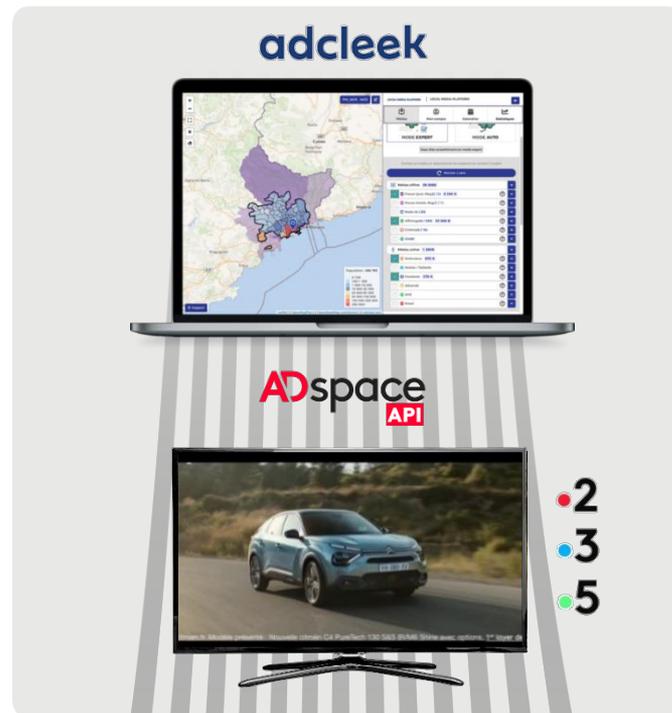
CONCEPT

FranceTV Publicité va encore plus loin dans l'accessibilité et la simplification de l'achat, en ouvrant son offre adressable.tv aux réseaux d'enseignes et en l'intégrant directement dans leurs outils internes.

L'API ADspace s'interconnecte à leur plateforme et permet ainsi la création de dispositifs géolocalisés depuis leurs propres outils d'achat.

DISPOSITIF

Grâce au 1er partenariat entre FranceTV Publicité et adcleek, déjà plus de 1500 points de vente, dont les concessionnaires **Citroën, DS, Peugeot, Opel, Toyota, Volvo, Mercedes ...**, peuvent aujourd'hui réserver leur campagne TV linéaire segmentée sur les chaînes de France Télévisions, sur leurs zones de chalandise spécifiques, directement via leur plateforme, en seulement quelques clics. Les KPI de campagne sont générés et transmis automatiquement par FranceTV Publicité.



CONCEPT

Combinez émergence et géo-ciblage (Géolocalisation du magasin, Drive, Click&Collect...) grâce à nos formats enrichis sur-mesure.

DISPOSITIF

L'offre GéoShopping vous permet d'activer des mécaniques de géo-ciblage favorisant l'interaction et le « drive to store » :

- **Click & Collect**

Proposez aux internautes de commander vos produits directement en « click & collect » et indiquez vos horaires d'ouverture pour une expérience optimisée.

- **GéoStore**

Facilitez l'achat/le retrait en magasin en indiquant votre magasin le plus proche de l'internaute.

- **GéoProxi**

Mettez en avant la proximité de vos points de vente en indiquant la distance avec la localisation de l'internaute.

- **GéoDCO**

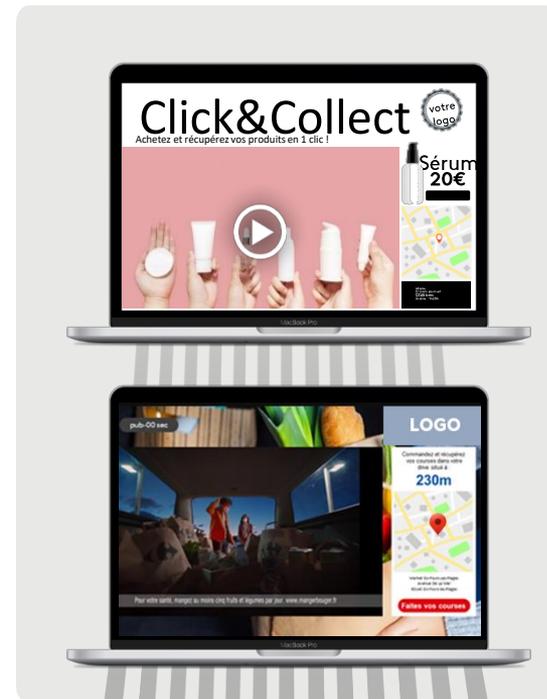
Adressez le bon message en adaptant votre spot et vos produits/services selon la localisation de l'utilisateur et/ou votre cible data.

+ **QR Code « Géoloc » IPTV :**

Votre spot publicitaire est enrichi d'un QR Code « Géoloc » en IPTV, renvoyant vers la page de localisation de votre/vos magasin(s). Vous bénéficiez ainsi d'une visibilité en 4 écrans.

CONDITIONS

Format enrichi dispo en Web PC et Mobile uniquement. Nous contacter pour connaître les conditions liées à l'activation QR Code IPTV. Maquette fictive pouvant être modifiée.



ACCOMPAGNER LES MARQUES DANS LEUR RECHERCHE D'EFFICACITÉ



Dans un contexte parfois incertain, la performance des campagnes est au cœur des préoccupations des marques.

Notre mission est de vous accompagner avec des solutions qui vous permettent de mieux piloter vos investissements avec des KPI business en complément des KPI média traditionnels et en vous apportant des garanties de performance.

ROI

NOUVEAU

- DTW Primo p.30
- DTW Partenaire p.31
- Business Partenaire p.32
- ROI Partenaire p.33
- Drive to Quality p.34

REACH

NOUVEAU

- Adressable.tv Amplify p.35
- Mirriad Reach p.36
- Soreach p.37
- Sponso Power p.38

GARANTIE

- Garanty (+) p.39
- Target Thématik p.42
- NOUVEAU**
- EasyPack p.43
- Sponso Multy p.44

Drive to Web Primo

Expérimentez l'impact d'une campagne TV sur le trafic de votre site internet

NOUVEAU



france-tv performance

CONCEPT

FranceTV Publicité accompagne les primo accédants TV en leur démontrant l'impact d'une campagne TV sur le trafic de leur site internet, tout en s'engageant sur un nombre minimum de contacts à atteindre sur les chaînes hertziennes de France.tv.

DISPOSITIF

Le TV tracking de la campagne TV via un tiers de confiance est offert par FranceTV Publicité. Ce TV tracking déterminera à la fin de la campagne le nombre de visites attribuables à France.tv. La programmation de la campagne est assurée par FranceTV Publicité afin de sélectionner les écrans les plus performants et les plus générateurs de visites. FranceTV Publicité s'engage en amont sur un nombre de contacts à atteindre. FranceTV Publicité démontre à travers cette offre **l'efficacité de son écosystème sur le trafic internet de l'annonceur**. FranceTV Publicité propose également d'accompagner l'annonceur pour enrichir sa création publicitaire.

CONDITIONS

Cette offre s'adresse à l'ensemble des annonceurs primo accédants en TV sur la base d'un investissement minimum de 70K€ nets en exclusivité chez FranceTV Publicité.

L'annonceur doit fournir une création publicitaire avec l'url de son site internet ainsi qu'un call to action. Cette création publicitaire doit être validée par FranceTV Publicité. Le site internet doit être référencé et présenter du contenu.

TV : 1 exposition = 1 contact
Nombre de contact moyen - Base 15''

EN PRATIQUE

- 1 Une programmation 100% chaînes hertziennes **campagne TV**
- 2 Une présence dans les écrans les plus générateurs de visites
- 3 Délivrer votre message à + **25M** de contacts 15+
- 4 Un bilan « efficacité » avec le **nombre de visites générées sur votre site internet grâce à votre campagne TV**



• 2

• 3

• 5

Drive to Web Partenaire

Maîtrisez votre CPV avec un engagement de visites garanties



france-tv performance

CONCEPT

FranceTV Publicité se positionne comme partenaire de ses clients en s'engageant sur les performances de ses campagnes in drive to web. Basée sur l'analyse des données annonceur, FranceTV Publicité fixe une nouvelle monnaie d'échange avec le CPV et mobilise l'ensemble de ses ressources pour optimiser l'efficacité des campagnes TV des annonceurs.

DISPOSITIF

La programmation est assurée par FranceTV Publicité. Le plan média est optimisé en temps réel afin d'atteindre le CPV fixé et des gracieux sont accordés au besoin dans une limite déterminée. FranceTV Publicité propose également d'accompagner l'annonceur pour enrichir sa création publicitaire.

CONDITIONS

Cette offre s'adresse à l'ensemble des annonceurs non présents en 2022 sur FranceTV Publicité sur la base d'un investissement minimum de 100K€ nets sur 1 ou 2 vagues.

L'annonceur doit fournir de la back data sur minimum 1 an, si celle-ci n'est pas disponible, une campagne test sera réalisée afin de fixer le benchmark.

L'annonceur doit fournir une création publicitaire avec l'url de son site internet ainsi qu'un call to action. Le site internet doit être référencé et présenter du contenu. Cette création publicitaire doit être validée par FranceTV Publicité.

Les campagnes optimisées au CPV sont éligibles uniquement pendant les périodes creuses sous réserve de validation de la direction commerciale.

EN PRATIQUE

- 1 Analyse de l'historique des performances drive-to-web de l'annonceur
- 2 Définition des objectifs de performances et proposition d'un CPV
- 3 Programmation et optimisation de la campagne par FranceTV Publicité en temps réel



Business Partenaire

Une mobilisation de toutes nos expertises au service de votre objectif business



france-tv performance

CONCEPT

FranceTV Publicité se veut être au plus proche des enjeux business de ses annonceurs et **s'engage dans un partenariat à la performance sur la base d'un objectif business commun** (CA, Leads, Appels...). L'investissement final de l'annonceur dépendra des performances business de la campagne média, selon l'objectif défini préalablement.

DISPOSITIF

FranceTV Publicité va au-delà de son rôle traditionnel de régie et se mobilise à travers un accompagnement global de la construction d'une stratégie média adaptée aux objectifs de communication de l'annonceur, au suivi des performances, à l'optimisation des plans médias dès les ouvertures de planning, et aux recommandations créatives. L'écosystème France.tv dans sa globalité peut être activé dans le cadre de ce partenariat. L'objectif business sera suivi par un tiers certificateur selon le KPI choisi.

CONDITIONS

Cette offre s'adresse à l'ensemble des annonceurs sous réserve de l'accord de la direction commerciale. Hors campagne branding/institutionnelle et à partir d'un investissement minimum de 300K€ nets. Engagement sur 3 vagues minimum dans l'année, dont une en période creuse. Mise à disposition de la back-data annonceur. Si celle-ci n'est pas disponible, une campagne test sera réalisée afin de fixer le benchmark. Mise à disposition des données business pendant la campagne.

EN PRATIQUE

- 1 Sélection du KPI, exemple : prise de RDV
- 2 Définition du dispositif média : 3 vagues annuelles d'une durée minimum de 3 semaines
- 3 Suivi et optimisation en temps réel des performances du plan média
- 4 Rémunération fixe (net média) et rémunération variable (royalties) par l'annonceur à l'issue de chaque vague en fonction des performances



ROI Partenaire

Un retour sur investissement garanti supérieur de 10 % à la moyenne des autres chaînes TV Hertziennes

R·O·I Partenaire



france·tv performance

CONCEPT

FranceTV Publicité se positionne comme partenaire de ses clients en s'impliquant sur le retour sur investissement des campagnes classiques sur France.tv.

DISPOSITIF

FranceTV Publicité s'engage à atteindre à minima un ROI de 10% supérieur à celui généré par la moyenne des autres chaînes hertziennes présentes dans les plans des annonceurs. Le ROI est calculé à la fin de toutes les vagues TV par un organisme certificateur. Une incentive au bénéfice de l'annonceur à hauteur de 10% sera accordée si l'objectif de différentiel du ROI n'est pas atteint.

CONDITIONS

- Cette offre s'adresse à l'ensemble des secteurs sous réserve de l'accord de la direction commerciale hors campagnes branding/institutionnelles.
- Accessible pour les clients de FranceTV Publicité sous réserve d'un engagement supplémentaire de 500K€ net (vs n-1) et d'une augmentation significative de la PDM nette.
- Pour le calcul du ROI, mise à disposition par l'annonceur à l'agence ou au tiers certificateur de 3 ans de back-data.
- Ce service est proposé par FranceTV Publicité sous réserve que toutes les conditions soient rassemblées. Les 10% de gracieux seront calculés sur la base du CA de référence correspondant au CA net de la progression vs n-1.

EN PRATIQUE

ANALYSE DU ROI :

Période : se fera à l'issue des différentes vagues. Le ROI sera calculé sur le court ou le moyen terme à la suite d'échanges avec l'annonceur quant à la pertinence vis-à-vis du secteur étudié.

Organisme certificateur : département modélisation de l'agence média de l'annonceur, ou autre structure indépendante de FranceTV Publicité si un tel département n'existe pas dans l'agence.

FranceTV Publicité financera cette analyse. Cette dernière sera réalisée une fois dans l'année, lorsque toutes les vagues TV seront échues.

INCENTIVE :

Si écart > = 10% : bénéfice annonceur

Si écart < 10% : 10% de gracieux programmés par FranceTV Publicité



Drive to Quality

Une progression garantie des items d'image en TV classique

Drive to
Quality



france·tv performance

CONCEPT

FranceTV Publicité se positionne comme partenaire en s'engageant dans l'efficacité branding de vos campagnes TV classique.

DISPOSITIF

FranceTV Publicité mise sur la qualité des contextes programmes pour optimiser l'efficacité de vos prises de parole à travers son indicateur, le QRP, un indice d'excellence basé sur l'expérience des téléspectateurs. Choisissez notre offre Drive to Quality et FranceTV Publicité s'engagera sur un outcome de votre marque via un pilotage optimal de votre campagne autour de programmes ayant un fort indice de qualité.

Garantie d'un up-lift moyen :

+10% sur 2 items d'image sur la cible 15+ entre les exposés et les non-exposés⁽¹⁾.

+20% sur les items de l'intention (d'achat, se renseigner...) sur la cible 15+ entre exposés et non exposés.

CONDITIONS

Offre sous réserve de validation de la direction commerciale.

Cette offre s'adresse à tous les secteurs.

Le plan de FranceTV Publicité doit être au minimum de 300K€ net avec une PDM de 20% (base ensemble journée sur les chaînes historiques + TNT sur la cible 15+).

EN PRATIQUE

Incentive sur les items choisis et l'intention

Inférieur à 3 points: pas d'incentive

Entre 3 et 5 points: 3% gracieux programmés par FranceTV Publicité sur une prochaine vague

Supérieur à 5 points: 5% gracieux programmés par FranceTV Publicité sur une prochaine vague

Nos post tests d'efficacité seront menés par un institut indépendant

Exemple mode de calcul pour les incentives

Gain item d'image 1: +12%/ Gain item d'image 2: +12%
Moyenne 2 items d'image: +12% vs +10% attendus

Gain intention d'achat: +22% vs 20% attendus
Moyenne des gains des 2 indicateurs (image et intention)
= $(12+22)/2 = 17\%$ d'up-lift au global vs 15% attendu,
soit +2 pts

Exemple calcul de différentiel

Item image non exposés: 79%
Item image exposés: 91%
> Up-lift= $(91\%/79\%-1) = +15,1\%$

Q·R·P

(1) IFOP-échantillon national représentatif de 861 français âgée de 25-49 ans – Les non exposés à la campagne

Adressable.tv Amplify

Gagnez en reach incrémental et en couverture utile grâce à la complémentarité entre TV segmentée et TV classique

NOUVEAU

adressable.tv
Amplify



france.tv performance

CONCEPT

Afin de répondre aux besoins croissants du marché en matière de reach, nous lançons « adressable.tv Amplify ». 2 solutions de complémentarité et renfort TV segmentée qui permettent de faire de la tactique TV.

DISPOSITIF

adressable.tv AMPLIFY

PETITS CONSO
TV

Gagner en reach incrémental en adressant les populations les plus difficiles à toucher en TV



Petits ConsoTV

Adresser les petits consommateurs de TV

NOUVEAU

adressable.tv AMPLIFY

AD
TRACKING

Maximiser votre couverture utile en adressant précisément les faiblement/pas exposés à votre campagne TV classique France Télévisions TV



Identifier précisément et adresser les non/faiblement exposés à votre campagne TV

CONDITIONS

- Lancement en POC de décembre 2022 à fin mars 2023.
- Minimum 15 jours de diffusion TV segmentée.
- Campagnes France Télévisions sur parc Orange.
- Autres opérateurs nous consulter.

Mirriad Reach

Le placement de produit nouvelle génération comme complément de reach pour vos campagnes



france•tv performance

CONCEPT

Mirriad Reach est une offre clé en main basée sur la technologie de placement de produit Mirriad. Cette offre permet de développer le reach après 20h et d'événementialiser les prises de parole en TV avec des performances intégrées dans les outils mediaplanning TV.

DISPOSITIF

FranceTV Publicité propose de délivrer 60 secondes de visibilité (sous réserve de la nature du produit) contextualisées et cumulées au cœur de la série quotidienne Un Si Grand Soleil (QRP 154).

Ces présences en placement de produit post production permettront d'émerger sous la forme de 10 séquences minimum sur une période de 4 semaines (à préciser selon la période) dans les épisodes diffusés en TV et en Replay. Un dispositif digital est également proposé en pré-roll des épisodes intégrant le placement de produit.

Performances constatées et extrapolées intégrées dans les outils de mediaplanning TV.

CONDITIONS

Sous réserve de la validation du produit par la production et le diffuseur.
Tarifs selon périodes tarifaires sur demande.

Q EN PRATIQUE

- 1 Validation client et envoi des éléments à S-7
- 2 Sélection des scènes éligibles par Mirriad et réalisation des inserts S-6 à S-5
- 3 Validation des extraits par la production et le diffuseur uniquement S-4
- 4 Diffusion de l'épisode et activation du dispositif digital S0





CONCEPT

Profitez d'une gamme qui a démontré son efficacité en complétant votre plan TV avec du parrainage TV.

Soreach est une gamme de produits qui vous permet d'augmenter le reach de vos campagnes classiques avec une intégration de présences 12" et 6" dans des contextes premium.

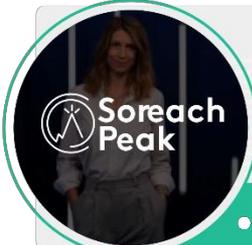
DISPOSITIF

Dispositifs billboard base 1 semaine. Performances constatées et extrapolées disponibles dans 



- +/-14 présences en 12"
- 2 places/semaine
- Dispositif digital Home Prime
- Disponible sur ADspace

.2 .3 .5 france•tv



- +/-16 présences en 12"
- 2 places/semaine
- Dispositif digital Home Prime
- Disponible sur ADspace

.2 .3 .5 france•tv



- Présences en 12" et 6" en fonction des périodes
- 2 places/période
- Dispositif thématique
- Disponible sur ADspace

.3 .4 .5 WarnerMedia
Disney

020305

CONDITIONS

Réservations aux ouvertures de planning, priorité planning de +20% pour le traitement prioritaire des demandes de réservation aux ouvertures.

Programmation et position de l'annonceur définies par la régie.

Tarifs selon périodes tarifaires sur demande.

Annulation possible jusqu'à 6 semaines avant la première diffusion.

Frais de production du billboard et frais de mise à l'antenne non inclus.

Sponso Power

Parrainez les programmes récurrents les plus puissants pour toucher le plus grand nombre

Sponso
Power



france•tv performance

CONCEPT

Associez-vous aux programmes récurrents les plus puissants de France Télévisions et maximisez les retombées sur les cibles commerciales !



DISPOSITIF

- 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, pré-roll, etc.)
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes

CONDITIONS

Sous réserve de l'accord des antennes. Tarifs selon périodes tarifaires.

L'annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, les bandes-annonces parrainées, les programmes courts parrainés, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. De la même façon, un annonceur présent dans une bande-annonce ne peut pas arguer d'une exclusivité autour de la bande-annonce y compris entre les deux parties de l'émission.

EN PRATIQUE



C'est notamment les offres :

- Un si grand soleil
- N'oubliez pas les paroles
- Télématin
- Les météos
- Les soirées cinéma
- Les soirées séries

Garanty & Garanty+

Accédez à des performances TV garanties



france-tv performance

CONCEPT

L'achat des solutions Garanty permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes France 2, France 3 National et France 5 sur les tranches en Day, en Access et également après 20h (uniquement pour les annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la Publicité d'intérêt général), ainsi que sur les chaînes thématiques associées à ce dispositif, tout en maîtrisant le « Coût GRP Net désindexé base 30 secondes » garanti par FranceTV Publicité.

DISPOSITIF

Budget Thématiques : à hauteur d'au moins 10% du brief



•2•3•5

Et les chaînes thématiques

CONTEXTE :

Toute la grille à l'exception des écrans suivants :
F2 19.51 du lundi au dimanche
F5 19.51 du lundi au vendredi

Délai de programmation : Entre S-2 et S-4 du démarrage

Les cibles éligibles :
Cibles Mixtes et Masculines 50- / Mixtes et Masculines +
Cibles Féminines 50- / Féminines +
Cibles+ et Comportementales



•2•3•5

Et les chaînes thématiques

PROGRAMMES À FORTE IMPLICATION

INFOS et MAGAZINES - Télématin -

F2 : 12.55 à 13.99

F3 : 12.00 à 13.99

F2 : 19.50 à 19.99

F5 : 17.00 à 19.99

F3 LàV : 18.40 à 19.99

F3 Sa+ Di : 19.05 à 19.99

Délai de programmation : Ouvertures de planning

Les cibles éligibles :
Cibles Mixtes et Masculines 50- / Mixtes et Masculines +
Cibles + et Comportementales

Garanty & Garanty+

Accédez à des performances TV garanties



france-tv performance

CONDITIONS

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre des solutions Garanty est assurée exclusivement par FranceTV 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 FranceTV Publicité son brief de programmation dûment complété.

FranceTV Publicité informera par tout moyen d'usage dans la profession, de son acceptation /et ou aménagement /et/ou refus dudit brief de programmation en fonction des disponibilités planning. En tout état de cas, dans l'hypothèse où FranceTV 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 FranceTV 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 FranceTV Publicité, celui-ci s'engage à en informer, par écrit, FranceTV 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 Garanty.

Un « Coût GRP Net Garanti Desindexé 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 Desindexé base 30 secondes » ne prend pas en compte les grilles d'indices par période et par tranche Day, Access, Après 20h/cible telles que définies ci-après.

Le « Coût GRP Net Indice 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 FranceTV Publicité, et sera calculé selon les grilles d'indices par période et par tranche 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, des GRP, budget thématiques à hauteur d'au moins 10% du brief global ...) et permettant de fixer le Coût GRP Net Garanti Indice par période et par tranche Day/Access et Après 20h, format base 30 secondes, valide entre FranceTV Publicité et l'annonceur ou son mandataire. Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de FranceTV Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique « ADspace ».

Le début des programmations pour le produit Garanty commencera le 13/12/2022. Les produits Garanty+ sont programmables dès les 1ères ouvertures de planning du 15/11/22.

Afin d'atteindre le « Coût GRP Net base 30 secondes » à plus ou moins 5 %, FranceTV Publicité accordera à l'annonceur une remise et éventuellement des espaces publicitaires gracieux. 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. FranceTV 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) : Services publics et collectifs.

Les investissements réalisés dans le cadre de l'Achat en Coût GRP Net Garanti ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité. 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 5 et les chaînes thématiques.

Day désigne les intitulés d'écrans compris entre 06.00 et 17.99.

Access désigne les intitulés d'écrans compris entre 18.00 et 19.99.

Après 20h désigne les intitulés d'écrans compris entre 20.00 et 26.99.

Garanty & Garanty+

Accédez à des performances TV garanties



france.tv performance

CIBLES MIXTES ET MASCULINES -50

- Ensemble 25-49 ans
- Hommes 25-49 ans

CIBLES MIXTES ET MASCULINES +

- Ensemble 25-59 ans
- Ensemble 35-59 ans
- Individus CSP+
- Resp. achats <60 ans

CIBLES FÉMININES -50

- Femmes 25-49 ans
- Femmes RDA < 50 ans
- Femmes RDA avec enfants de -15 ans

CIBLES FÉMININES +

- Femmes 35-59 ans
- Femmes RDA 25-59 ans
- Femmes RDA Tanguy (avec enfants de -25 ans)

CIBLES + ET COMPORTEMENTALES

- Ensemble 25+
- Ensemble 35+
- Femmes RDA 15 ans et +
- GRP DATA Parfum Homme
- GRP DATA Parfum Femme
- GRP DATA Bio Attentifs
- GRP DATA Green Spirit
- GRP DATA Made in France
- GRP Shoppers
- GRP DATA enriching Acheteurs e-commerce
- GRP DATA enriching Intentionnistes Achat Auto
- GRP DATA enriching Intentionnistes Voyages vacances
- GRP DATA enriching Intentionnistes Placements financiers
- GRP DATA enriching Intentionnistes Assurances

INDICES PAR PÉRIODE*

	1	2	3	4	5	6	7	8
Du	Dimanche 1 janvier 2023	Lundi 6 mars 2023	Lundi 17 avril 2023	Lundi 8 mai 2023	Lundi 10 juillet 2023	Lundi 31 juillet 2023	Lundi 21 août 2023	Lundi 23 octobre 2023
Au	Dimanche 5 mars 2023	Dimanche 16 avril 2023	Dimanche 7 mai 2023	Dimanche 09 juillet 2023	Dimanche 30 juillet 2023	Dimanche 20 août 2023	Dimanche 22 octobre 2023	Dimanche 31 décembre 2023
GARANTY	88	108	100	120	77	62	145	130

INDICES PAR DAY PART & PAR CIBLE EN 2022

	DAY intitulés d'écrans 06.00 à 17.99	ACCESS intitulés d'écrans 18.00 à 19.99	APRÈS 20H00** intitulés d'écrans 20.00 à 26.99
CIBLES MIXTES ET MASCULINES 50-	93	119	116
CIBLES MIXTES ET MASCULINES +	92	117	116
CIBLES FÉMININES 50-	92	124	116
CIBLES FÉMININES +	91	122	116
CIBLES + & CIBLES COMPORTEMENTALES	93	115	128

Pour les achats en Garanty+, l'indice est majoré de 15%

* 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

Target Thématik

Bénéficiez de l'audience engagée de nos éditeurs thématiques

Target
Thematik



france-tv performance

CONCEPT

Accédez à un portefeuille de chaînes puissantes et affinitaires qui permet de toucher tous les publics, quelles que soient vos cibles média.

DISPOSITIF

Les packs Target Thématik sont constitués d'un ensemble de chaînes sélectionnées en fonction des thématiques consommées par chacune des cibles : Women, Premium, Millennials, Kids.

CONDITIONS

Les packs Target Thématik peuvent être réservés dès l'ouverture de planning. Ils sont indissociables et ne peuvent pas être recomposés.

Les achats de packs Target 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 FranceTV Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans votre espace professionnel « ADspace ».
- 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 Target Thématik sont programmés en fonction des disponibilités du planning. Les investissements réalisés dans le cadre des packs Target Thématik ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de FranceTV Publicité.

FranceTV Publicité se réserve le droit :

- de programmer les packs Target Thématik en fonction des disponibilités du planning ;
- de modifier les programmations des messages dans les écrans publicitaires des packs Target 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.

LES PACKS



En option pour les annonceurs éligibles*

PUBLIC SENAT **LCP**
ASSEMBLÉE NATIONALE

*Uniquement les publicités d'intérêt général et collectives sont acceptées sur ces chaînes



EasyPack

Votre marque pour la première fois en télévision

NOUVEAU

「easypack」

france•tv publicité



france•tv performance

CONCEPT

Des campagnes clés en main sur les chaînes France Télévisions et les thématiques dans des contextes de prédilection à des tarifs accessibles. Communiquer en 1, 2 ou 3 semaines n'a jamais été aussi simple.

DISPOSITIF

「easypack」
target



TOUCHEZ VOTRE CIBLE DE RÉFÉRENCE

25-59, 35-59, FRDA -50 avec enf, CSP+, 35+, intentionniste e-commerce

「easypack」
premium



PROFITEZ D'UNE MARQUE MÉDIA RÉFÉRENTE

LA MAISON.
des
MATERNELLES

「easypack」
context



SÉLECTIONNEZ VOS CONTEXTES DE DIFFUSION

Actualité, Entertainment

「easypack」
théma



ASSOCIEZ CONTEXTE THÉMATIQUE ET CIBLAGE EN TV SEGMENTÉE

Musique, sport, actualité...

Sponso Multy

Bénéficiez de performances garanties autour de programmes fédérateurs



france-tv performance

CONCEPT

Associez-vous à des univers de contenus emblématiques de France Télévisions dans des offres multi-chaînes puissantes aux GRP garantis.



DISPOSITIF

- Un nombre de GRP sur une cible déterminée sur une (des) chaînes de France Télévisions
- Un volume d'espaces de parrainage sur une (des) chaînes thématique(s)
- Un volume d'espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, pré-roll, etc.)
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes en digital

CONDITIONS

Sous réserve de l'accord des antennes. Tarifs selon périodes tarifaires.

L'annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, les bandes-annonces parrainées, les programmes courts parrainés, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. De la même façon, un annonceur présent dans une bande-annonce ne peut pas arguer d'une exclusivité autour de la bande-annonce y compris entre les deux parties de l'émission.

EN PRATIQUE



C'est notamment les offres :

- Les magazines sportifs
- L'actu
- La culture
- Les jeux
- Les météos

PROPOSER DES EXPÉRIENCES INÉDITES POUR CAPTER DE NOUVEAUX PUBLICS



Notre savoir faire en matière de création de contenus et de nouveaux formats associé à la richesse de notre offre de programme nous permet de proposer des dispositifs sur mesure au service de votre marque.

FranceTV Publicité vous offre la possibilité de créer une expérience publicitaire inédite dans des environnements premium afin de donner plus d'impact à vos messages publicitaires.

FORMAT

- NOUVEAU
• **Let's Play** p.46
- NOUVEAU
• **CoverLook** p.47
- NOUVEAU
• **Écrans Écrin** p.48
- Studio.tv p.49
- Studio Secto p.50
- Time to Shop p.51
- Time p.52
- Short Amplify p.53

CREATION

- NOUVEAU
• **Brut. Brand Content** p.54
- La minute' + p.55
- Placement p.57
- Dotation p.58

EVENT

- Skin-Content p.59
- Sponso Event p.60

Let's Play

Engagez les consommateurs avec votre marque au travers d'une expérience gamifiée unique et impactante

NOUVEAU



france•tv expérience

CONCEPT

Engagez votre cible au travers d'un **dispositif phygital inédit** combinant digital, opération terrain & relais médias. Une expérience ludique, unique et différenciante.

DISPOSITIF

Une opération qui s'articule autour de 3 briques :

- **Dispositif Terrain** : Création d'un événement physique sous forme d'un jeu grandeur nature aux couleurs de votre partenariat avec l'évènement sportif que vous sponsorisez (chasse au trésor, course d'orientation, défis sportifs...)
- **Dispositif Digital** : Développement d'une web app à vos couleurs pour participer à l'évènement terrain. Plusieurs modules peuvent être développés : quiz, géolocalisation...
- **Dispositif Média** : Réalisation d'une campagne de médiatisation multi-canal et locale dédiée à votre opération.

« À LA POURSUITE DU MAILLOT À POIS »

Un jeu grandeur nature unique et drive to store créé sur-mesure pour le Tour de France 2022



DISPOSITIF TERRAIN

Une aventure urbaine où les joueurs doivent retrouver 4 balises réparties sur des lieux stratégiques de la ville dont une en magasin



DISPOSITIF DIGITAL

Une web app créée sur-mesure permettant de localiser et scanner les QR code présents sur les balises terrain



DISPOSITIF MÉDIA

Une campagne de promotion du jeu diffusée sur france.tv, Instagram et un relais via des médias locaux

LES CAS D'OR DIGILOCALES



CoverLook

Un format créatif premium et exclusif au luxe pour une prise de parole immersive et émergente

NOUVEAU

CoverLook



france.tv expérience

CONCEPT

Amplifiez votre expérience publicitaire au-delà du player grâce au nouveau format CoverLook.

Vous habillez la page player autour de votre spot pour une immersion complète dans l'univers de votre marque.

Un format premium et esthétique qui maximise l'attention et la visibilité et vient sublimer votre création publicitaire.

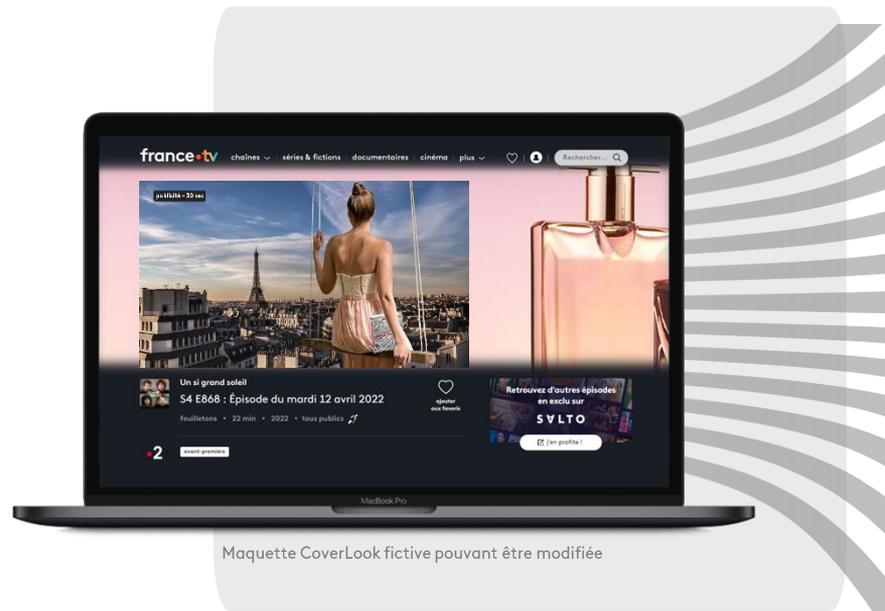
DISPOSITIF

Un habillage compagnon vient entourer votre spot pendant sa diffusion pour une prise de parole immersive et émergente.

CONDITIONS

Format dédié au secteur Luxe.

Format disponible sur environnement web Desktop/Tablette uniquement.



Maquette CoverLook fictive pouvant être modifiée

Écrans Écrin

Offrez un écran de diffusion à vos plus belles histoires

NOUVEAU

ÉcransÉcrin



france-tv expérience

CONCEPT

Mettez en lumière votre spot long format avec des jingles thématiques sur mesure avec une:

- Présence autour de contextes puissants
- Diffusion en TV classique et digitale

DISPOSITIF

EXEMPLE DE DÉCOUPAGE



EXEMPLE ÉCRANS



CONDITIONS

Cette offre est ouverte à tous les annonceurs sous réserve de disponibilités du planning. Période : à compter du 01.01.2023 au 31.12.2023

CRÉATION Le message publicitaire devra respecter une durée minimale de 30 secondes et sera soumis à la validation des antennes préalablement à toute diffusion. La production du jingle thématisé 8 secondes sera exclusivement assurée par FranceTV Publicité Conseil pour un montant forfaitaire de 5 000€ net HT par chaîne concernée et pour la version digitale (comprenant le montage des jingles in & out avec le spot de l'annonceur), sa médiation est facturée à l'annonceur. En TV classique, le tarif total de la campagne est calculé comme suit : nous appliquons l'indice format du spot. Une majoration de 25% est appliquée uniquement au spot. En digital, tarification en base CPM selon la durée du format (comprenant le jingle in & out)

Cette offre est soumise aux Conditions Générales de Vente FranceTV Publicité accessibles à l'adresse <http://www.francetvpub.fr>.



DIGITAL

Diffusion sur notre environnement non skippable, en format vidéo 100% IPTV d'une durée maximale de 90 secondes (Jingle in & out + votre spot vidéo). Tout annonceur souhaitant diffuser un message publicitaire dans les écrans doit obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

EXEMPLE DE DÉCOUPAGE



Diffusion en first view



CONCEPT

L'offre Studio.tv s'inscrit dans une démarche de qualité, de personnalisation et de scénarisation du message publicitaire : nous adaptons et enrichissons votre pré-roll « classique » par une création sur-mesure en fonction de vos objectifs de campagne.

Les formats Studio font ainsi émerger votre discours/vos produits, et génèrent de l'attention et de l'engagement grâce à des mécaniques différenciantes et interactives.

NOS FORMATS CRÉATIFS POUR VOTRE COMMUNICATION

Studio•interactif

Dynamique

Carrousel
Custom
Carte vidéo interactive
Hotspot
360°
Voting 🏆

UXFriendly

Multivideos
Fast-Reveal
AdSelector 🏆

Studio•design

Impact

Skinpreroll
Split-Screen
Custom Seekbar
Spotlight
Fashion Show

Studio•shopping

Produit

Click&Collect
Click&Look

Promo

Multipromos
Skin Shopping

Studio•géoloc'

Géostore
Géoproxi
GéoDCO
Promo Géoloc
Sortir Géoloc

Studio•event'

Skin-Content 🏆
Skin-Content Timer
Skin-Content Voting
Skin-Content Gaming

CONDITIONS

Format enrichi disponible sur environnement web PC/mobile uniquement.



CONCEPT

Des expériences shopping sectorielles sur-mesure, spécifiquement développées pour 6 secteurs (Auto, Voyage-Tourisme, Habillement, Culture-Loisirs, Brico/déco, Luxe) qui valorisent et mettent en scène vos produits, engagent l'utilisateur et incitent au drive-to.



STUDIO.AUTO

4 MODULES CRÉATIFS

Exemple : Format **360°**
Visualisation de la voiture à 360 degrés.



STUDIO.VOYAGE

4 MODULES CRÉATIFS

Exemple : Format **MyCarrousel**
Vignettes présentant différentes destinations.



STUDIO.HABILLEMENT

5 MODULES CRÉATIFS

Exemple : Format **Custom**
Personnalisation de la couleur, des motifs de vos produits.



STUDIO.CULTURE

4 MODULES CRÉATIFS

Exemple : Format **Geoloc**
Vos sorties culturelles près de chez vous.



STUDIO.BRICO

4 MODULES CRÉATIFS

Exemple : Format **Clic & look**
La fiche produit apparaît lors de la lecture de la vidéo.



STUDIO.LUXE

6 MODULES CRÉATIFS

Exemple : Format **Fashion Show**
Mise en avant XXL de vos produits, collections, égéries...

Le +
2023

Time to Shop

Une offre clé en main pour vous accompagner sur vos enjeux de visibilité et de « drive to »



france.tv expérience

CONCEPT

L'offre Time to Shop vous permet de combiner des mécaniques favorisant l'émergence de votre message, l'engagement des utilisateurs et le « drive to », grâce à des modules e-shopping interactifs et ciblés et à une suppression publicitaire sur les pics de connexion.

DISPOSITIF

PRÉ-ROLL ENRICH



Votre spot vient s'entourer d'un habillage interactif « Shopper »

SEGMENT DATA E-BUYERS



Une cible data qui maximise votre efficacité

SUPPRESSION PICS DE CONNEXION



Une suppression publicitaire sur les jours et tranches horaires les plus performants de france.tv

QR CODE IPTV



Votre spot publicitaire est enrichi d'un QR Code en IPTV pour vous permettre une visibilité en 4 écrans

CONDITIONS

Format enrichi dispo en Web PC et Mobile uniquement / Nous contacter pour connaître les conditions liées à l'activation QR Code IPTV. Spot fourni par l'annonceur. Offre vendue au forfait.

Time

Ne payez que le temps d'exposition publicitaire visible



france-tv *expérience*

CONCEPT

L'offre Time est une expérience publicitaire adaptée aux spots longue durée et 100% UX.

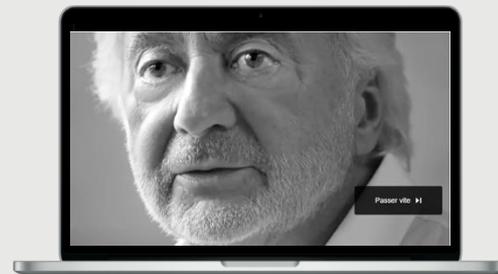
Cette offre rend l'utilisateur acteur de sa consommation et vous ne payez que le temps d'exposition visible cumulé grâce au Coût Par Heure Visible (CPHV) certifié par le tiers de confiance Integral Ad Science.

DISPOSITIF

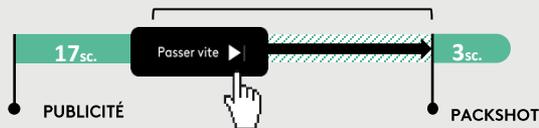
L'internaute a le choix de son expérience publicitaire, et peut soit visionner le spot dans son intégralité ou « passer vite » au bout de 17 secondes et découvrir la promesse de votre campagne dans un packshot de 3 secondes. Vous disposez ainsi d'un temps d'exposition visible de 20 secondes minimum.

CONDITIONS

Format enrichi disponible sur environnement web Desktop/Mobile uniquement.



90 SECONDES MAX



20sc. = temps d'exposition visible min.

Short Amplify

Un dispositif multi-spots qui favorise la mémorisation de votre message publicitaire

short
amplify



france•tv expérience

CONCEPT

L'offre Short Amplify est une expérience qui permet de lier le format classique pré-roll et le format 6" short-roll. Cette combinaison permet une meilleure mémorisation du message, et renforce la présence à l'esprit.

DISPOSITIF

Votre format pré-roll est amplifié par un short-roll de six secondes dans un écran mid-roll. Une combinaison de deux formats en EP pour maximiser la performance de votre spot.

AMPLIFICATION X PRÉSENCE À L'ESPRIT

short
amplify

20_{sc.}

ÉCRAN PRÉ-ROLL
1ère position de l'écran



06_{sc.}

ÉCRAN MID-ROLL
1ère position de l'écran



Combinaison format lié :
Pré-roll 20" <-> short-roll 6"

Brut. Brand Content

Embarquez vos audiences au cœur d'une expérience sociale engageante

NOUVEAU

Brut.



france•tv expérience

CONCEPT

Brut. accompagne ses partenaires dans la création de programmes de contenus diffusés au sein de son écosystème média.

Formats longs, Reels, stories... Tous les formats sont envisageables pour créer de la conversation sociale grâce à une écriture éditoriale unique.

DISPOSITIF

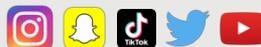


Brut. Engaging Ads

Le format Engaging Ad est le format iconique de Brut. d'une durée de 2' à 4', il plonge l'audience au cœur d'une véritable histoire.

550 000 vidéos vues garanties

Le +
2023



Brut. 100% - 25 ans

L'offre de Brut. pour toucher exclusivement une audience de moins de 25 ans sur toutes leurs plateformes de prédilection.

5M° d'impressions garanties et entre 450K et 650K de vidéos vues.



Brut. 100% Reach

L'offre de Brut. pour toucher 100% de ses audiences, à travers une production unique adaptée en post-production permettant de faire vivre le contenu sur l'ensemble de l'écosystème de Brut.

6,5M° d'impressions garanties et entre 650K et 1M° de vidéos vues estimées

CONDITIONS

Chaque brief est soumis à la validation de la direction de la rédaction de Brut.

Un mois et demi de production à partir de la validation des intentions créatives.

Cession des droits pour exploitation sur owns digitaux et réseaux sociaux de l'annonceur pendant 1 an.

La minute' +

Partagez votre savoir-faire
et valorisez ceux qui font le succès de votre entreprise

la minute'+



france•tv expérience

CONCEPT

Une offre clé en main :

- La production de 3 formats longs de 50'' avec une déclinaison en 30'' / 2 jours de tournage / 1 ou 2 lieu(x)
- Une présence en multi-device (TV, digital, radio) dans un contexte de qualité

DISPOSITIF

Diffusion de vos spots de 50'' en EPA au sein des écrans publicitaires intitulés :
7.30 de F2, 12.35 de F3, 19.51 de F5 du lundi au vendredi en EPA

Diffusion en 2ème semaine de votre spot en 30'' au sein d'écrans classiques

Reprise des spots sur **TV5MONDE**

Dispositif sur une base 2 semaines (30 spots)

Chaque semaine supplémentaire octroie un taux de négociation plus attractif

la minute'

DÉCOUPAGE



ÉCRAN



RADIO

5 pastilles radio de 50'' / écran 6.49 du lundi au vendredi **franceinfo:**

DIGITAL

Faites émerger vos savoirs faire au sein d'un écran vidéo et engagez les utilisateurs autour de vos valeurs.



Dispositif Time : 5 000 heures

Coût Par Heure Visible (CPHv)

Facturation au temps d'exposition visible cumulé (en heures)



20sc. = temps d'exposition visible min.

Emplacement préférentiel
(dernière position publicitaire avant le contenu éditorial)

La minute' +

Partagez votre savoir-faire
et valorisez ceux qui font le succès de votre entreprise

la minute'+



france•tv expérience

CONDITIONS

Dans le cadre de la présente offre, l'accès prioritaire au planning et à la programmation du message publicitaire format 50'' pour La minute'+ en emplacement préférentiel (A) sont garantis.

Les tarifs incluent les frais de production des spots sur la base d'un spot de 50 secondes pour La minute' et le repiquage en formation 30'' (pour tout autre format, nous consulter) ainsi que la majoration tarifaire OPS.

FranceTV Publicité Conseil se charge exclusivement de la réalisation des spots.

Le contenu de la prestation comprend exclusivement :

Rédaction de 3 scripts (3 allers/retours d'échanges pour validation); post-production image & son sur la base de deux jours de tournage sur le même lieu. Au-delà, nous consulter.

- achat d'une musique de stock
- location d'un studio son
- fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions)
- validation préalable de l'ARPP et du juridique de FranceTV Publicité
- droits sur les créations pendant 1 an à compter de sa première diffusion sur les environnements digitaux propriétaires (site internet, comptes officiels sur les réseaux sociaux)
- droits sur les créations pendant 1 an sur les points physiques dont l'annonceur a la propriété (concession, agence, corner salons professionnels)
- 5 plans prévus, chaque plan supplémentaire entraîne des frais de 200€ d'achat d'art

Périmètre : Sont concernés par les présentes offres certains espaces publicitaires des chaînes France 2, France 3, France 5, TV5 Monde, France 24 en TV et France Info en radio ainsi que des espaces publicitaires sur l'environnement numérique dont FranceTV Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning.

La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2023. Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

Les investissements réalisés dans le cadre de la solution La minute'+ ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de La minute'+ 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 FranceTV Publicité d'une réservation La minute' 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.

La tarification pour la période janvier – février 2023 est susceptible d'évoluer en fonction des périodes tarifaires et du calendrier des ouvertures de planning.

Placement

Intégrez vos produits au cœur de nos contenus premium

 Placement



france•tv expérience

CONCEPT

Placement vous permet d'intégrer votre produit dans certaines des meilleures séries diffusées sur France Télévisions, soit au moment du tournage (placement classique), soit en post-production grâce à la technologie d'intelligence artificielle MIRRIAD.

Le dispositif est disponible à la fois pour les séries linéaires et digitales: Un si grand soleil, Candice Renoir, Astrid & Raphaëlle, Skam, Derby Girl...

DISPOSITIF

Le placement de produit classique peut être figuratif ou scénarisé (inséré dans l'écriture) pour une efficacité optimale.

Le placement de produit MIRRIAD est uniquement figuratif : votre produit sera intégré de manière naturelle au cœur du contenu en post-production.

Votre prise de parole sera étendue sur France.tv par un dispositif pré-roll, en amont des séries concernées et en retargeting auprès des publics déjà exposés pour compléter votre message.

CONDITIONS

Sous réserve de la validation du produit par la production et le diffuseur.

- Pas de message promotionnel
- Pas d'incitation directe à l'achat des produits
- Pas de mise en avant injustifiée du produit
- Nécessité d'informer les téléspectateurs par la signalétique P

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.

 Placement



Dotation

Une visibilité unique qui fait émerger vos produits au cœur de nos jeux et divertissements

Dotation



france•tv expérience

CONCEPT

La dotation vous permet d'offrir vos produits aux candidats des jeux et divertissements de France Télévisions et d'apparaître sous forme de packshot. Votre produit sera visible sur le ou les jeux et divertissements en multi-écrans à travers les diffusions linéaires et replay. Votre prise de parole sera étendue sur France.tv par un dispositif pré-roll, en amont des jeux et divertissements concernés et en retargeting auprès des publics déjà exposés pour compléter votre message.

DISPOSITIF

La dotation est possible dans les programmes de jeux et divertissements : N'oubliez pas les paroles, Tout le monde veut prendre sa place, Tout le monde a son mot à dire, Chacun son tour, Questions pour un champion, Slam, Des chiffres & des lettres...

CONDITIONS

Les opérations de dotation donnent lieu à un achat d'espace, nommé Droit d'Asile (certaines opérations sont possibles en échange marchandise, notamment pour les secteurs Tourisme et Automobile).

Le packshot est réalisé par FranceTV 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 cumulable avec le parrainage d'un programme.

Un annonceur Dotation bénéficie d'un abattement de 5 % sur l'achat d'espace parrainage du même programme.



EN PRATIQUE

La dotation, c'est notamment dans :

- N'oubliez pas les paroles
- Tout le monde veut prendre sa place
- Tout le monde a son mot à dire
- Chacun son tour
- Questions pour un champion
- Slam
- Des chiffres & des lettres

Skin-Content

Accompagnez l'expérience live de nos événements sportifs grâce à un format interactif et émergent

skincontent



france-tv expérience

CONCEPT

Développé spécifiquement pour les événements sportifs, ce format accompagne le contenu et propose une expérience enrichie au cœur du player live.

Votre marque est intégrée de manière optimale au sein d'un format « L » qui accompagne le visionnage live sans l'interrompre. Une expérience interactive unique au cœur des grands événements sportifs et au service de la visibilité et de l'engagement de votre marque.

DISPOSITIF



skincontent

- Apparition périodique du format interactif affichant la promesse du dispositif sélectionné : quiz, jeu concours, shopping...
- Un call-to-action permet au Skin-Content de se déployer sous la forme d'un « L » pour que l'internaute puisse interagir avec le dispositif.
- Le module disparaît une fois l'interaction terminée ou à l'écoulement de la durée d'apparition du format.



skincontent EDITO

- Apparition périodique du Skin-Content sous la forme d'un « L » lors du live de l'évènement.
- Votre marque est associée à un contenu éditorialisé apportant de l'information à l'internaute : anecdotes, calendrier de diffusion, tableau des médailles...
- Le module disparaît à l'écoulement de la durée d'apparition ou via la flèche de fermeture du format.

Sponso Event

Capitalisez sur les plus grands événements pour fédérer autour de vos valeurs

Sponso
Event



france•tv expérience

CONCEPT

Associez-vous aux événements prestigieux diffusés sur France Télévisions tout au long de l'année : du sport mais aussi des divertissements, des magazines et documentaires d'exception.



DISPOSITIF

- Des espaces de parrainage sur une (des) chaîne(s) de France Télévisions
- Des espaces de parrainage sur une (des) chaînes thématique(s)
- Des espaces publicitaires et de parrainage numérique (display, billboard, pré-roll, etc.)
- Des dispositifs créatifs et innovants proposés par Le LAB
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes

CONDITIONS

Sous réserve de l'accord des antennes. Tarifs selon périodes tarifaires.

EN PRATIQUE



C'est notamment les offres :

- Roland-Garros
- Tour de France
- Tournoi des Six Nations
- Festival de Cannes
- Fort Boyard

S'ADRESSER AUX BONS CONTACTS

Accompagner les marques dans leur stratégie de ciblage nécessite de s'adapter à un contexte réglementaire en constante évolution.

Notre volonté est de proposer un large éventail de solutions basées sur l'exploitation de l'ensemble des datas disponibles en TV et en digital.

FranceTV Publicité s'enrichit et accompagne les nouveaux enjeux marché en déployant des solutions de ciblage comportemental et des offres contextuelles.

AUDIENCE

- NOUVEAU
• **France.tv data** p.62
- NOUVEAU
• **Adressable.tv** p.63
- NOUVEAU
• **Brut AdNetwork** p.64
- NOUVEAU
• **Home Prime** p.65
- Data Météo p.66
- GRP Data Enriching p.67

CONTEXTE

- NOUVEAU
• **GRP Max** p.68
- Packs digitaux p.69
- Sponso Affinity p.70

France.tv data Audience

Maximisez vos performances auprès des consommateurs et prospects qui comptent pour vous

NOUVEAU

france.tv data
AUDIENCE



france.tv data

CONCEPT

Un large éventail de solutions de ciblage basés sur l'exploitation de données riches, fiables et qualitatives vous garantissant précision & performance sur l'ensemble de nos environnements :

GEOLOCAL

LIVE & REPLAY IPTV + OTT



Activez votre campagne en fonction de vos critères géographiques et météorologiques

REGION DEPARTEMENT CODE POSTAL ZONE IRIS
TEMPERATURES PLUIE NEIGE TEMPS SENSIBLE NEW

QUALIFICATION FOYER

REPLAY IPTV



Affinez votre ciblage en activant des critères de qualification foyer

TYPE D'HABITAT CONSO TV COMPOSITION FOYER
CSP REVENUS GEOLIFE

SOCIO-DEMO

REPLAY IPTV + OTT



Maximisez votre performance sur cibles socio-démo en 4 écrans

TRANCHES D'ÂGES SEXES

ATTITUDINAL

REPLAY OTT



Adressez la bonne cible selon ses comportements & usages conso

MOMENTS DE VIE INTERETS INTENTIONNISTES

TV SEGMENTÉE

LIVE & REPLAY IPTV

adressable.tv

Combinez la puissance TV & la granularité du ciblage digital, et bien plus encore



PROFIL



MEDIA



RÉSEAUX

Le +
2023



PROXIMITÉ



AMPLIFY



CONCEPT

Des solutions de ciblage riches & exclusives



GÉOLOCALISATION

Région, Département, Métropole, ou sur-mesure selon une zone de chalandise précise (CP ou IRIS)

Proximité : Temps de trajet, Bassin de vie

Météo : activation zone selon critère météo



QUALIFICATION DU FOYER

Familles nombreuses, CSP+, Hauts Revenus, Géolife (Orange), Propriétaires de maison [...]



USAGES TV

Petits conso TV, Fans de sport, Fans d'environnement, Fans de séries-fictions, Fans de brico-déco, Fan de bien être [...]

NOS CIBLAGES EXCLUSIFS FRANCTV

Fans de :



NOUVEAU

NOUVEAU

NOS CIBLAGES EXCLUSIFS SPORT FRANCTV

Fans de :



NOUVEAU

NOUVEAU

NOUVEAU

NOUVEAU

NOTRE CIBLAGE EXCLUSIF ÉVÈNEMENT FRANCTV

Fans de :



FESTIVAL DE CANNES
PARTENAIRES MÉDIA EXCLUSIFS

NOUVEAU

Activable sur : 2 3 5 - Via la data des opérateurs : orange SFR - Durées de spot : 15, 20 ou 30 secondes

CONCEPT

Touchez la nouvelle génération sur les différentes plateformes sociales (Facebook, Twitter, Snapchat et Twitter) via la data exclusive de Brut., le premier média social en France avec près de 40M de Français touchés chaque mois.

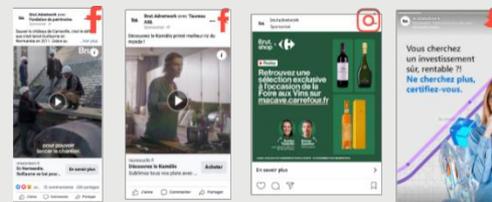
DISPOSITIF

Amplifiez votre communication auprès d'une communauté engagée selon vos objectifs de reach ou d'engagement avec 3 modes d'achats disponibles: CPM, CPV ou CPC .

Dispositif basé sur le temps de visionnage des vidéos de l'écosystème Brut. (BRUTX, BRUT Shop...), définition de thématiques en lien avec les intérêts de la nouvelle génération via la création d'un compte émetteur : Brut. AdNetwork Plus de 30 thématiques sont disponibles dont Ecologie, Société, Féminisme, Arts, Cinéma, Food, Sport...

EN PRATIQUE

- 1 Identification de vos contenus existants ou création de contenus vidéos et/ou display



- 2 Définition de la campagne
 - Choix de la thématique
 - Objectifs: reach ou engagement
 - Sélection des plateformes les plus pertinentes entre



Home Prime

Préemptez tous nos programmes après 20h sur l'écran digital le plus premium

NOUVEAU

HOME PRIME



france.tv data

CONCEPT

Une présence en prime time (après 20h) en replay IPTV sur l'écran de TV principal du foyer.
Votre présence est assurée dans un contexte de diffusion particulièrement premium et captif (75% des vidéos vues en replay IPTV france.tv sont des séries-fictions⁽¹⁾).

DISPOSITIF

- Un dispositif **100 % visible, 100 % brand safe**
- Taux de **complétion moyen à 97%** sur l'IPTV
- Un écran plus grand qui favorise la **visibilité** et l'**écoute conjointe**
- L'écran le plus engageant : **+10 points d'attention** vs. les autres écrans digitaux

Le +
2023

Vous souhaitez renforcer la **puissance** et l'**impact** de vos plans TV en prime Time ?

FranceTV Publicité vous propose de jouer la complémentarité TV & CTV en ciblant les **Petits consommateurs TV** ⁽²⁾ sur nos écrans Replay IPTV après 20h.

Une cible particulièrement tactique qui privilégie les plateformes vidéos et de streaming... comme **france.tv** !



HOME PRIME
Petits Consos TV

(1) Freewheel – moy. S1 2020, moy pré-roll et mid-roll // Etude Illigo, 2019 / Médiamétrie, Etat, Données opérateurs, octobre 2020 / *hors jeunesse / Disponible en gré à gré et en deal programmatique

(2) Tercile des abonnés opérateurs (Orange, SFR, Bouygues) qui passe le plus petit temps de visionnage TV (en moyenne 28min / jour)



CONCEPT

Une activation de votre campagne selon votre **critère météorologique et géographique**, au sein de nos écrans, en vidéo 4 écrans, TV segmentée et/ou display :

- La finesse d'une data géoloc premium : Ciblage Géoloc. france.tv + data FAI
- La précision d'une data météo riche & référente, grâce à notre fournisseur de données météorologiques : 

DISPOSITIF

- Activation au **Département** ou à la **Ville⁽¹⁾**
- **Critères météorologiques** de déclenchement larges et précis⁽²⁾ :
 - Température, Nébulosité, pluie, orage, direction/force du vent, neige, grêle, brouillard, temps sensibles ...
- **Environnements vidéo/display premium** :
 - France.tv en Replay 4 écrans (desktop, mobile, tablette, IPTV)
 - TV segmentée (adressable.tv)
 - Site Météo-France (web desktop/mobile) en format Habillage, Masthead ou Grand Angle/Pavé

CONDITIONS

Sous réserve d'inventaire disponible.

(1) sur la base des 6300 codes postaux français

(2) le déclenchement des critères météorologiques s'opère sur les prévisions de Météo-France à J+3.

CRITÈRES MÉTÉOROLOGIQUES

TEMPERATURE



NÉBULOSITÉ



VENT



BROUILLARD



PLUIE



ORAGE



GRÊLE



NEIGE



+ création ad-hoc selon vos critères spécifiques
(Canicules, inondations, verglas...)

ACTIVATIONS MÉDIAS

VIDÉO REPLAY



france.tv

TV SEGMENTÉE



•2 •3 •5

DISPLAY PREMIUM





GRP Data Enriching

Optimisez vos plans TV grâce à de la donnée qualifiée sur les intentionnistes

GRP
Data Enriching



france•tv data

CONCEPT

Optimisez vos performances sur vos cibles stratégiques grâce au GRP Data.

DISPOSITIF

Data Enriching permet d'intégrer au médiaplanning TV des cibles data créées à partir de comportements digitaux récents. Observé dans les usages du panel internet de Médiamétrie ou à partir d'une data externe.

	EFFECTIF	PDA
GRP Data Enriching Acheteurs e-commerce	9,1 M	26,1
GRP Data Enriching Intentionnistes Voyages vacances	11,2 M	27,5
GRP Data Enriching Intentionnistes Achat Auto	6,1 M	27,6
GRP Data Enriching Intentionnistes Placements financiers	6,7 M	29,0
GRP Data Enriching Intentionnistes Assurances	12,5 M	27,8

CONDITIONS

Sous réserve de la validation du produit par la production et le diffuseur.
Tarifs selon périodes tarifaires sur demande.



EXEMPLE CONSTRUCTION DE CIBLE

INTÉRÊT ACHAT AUTOMOBILE

Internaute ayant effectué des requêtes comportant les mots-clés suivants : achat véhicule, achat voiture, achat véhicule neuf, achat voiture neuve ...

Internaute ayant visité les sous-domaines liés aux 30 constructeurs principaux : contact.bmw.fr, configurateur.seat.fr, ...

Internaute ayant visité les url suivantes, sélection de sites mandataires automobiles et magazines auto pour les guides achat : autoplus.fr/prix-neuf, caradisiac.com/guide-achatauto ...

À partir de cette population d'internautes, découpage en «PMG» basé sur le temps passé et ne sont conservés que les « moyens » et « gros » internautes, soit les plus engagés.



CONCEPT

FranceTV Publicité continue d'accompagner le marché vers plus de Qualité et met à disposition son indice QRP pour optimiser les performances de vos campagnes en TV, en parrainage ou en digital. FranceTV Publicité vous garantit un dispositif dont le QRP moyen de votre campagne sera supérieur à 150.

DISPOSITIF

Profitez de nos offres clé en main où votre marque sera présente autour des programmes les plus qualitatifs.

TV CLASSIQUE

- Plan média sur mesure
- 3 semaines base 30''
- Une priorité planning

•2•3•5

PARRAINAGE

- Programmation complémentaire
- 8 à 10 semaines base 8''
- Une couverture optimisée

•2•3•5

DIGITAL

- Environnement brandsafe
- 2 semaines base 20''
- Emplacements privilégiés

france•tv

EN PRATIQUE



Programme donné à titre indicatif

C'est notamment les programmes

- Un Si Grand Soleil : 154
- Secrets d'Histoire : 174
- Des Racines et des Ailes : 159

La programmation est réalisée par FranceTV Publicité.

Chaque campagne doit atteindre un QRP moyen supérieur ou égal à 150.

Chaque spot, présence ou impression est comptabilisée et la moyenne n'est pas pondérée par les performances.

Si l'objectif n'est pas atteint, une compensation est octroyée à l'annonceur jusqu'à l'atteinte d'une moyenne de QRP supérieure ou égale à 150.



CONCEPT

Profitez de nos programmes de qualité et diversifiés pour toucher votre cible. Optimisez vos campagnes avec notre offre premium dans un univers brand-safe sur France.tv et nos différents sites (Météo-France, Allodocteurs, INA...).

DISPOSITIF

Découvrez nos solutions de ciblage selon vos objectifs de campagne:

PACK AFFINITY

Diffusez votre message auprès d'une cible en affinité avec votre marque

- Ensemble: CSP+, 25-34 ans, 25-49 ans, 35-59 ans...
- Femmes ou Hommes
- Bio attentifs, Made in France, Green Spirit....

PACK CONTENT

Communiquez au sein d'un univers de contenu en lien avec votre marque

- Séries & fictions
- Info & société
- Documentaires
- Art de vivre
- Sports
- Jeux & divertissements

PACK EVENTS

Associez vous à un programme ou événements sportifs en affinité avec votre marque

- Les incontournables: Fort Boyard, La Maison des maternelles, Drag Race...
- Sport: Roland-Garros, Tour de France...
- Séries & fictions: Parlement, Normal People, Skam
- Collections cinéma



SKAM
FRANCE

LA MAISON
des
MATERNELLES



CONDITIONS

Sont concernés par les présentes l'espace publicitaire sur l'environnement numérique dont FranceTV Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning. La facturation sera effectuée directement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2023.

Sponso Affinity

Créez du lien avec un contenu de référence en affinité avec votre marque

Sponso
Affinity



france•tv data

CONCEPT

Sponso Affinity vous permet de vous associer à un ou plusieurs programmes de France Télévisions autour d'une thématique forte, très en affinité avec votre univers pour favoriser le transfert de valeur.



DISPOSITIF

- Des espaces de parrainage sur une (des) chaîne(s) de France Télévisions
- Des espaces de parrainage sur une (des) chaînes thématique(s)
- Des espaces publicitaires et de parrainage numérique (display, billboard, pré-roll, etc.)
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes

CONDITIONS

Sous réserve de l'accord des antennes. Tarifs selon périodes tarifaires.

EN PRATIQUE



C'est notamment les offres :

- La Maison des maternelles
- Le Jardin avec Silence ça pousse
- La Santé avec le Pack Santé
- L'Évasion avec le Pack Évasion
- La Gastronomie avec Cuisine Ouverte

RENDRE NOS OFFRES PLUS SIMPLES ET ACCESSIBLES



Simplifier et automatiser les process de vente et d'achat sur nos plateformes est un enjeu majeur. Le lancement d'ADspace en 2019 a amorcé cette stratégie à travers la mise à disposition de toutes nos offres et espaces publicitaires premium jusqu'à l'achat en 1 clic.

FranceTV Publicité poursuit le développement de sa plateforme en proposant de nouveaux produits et services et enrichit ses solutions d'achat automatisées en TV et digital.

NOUVEAU

- **ADspace** p.72
- ADspace entreprises p.73

NOUVEAU

- **Programmatic.tv** p.74



CONCEPT

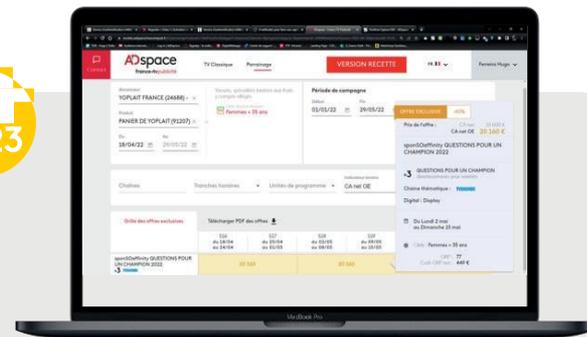
Lancée en avril 2019, ADspace propose une offre unique sur le marché à travers l'achat direct et l'optimisation en temps réel de l'intégralité de l'inventaire TV classique, le parrainage (Soreach Prime, Soreach Peak et Soreach Kids), le digital (Home prime).

- 1 Automatisation :** elle accompagne l'automatisation de l'achat média.
- 2 Simplification :** ADspace s'inscrit dans l'évolution métier des acheteurs (optimisation du temps, des étapes et des outils).
- 3 Productivité :** la plateforme développe la productivité des agences grâce à un service d'achat optimisé et en temps réel

- **Les offres exclusives (OE)**, uniquement disponibles dans ADspace, ces offres sont directement accessibles au sein des grilles de disponibilités (code couleur OR), à un taux spécifique par écran et par jour.
- **OE TV Classique :** tous les mercredis, retrouvez des offres exclusives TV en net pour une diffusion à partir du samedi jusqu'au vendredi suivant. Passé le mercredi, celles-ci restent accessibles (sous réserve d'écrans encore disponibles) jusqu'au montage.
- **OE Parrainage TV :** tous les 1ers mercredis du mois, retrouvez des OE packagées Parrainages (TV + Digital) mises à disposition environ 8 semaines avant la diffusion et vous permettront en quelques clics d'être au plus proche de nos programmes à un tarif préférentiel, pouvant atteindre jusqu'à -60% sur le budget net.

CONDITIONS

- Un seul abattement est appliqué écran par écran (non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV).
- Le prix varie en fonction du nombre de jours avant bouclage et de la demande. Tous les acheteurs ont accès à la même offre, au même moment, et au même prix.
- La plateforme affiche le taux exclusif par écran et l'achat est ferme, aucune optimisation/annulation n'est possible.
- Une fois qu'un Annonceur a procédé à l'annulation d'un dispositif, il ne peut pas le racheter dans le cadre des OE
- Pas de compensation sur les OE parrainage.



En 2023,

ADspace poursuit son déploiement en rendant les inventaires de nos évènements sportifs disponibles en 1 clic :

Offres Partenaires
JEUX OLYMPIQUES
DE PARIS 2024



Offres TV
SPORT





CONCEPT

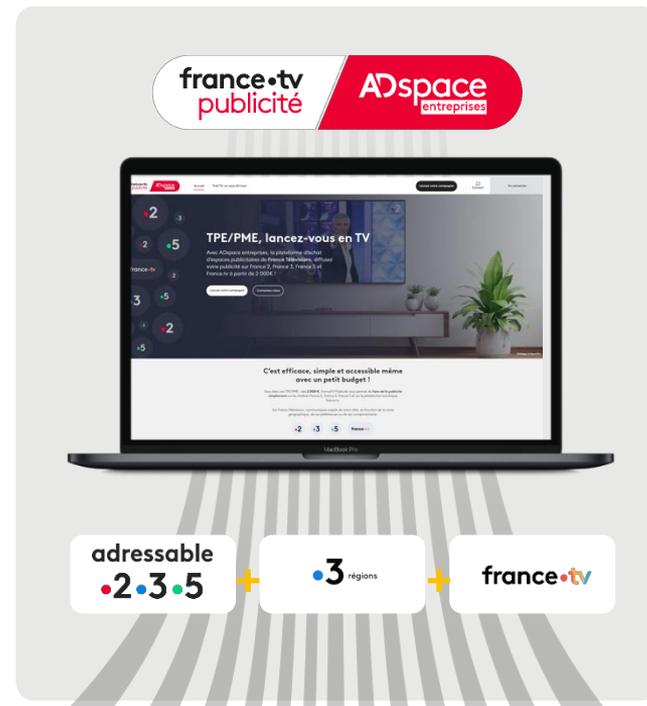
ADspace entreprises permet aux annonceurs peu familiarisés avec le média TV de **créer une campagne ciblée de A à Z, de manière simple, rapide et autonome.**

En seulement quelques clics, ils peuvent ainsi communiquer sur le Direct des chaînes de France Télévisions, sur des zones géographiques et cibles spécifiques, **dès 2 000€ !**

DISPOSITIF

Un parcours simple en 4 étapes :

- 1 **Construction de votre campagne ciblée** en fonction de votre zone de diffusion (locale ou nationale) en TV segmentée sur les chaînes linéaires de France Télévisions et/ou sur France 3 Régions. Vous pouvez également activer des critères de ciblage de qualification foyers.
- 2 **Indication du budget** (accessible dès 2 000 euros) et **de la période.**
- 3 **Création d'un spot publicitaire**, pour les annonceurs n'en disposant pas, à travers 4 niveaux de prestations et la mise en relation avec des agences créatives partenaires locales.
- 4 **Paiement en ligne** grâce à un service sécurisé.



Programmatisation

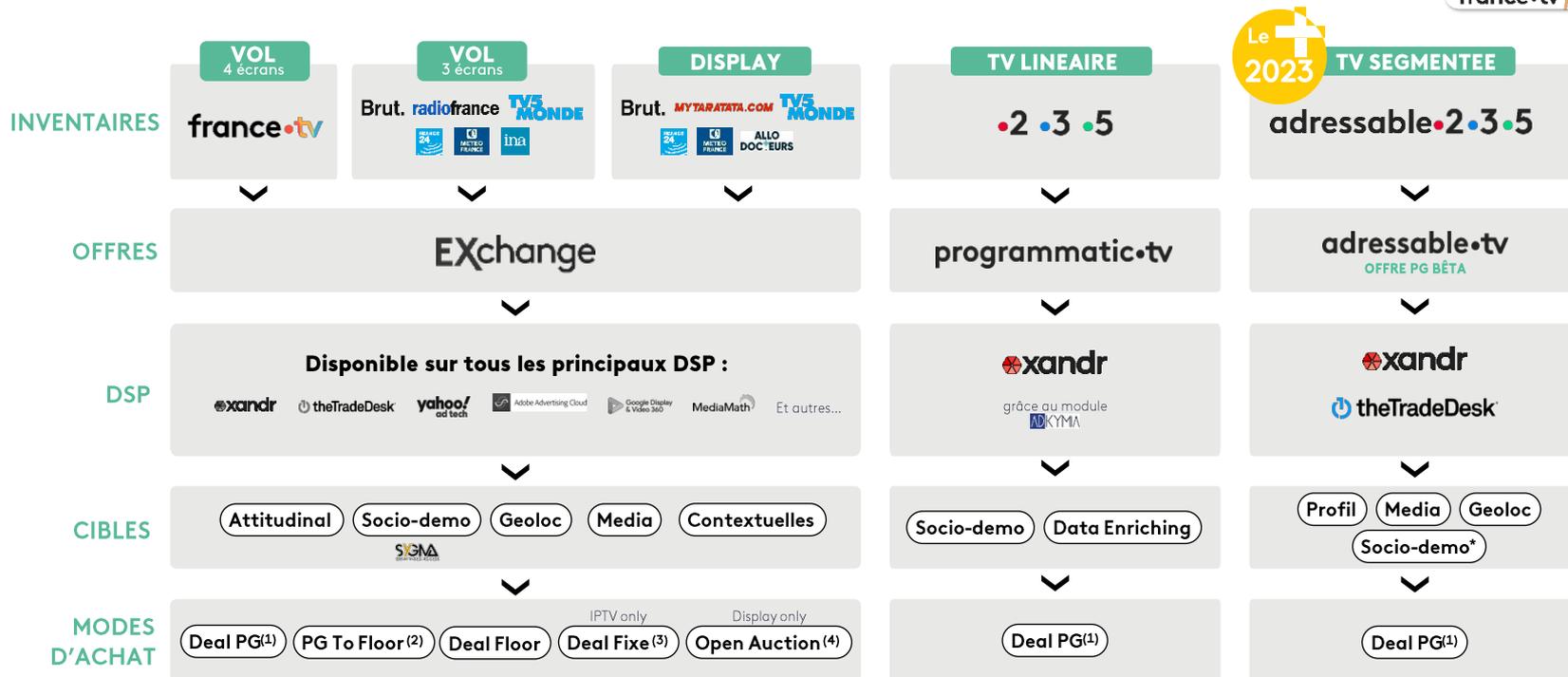
Accédez à tous nos inventaires premium VOL, Display, TV linéaire & TV segmentée en programmation et combinez qualité et performance

NOUVEAU

EXchange
programmatic•tv
adressable•tv



france•tv plateforme



(1) Programmatic Garanti - (2) Éligible sur Deal PG >15k€ (remise de 15% sur le floor price), CPM base RON/PMP, diffusion 4 écrans (50% IPTV minimum)

(3) En IPTV seulement - (4) Sur nos inventaires display seulement - *Socio démo TV segmentée : seulement disponible en croisement de cibles

3

**CONDITIONS
COMMERCIALES**
PUBLICITÉ
PARRAINAGE
NUMÉRIQUE





CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Diffusion entre le 1er janvier 2023 et le 31 décembre 2023

• Décomposition du CA 2023.....	77
• Terminologie.....	78
• Conditions tarifaires.....	80
• Taux CGV.....	85
• Informations et délais de programmation.....	88

3.1 Publicité

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2023 de la publicité sur France Télévisions et les chaînes thématiques

C.A. Initial

Variations initiales

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

- Incidents
- Solutions
- Blocs

C.A. Initial Corrigé

Modulations tarifaires (x % du Tarif Initial Corrigé)

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

- Gracieux
- Emplacement préférentiel
- Multi-SECODIP
- Exclusivité
- Co-branding
- Priorité planning
- Habillage d'écran
- SOrta

C.A. de Référence

Minorations tarifaires (x % du Tarif de Référence)

L'ensemble des minorations tarifaires s'applique 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
- Publicité secteur cinématographique
- Publicité après 20H

C.A. NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

3.1 Publicité

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) et France 5.

Chaînes Thématiques

Les chaînes Thématiques regroupent 13ème Rue, Boing, Boomerang, Boomerang+1, Cartoon Network, Disney Channel, Disney Channel+1, Disney Junior, DreamWorks, E! Entertainment, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, Maison & Travaux TV, Melody, MGG TV, Museum TV, MyZen TV, National Geographic, National Geographic Wild, Sport en France, Syfy, Toonami, Trace Vanilla, Trace Ayiti, Trace Caribbean, Trace Urban, TV5 Monde « FBS » et WarnerTV (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 5 et les chaînes Thématiques sont régies par FranceTV 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 FranceTV Publicité sur la base du format 30 secondes.

3.1 Publicité

Terminologie

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 89).

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 (cf. pages 82).

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 85).

C.A. Net

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

3.1 Publicité

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 89. Pour France 2, France 3 National et France 5. Le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit (Tarif secteur 1, Tarif secteur 2 ou Tarif secteur 3) sur la base des tarifs publiés par FranceTV 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.

Emplacement préférentiel dans un écran

+20% 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

+30 % 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, jeux en ligne;
- le code secteur 33 01 01 01 : Stations de radio ;
- le code secteur 49 02 08 01 : Personnalisation du téléphone ;
- le code secteur 49 03 01 02 : Moteurs/portails, navigateur, sans garantie d'exclusivité;
- 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 et France 5. La priorité planning n'est valable que pour le code secteur pour lequel elle a été réservée.

3.1 Publicité

Conditions tarifaires

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 FranceTV Publicité d'une réservation priorité planning entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

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 et France 5 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 FranceTV 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 FranceTV 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 FranceTV 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 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 FranceTV Publicité d'une réservation SORta entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

3.1 Publicité

Conditions tarifaires

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 FranceTV Publicité, en 2021 et 2022 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2021 et/ou 2022, 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 2023 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2021 et 2022 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 01/01/2020 et le 31/12/2022. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2023 ne sera pas considéré comme nouvel entrant TV. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement nouvel annonceur.

Petite entreprise

Bénéficie d'un abattement de -15 % sur le Tarif de Référence, tout groupe d'annonceurs dont le budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2022 est inférieur à 1 000 000 euros bruts hors taxes*.

La qualification de petite entreprise est attribuée par FranceTV Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2022 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 et nouvel entrant TV.

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 FranceTV Publicité après étude du dossier (cf. fiche publicité collective). Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur et nouvel entrant TV.

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 FranceTV Publicité après étude du dossier. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur et nouvel entrant TV.

* budget en euros bruts hors taxes hors Internet display et hors presse régionale (source Kantar Media – Traitement Pluri Explorer – données au 31 janvier 2023)

3.1 Publicité

Conditions tarifaires

Publicité d'intérêt général

Bénéficiaire 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 et nouvel entrant TV.

Publicité culturelle

Bénéficiaire 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 FranceTV 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 et nouvel entrant TV.

Publicité Secteur cinématographique

Bénéficiaire d'un abattement sur le Tarif de Référence, selon le tableau ci-après, les campagnes visant à promouvoir un film cinématographique.

La qualification de campagne Secteur cinématographique est attribuée par FranceTV Publicité après étude du dossier (cf. Attestation Publicité Secteur cinématographique).

Cet abattement est non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV.

Budget production du film	Chaînes FTV		Chaînes Thématiques
	Ouvertures de planning	A 2 semaines	Sans contrainte de programmation
< 5 M€	-67%	-72%	-82%
entre 5M€ et 7M€	-57%	-67%	-72%
> = 7 M€	-52%	-62%	-67%

Publicité après 20H

Bénéficiaire d'un abattement de -5 % sur le Tarif de Référence, les annonceurs cumulant les conditions suivantes:

- Poids CA Net 2023 réalisé en publicité classique après 20H supérieur ou égal à 50% ;
- CA Net 2023 publicité classique inférieur ou égal 200 000€.

3.1 Publicité

Conditions tarifaires

Achat de solution

Une solution est indissociable et ne peut être recomposée. Sa composition relève de la compétence exclusive de FranceTV 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.

Les offres programmatic.tv commercialisées au CPM (...) ne bénéficient pas des conditions tarifaires et du taux CGV.

Les Offres Exclusives

Ces offres permettent d'acheter au spot à spot des écrans TV classique nationaux commercialisés en Net, avec un taux par écran et par jour et exclusivement sur la plateforme d'achat en ligne ADspace.

Ces offres ne bénéficient d'aucune minorations tarifaires, ni du taux CGV et ne participent pas au calcul du taux CGV.

3.1 Publicité

Taux CGV

Le Taux CGV se compose de 5 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.



Sont exclus du périmètre d'application du Taux CGV les achats bénéficiant de l'abattement « Publicité secteur cinématographique », les achats des solutions Garanty, Garanty+, les achats de programmatic.tv, adressable.tv, les offres exclusives et les offres publiées en Net HT.

Cependant, les achats des solutions Garanty, Garanty+, programmatic.tv et adressable.tv participent au calcul du Taux CGV.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2023 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2023 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION)	DÉGRESSIF VOLUME
De 0 à 39 999	0,00 %
De 40 000 à 99 999	-1,00 %
De 100 000 à 199 999	-2,00 %
De 200 000 à 299 999	-3,50 %
De 300 000 à 499 999	-4,50 %
De 500 000 à 899 999	-6,00 %
De 900 000 à 1 499 999	-7,50 %
De 1 500 000 à 2 499 999	-9,00 %
De 2 500 000 à 3 999 999	-10,00 %
De 4 000 000 à 5 499 999	-11,50 %
De 5 500 000 à 6 999 999	-12,50 %
De 7 000 000 à 8 499 999	-13,50 %
De 8 500 000 à 9 999 999	-15,00 %
De 10 000 000 et au-delà	-18,00 %

3.1 Publicité

Taux CGV

Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d’Affaires Net en espace TV classique en 2023 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 2023 SUR LES CHAÎNES FTV EN ESPACE TV CLASSIQUE EN EUROS	DÉGRESSIF PÉRIODES CREUSES
De 0 à 29 999	0,00 %
De 30 000 à 69 999	-0,80 %
De 70 000 à 99 999	-0,90 %
De 100 000 à 149 999	-1,10 %
De 150 000 à 199 999	-1,30 %
De 200 000 à 249 999	-1,50 %
De 250 000 à 349 999	-1,80 %
De 350 000 à 449 999	-2,00 %
De 450 000 à 599 999	-2,20 %
De 600 000 à 999 999	-2,80 %
De 1 000 000 à 1 299 999	-3,20 %
De 1 300 000 à 1 749 999	-3,50 %
De 1 750 000 à 2 249 999	-3,80 %
De 2 250 000 à 2 999 999	-4,30 %
De 3 000 000 et au-delà	-4,80 %

Dégressif France 3 Régions

Tout annonceur investissant un Chiffre d’Affaires Net en espace TV classique en 2023 sur France 3 Régions – hors investissement en Écrans Local Prime - bénéficie d’un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2023 SUR FRANCE 3 RÉGIONS (HORS SOPRIME) INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2023 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN %	DÉGRESSIF FRANCE 3 RÉGIONS
De 0,00 % à 1,99 %	0,00 %
De 2,00 % à 4,99 %	-2,00 %
De 5,00 % à 9,99 %	-2,50 %
De 10,00 % à 19,99 %	-3,00 %
De 20,00 % à 49,99 %	-4,00 %
De 50,00 % à 69,99 %	-5,00 %
De 70,00 % à 89,99 %	-8,00 %
De 90,00 % à 100,00 %	-10,00 %

3.1 Publicité

Taux CGV

Dégressif Chaînes Thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2023 sur les Chaînes Thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2023 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2023 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN %	DÉGRESSIF CHAÎNES THÉMATIQUES
De 0,00 % à 0,99 %	0,00 %
De 1,00 % à 1,99 %	-1,00 %
De 2,00 % à 2,99 %	-1,20 %
De 3,00 % à 3,99 %	-1,30 %
De 4,00 % à 5,99 %	-1,40 %
De 6,00 % à 7,99 %	-2,50 %
De 8,00 % à 8,99 %	-3,00 %
De 9,00 % à 10,99 %	-3,70 %
De 11,00 % à 11,99 %	-4,50 %
De 12,00 % à 13,99 %	-5,00 %
De 14,00 % à 15,99 %	-5,50 %
De 16,00 % à 17,99 %	-6,00 %
De 18,00 % à 19,99 %	-6,50 %
De 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 2023 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET NUMÉRIQUE* 2023 VS CA NET CLASSIQUE 2023 + CA NET NUMÉRIQUE* 2023 EN %	DÉGRESSIF NUMÉRIQUE
De 0,00 % à 3,99 %	0,00 %
De 4,00 % à 6,99 %	-0,50 %
De 7,00 % à 9,99 %	-1,50 %
De 10,00 % à 14,99 %	-2,50 %
De 15,00 % à 19,99 %	-3,50 %
De 20,00 % et au-delà	-3,80 %

* Hors CA Net Numérique issu du parrainage

3.1 Publicité

Informations et délais de programmation

Ouvertures de planning des achats unitaires pour les Chaînes de France Télévisions :

PERIODES DE DIFFUSION	PUBLICATION DES TARIFS	OUVERTURE DE PLANNING	
		OUVERTURE	RETOUR
Janvier – Février 2023	18/10/23	15/11/22	29/11/22
Mars - Avril 2023	06/12/23	13/01/23	30/01/23
Mai – 20 Août 2023	14/02/23	17/03/23	03/04/23
21 Août – 05 Novembre 2023	09/05/23	02/06/23	19/06/23
06 Novembre – Décembre 2023	27/06/23	08/09/23	25/09/23

Délais de programmation :

Achat unitaire	Programmation aux ouvertures de planning
Garanty	Entre S-2 et S-4 du démarrage de la vague
Garanty+	Programmation aux ouvertures de planning

3.1 Publicité

Informations et délais de programmation

Calendrier de montage

Ce calendrier est donné à titre indicatif, FranceTV 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 2023 par format

SECONDES		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INDICE		29	35	39	43	48	53	56	58	61	64	68	73	76	80
SECONDES	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
INDICE	81	86	88	89	92	93	93	94	95	96	97	97	98	99	100
SECONDES	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
INDICE	118	122	128	136	141	146	151	156	162	168	173	178	182	186	191
SECONDES	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
INDICE	195	198	202	205	216	220	222	227	235	243	246	251	259	268	275

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

3.2

CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

Diffusion entre le 1er janvier 2023 et le 31 décembre 2023

• Décomposition du CA 2023	91
• Terminologie	92
• Conditions tarifaires	93
• Taux CGV	95

3.2 Parrainage

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2023 du parrainage sur France Télévisions

C.A. Initial

Variations initiales

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

- Incidents
- Gracieux
- Module jeu
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Multi-marques
- Multi-annonceurs
- Saisonnalité Sept-Déc
- Priorité Planning Soreach
- Exclusivité Sectorielle
- Emplacement Préférentiel

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Saisonnalité Eté
- Remise couplage

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

C.A. NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

3.2 Parrainage

Terminologie

Chaînes de France Télévisions (FTV)

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

Chaînes Thématiques

Les chaînes Thématiques regroupent 13ème Rue, Boing, Boomerang, Boomerang+1, Cartoon Network, Disney Channel, Disney Channel +1, Disney Junior, DreamWorks, E! Entertainment, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, Melody, MGG TV, Museum TV, MyZen TV, National Geographic Wild, National Geographic, Syfy, TCM Cinéma, Toonami, TV5 Monde « FBS » et WarnerTV (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 et les Chaînes Thématiques sont régies par FranceTV 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 FranceTV 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.

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 95.

C.A. Net

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

3.2 Parrainage

Conditions tarifaires

Achat unitaire

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de produits appelé conditions tarifaires 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

+35 % pour la présentation ou citation de plusieurs marques d'un même annonceur dans une même Opération de parrainage.

Multi-annonceurs

+35 % pour la présentation ou citation de plusieurs annonceurs dans une même Opération de parrainage.

Saisonnalité Sept-Déc

+10 % pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions durant la période Septembre / Décembre.

Priorité Planning Soreach

+20 % pour le traitement prioritaire des demandes de réservation d'un dispositif Soreach aux ouvertures. Toute réservation de Soreach réalisé dans le cadre de la Priorité Planning Soreach constitue un achat de parrainage ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par acheteur auprès de FranceTV Publicité d'une réservation en Priorité Planning Soreach entrainera la facturation intégrale du dispositif réservé ainsi libéré.

Exclusivité Sectorielle

+30 % pour exclure les autres variétés d'un même secteur (correspondant au deux derniers chiffres du code secodip) sur un dispositif en co-partenariat.

Emplacement Préférentiel

FranceTV Publicité garde la maîtrise de la programmation et du plan de roulement de l'ordre de passage des parrains. L'emplacement préférentiel permet à l'annonceur de choisir le positionnement de son dispositif.

+15 % pour choisir l'emplacement d'un dispositif de parrainage en co-partenariat (hors Offres Soreach).

3.2 Parrainage

Conditions tarifaires

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 FranceTV Publicité, en 2021 et 2022 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2023 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2021 et 2022 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Saisonnalité Eté

-10 % pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions en juillet-août.

Remise couplage

Bénéficient de -5 % sur le Tarif de Référence tout annonceur réalisant un achat couplé selon les conditions suivantes :

- Tout annonceur ayant conclu une Opération de Parrainage, bénéficiera de cet abattement sur l'achat d'une opération de Dotation au sein du même programme. L'abattement s'appliquera pour la partie asile uniquement.
- Tout annonceur ayant conclu une Opération de Dotation, bénéficiera de cet abattement sur l'achat d'un espace de Parrainage au sein du même programme.

Achat de solution

Les solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage qui sont proposés à un prix unique. 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 FranceTV Publicité.

Les Offres ADspace Parrainage

Ces offres permettent d'acheter les offres Soreach ainsi que des offres packagées Parrainages commercialisées en Net, et exclusivement sur la plateforme d'achat en ligne ADspace.

Ces offres ne bénéficient d'aucune minorations tarifaires, ni du taux CGV et ne participent pas au calcul du taux CGV.

3.2 Parrainage

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 des Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques.

Les offres exclusives ne participent pas au calcul du Taux CGV et sont exclues de son périmètre d'application.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2023 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2023 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION)	DÉGRESSIF VOLUME
De 0 à 39 999	0,00 %
De 40 000 à 99 999	-1,00 %
De 100 000 à 199 999	-2,00 %
De 200 000 à 299 999	-3,50 %
De 300 000 à 499 999	-4,50 %
De 500 000 à 899 999	-6,00 %
De 900 000 à 1 499 999	-7,50 %
De 1 500 000 à 2 499 999	-9,00 %
De 2 500 000 à 3 999 999	-10,00 %
De 4 000 000 à 5 499 999	-11,50 %
De 5 500 000 à 6 999 999	-12,50 %
De 7 000 000 à 8 499 999	-13,50 %
De 8 500 000 à 9 999 999	-15,00 %
De 10 000 000 et au-delà	-18,00 %



CONDITIONS COMMERCIALES DU NUMÉRIQUE

Diffusion entre le 1er janvier 2023 et le 31 décembre 2023

• Décomposition du CA 2023.....	97
• Terminologie.....	98
• Conditions tarifaires.....	100
• Taux CGV.....	102
• Informations.....	103

3.3 Numérique

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2023 du numérique

C.A. Initial

Variations initiales

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

- Incidents
- Gracieux
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Exclusivité Format
- Ciblage
- Formats
- Co-branding
- Exclusion IPTV
- First Look

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Nouveau partenaire numérique

C.A. NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

3.3 Numérique

Terminologie

Sites et Applications mobiles *

france.tv (dont Francetvslash); francetvinfo.fr (dont france3-regions.francetvinfo.fr; la1ere.francetvinfo.fr; francetvinfo.fr/sports); lamaisondesmaternelles.fr; alldoctors.fr, Brut.media, Radio France (pour les formats vidéo uniquement : radiofrance.fr; francebleu.fr, franciculture.fr, franceinter.fr) ; ina.fr (pour les formats vidéo uniquement); meteofrance.com; meteofrance.gp; meteofrance.gf; meteofrance.mq; meteofrance.pm, meteofrance.re, meteofrance.yt, meteo.pf, tv5monde.com, afrique.tv5monde.com, revoir.tv5monde, tv5mondeplus.com, france24.com, mc-doualiya.com, mytaratata.com, 13emerue.fr, syfy.fr, fr.eonline.com, gp.trace.fm, gy.trace.fm, mq.trace.fm, re.trace.fm, athletics.eurovisionports.tv.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, Tv connectée (smart TV), IPTV et tous modes de diffusions 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 (1 000) Pages Vues avec Publicité telles que définies ci-après ou en pratique de mille (1 000) 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 à 100%.

Coût Par Heure Visible (CPHV) est un mode de facturation publicitaire par lequel l'espace publicitaire digital est facturé à l'annonceur en fonction de la durée d'exposition visible cumulée en heures (avec un temps d'exposition pub vidéo ≥ 20 secondes).

VCPM désigne le CPM visible, mode de facturation au CPM par lequel seules les publicités visibles sont facturées.

Coût Par Clic (CPC) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le Numérique ramené au nombre de clics sur une publicité.

La Rotation Générale (RG) est un mode de diffusion d'une création publicitaire digitale qui consiste à diffuser ou afficher la création aléatoirement sur l'ensemble des supports numériques.

*Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.

3.3 Numérique

Terminologie

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 FranceTV 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.

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.

3.3 Numérique

Conditions tarifaires

Les tarifs font l'objet de modulations saisonnières et peuvent être revus pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. FranceTV 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. Une table de conversion des indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo est disponible à la page 103.

Nos modes de commercialisation

FranceTV Publicité propose plusieurs modes de commercialisation:

- au CPM (coût pour mille) ;
- au CPV (coût par Vue) ;
- au VCPM (CPM visible) ;
- au CPHV (coût par Heure visible) ;
- au CPC (coût par clic) ;
- 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

Une majoration sera appliquée 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 la dite période. (Nous consulter pour plus d'information).

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

+20 % pour la diffusion de formats rich média (expand, HTML 5, spot enrichi).

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).

Exclusion IPTV

+20 % pour l'exclusion du device IPTV d'une campagne.

First Look

+15 % pour la présence en First Look.

3.3 Numérique

Conditions tarifaires

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 -8 % sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité en 2021 et 2022 (hors dotation).

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2023 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2021 et 2022 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement « Nouveau Partenaire Numérique ».

Nouveau partenaire Numérique

Bénéficie d'un abattement de -8 % sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué (en gré-à-gré) sur le Numérique commercialisé par FranceTV Publicité en 2021 et 2022. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2023 ne sera pas considéré comme Nouveau partenaire Numérique. Un annonceur qui communique en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2021 et 2022 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouveau partenaire Numérique. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement « Nouvel Annonceur ».

Achat de solution

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 FranceTV Publicité.

3.3 Numérique

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

Tout annonceur investissant un volume de C.A. Net Numérique (adressable.tv inclus) en 2023 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2023 NUMÉRIQUE PAR ORDRE D'INSERTION EN EUROS	DÉGRESSIF VOLUME
De 0 à 4 999	0 %
De 5 000 à 9 999	-5 %
De 10 000 à 19 999	-10 %
De 20 000 à 39 999	-15 %
De 40 000 à 69 999	-25 %
De 70 000 à 99 999	-30 %
De 100 000 à 149 999	-35 %
De 150 000 et au-delà	-40 %

3.3 Numérique

Informations

Les indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo pour 2023 sont les suivants :

DURÉE EN SECONDES	INDICE FORMAT
15	90
16	92
17	94
18	98
19	99
20	100
21	102
22	104
23	106
24	109
25	110
26	112
27	114
28	116
29	119
30	120

DURÉE EN SECONDES	INDICE FORMAT
31	143
32	149
33	155
34	161
35	168
36	175
37	182
38	188
39	195
40	201
41	206
42	211
43	216
44	221
45	226

DURÉE EN SECONDES	INDICE FORMAT
46	231
47	236
48	243
49	248
50	253
51	258
52	265
53	271
54	278
55	284
56	292
57	300
58	308
59	315
60	323

Pour les indices formats > 60 sec. : nous consulter

4

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



Informations Complémentaires

À noter

Attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir une attestation de mandat avant toute réservation :

- sous forme dématérialisée et signée électroniquement, dès lors qu'elle a été enregistrée et communiquée par la plateforme MyMandat éditée par EDIPUB;
- selon le modèle publié par FranceTV Publicité (publié sur le site www.francetvpub.fr), dûment rempli et signé, sur papier à en-tête de l'annonceur. Un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courriel à mandat@francetvpub.fr et par courrier à France Télévisions Publicité (ADV), 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 FranceTV 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 1er 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 demandeurs.

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 FranceTV Publicité contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par FranceTV 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 FranceTV 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.

Informations Complémentaires

À noter

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, FranceTV 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 FranceTV Publicité ou si la réalisation de ses engagements par l'annonceur s'avérait manifestement impossible, FranceTV 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 %.

Facturation dématérialisée

Les factures et avoirs sont établis électroniquement, au sens de l'article 289 VII 2° du Code général des impôts, par FranceTV Publicité au nom de l'Annonceur. L'acceptation par l'Annonceur de la facturation électronique résulte de la signature des contrats de vente d'Espaces publicitaires souscrits par l'Acheteur, en l'absence d'opposition formulée par l'Annonceur. Il est rappelé que l'Annonceur et/ou le Mandataire demeurent seuls responsables (1) de la vérification de la signature électronique apposée sur les factures au moyen des données de vérification contenues dans le certificat électronique, (2) de la vérification de l'authenticité et de la validité du certificat attaché à la signature électronique et, enfin, (3) du stockage et de l'archivage de la facture et

des signature et certificat y étant attachés.

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 :
facturation@francetvpub.fr



Contacts

Tél. : +33 (0)1 56 22 62 00
www.francetvpub.fr

FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ
S.A. au capital de 38 100 euros
Siren 332 050 038 RCS Nanterre
64-70, avenue Jean-Baptiste Clément
92641 Boulogne-Billancourt Cedex

Cultivons l'attention

francetvpub.fr



france•tvpublicité