

CONDITIONS
COMMERCIALES
2024

PUBLICITÉ, PARRAINAGE ET NUMÉRIQUE



Destination 2024

Un temps d'avance

francetvpub.fr



Version consolidée au 15/07/2024

france.tv
publicité

1

Édito et présentation de la régie



Résonance 2024

Lors de la 25^{ème} édition du Grand Prix des Médias de CB News vous nous avez consacré « Régie de l'Année 2023 ». Cette nouvelle reconnaissance de votre part, qui fait de FranceTV Publicité la régie la plus primée depuis la création de cette catégorie, est un immense honneur. Elle est aussi une invitation supplémentaire à nous dépasser car elle nous motive autant qu'elle nous oblige. Elle nous stimule pour garder UN TEMPS D'AVANCE.

C'est dans cet esprit que nous travaillons et avec ce cap que nous avons bâti notre plan stratégique pour 2024.

Un temps d'avance pour vibrer au même rythme que la société. C'est produire quotidiennement une « télévision pour comprendre le temps » qu'André Malraux distinguait déjà d'une « télévision pour passer le temps ». C'est proposer des programmes qui impactent durablement, traversent les générations pour laisser une trace, un héritage. C'est développer aujourd'hui de nouvelles écritures pour les plus jeunes, des contenus avec lesquels ils vont grandir. Nous lancerons ainsi le premier JT dédié aux 12/18 ans, diffusé sur franceinfo, franceinfo.fr mais aussi Youtube, Snapchat et Tik Tok.



Un temps d'avance pour construire dès à présent les indicateurs de demain. Ils devront inévitablement prendre en compte l'attention, seule capable de marquer les esprits et de créer avec le public un lien de qualité. C'est pourquoi nous avons lancé il y a deux ans une étude inédite, internationale et cross-véo, pour identifier et mesurer les mécanismes contributifs de l'attention. Ce chantier ambitieux que nous menons avec le CESP, IPSOS et les agences partenaires doit permettre d'élaborer le premier standard français de l'attention publicitaire pour piloter au mieux les campagnes de communication.

Un temps d'avance pour innover vers toujours plus d'efficacité. C'est le sens de nos initiatives pionnières sur la TV segmentée dont nous accélérons le déploiement cette année. Nous allons également plus loin dans la connaissance de la data locale et dans le retail média afin d'offrir à nos partenaires la possibilité d'une communication plus ciblée donc mieux appréciée et plus performante.

Un temps d'avance pour se projeter ensemble à l'été 2024. Nos équipes sont déjà pleinement mobilisées pour rendre accessibles les Jeux Olympiques et Paralympiques à tous les annonceurs qui voudront s'associer à cet événement exceptionnel. Ils peuvent le faire depuis quelques mois autour de formats éditoriaux originaux et inspirants et devenir ainsi des partenaires privilégiés de la ferveur montante. Toutes nos offres sport seront disponibles sur notre plateforme d'achat ADspace dans ce souci d'accessibilité, de simplicité et de gain de temps pour nos interlocuteurs.

Nous vous donnons rendez-vous autour de ces beaux projets communs qui nous attendent et que nous aurons à cœur de mener à vos côtés.

Marianne Siproudhis

Directrice Générale de FranceTV Publicité

29%

DE PART
D'AUDIENCE
EN TV

Source : Médiamétrie - Médiamat - septembre 2022 - juin 2023

81%

DES FRANÇAIS REGARDENT
CHAQUE SEMAINE
LES PROGRAMMES DE
FRANCE TÉLÉVISIONS

Source : Médiamat - couverture hedbo moyennée janv. - juin. 2023

25M

DE VIDÉAUNAUTES
UNIQUES CHAQUE
MOIS SUR France.tv

Source : TV 4E Septembre 2022 - Juin 2023

NOTRE STRATÉGIE 2024

Dans un contexte de révolution de l'information, des usages et d'accélération technologique.



•1

RECONNECTER
LES CITOYENS



•2

SÉDUIRE
LES JEUNES



•3

ÉVOLUER DANS
LA PERFORMANCE



•4

SIMPLIFIER L'ACCÈS
À NOS OFFRES

PRENDRE LE TEMPS DE COMPRENDRE LE MONDE, DE S'ÉDUCUER ET DE S'ÉMERVEILLER

Créer l'événement, agrandir les imaginaires et proposer des contenus mémorables.



CONSTRUIRE UNE TÉLÉVISION PUBLIQUE À IMPACT

Mettre en avant des programmes qui résonnent au même rythme que la société et laissent un héritage.



ÂGE MOYEN DES
VIDÉONAUTES SUR
LA PLATEFORME
FRANCE.TV



TÉLÉSPECTATEURS 4+



INDICE QRP



DE FRANÇAIS

FRANCE TÉLÉVISIONS, TERRAIN DE TOUS LES SPORTS

Des droits sportifs consolidés qui permettent de développer et médiatiser le sport féminin, le para-sport et le sport local.

99%

DES 15-34 ANS
ONT REGARDÉ
DU SPORT SUR
NOS ANTENNES

Source: Médiamétrie - Médiamat - 2022

55M

DE FRANÇAIS SUIVENT
NOS ÉVÉNEMENTS
SPORTIFS

Source: Médiamétrie - Médiamat - 2022

7200

HEURES DE SPORT
DIFFUSÉES TOUTE
L'ANNÉE SUR NOS
ANTENNES TV ET
DIGITALES

Source: France.tv - Année 2022

FRANCE TÉLÉVISIONS, ACTEUR À PART ENTIÈRE DE LA RÉUSSITE DE PARIS 2024

Garantir à tous les Français un accès totalement gratuit à l'événement du siècle.



France Télévisions diffuseur
exclusif en clair avec 3 flux
linéaires en TV & Digital
mobilisés en continu.

france•tv • 2 • 3

93%

DES FRANÇAIS
ESTIMENT QUE FRANCE.TV EST
LÉGITIME POUR DIFFUSER
LES JEUX OLYMPIQUES ET
PARALYMPIQUES DE
PARIS 2024

Source Baromètre 2022 - Harris Interactive pour FTP

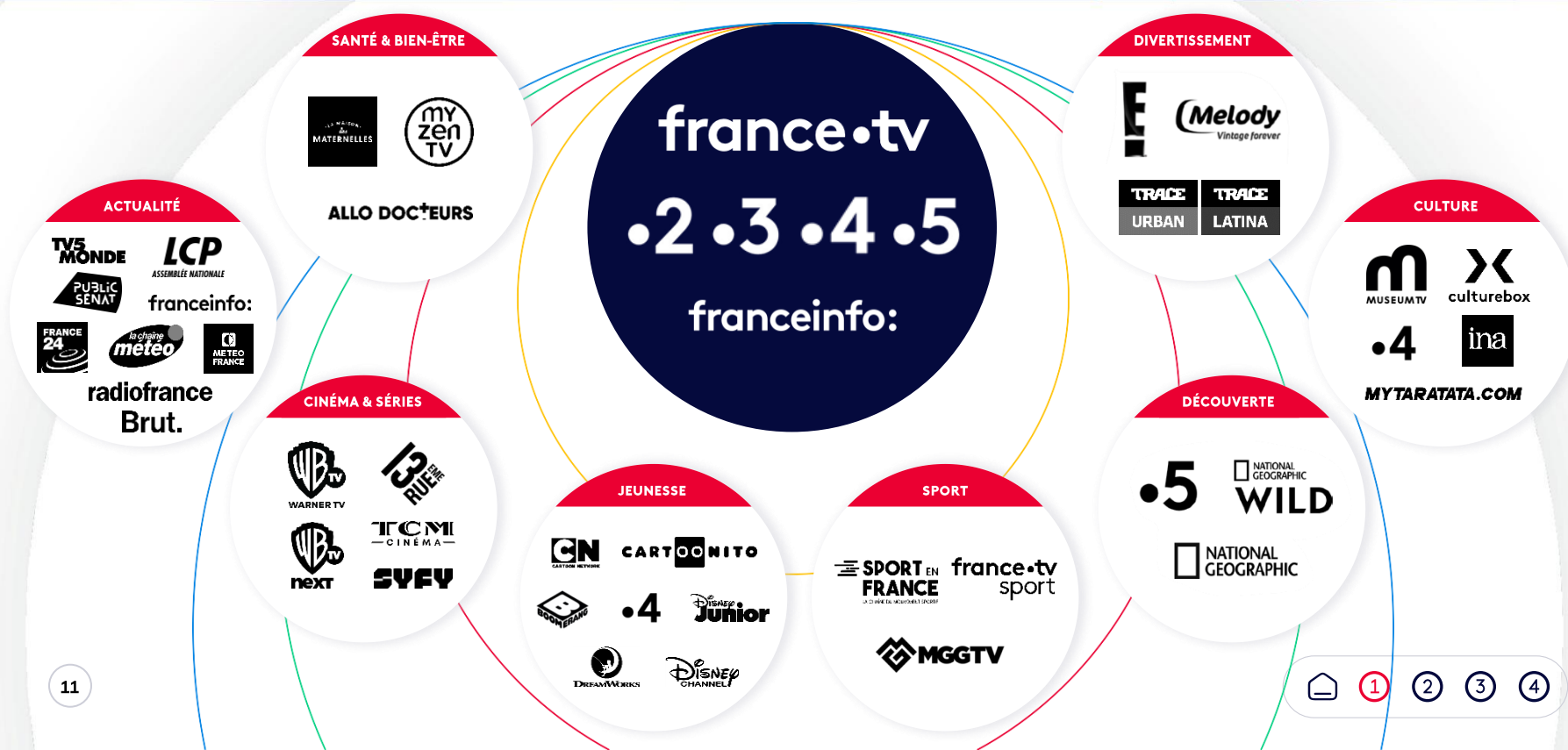


France Télévisions diffuseur exclusif pour
une couverture historique de l'événement
avec trois fois plus d'heures d'antenne
en TV et un Multiflux en Digital.

france•tv • 2 • 3

france•tv publicité

Un écosystème complémentaire



2

Notre offre publicitaire



Notre offre publicitaire

Une approche simplifiée pour une publicité utile et efficace



Sport

Proposer le meilleur du sport et le rendre accessible à toutes les marques.

nouveau

- Cibles Sport Exclusives



Responsible

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

nouveau

- Écrans Écrin Green

france.tv publicité



Performance

S'engager dans la performance de vos campagnes et faire évoluer les mesures.

nouveau

- Performance Partenaire
- Adressable.tv Amplify
- Display Performance
- Lancement



Expérience

Proposer des expériences inédites pour capter de nouveaux publics.

nouveau

- Top Horaire
- L'Interview
- CoverBreak



Data

Un temps d'avance dans la précision pour délivrer une publicité plus pertinente.

nouveau

- Adressable.tv Partner
- Adressable.tv Retail
- Conso Data



Local

Accompagner les initiatives locales et accroître la connaissance des territoires.

nouveau

- Adressable.tv Réseaux



Plateforme

Enrichir et simplifier les plateformes pour améliorer l'achat et le pilotage de vos campagnes.

nouveau

- Hub Sport ADspace



PROPOSER LE MEILLEUR DU SPORT ***Et le rendre accessible à toutes les marques***

Avec 7 des 10 événements sportifs les plus importants pour les Français¹, France Télévisions propose tout au long de l'année le meilleur des compétitions masculines et féminines sur ses antennes et plateformes, dont le Tour de France, Roland-Garros et le Tournoi des Six Nations.

En 2024, France Télévisions sera le diffuseur exclusif en clair des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris. Fort de cette proposition éditoriale exceptionnelle, France Télévisions Publicité offre aux annonceurs un terrain d'expression unique à travers des solutions créatives et innovantes.

nouveau

• Cibles Sport Exclusives

p.15

• Sponso Event

p.16

• Let's Play

p.17

• Studio. Skin-Content

p.18

**NOUVEAU**

Cibles Sport Exclusives

Bénéficiez de ciblages exclusifs pour toucher les pratiquants et fans de sport en TV et TV segmentée

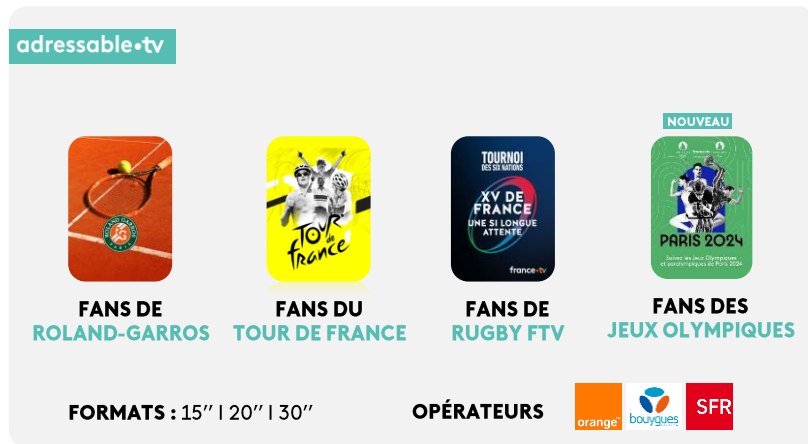
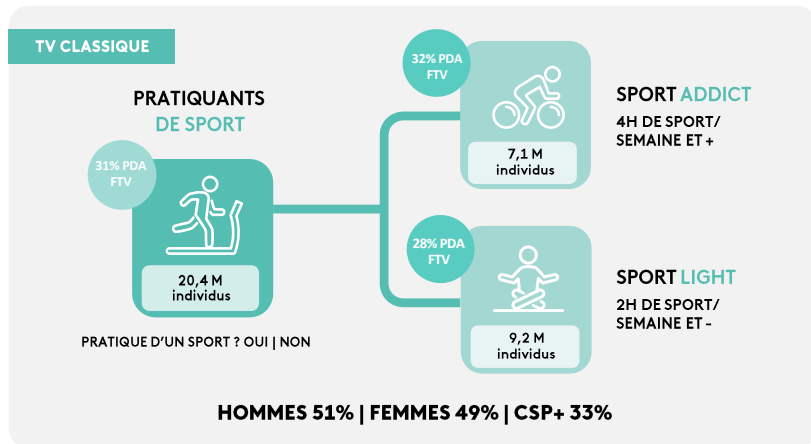
france.tv
publicité *sport*

CONCEPT

Ciblez les pratiquants de sport en télévision classique et les fans des différents événements diffusés sur nos antennes en TV segmentée.

- **Pratiquants de sport** : 3 nouvelles cibles TV créées exclusivement par FranceTV Publicité pour offrir une solution aux annonceurs souhaitant toucher les Français qui pratiquent régulièrement du sport.
- **Fans des grands événements sportifs** : 4 cibles exclusives autour de nos événements sportifs premium, disponibles sur les trois principaux opérateurs afin d'optimiser vos stratégies, travailler votre image de marque et générer de nouveaux points de contacts avec vos clients.

DISPOSITIF





france.tv
publicité sport

Sponso Event

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

Sponso
Event



CONCEPT

Associez-vous aux événements sportifs prestigieux diffusés sur France Télévisions tout au long de l'année et partagez les valeurs du sport pour toucher un large public.

DISPOSITIF

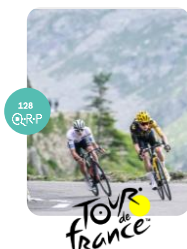
L'opération s'articule autour de 4 briques :

- 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.)
- 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

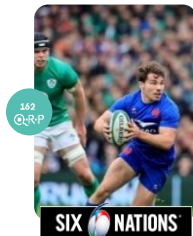
ROLAND-GARROS



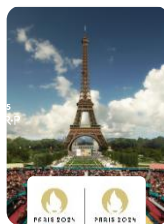
TOUR DE FRANCE



SIX NATIONS



JEUX OLYMPIQUES



CONDITIONS

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

Sponso
Event

Sponso Event c'est du sport mais aussi des divertissements,
des documentaires et des événements d'exception :



FESTIVAL DE CANNES



DRAG RACE FRANCE



FORT BOYARD





france.tv
publicité **sport**

Let's Play

Engagez les consommateurs avec votre marque au travers d'expériences gamifiées impactantes

Let's Play



CONCEPT

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

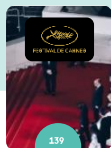
DISPOSITIF

L'opération s'articule autour de 3 briques :

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

Le **2024**

LET'SPLAY, ACTIVEZ ÉGALEMENT CE DISPOSITIF AUTOUR DE NOS CONTENUS PHARES OU AUX COULEURS DE VOTRE MARQUE.



EXEMPLE DE DISPOSITIF LET'S PLAY



« 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.



france.tv
publicité **sport**

Studio. Skin-Content

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

skincontent



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 plus 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'événement.
- 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.



DONNER PLUS DE SENS À LA PUBLICITÉ

Pour avoir un impact positif et durable

Face à l'urgence climatique et à la crise énergétique, FranceTV Publicité est déterminée à prendre sa part dans l'émergence d'une société de consommation différente. Nous sommes convaincus que la publicité peut favoriser des comportements plus responsables.

Dans cette dynamique de transformation, notre rôle est de mettre en lumière des campagnes publicitaires de produits ou services plus vertueux pour notre société.

nouveau

• Écrans ÉcrinGreen p.20

• Transition en commun p.22

• good.vertising p.23





NOUVEAU

Écrans Écrin Green

Communiquez dans des écrans puissants respectueux de l'environnement selon les critères de l'ADEME

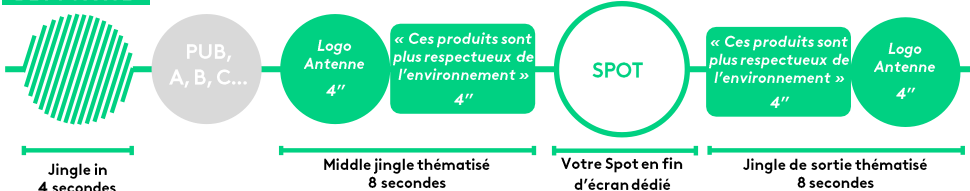
france-tv
publicité responsable

CONCEPT

Prenez la parole au sein des écrans les plus puissants de France Télévisions, dans une **capsule consacrée uniquement aux produits les 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



ÉCRANSLÀD



*L'écran 19.46 de France 5 du dimanche n'est pas attentant à C à Vous

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 l'ADEME. 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.

FranceTV Publicité se réserve le droit d'exclure certains écrans en fonction de l'actualité éditoriale et notamment lors des périodes des Jeux Olympiques et Jeux Paralympiques de Paris 2024.



NOUVEAU

Écrans Écrin Green

Communiquez dans des écrans puissants respectueux de l'environnement selon les critères de l'ADEME

france-tv
publicité *responsable*



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 au 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 > 8/10



Transition en commun

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

france•tv
publicité *responsable*

Transition
en commun



CONCEPT

FranceTV Publicité renforce son engagement sur les questions sociales, sociétales et environnementales en s'associant à 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

france•tvpublicité

Communication sur les chaînes

• 2 • 3 • 5 • 3 régions

Dispositif vidéo sur **france•tv**

radiofrance
Publicité

Communication sur les radios



franceinfo:



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.

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

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

[Retrouvez plus d'informations sur les projets en cliquant ici](#)



good.vertising

Donnez du sens à vos campagnes grâce à une publicité utile et solidaire

france.tv
publicité *responsable*

good.vertising



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.

DISPOSITIF

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 enrichi co-brandé.



Le +
2024

good.vertising
Sport

Communiquez sur vos engagements dans un contexte sportif et donnez du sens à vos campagnes publicitaires au travers de nos offres Good.vertising Sport.

ASSOCIATIONS PARTENAIRES FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ

Vous choisissez si vous souhaitez faire bénéficier votre/vos association(s) partenaire(s) et/ou la/les association(s) partenaires de FranceTV Publicité :



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.





ACCOMPAGNER LES INITIATIVES LOCALES

Et accroître la connaissance des territoires

La relocalisation média est un enjeu sociétal qui mérite que nous soyons tous mobilisés. Nous nous devons d'accompagner les acteurs locaux et nationaux dans le développement de leurs stratégies locales.

En tant que membre des Relocalisateurs, FranceTV Publicité s'implique depuis plus de deux ans afin de promouvoir la relocalisation des investissements publicitaires. Nous proposons des solutions concrètes et accessibles à tous pour valoriser les initiatives locales.

- nouveau
• Adressable.tv Réseaux p.25
- Régions Impact p.26
- Adressable.tv Proximité p.27
- Initiatives Locales p.28





NOUVEAU

Adressable.tv réseaux

FranceTV Publicité vous accompagne dans l'activation de campagnes multi-zones/multi-créations

adressable.tv
Réseaux



france-tv
publicité *local*

CONCEPT

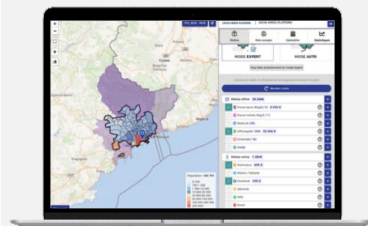
Une gestion agile de vos campagnes réseaux gré à gré et un interfaçage avec les outils d'achats media de vos enseignes.

DISPOSITIFS



- Définition de vos zones de chalandise et de vos cibles
- Recommandation de répartition de budgets par zone, en fonction des inventaires
- Intégration et répartition de vos différentes créations
- Intégration et gestion de votre plan de roulement
- Diffusion & Reporting

PLATEFORME



Adspace API × adcleek

Plus de 1500 points de vente équipés Adcleek, (Citroën, DS, Peugeot, Opel, Toyota, Volvo, Mercedes ...) interconnectés avec notre API, pour un achat direct et autonome de campagnes TVS sur les chaînes de France Télévisions.



Régions Impact

Communiquez sur votre territoire avec une approche simplifiée au CPM

france-tv
publicité **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.



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

3 régions



- TV classique
- Digital géolocalisé
- Achat en pack

DISPOSITIF 5 ÉCRANS

3 régions
france•tv

CONDITIONS

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

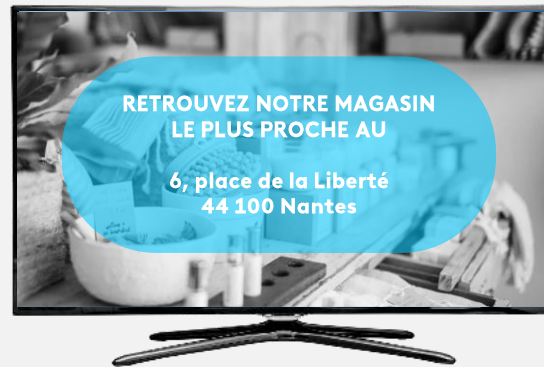
Dès 3 semaines de campagne, abattement supplémentaire de 10% du CPM TV⁽²⁾.

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 2024.

LE + RÉGIONS

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



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





Adressable.tv Proximité

Des solutions de ciblage pour maximiser votre précision en local

adressable.tv
Proximité



france-tv
publicité local

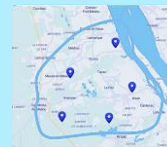
CONCEPT

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

DISPOSITIF

BASSIN 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.



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



CONDITIONS

Offre vendue au package – voir offre dédiée.



Initiatives Locales

Faites rayonner vos initiatives dans les territoires

france-tv
publicité **local**

Initiatives
Locales



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



PUISSANCE CIBLÉE & ÉMERGENCE





S'ENGAGER DANS LA PERFORMANCE DE VOS CAMPAGNES *Et faire évoluer les mesures*

Dans un contexte publicitaire en constante évolution, l'efficacité et la performance des campagnes est au cœur des préoccupations.
Les marques souhaitent des preuves de l'impact de leurs prises de parole.

Nous vous accompagnons avec des solutions innovantes qui permettent de mieux piloter les investissements en apportant
des garanties de performance complémentaires aux KPI média traditionnels.

REACH

nouveau

- Adressable.tv Amplify p.30
- Lancement nouveau p.31
- Soreach p.32

- Mirriad Reach p.33
- HomePrime p.34

ROI

nouveau

- Performance Partenaire p.35
- Display Performance nouveau p.36

GARANTIE

- Easy Pack p.37
- Sponso Power p.38





NOUVEAU

Adressable.tv Amplify

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

france.tv
publicité **performance**

adressable.tv AMPLIFY



CONCEPT

La solution adressable.tv Amplify se déploie et va un cran plus loin pour vous accompagner dans vos objectifs de reach. Deux solutions de complémentarité et renfort TV segmentée qui permettent de faire de la tactique TV sur vos campagnes TV classiques ou Sponso TV.

DISPOSITIFS

adressable.tv AMPLIFY

AD TRACKING

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



1. Ad tracking TV classique : **identification** des expositions générées par votre campagne TV
2. Renfort TVS : **adressage des non exposés à votre campagne TV et/ou RTG de vos faiblement exposés** (inférieur à 3 contacts)

Deux types de ciblage possibles :

- Renfort sur une base global foyer
- Renfort sur une base cible d'achat TV¹

Le **2024**

- Nouveau calibrage qui laisse le choix de travailler le reach incrémental ou la répétition utile
- Ajout du Replay IPTV
- Pack hybride TV+Amplify pour plus d'agilité

adressable.tv AMPLIFY

sponso

Booster vos KPIs sponso de branding ou de reach grâce à l'amplification TVS



1. Objectif branding : **identification des exposés** à votre programme parrainé puis **retargeting TVS** (spot TV classique)
2. Objectif reach : **Identification des exposés** Billboard ou bandes annonces et **adressage des non exposés** via un spot classique TVS

Le **2024**

- Possibilité dorénavant de travailler le **branding** ou le **reach** des campagnes sponso TV

CONDITIONS

Soumis à conditions, telles que détaillées dans l'offre dédiée, disponible sur demande auprès de FTP.

30

1. Calcul du point de couverture incrémental possible sur base global foyer uniquement





NOUVEAU

Lancement

Maximisez vos prises de parole lors de vos lancements

france•tv
publicité *performance*

Lancement



CONCEPT

FranceTV Publicité vous accompagne pour maximiser vos prises de parole lors de lancement d'une nouvelle copie publicitaire ou d'un nouveau produit/service. Profitez d'une mise en avant exceptionnelle au sein de l'environnement brand-safe et premium de France Télévisions et profitez-en pour diffuser vos formats longs à travers 4 solutions complémentaires.

DISPOSITIFS

REACH (+)

Touchez tous les vidéonautes France.tv sur une journée, sur l'ensemble des devices.

france•tv



ÉCRINS (+)

Bénéficiez d'une présence exclusive sur l'ensemble des Écrans Écrin sur une journée.

•2•3•5



CROSS (+)

Communiquez sur l'ensemble de nos environnements TV & digitaux sur une journée

•2•3•5 france•tv



SUR MESURE

Événementialisez vos prises de paroles grâce à l'accompagnement de nos équipes dédiées pour concevoir des solutions sur-mesure à travers des expériences inédites



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 2024.



Soreach

Boostez le reach de vos campagnes

france•tv
publicité **performance**

Soreach



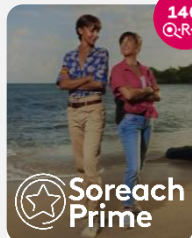
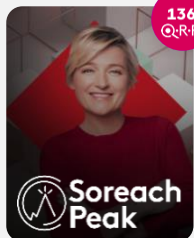
CONCEPT

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

PPR



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.



**Soreach
Peak**

- +/-18 présences en 12"
- 2 places/semaine
- Dispositif digital HomePrime
- Disponible sur ADspace

.2.3.5
france•tv



**Soreach
Prime**

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

.2.3.5
france•tv



**Soreach
Kids**

- +/-110 présences en 12" et 6"
- 2 places/semaine
- Dispositif thématique
- Disponible sur ADspace

.3.4.5
WarnerMedia Disney
france•tv



Mirriad Reach

Le placement de produit comme complément de reach pour vos campagnes

france•tv
publicité **performance**

MIRRIAD
Reach



CONCEPT

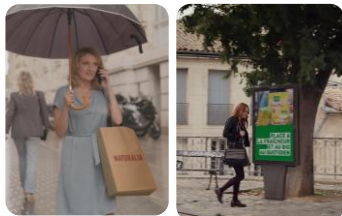
Mirriad Reach est une offre clé en main basée sur la technologie de placement de produit Mirriad. Cette offre permet de développer le reach et d'événementialiser les prises de parole en TV avec des performances intégrées dans les outils mediaplanning TV.

DISPOSITIF

FranceTV Publicité propose de délivrer 36 secondes de visibilité (sous réserve de la nature du produit) contextualisées et cumulées au cœur de la série quotidienne Un Si Grand Soleil.

Ces présences en placement de produit post production permettront d'émerger sous la forme de 6 séquences minimum sur une période de 4 à 6 semaines (à préciser selon la période) dans les épisodes diffusés en TV et en Replay. Performances constatées et extrapolées disponibles dans

PPR



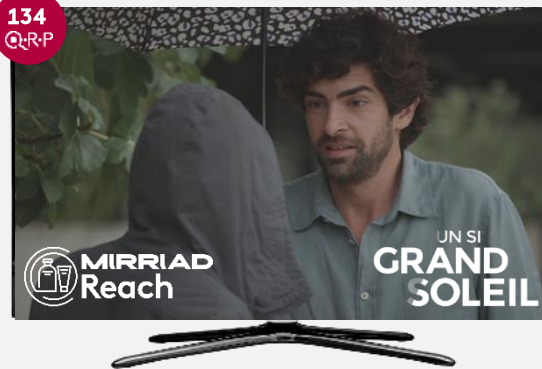
Exemple de dispositifs de placement de produit
Visuels non contractuels

CONDITIONS

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

UNE OFFRE CLÉ EN MAIN

134
QRP



•2
france•tv

- +/- 6 présences d'environ 6''
- Période estimée entre 4 et 6 semaines
- Mesure de la diffusion digitale
- Performances intégrée dans les outils





HomePrime

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

france.tv
publicité **performance**

HOME PRIME



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⁾).

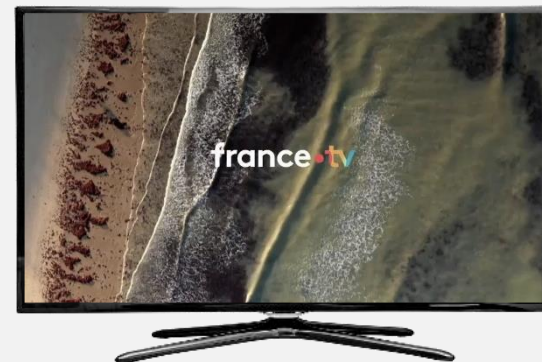
DISPOSITIF

- 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**

EXEMPLE DE PROGRAMMES LES PLUS PUISSANTS EN PRIME



HOME PRIME



**RENFORCER LA PUISSANCE ET L'IMPACT DE
VOS PLANS TV EN PRIME TIME**

**NOUVEAU**

Performance Partenaire

Choisissez la solution performance la plus adaptée à vos besoins



france-tv
publicité **performance**

CONCEPT

FranceTV Publicité se positionne comme partenaire de ses clients en s'engageant sur les performances de ses campagnes. Elle propose des solutions adaptées pour être au plus proche des enjeux de ses annonceurs en mobilisant l'ensemble de ses ressources pour optimiser l'efficacité des campagnes TV des annonceurs.

DISPOSITIF

R.O.I. Partenaire

Engagement : minima un ROI de 10% supérieur à celui généré par la moyenne des autres chaînes hertziennes présentes dans les plans.

Mesure : le ROI est calculé à la fin de toutes les vagues TV par un organisme certificateur.

Incentive : au bénéfice de l'annonceur à hauteur de 10% sera accordée si l'objectif de différentiel du ROI n'est pas atteint.

Éligibilité : sous réserve d'un engagement supplémentaire de 500K€ net (vs n-1) et d'une augmentation significative de la PDM nette.

Business Partenaire

Engagement : partenariat à la performance sur la base d'un objectif business commun (CA, Leads, Appels...).

Mesure : L'objectif business sera suivi par un tiers certificateur selon le KPI choisi.

Incentive : L'investissement final de l'annonceur dépendra des performances business de la campagne média, selon l'objectif défini préalablement.

Éligibilité : Hors campagne branding/institutionnelle et à partir d'un investissement minimum de 250K€ nets. Engagement sur 3 vagues minimum dans l'année, dont une en période creuse.

DTW Partenaire

Engagement : CPV basé sur l'analyse des données annonceur sur minimum 1 an. Les créations fournies doivent intégrer un call to action et l'adresse url.

Mesure : L'objectif business sera suivi par un tiers certificateur. 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.

Éligibilité : Ensemble des annonceurs non présents en 2023 sur FranceTV Publicité sur la base d'un investissement minimum de 100K€ nets sur 1 ou 2 vagues.

NOUVEAU Branding Partenaire

Engagement : Garantie d'un up-lift moyen sur 2 items d'image sur la cible 15+ entre les exposés et les non-exposés et sur les items de l'intention (d'achat, se renseigner...) sur la cible 15+ entre exposés et non exposés.

Mesure : L'objectif branding sera mesuré grâce à un post-test d'efficacité orchestré par un institut indépendant sur une population 15 ans et plus à la fin de la période de communication.

Éligibilité : A partir d'un investissement minimum de 250K€

CONDITIONS

Pour plus d'informations se référer aux conditions intégrées dans les offres dédiées.

Les budgets et investissements demandés sont hors investissements sur les Jeux Olympiques et Jeux Paralympiques de Paris 2024.

Ces offres sont destinées à l'ensemble des secteurs sous réserve de l'accord de la direction.



NOUVEAU

Display Performance

Maîtrisez votre budget et vos performances sur Météo-France

france-tv
publicité **performance**

Display Performance



CONCEPT

Fort de son partenariat renforcé avec Météo-France, FranceTV Publicité vous propose d'engager les utilisateurs via les formats premiums de Météo-France (Habillage et Interstitiel) pour maximiser vos performances. Profitez d'une vision quasi instantanée de votre ROI et 100% user centric grâce à notre nouvelle offre garantie au clic.

DISPOSITIF

- Votre marque présente autour de nos formats disponibles dès l'arrivée de l'utilisateur en Home Page de Météo-France (web PC & Tablette) et dès l'ouverture de l'application Météo-France ¹
- Ne payez que pour les clics générés sur vos formats avec une garantie au CPC définie en amont avec vos contacts commerciaux.

FORMATS DISPONIBLES

Habillage home page



Interstitiel mobile

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 2024.

36

1. Commercialisation de la partie applicative de Météo France à partir du 1^{er} janvier 2024
2.Source: Médiamètre- Netratings - Internet 3 écrans T1 2023

Le **+**
2024

NOUVEAU



FranceTV Publicité consolide son partenariat avec Météo-France et commercialise maintenant les inventaires display, web et in-apps.

EN QUELQUES CHIFFRES

9,1M de visiteurs uniques en moyenne/mois ²

LE SITE N°1 de la consultation météo



Visuel non contractuel.





Easy Pack

Votre marque pour la première fois en télévision

france•tv
publicité **performance**



CONCEPT

Diffusez votre publicité sur le média le plus puissant, la TV, autour d'un dispositif clé en main simple, efficace et accessible sur les marques de France Télévisions et les chaînes thématiques. FranceTV Publicité vous accompagne dans vos premiers pas en TV, de la création de votre spot publicitaire jusqu'à la diffusion de votre campagne publicitaire sur 1, 2 ou 3 semaines.

DISPOSITIF

easy
pack
target



**TOUCHEZ VOTRE CIBLE
DE RÉFÉRENCE**

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

easy
pack
premium



**PROFITEZ D'UNE MARQUE
MÉDIA RÉFÉRENTE**

LA MAISON
des
MATERNELLES

easy
pack
context



**SÉLECTIONNEZ
VOS CONTEXTES DE DIFFUSION**

Actualité, Entertainment, Décideurs

easy
pack
théma



**ASSOCIEZ CONTEXTE THÉMATIQUE
ET CIBLAGE EN TV SEGMENTÉE**

Musique, sport, actualité...



Sponso Power

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

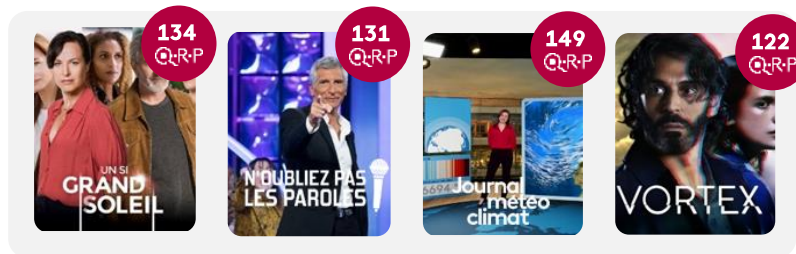
france-tv
publicité **performance**

Sponso
Power



CONCEPT

Associez-vous aux programmes récurrents les plus puissants de France Télévisions et maximisez les retombées sur les cibles commerciales avec des offres multi-chaînes puissantes aux GRP garantis.



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.)

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.

ASSOCIEZ-VOUS À DES PROGRAMMES PUISSANTS ET FÉDÉRATEURS



C'est notamment les offres :

- Séries
- Météo et climat
- Actualité
- Magazines sportifs
- Cinéma



Allez plus loin avec Amplify SponsoTV : reciblez les exposés au programme parrainé grâce à la TV segmentée pour amplifier l'impact mémoriel et votre affinité de marque.



PROPOSER DES EXPÉRIENCES INÉDITES

Pour capter de nouveaux publics

Dans un contexte de révolution des usages et d'accélération technologique, FranceTV Publicité use de son savoir-faire pour mettre la créativité au service de l'efficacité.

Prenez la parole différemment dans nos environnements premium à travers de la création de contenus et des dispositifs personnalisés en TV, Digital et sur le terrain.

FORMAT

- | | | | |
|---|------|-----------------|------|
| <small>nouveau</small>
• Top Horaire | p.40 | • Short Amplify | p.43 |
| <small>nouveau</small>
• CoverBreak | p.41 | • Écrans Écrin | p.44 |
| • CoverLook | p.42 | • Studio.vidéo | p.45 |
| | | • Dotation | p.46 |

CRÉATION

- | | | | |
|---|-------|-----------------------|------|
| <small>nouveau</small>
• L'interview | p. 47 | • Brut. Brand Content | p.50 |
| <small>nouveau</small>
• Programme Court | p. 48 | • Placement | p.51 |
| <small>nouveau</small>
• Brut. Pub | p. 49 | • Let's Play | p.17 |





NOUVEAU

Top Horaire

Un format tactique pour faire émerger votre copie

france.tv
publicité *expérience*



CONCEPT

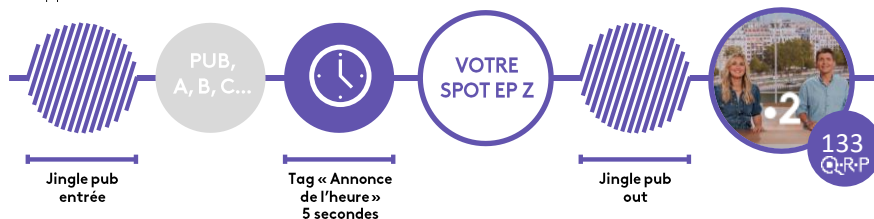
Créez un nouveau réflexe et ancrez une habitude auprès des téléspectateurs de Télématin, la première matinale de France, en vous associant à l'annonce de l'heure en fin d'écran publicitaire et au plus près de l'éditorial.

DISPOSITIF

- Diffusion en EPZ de 3 spots par jour sur France 2 du lundi au vendredi, au cœur de la matinale au sein des écrans suivants : 7.00, 7.30, 7.50
- 1 semaine de médiatisation (L à V) : 15 diffusions au total
- Production de 3 tags « annonce de l'heure » reprenant des codes graphiques propres à votre secteur d'activité

CONDITIONS

- Production de 3 tags assurée FTP Conseil pour un montant forfaitaire de 8 000€ NET HT
- Application d'une majoration tarifaire de +25% incluant l'EP Z
- Budget TV calculé en fonction de la période et du format : tag de 5" + durée du spot annonceur
- Application du taux contrat



EXEMPLE DE TAG « ANNONCE DE L'HEURE »

« IL EST BIENTÔT 7H »



Maquette non contractuelle



NOUVEAU

CoverBreak

Communiquez au sein d'un format écran exclusif et UX friendly

france.tv
publicité *expérience*



CoverBreak

CONCEPT

Bénéficiez d'un espace publicitaire **exclusif et respectueux de l'utilisateur** via l'écran de pause du player.

Un format écran idéal pour maximiser l'attention et la visibilité de votre message au cœur des contenus.

DISPOSITIF

Lorsqu'un internaute met en pause son contenu, un **format full screen** apparaît au sein du player au bout de 4 secondes.

Un emplacement unique pour une prise de parole **contextualisée et impactante**.

CONDITIONS

- Format disponible courant T1 2024
- Disponible en gré à gré
- Format disponible sur environnement web desktop /mobile/tablette et CTV.
- Spécificités techniques : nous consulter



Maquette fictive et non contractuelle





CoverLook

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

france.tv
publicité *expérience*

CoverLook



CONCEPT

Amplifiez votre expérience publicitaire au-delà du player grâce au 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 et Cinéma. Autres secteurs sous réserve de validation Éditeur.
Éléments créatifs habillage + spot fournis par l'annonceur – Spécificités techniques : nous consulter.
Format disponible sur environnement Web Desktop uniquement.



Maquette fictive et non contractuelle



france.tv
publicité *expérience*

Short Amplify

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



short
amplify



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





Écrans Écrin

Offrez un écran de diffusion pour mettre en valeur vos plus belles histoires

france.tv
publicité expérience

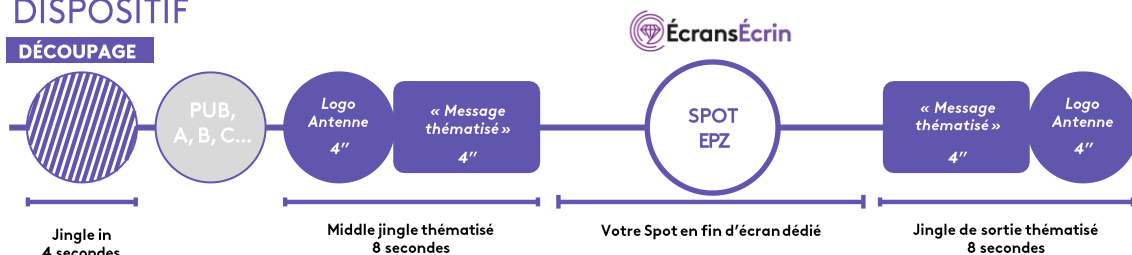


CONCEPT

Votre spot long format, entouré de jingles thématiques, diffusé en dernière position des écrans les plus puissants de France Télévisions.

DISPOSITIF

DÉCOUPAGE



ÉCRANS L'À D



*L'écran 19.46 de France 5 du dimanche n'est pas attaché à C à Vous

CONDITIONS

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 FTP Conseil pour un montant forfaitaire de 5 000€ net HT par chaîne concernée et le temps d'antenne ne sera pas facturé.

Application d'une majoration tarifaire Ops de 25% sur le spot.



france.tv
publicité **expérience**

Studio.véo

Faites émerger votre message au sein d'écrans interactifs, premiums et engageants

Studio.véo



CONCEPT

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



Studio.interactif

9 FORMATS CRÉATIFS

Dynamique

Custom
Carte vidéo
interactive
Hotspot

Carrousel
360°
Voting

UXFriendly

Multivideos
Fast-Reveal
Adselector



Studio.géoloc'

5 FORMATS CRÉATIFS

Géostore
Géoproxi*
GéoDCO

Promo Géoloc
Sortir Géoloc



Studio.design

5 FORMATS CRÉATIFS

Skinpréröll
Split-Screen
Custom Seekbar

Spotlight
Fashion Show



Studio.good

2 FORMATS CRÉATIFS

Goodvertising don
participatif**

Goodvertising don
d'impressions**



Studio.shopping

4 FORMATS CRÉATIFS

Produit

Click&Collect
Click&Look

Promo

Multipromos
Skin Shopping

Des formats présents dans les offres :





france-tv
publicité *expérience*

Dotation

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



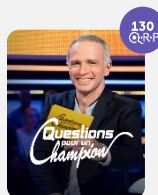
CONCEPT

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...

EXEMPLE DE PROGRAMMES
ÉLIGIBLES À LA DOTATION



france-tv

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.



Visuel non contractuel.





NOUVEAU

L'interview

Valoriser l'expertise de votre marque

france-tv
publicité *expérience*



CONCEPT

Venez partager les engagements de votre marque aux côtés d'un chroniqueur de l'une de nos émissions phares. Un format long qui vous permet d'asseoir votre crédibilité et de bénéficier du capital confiance de France Télévisions.

PARENTALITÉ



SANTÉ



SOCIÉTAL



BIODIVERSITÉ



EMPLOI



SPORT



DISPOSITIF

- Production d'un format long de 3 à 4 minutes de l'interview dans son intégralité à retrouver sur les médias propriétaires de l'annonceur.
- Reformatage en 45'' et 30'' diffusé sur les antennes de France Télévisions.
- Plan media sur-mesure avec différentes solutions : TV, digital, TV segmentée, radio...
- Diffusion de votre spot en EPA dans les écrans conseillés ci-dessous :



CONDITIONS

- Production assurée par FTP Conseil pour un montant forfaitaire de 40 000€ NET HT n'incluant pas le cachet de l'incarnant
- Offre conditionnée à l'achat de 150 000€ BRUT HT d'espace média sur les chaînes du groupe France Télévisions
- Application du taux contrat de l'annonceur
- Application de la majoration tarifaire « emplacement préférentiel » de 20% sur la campagne

UN CADRE DE TOURNAGE « PROXIMITÉ »





NOUVEAU

Programme Court

L'expertise du contenu au service de votre marque

france.tv
publicité *expérience*

Programme Court



CONCEPT

Parrainez des contenus originaux et proches de vos valeurs. Le programme court est un véritable rendez-vous diffusé dans des carrefours d'audience qui permet de maximiser les retombées grâce à une communication sur plusieurs chaînes.

DISPOSITIF

- Des espaces de parrainage sur une (des) chaîne(s) de France Télévisions
- Des espaces de parrainage sur une (des) chaîne(s) thématique(s)
- Le parrainage du programme court sur le numérique (format billboard)
- Une page programme à part entière sur France.tv avec une présence logo de l'annonceur



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 autres programmes courts parrainés, des messages publicitaires afférents à des concurrents ou à des marques concurrentes des siennes. Chaque programme court respecte une proportion de 70% de contenu inédit diffusé sur chacune des chaînes.



LES PROGRAMMES COURTS

C'est notamment les thématiques :

- Sport
- Environnement
- Culture
- Solidarité
- Maison
- Cuisine



NOUVEAU

Brut. Pub

Réinventez les codes de la publicité sur les plateformes sociales

france.tv
publicité *expérience*

CONCEPT

Réinventez les codes de la publicité sociale face à la génération adblock.

Amplifiez vos prises de parole avec le brand asset de votre choix auprès d'une communauté engagée, éditorialisé avec la grammaire Brut. : une info "en plus" spécifique à ce contenu, l'utilisation des outils natifs de chaque plateforme comme les surimpressions...

nouveau

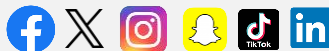
Brut.Pub

DISPOSITIF

Brut.Pub

- Contenus postés en dark post sur les pages du média pour atteindre vos cibles sur les mêmes segments data que l'adnetwork.
- Engagement sur un volume d'impressions ou un volume de vues 15".
- Format : production Brut. à partir de vos assets vidéo existants choix (copie classique, sociale, etc.).

POSSIBILITÉ DE COMMUNIQUER SUR L'ENSEMBLE DES RÉSEAUX BRUT.



DISPOSITIF

Brut. AdNetwork

- Définitions de segments d'audience en lien avec les intérêts des audiences de Brut. avec une diffusion via un compte émetteur Brut. AdNetwork
- Plus de 100 segments d'audience sont disponibles (dont Ecologie, Sport, Cinéma, Société...) et Brut. a la possibilité d'en créer sur-mesure en fonction des enjeux des annonceurs.
- Format : votre spot





france.tv
publicité *expérience*

Brut. Brand Content

Embarquez vos audiences au cœur d'une expérience sociale engageante

Brut.



CONCEPT

Une offre clé en main :

- Ciblez les audiences de Brut. sur les différentes plateformes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat) du 1^{er} média social en France avec près de 40M de Français touchés par mois.
- Formats longs, reels, stories... tous les formats sont envisageables pour créer de la conversation sociale grâce à une grammaire éditoriale unique

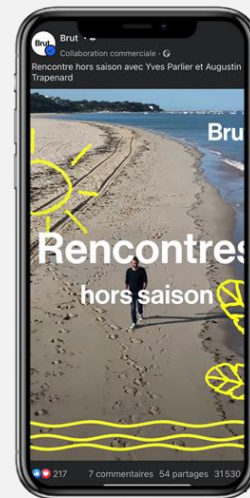
DISPOSITIF

Brand Content

- Création de programmes de contenus sur-mesure, sur les engagements/les valeurs de la marque par les équipes éditoriales de Brut. avec un angle propre à Brut.
- Publication sur les plateformes sociales de Brut. en fonction de la cible de l'annonceur et garanties de reach en fonction de la cible

CONDITIONS

- Chaque brief est soumis à la validation de la direction éditoriale de Brut.
- Environ 1 mois et demi de production à partir de la validation des intentions créatives
- Cession des droits pour exploitation sur les owned digitaux et réseaux sociaux de l'annonceur pendant 1 an



UNE PRÉSENCE DES MARQUES BRUT. SUR L'ENSEMBLE DES RÉSEAUX





Placement

Intégrez vos produits au cœur de nos contenus premium

france.tv
publicité *expérience*



Placement



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, ...

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.

EXEMPLE DE PROGRAMMES
ÉLIGIBLES À LA DOTATION



france.tv

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. 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.





ALLER UN CRAN PLUS LOIN DANS LA PRÉCISION

Pour délivrer une publicité plus pertinente

La précision du ciblage est plus que jamais essentielle pour les marques.

FranceTV Publicité fait donc de la data un axe de développement fort qui s'enrichit chaque année de solutions inédites.
Nous accompagnons les marques dans leurs stratégies de ciblage sur l'ensemble des leviers .

AUDIENCE

- nouveau
• France.tv Data p.53
- nouveau
• ConsoData p.54
- nouveau
• Data Onboarding p.55

- adressable.tv p.56
- GRP Data Enriching p.57

CONTEXTE

- Pack Digitaux p.58
- Sponso Affinity p.59





NOUVEAU

France.tv data

Maximisez vos performances auprès des consommateurs et prospects.

france.tv
publicité **data**

CONCEPT

Un large éventail de solutions de ciblage basées sur l'exploitation de **données riches, fiables et qualitatives** vous garantissant précision & performance sur l'ensemble de nos environnements **5 écrans (OTT, IPTV, TVS)** :

**Data
Géoloc**

Activez votre campagne selon vos zones géographiques :

Régions

Départements

Bassins de vie

Temps de trajet

Codes postaux

**Data
Socio-démo***

Maximisez votre performance sur cibles socio-démo :

Ages

Sexe

**Data
Qualif. foyer**

Affinez votre ciblage en activant des critères de qualification foyer :

CSP / Revenus

Composition foyer

Types d'habitat

Géolife

**Data
Météo**

Optimisez vos plans media en fonction de critères météorologiques :

Température

Nébulosité

Force du vent

Indice UV

NOUVEAU

Brouillard

Précipitation

Neige

Orage / Grêle

**Data
Attitudinale**

Adressez la bonne cible selon ses comportements & usages media :

Intérêts thématiques

Fans de programmes

PMG Conso TV

Moments de vie

**Data
Conso/acheteurs**

Maximisez votre performance en ciblant les profils conso/acheteurs :

Conso

NOUVEAU

Retail

NOUVEAU





NOUVEAU

ConsoData

La connaissance conso locale au service de votre efficacité

france.tv
publicité **data**

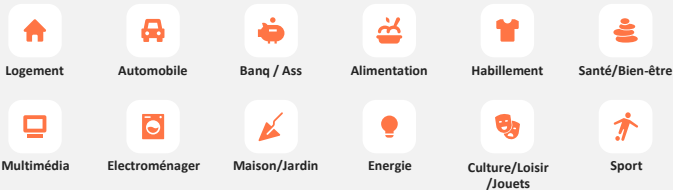


Ciblage ConsoData

CONCEPT

Un catalogue de segments riche et granulaire sur les **comportements Conso/Intérêts/Intentions d'achat**, activable sur nos environnements TV segmentée & Digital.

+300 segments conso disponibles sur 12 thématiques :



Une granularité Conso sur des items stratégiques :

Fréquentation/image enseignes, mode d'achat (on-off, drive...), mobilité, profil conso (bio, dépensier, économe...), profil media (Oui Pub, marques...)

Le+

Segments activables sur : **adressable•2•3•5 france.tv**

Étude ConsoInsight

CONCEPT

Un outil d'**accompagnement et d'insight** qui s'appuie sur une connaissance locale poussée des comportements de consommation.

Des réponses conso sur-mesure
périmètre allant du national à l'ultra-local :

sur un



Quelles sont les zones, villes, départements..., les + tactiques pour votre produit/marque ?



Quels sont les profils
de votre zone de chalandise ?



Quelles sont les forces et faiblesses de votre réseau (zones sous représentées / fréquentées, en déficit d'image...)?



Où renforcer
votre couverture (...)?



NOUVEAU

Data Onboarding

FranceTV Publicité vous accompagne dans vos objectifs de performance, à travers l'activation de cibles acheteurs 100% utiles

france-tv
publicité **data**

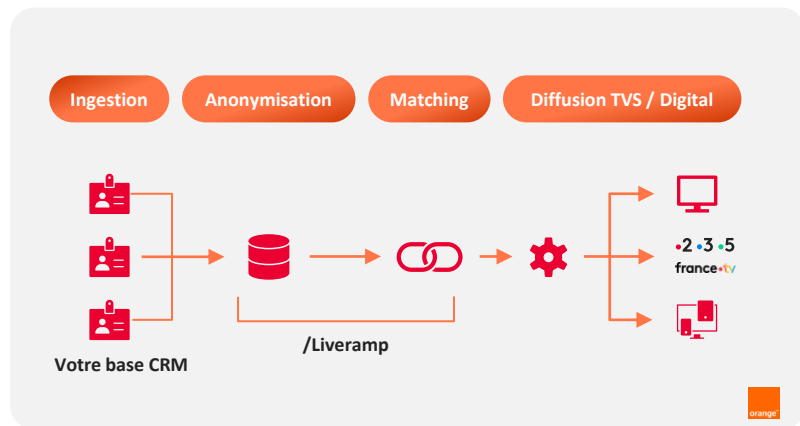
Data Onboarding



adressable.tvPartner

CONCEPT

Faites de la tactique TV-Digital, en calibrant votre adressage sur la base de vos data clients



adressable.tvRetail

CONCEPT

Adressez les acheteurs Carrefour, la plus grande base 1st party PGC d'Europe



2 types d'audience activables en TVS / Digital :

2 3 5 france-tv orange

Reach segments :

60 cibles retail

(base 14M d'encartés, 1M de transactions/an)



Custom segments :

Segments ad-hoc

selon vos besoins spécifiques

Mesure impact branding ou impact ventes sur demande



france•tv
publicité **data**

NOUVEAU

adressable.tv

Combinez puissance et précision de ciblage en TV
grâce à la TV segmentée

adressable.tv



CONCEPT

Des solutions de ciblages riches & exclusives

SOCLE
COMMUN

SOLUTIONS
FRANCETV PUB



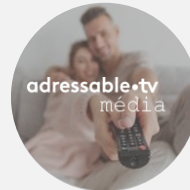
GÉOLOCALISATION

Région, Département, Métropole, code postal ou sur-mesure selon une zone de chalandise précise



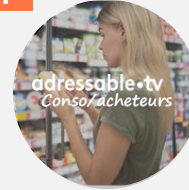
QUALIFICATION DU FOYER

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



USAGES TV

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



CONSO / ACHETEURS

Acheteurs Hygiène, parapharmacie, boissons, épicerie, puériculture [...]

TEMPS DE TRAJET

BASSINS DE VIE

MÉTÉO SENSIBLE

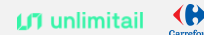
CIBLES PROGRAMME FTV

La maison des maternelles, Le mag' de la santé, Culture FranceTV, Silence ça pousse!, Un Si Grand Soleil, Chaîne TV France Info, Bulletin Météo

CIBLES EVENT

Roland-Garros, Tour de France, Rugby FranceTV, Jeux Olympiques, Festival de Cannes, Drag Race France

ACHETEURS



CONSO DATA

Intention d'achat, image de marque, mode d'achat (on-off, drive...), profils conso (bio, dépendier, économe...), profil media (appétent prospectus...)

Activable sur : **2 3 5 3** régions

Via la data des opérateurs :



Durées de spot : 15, 20 ou 30 secondes





france-tv
publicité **data**

GRP Data Enriching

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

GRP
Data Enriching



CONCEPT

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

DISPOSITIF

Le Data Enriching permet d'intégrer au médiaplan TV des cibles data créées à partir de comportements digitaux récents (sites visités, recherches effectuées,...) observés dans les usages du panel Internet Global de Médiamétrie. Et une mise à jour chaque mois.



6,3 M

Acheteur
E-commerce



10,7 M

Intentionnistes
voyages
vacances



5,8 M

Intentionnistes
achat auto



4,3 M

Intentionnistes
placements
financiers



11,7 M

Intentionnistes
assurances

CONDITIONS

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

EXEMPLE DE CREATION DE CIBLE :



Le Data Enriching permet d'intégrer les :

- Internautes ayant effectué des requêtes comportant les mots-clés suivants : achat véhicule, achat voiture, achat véhicule neuf, achat voiture neuve ...
- Internautes ayant visité les sous-domaines liés aux 30 constructeurs principaux : contact.bmw.fr, configurateur.seat.fr, ...
- Internautes ayant visité les url suivantes, sélection de sites mandataires automobiles et magazines auto pour les guides achat : autoplus.fr/prix-neuf, caradisiac.com/guide-achat-auto ...

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.



france-tv
publicité **data**

Pack Digitaal

Développer la proximité de votre marque dans un contexte choisi

Pack Digitaal



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...

Genre:

Femmes ou Hommes

Comportementale:

Bio attentifs, Made in France, Green Spirit....

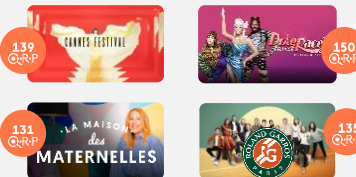
PACK CONTEXT

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

- Séries & Fictions
- Cinéma
- Info & Société
- Sports
- Voyage
- Art de vivre
- Musique
- Culture

PACK EVENT

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



PACK QUALITÉ

Ciblez les programmes de haute qualité via notre indice QRP avec une garantie supérieure à 150



Liste de programmes non exhaustive
liée à l'évolution des indices QRP

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 2024.





Sponso Affinity

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

france-tv
publicité **data**

Sponso
Affinity



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.



**PETITE ENFANCE AVEC
LA MAISON DES MATERNELLES**

131
QRP



**SANTÉ AVEC
LE PACK SANTÉ**

133
QRP



**JARDIN AVEC
SILENCE ÇA Pousse**

134
QRP



**VOYAGE AVEC
ECHAPPÉES BELLES**

134
QRP

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.)

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.

Le 
2024

Allez plus loin avec Amplify SponsoTV :
reciblez les exposés au programme
parrainé grâce à la TV segmentée pour
amplifier l'impact mémoriel et votre
affinité de marque.



ENRICHIR ET SIMPLIFIER

Pour améliorer l'achat et le pilotage de vos campagnes

Simplifier et automatiser vos achats sur nos plateformes est un enjeu majeur pour répondre aux attentes de productivité et de qualité de service.

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 – Hub Sport p.61

• Programmatique p.62





ADspace

La plateforme personnalisée d'achat d'espaces publicitaires en quelques clics de FranceTV Publicité

france-tv
publicité **plateforme**



CONCEPT

ADspace propose une offre unique sur le marché à travers l'achat 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).

Retrouvez l'ensemble des Offres Exclusives sur ADspace à la fréquence définie pour chacun des leviers (tous les mercredis pour la TV Classique, Le premier mercredi de chaque mois pour le Parrainage).

DISPOSITIFS

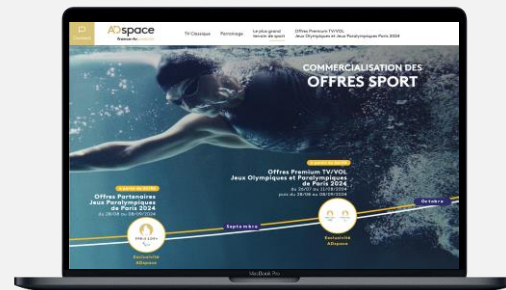
FranceTV Publicité poursuit sa dynamique de simplification et d'automatisation sur ADspace avec de nouvelles fonctionnalités pour vous faciliter l'achat d'espace :

- **Module parrainage de recommandation des offres** : Découvrez un module de recherches multicritères vous permettant de choisir et d'acheter les offres le plus affinitaire avec vos cibles et vos objectifs budgétaires.
- **Module parrainage de notifications des ouvertures des Offres Exclusives** : Soyez notifiés dès les ouvertures des offres dans ADspace des disponibilités de celles qui vous intéressent.
- **Module de pilotage des bilans financiers multi-leviers hors programmatique** : pilotez tous vos budgets sur tous les leviers (TV linéaire classique, TV segmentée, Parrainage, Digital hors programmatique) depuis la plateforme ADspace.

CONDITIONS

- Un seul abattement est appliqué écran par écran (non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV).
- Le prix varie par écran 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.

Le **+**
2024



Le Hub Sport,

ADspaces'enrichit avec un Hub dédié aux **inventaires sport** :

- Nouvel espace Le plus grand terrain de sport dès septembre 2023
- Nos plus grands événements disponibles à l'achat en TV, Digital et Parrainage
- Accès à l'achat des Offres Premium Sport en exclusivité

Offres Premium TV/VOL
Jeux Olympiques et Paralympiques
de Paris 2024



**Offres Événements
SPORT**

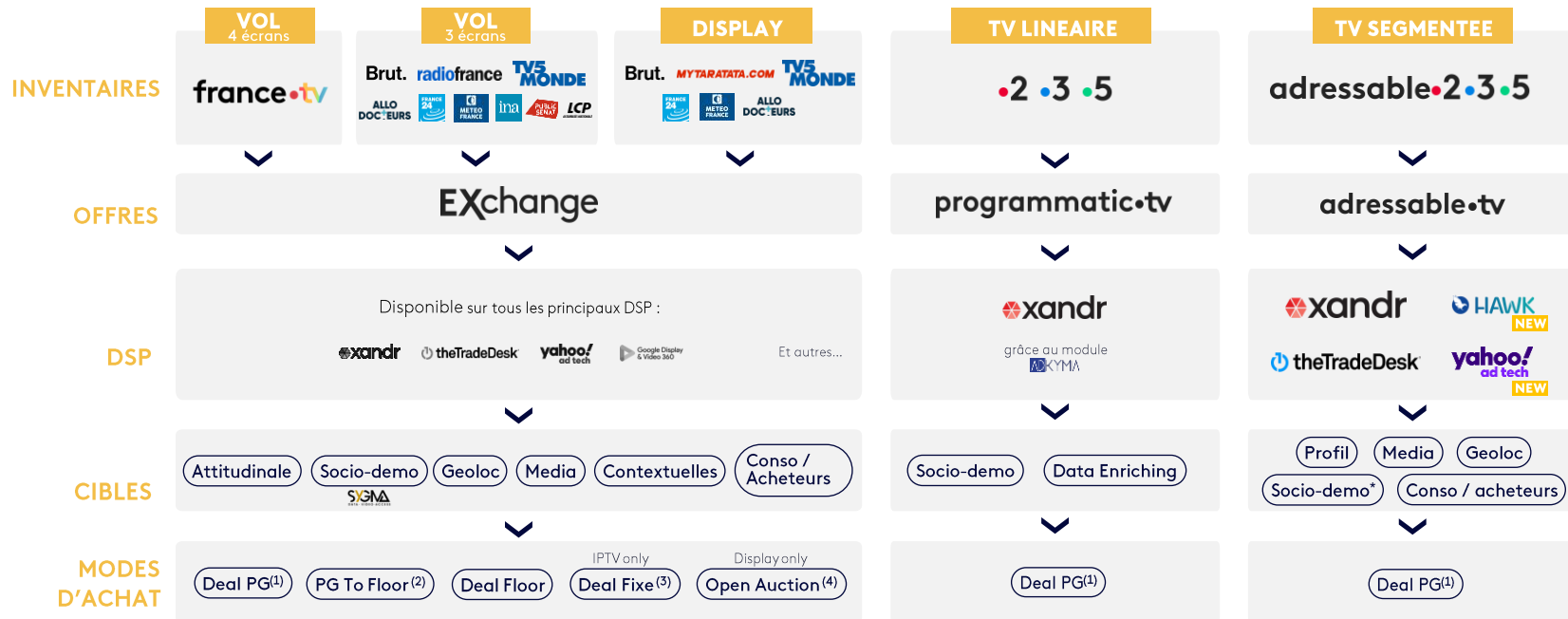




france.tv
publicité **plateforme**

Programmatisation

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



3

Conditions commerciales de la publicité



3

1

Conditions commerciales de la publicité

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

● Décomposition du CA 2024	65
● Terminologie	66
● Conditions tarifaires	68
● Taux CGV	73
● Informations et délais de programmation	76
● Les offres garanties	78



1

2

3

4

3.1 Publicité

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2024 de la publicité sur France Télévisions et les chaînes thématiques

C.A. INITIAL

Variations initial

(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
- Ecrin
- 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 secteur littéraire
- 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, Boomerang, Boomerang+1, Cartoonito, 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, Trace Vanilla, Trace Ayiti, Trace Caribbean, Trace Urban, TV5 Monde « FBS », Warner TV et Warner TV Next (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 77).

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. page 70).

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 page 73).

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 page 28. 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.

Écrin

+25% du Tarif Initial Corrigé de l'espace publicitaire de l'offre Écrin.

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

+20% 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.

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 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 d'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 2022 et 2023 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2022 et/ou 2023, 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 2024 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2024 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022 et 2023 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 01/01/2021 et le 31/12/2023. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 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 2023 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 2023 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.

3.1 Publicité

Conditions tarifaires

Publicité d'intérêt général

Bénéficient 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

Bénéficient 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

Bénéficient 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	À 2 semaines	Sans contrainte de programmation
< 5 M€	-67%	-72%	-82%
entre 5M€ et 7M€	-57%	-67%	-72%
> = 7 M€	-52%	-62%	-67%

Publicité secteur littéraire

Bénéficient d'un abattement sur le tarif de référence, selon le tableau ci-après, les campagnes visant à promouvoir un livre.

La qualification de campagne secteur littéraire est attribuée par FranceTV Publicité après étude du dossier. Cet abattement est non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV.

C.A Maison d'édition	TV classique	Éditeurs thématiques
Moins de 5M€ de CA	-72%	-82%
entre 5 et 50M€	-67%	-75%
Plus de 50M€	-62%	-67%

Publicité Après 20h

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

- Poids CA Net 2024 réalisé en publicité classique Après 20h supérieur ou égal à 50% ;
- CA Net 2024 publicité classique inférieur ou égal à 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 minoration tarifaire, ni du taux CGV et ne participent pas au calcul du taux CGV.

3.1 Publicité

Taux CGV

Le Taux CGV se compose de 6 dégressifs s'additionnant afin de déterminer le Taux CGV qui s'applique sur le Chiffre d'Affaires Net avant remise de l'espace TV classique des chaînes de France Télévisions et des chaînes thématiques.

Taux CGV	=	Dégressif volume	+	Dégressif périodes creuses	+	Dégressif France 3 Régions	+	Dégressif chaînes thématiques	+	Dégressif numérique	+	Dégressif Brut.Pub
----------	---	------------------	---	----------------------------	---	----------------------------	---	-------------------------------	---	---------------------	---	--------------------

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, les offres publiées en Net HT.

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

Les investissements Jeux Olympiques et Paralympiques ne participent pas au calcul du Taux CGV.

Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2024 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2024 - EN EUROS		DÉGRESSIF VOLUME
ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION)		
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%
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 2024 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 1er au 18 août) sur les chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET PÉRIODES CREUSES 2024 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 %
2 250 000 et au-delà	-4,30 %

Dégressif France 3 Régions

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2024 sur France 3 Régions – hors investissement en Écrans Local Prime – bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2024 SUR FRANCE 3 RÉGIONS (HORS ÉCRANS LOCAL PRIME) INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2024 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 %
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 2024 sur les chaînes thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2024 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2024 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 %
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 2024 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET NUMÉRIQUE* 2024 VS CA NET CLASSIQUE 2024 + CA NET NUMÉRIQUE* 2024 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 %
20,00 % et au-delà	-3,80 %

* Hors CA Net numérique issu du parrainage

Dégressif Brut.Pub

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net d'un montant supérieur ou égal à 50 000 € Net sur l'offre Brut.Pub en 2024 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2024 OFFRE BRUT.PUB EN EUROS	DÉGRESSIF BRUT.PUB
De 0 à 49 999	0,00 %
De 50 000 à 99 999	-0,50 %
De 100 000 à 149 999	-1,00 %
150 000 et au-delà	-2,00 %

3.1 Publicité

Informations et délais de programmation

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

PÉRIODES DE DIFFUSION	PUBLICATION DES TARIFS	OUVERTURES DE PLANNING	
		OUVERTURE	RETOUR
01 Janvier – 03 Mars 2024	17/10/23	10/11/23	27/11/23
04 Mars – 05 Mai 2024	05/12/23	12/01/24	29/01/24
06 Mai – 18 Août 2024	13/02/24	15/03/24	02/04/24
19 Août – 03 Novembre 2024	07/05/24	07/06/24	24/06/24
04 Novembre – 31 Décembre 2024	25/06/24	06/09/24	23/09/24

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 2024 par format

SECONDES	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
INDICE	29	35	40	44	49	54	57	59	62	65	70	74	77	81	
SECONDES	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
INDICE	82	87	89	90	93	94	94	95	96	97	98	98	99	99	100
SECONDES	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
INDICE	121	125	131	140	145	150	155	160	167	173	178	183	187	191	196
SECONDES	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
INDICE	200	203	207	210	221	225	227	232	240	248	251	256	264	273	279

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

3.1 Publicité

Offres Garanty et Garanty +

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 LâV : 19.10 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



3.1 Publicité

Offres Garanty et Garanty +

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

*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 08/12/2023. Les produits Garanty+ sont programmables dès les 1ères ouvertures de planning du 10/11/2023.

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.

3.1 Publicité

Offres Garanty et Garanty +

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	9	10
Du	Lundi 1 ^{er} janvier 2024	Lundi 4 mars 2024	Lundi 8 avril 2024	Lundi 13 mai 2024	Lundi 20 mai 2024	Lundi 8 juillet 2024	Lundi 22 juillet 2024	Lundi 19 août 2024	Lundi 26 août 2024	Lundi 21 oct. 2024
Au	Dimanche 3 mars 2024	Dimanche 7 avril 2024	Dimanche 12 mai 2024	Dimanche 19 mai 2024	Dimanche 7 juillet 2024	Dimanche 21 juillet 2024	Dimanche 18 août 2024	Dimanche 25 août 2024	Dimanche 20 oct. 2024	Dimanche 22 déc. 2024
GARANTY	90	110	105	135	142	90	100	145	155	130

INDICES PAR DAY PART & PAR CIBLE EN 2024

	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

3.1 Publicité

Offres Garanty Thématik

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

CONDITIONS

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

Les achats de packs Garanty 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 Garanty Thématik sont programmés en fonction des disponibilités du planning. Les investissements réalisés dans le cadre des packs Garanty Thématik ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de FranceTV Publicité. Tout engagement sur les chaînes jeunesse entre septembre et décembre sera intégralement dû en cas de rupture d'accord. Toute campagne jeunesse programmée de septembre à décembre sera intégralement due en cas d'annulation.

FranceTV Publicité se réserve le droit :

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



WOMEN



PREMIUM



En option pour les annonceurs éligibles

PUBLIC
SENAT

LCP
ASSEMBLÉE NATIONALE



MILLENNIALS



KIDS



3

2

Conditions commerciales du parrainage

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

● Décomposition du CA 2024	83
● Terminologie	84
● Conditions tarifaires	85
● Taux CGV	87



3.2 Parrainage

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2024 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 Hors Périodes Creuses
- Priorité Planning Soreach
- Exclusivité Sectorielle
- Emplacement Préférentiel

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Saisonnalité Périodes Creuses
- 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, France 5 et Franceinfo.

CHAÎNES THÉMATIQUES

Les chaînes thématiques regroupent 13ème Rue, Boomerang, Boomerang+1, Cartoonito, 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, TV5 Monde « FBS », Warner TV et Warner TV Next (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 38.

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

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

Multi-annonceurs

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

Saisonnalité Hors périodes creuses

+10% pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions durant les périodes mars-juin et 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 entraînera la facturation intégrale du dispositif réservé ainsi libéré.

Exclusivité sectorielle

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

Emplacement préférentiel

FranceTV Publicité garde la maîtrise de 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.
+20% 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 2022 et 2023 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2024 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022 et 2023 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Saisonnalité périodes creuses

-10% pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions en janvier-février et juillet-août.
(hors offres Télématin, Météo avant 20h, Météo climat après 20h, Météo week-end, Sponsomuly Météos et Sponsomuly Sport pour la période juillet-août)

Remise couplage

Bénéficie 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 minoration tarifaire, 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.

Les investissements Jeux Olympiques et Paralympiques ne participent pas au calcul du taux CGV.

Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2024 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2024 - 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%
10 000 000 et au-delà		-18,00%

3

3

Conditions commerciales du numérique

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024

● Décomposition du CA 2024	89
● Terminologie	90
● Conditions tarifaires	92
● Taux CGV	94
● Informations	95



3.3 Numérique

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2024 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, allodocteurs.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.eurovisionssports.tv.

NUMÉRIQUE

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, TV connectée (Smart TV), IPTV et tous modes de diffusion numériques non linéaires.

Coût Pour Mille (CPM) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le numérique ramené à une base de mille (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.

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.

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 95.

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

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

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 ladite période, (nous consulter pour plus d'informations).

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

+20% 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 -5% sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité en 2022 et 2023 (hors dotation).

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2024 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022 et 2023 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 -7% sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué (en gré à gré) sur le numérique commercialisé par FranceTV Publicité en 2022 et 2023. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2024 ne sera pas considéré comme nouveau partenaire numérique. Un annonceur qui communique en 2024 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022 et 2023 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.

Les investissements Jeux Olympiques et Paralympiques ne participent pas au calcul du taux CGV.

Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de C.A. Net numérique (adressable.tv inclus) en 2024 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2024 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION)		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 %
150 000 et au-delà		-40 %

3.3 Numérique

Informations

Les indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo pour 2024 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 ou d'agence 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 doit être adressée au service de l'Administration Des Ventes de France Télévisions Publicité, 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément – 92641 Boulogne-Billancourt Cedex, avant le 1^{er} janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs (ou d'agences) 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 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 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 signatures et certificats 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

francetvpub.fr



france•tv
publicité