

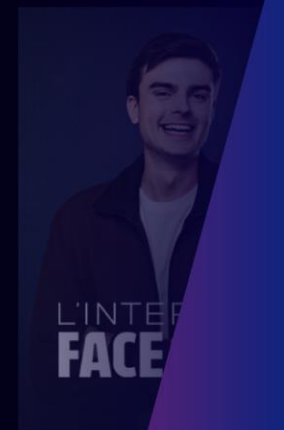
# Conditions Commerciales

2025

## Voyons grand pour valoriser vos marques

Publicité,  
Parrainage,  
et Numérique

Version consolidée au 06/06/2025



francetvpub.fr



# Édito

Marianne Siproudis

Directrice Générale de FranceTV Publicité



## Voyons grand pour valoriser vos marques !

Cet été France Télévisions a vu grand ! 95 % de la population française, près de 40 % de part d'audience et plus de 46 millions de visiteurs uniques grâce aux JOP. Cette dynamique exceptionnelle nous donne des ailes pour continuer à vous accompagner en innovant et en développant de nouveaux services.

Toutes les offres que nous vous proposons cette année ont été pensées et conçues dans cet objectif : **voir grand pour valoriser vos marques**. C'est le sens de notre plan stratégique 2025 - 2027 qui se décline en quatre priorités :

- **Offrir la plus grande efficacité possible à vos campagnes.** Aboutissement de tous nos travaux sur la couverture utile - depuis le Quality Rating Point jusqu'à notre recherche inédite sur l'Attention - nous avons développé des solutions uniques alliant Total Vidéo et Contexte Premium. Elles répondent à l'hybridation et à la fragmentation des usages en jouant sur les complémentarités des supports et la qualité du lien avec tous les publics. Nous innovons dans l'optimisation des campagnes TOTAL VIDEO en lançant ADSPACE IA une solution inédite de recommandation et d'achat automatisée et personnalisée.

- **Déployer les indicateurs de l'attention dans nos outils et ceux des agences.** C'est ici le point d'orgue de notre démonstration de l'efficacité de la mesure de l'attention dans cette approche de l'optimisation du TOTAL VIDEO.

- **Accélérer sur la DATA pour générer plus de valeur.** Parce que nous voulons vous permettre de vous adresser à tous mais aussi à chacun, nous avons poursuivi nos alliances stratégiques avec des partenaires data et nous nous dotons d'une DATA Clean Room. En miroir de france.tv, 1<sup>ère</sup> plateforme gratuite de vidéos à la demande, vos campagnes peuvent ainsi toucher vos publics là où ils se rassemblent mais aussi au travers de leurs particularités et de leurs centres d'intérêt.

- **Raconter ensemble nos plus belles histoires.** Chez France Télévisions, le média de l'évènement et des grands moments de la Nation, on a l'habitude de faire partie de l'Histoire. Et FranceTV Publicité, vous invite à vous inscrire dans cette dynamique. Désormais, nous allons plus loin en vous accompagnant dans l'écriture de vos propres histoires. Nous créons un pôle d'expertise brand content et nous associons à des producteurs engagés pour faire de vos atouts des récits désirables et durables.

Il y a quelques jours, vous nous avez élus « Régie de l'Année 2024 » pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive. C'est avec une immense gratitude et beaucoup d'émotions que nous avons reçu ce prix. Surtout, il nous propulse vers les trois prochaines années à vos côtés, pour de belles et grandes aventures afin de transformer ensemble la publicité vers un futur désirable !

france•tvpublicité  
—  
**Sommaire**



1

## Ecosystème

Editorial et publicitaire

2

## Stratégie

Nos axes prioritaires

3

## Offre publicitaire

Segmentation, offres et nouveautés

4

## Conditions commerciales

TV classique, digital et parrainage



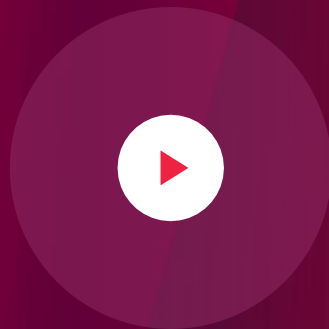
# Ecosystème

Editorial et Publicitaire



france.tv

Le premier média  
des Français



79%

DES FRANÇAIS REGARDENT CHAQUE  
SEMAINE LES PROGRAMMES  
DE FRANCE TÉLÉVISIONS

Source : Médiamat National Quotidien / Médiamétrie (Groupe FTV hors F4 – couverture hebdomadaire  
moyennée janvier à août 2024)

30%

DE PART  
D'AUDIENCE  
EN TV

Source : Médiamat National Quotidien / 4 ans et +

34,7M

DE VIDÉONAUTES  
UNIQUES CHAQUE  
MOIS SUR FRANCE.TV

Source : Médiamat National Quotidien / Médiamétrie  
(france.tv VAD) / 4 ans et +

france.tv

# La télévision de tous les possibles



## Rassembler

les Français autour de  
contenus fédérateurs



## Engager

une réflexion sur la société  
contemporaine



## Emerveiller

et divertir tous les publics



## Comprendre

le monde qui nous entoure

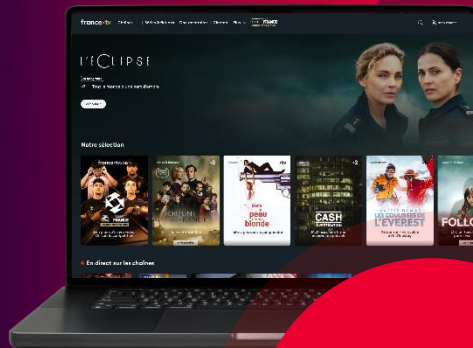


## Explorer

les nouveaux territoires  
d'expression

france.tv

## D'une plateforme de préférence à une plateforme de référence



**55%**

DE COUVERTURE  
MENSUELLE <sup>(1)</sup>

### Une expérience **PLUS PERSONNALISÉE**

Aller encore plus loin dans les usages de consommation vidéo

- Éditorialisation
- Log unique
- Espace perso enrichi
- + de fonctionnalités

### Un média **PLUS CONVERSATIONNEL**

Proposer des espaces d'échanges pour plus de résonance

- Influence
- Live chat
- Réseaux sociaux
- Contribution users

### Une plateforme **ENRICHIE ET MULTIFORMATS**

Embarquer tous les usages et démultiplier la consommation

- Vidéo
- Articles
- Data
- Podcasts
- Gaming

L'intensité publicitaire  
**LA PLUS FAIBLE DU MARCHÉ**

**- DE  
3MIN**  
DE PUBLICITÉ/  
HEURE <sup>(2)</sup>

(1) Médiamétrie / Médiamat (avec France 4) Couverture mensuelle moyennée de janvier à août 2024 – base ensemble des Français 4+, toutes localisations (domicile et hors domicile) et 4 écrans  
(2) Hors Billboards (avec Billboards 3min09) sur la base des inventaires éligibles à la publicité.



## Un ancrage territorial unique

FranceTV Publicité s'implique afin de promouvoir la relocalisation des investissements publicitaires et accompagne les acteurs locaux et nationaux dans le développement de leurs stratégies locales avec :

### Une offre éditoriale RÉGIONALE RENOUVELÉE

Une offre d'information pour que chaque Française et chaque Français puisse désormais suivre toute l'actualité par le prisme de son territoire grâce à l'alliance de France Bleu et France 3 régions.

•3 régions **france bleu**



### Des équipes DE PROXIMITÉ

FranceTV Publicité accompagne les annonceurs locaux dans la mise en place de leurs stratégies publicitaires grâce à un service de conseil personnalisé assuré par une force commerciale disponible sur l'ensemble du territoire avec 7 directions régionales présentes dans 9 villes stratégiques pour un total de 23 commerciaux.

### Des solutions ADAPTÉES

Nous proposons des solutions concrètes et accessibles à tous pour valoriser les initiatives locales.

**adressable•tv**



**adressable•tv**  
Réseaux

france.tv publicité

## Un écosystème complémentaire

france.tv  
•2 •3 •4 •5  
franceinfo:

TV5 MONDE LCP ASSEMBLÉE NATIONALE PUBLIC SENAT  
FRANCE 24 la chaîne météo METEO FRANCE  
radiofrance Brut. LE FIGARO TV

ACTUALITÉ

WB TV 13 RUE WB TV TCM CINÉMA WB TV next SYFY

CINÉMA & SÉRIES

CN CARTOONITO  
BOOMERANG •4 Disney Jr.  
DREAMWORKS DISNEY CHANNEL

JEUNESSE

MGGTV  
SPORT EN FRANCE france.tv sport

SPORT

•5 NATIONAL GEOGRAPHIC WILD  
NATIONAL GEOGRAPHIC

DECOUVERTE

m MUSEUM TV >> culturebox  
•4 ina  
MYTARATATA.COM

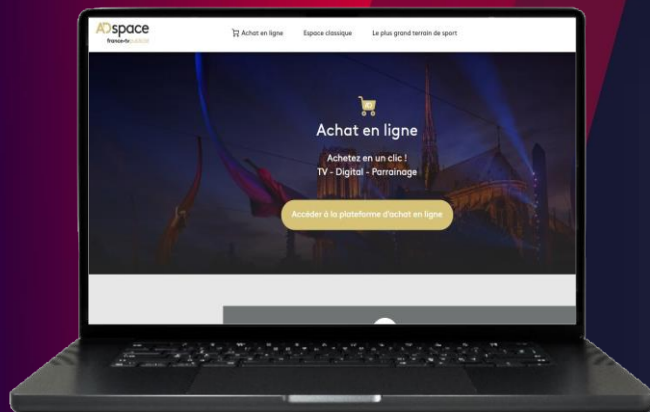
CULTURE

E Melody Vintage forever  
TRACE URBAN TRACE LATINA

DIVERTISSEMENT

MATERNELLES my zen TV  
ALLO DOCTEURS

SANTÉ & BIEN-ÊTRE



## ADspace, enrichir et simplifier l'expérience

Faciliter l'achat et le pilotage de vos campagnes grâce à de nouvelles fonctionnalités.

### OFFRES

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, le digital.

**Retrouvez l'ensemble des Offres Exclusives sur ADspace** à la fréquence définie pour chacun des leviers.

**Bénéficiez d'un module parrainage de recommandation des offres.**

### HUBSPORT

ADspace s'est enrichi d'un espace qui donne un accès exclusif à la réservation de nos événements sportifs les plus premium.

En 2024 le Hubsport a proposé une nouvelle expérience autour des JO avec la mise à disposition de bilans quotidiens sur l'ensemble des leviers.

Demain ce HUB sera le relais exclusif de nos offres Total Vidéo Premium Sport.

### RECOMMANDATION

ADspace continue d'innover pour vous accompagner dans l'optimisation de vos campagnes Total Vidéo.

**ADspace IA est la nouvelle solution inédite de recommandation et d'achat, automatisée et personnalisée**, alliant puissance, précision et facilité d'activation.

# 2

## Stratégie

Nos axes prioritaires



france.tv publicité

## NOS AXES PRIORITAIRES

# Voyons grand pour valoriser vos marques



### Optimiser

la couverture attentive  
publicitaire en Total Vidéo



### Générer

plus de valeur grâce à la Data



### Créer

des histoires mémorables  
et durables



### Encourager

une publicité accessible et  
engagée

france.tv publicité

## OPTIMISER

la couverture  
attentive  
publicitaire

## TOTAL VIDÉO PREMIUM

Nos offres contextuelles de reach



•2 •3 •5 france.tv



Brut.  
Pub

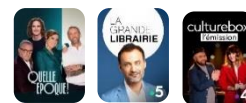
### UN ACCÈS PRIORITAIRE AU MEILLEUR DE NOS CONTENUS

- Optimiser l'attention publicitaire TV/BVOD
- Achat au CPM net base 15+
- Commercialisation exclusive et prioritaire sur ADspace

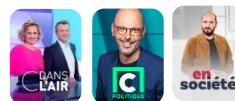
#### SPORT



#### CULTURE



#### ACTUALITÉ



#### MÉTÉO



france•tvpublicité

## GÉNÉRER

plus de valeur  
grâce à la  
Data

## GAGNER EN PERFORMANCE ET SIMPLICITÉ

En mettant l'innovation au cœur de la stratégie

### DÉPLOYER



l'accessibilité  
de nos données  
et la valeur de nos  
partenariats data

### ENRICHIR



pour monter en puissance  
sur la performance à  
travers une offre commune  
Retail Media

### INNOVER



pour vous accompagner  
dans l'optimisation  
de vos campagnes  
Total Vidéo

france•tvpublicité

—  
**CRÉER**

des histoires  
mémorables  
et durables

## UN PÔLE D'EXPERTISE BRAND CONTENT

Dédié pour raconter vos histoires et valoriser vos actions  
au service du bien commun

**Le lab**  
france•tvpublicité

### UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE POUR ACCOMPAGNER VOS MARQUES DANS LA MISE EN RÉCIT DE LEURS ENGAGEMENTS

Des projets narratifs  
engagés et citoyens

BIEN COMMUN

CULTURE

SPORT

Des nouvelles écritures  
pour engager  
les jeunes publics



france•tvpublicité

## ENCOURAGER

une  
publicité  
engagée et  
accessible

## DONNER DE LA VISIBILITÉ

Et favoriser les démarches responsables

### VALORISER LES LABELS



NUTRI-SCORE



Mettre en lumière  
des labels avec la création  
de jingles thématiques  
pour les produits  
les plus respectueux  
de l'environnement

### S'ENGAGER POUR DES CAUSES



Téléthon



Soutenir des associations  
via l'ouverture d'écrans  
caritatifs en après 20H  
et le reversement  
des recettes publicitaires

### RENDRE LA PUBLICITÉ ACCESSIBLE À TOUS



En partenariat avec  
**france•tvaccess**

Favoriser l'inclusion  
avec la création  
d'un nouveau service  
de sous-titrage des  
campagnes publicitaires en  
Total Vidéo

# 3

## Offre Publicitaire

Segmentation, offres et nouveautés



france.tvpublicité

Une publicité  
**utile et  
efficace** pour  
répondre aux  
enjeux de vos  
marques

## La nouveauté 2025

- Total Vidéo Premium Contexte

### PERFORMANCE

S'engager dans la performance de vos campagnes et les faire évoluer dans une approche total vidéo.



### DATA

Capitaliser sur la Data pour générer plus de valeur et aller plus loin dans la précision.

## La nouveauté 2025

- Data Clean Room

## La nouveauté 2025

- Vidéo Exclusive
- Twitch Experience

### EXPÉRIENCE

Continuer à se réinventer et investir les nouvelles plateformes pour proposer des expériences inédites.



### SPORT

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



## La nouveauté 2025

- Total Vidéo Premium Sport

france.tvpublicité

## PERFORMANCE

S'ENGAGER DANS LA PERFORMANCE  
DE VOS CAMPAGNES

et les faire évoluer dans une  
approche Total Vidéo Premium



### REACH

|                              |         |      |
|------------------------------|---------|------|
| Total Vidéo Premium Contexte | NOUVEAU | p.20 |
| Adressable.tv Amplify        |         | p.21 |
| Lancement                    |         | p.22 |
| Soreach                      |         | p.23 |
| HomePrime                    |         | p.24 |
| Régions Impact               |         | p.25 |

### ROI

|                        |      |
|------------------------|------|
| Performance Partenaire | p.26 |
| Display Performance    | p.27 |

### GARANTIE

|            |      |
|------------|------|
| Easy Pack  | p.28 |
| Sponsoring | p.29 |

NOUVEAU

**Total Vidéo Premium**

Contexte

**PERFORMANCE**

Communiquez dans des contextes premiums et sur l'ensemble des leviers pour une couverture publicitaire attentive maximisée

Le **2025**

Mise en vente exclusive de ces offres sur la plateforme ADspace



## CONCEPT

Réservez un package contextuel clé en main intégrant des écrans de TV classique, du parrainage et de la vidéo digitale vous permettant de toucher tous les publics pour une couverture publicitaire attentive optimisée.

## DISPOSITIFS

Trois offres proposant trois contextes premium exclusifs à France Télévisions :

### ACTUALITÉ



#### Digital vidéo

- France.tv et Youtube

#### Social

- Brut. Pub

#### Parrainage

- C dans l'air et C ce soir
- En société et C politique

#### Ecrans classiques

- Télématin
- JT 13 heures et ICI 12/13
- TV5 Monde

### CULTURE



#### Ecrans classiques

- C à vous

#### Digital vidéo

- France.tv
- Youtube

#### Parrainage

- Quelle époque
- Basique
- La grande librairie
- Culturebox

### MÉTÉO CLIMAT



#### Ecrans classiques

- Météo avant JT 13 heures

#### Interstitiel vidéo

- Application Météo-France

#### Parrainage

- Météo climat france 2
- Météo climat france 3
- Météo climat franceinfo

## CONDITIONS

Dispositifs éligibles à l'ensemble des annonceurs sous réserve de l'accord des antennes pour le volet parrainage.

Dispositif global commercialisé au CPM net base 15 ans et + (non garanti).



# adressable.tv Amplify

## PERFORMANCE

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



## 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

Maximisez 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 TV<sup>1</sup>



- Possibilité de travailler le reach incrémental (non exposés) ou la répétition utile (faiblement exposés : < à 3 contacts)
- Ajout du Replay CTV
- Pack hybride TV + Amplify pour plus d'agilité

### adressable.tv AMPLIFY SPONSO TV

Boostez 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.



- Possibilité de travailler le reach incrémental (non exposés) ou la répétition utile (faiblement exposés : < 3 à contacts) de vos campagnes sponso TV.

## CONDITIONS

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

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

# Lancement

## PERFORMANCE

Événementialisez vos prises de parole avec nos offres Lancement

### + Retour d'expérience

Accompagner notre client pour le lancement d'un nouveau service par l'activation de l'offre Lancement Reach sur la plateforme

#### Résultats étude efficacité :

Intérêt pour la publicité **+12 pts**  
vs benchmark

Image de marque **+17 pts**  
vs benchmark

## CONCEPT

FranceTV Publicité vous accompagne pour maximiser vos prises de parole lors du lancement d'une nouvelle copie publicitaire ou d'un nouveau produit/service.

Notre enjeu commun, faire résonner votre lancement au sein d'un média de qualité, brand-safe et premium de France Télévisions.

## DISPOSITIFS

### SOCLE COMMUN TV & DIGITAL

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

**•2.3.5** france•tv

Votre spot en dernière position de nos écrans les plus puissants sur journée dédiée

Votre pre-roll diffusé en first in view sur l'ensemble des devices pour toucher tous nos vidéonautes sur une journée



### BOOSTEZ VOTRE LANCEMENT

Intégrez des dispositifs complémentaires pour une couverture maximale sur l'ensemble de nos environnements

Exemples de dispositif au choix:



Renforcez votre présence sur le site N°1 de la consultation météo

Cover•look

Mettez en valeur votre spot pour une immersion complète dans votre univers sur **france•tv**

cover•Break

Brut.Pub

Amplifiez votre lancement sur l'ensemble des plateformes sociales

## CONDITIONS

Sont concernés par les présentes l'espace publicitaire sur l'environnement linéaire, 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 2025.

# Soreach

## PERFORMANCE

Boostez le reach de vos campagnes



## 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.

## DISPOSITIFS

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

**NOUVEAU**



 **Soreach Prime** **•2.3.5**  
france.tv

- +/- 28 présences en 12"
- **1 place / semaine**
- Dispositif digital HomePrime
- Disponible sur ADspace

**NOUVEAU**



 **Soreach Peak** **•2.3.5**  
france.tv

- +/- 26 présences en 12"
- 2 places / semaine
- Dispositif digital HomePrime
- Disponible sur ADspace



 **Soreach Kids** **•3.4.5**



- +/- 110 présences en 12" et 6"<sup>(1)</sup>
- 2 places/semaine
- Dispositif thématique
- Disponible sur ADspace

## 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.

Par dérogation aux Conditions Générales de Ventes du Parrainage 2025 de France Télévisions Publicité, le prix du suivi de production et des frais de mise à l'antenne des billboards est forfaitaire et s'élève à mille-cinq-cents euros hors taxes (1500€ HT) pour une semaine de présence, puis cinq-cents euros hors taxes (500€ HT) par semaine supplémentaire, dans la limite d'une version image pour l'ensemble du dispositif.

Pour chaque version image supplémentaire, un montant complémentaire de sept-cent-cinquante euros hors taxes (750€ HT) par version image sera demandé à l'Acheteur.

1. Le nombre de présences du Soreach kids varie en fonction de la période demandée

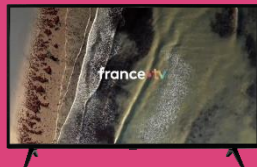
# Home Prime

## PERFORMANCE

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

### HOME PRIME

Renforcer la puissance et l'impact de vos plans tv en prime time



## CONCEPT

Une présence en prime time (après 20h) en replay CTV sur l'écran de TV principal du foyer.

Votre présence est assurée dans un contexte de diffusion particulièrement premium et captif (74% des vidéos vues(1) en replay CTV france.tv sont des séries-fictions).

## DISPOSITIFS

- Un dispositif 100 % visible, 100 % brandsafe
- Taux de complétion moyen à 98% en CTV
- 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

### Exemples de programmes les plus puissants en prime



# Régions Impact

## PERFORMANCE

Communiquez sur votre territoire avec notre offre 5 écrans

## CONCEPT

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

## DISPOSITIFS

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<sup>(2)</sup>.

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 2025.

1. TV : 1 exposition = 1 contact / Digital : 1 exposition = 1 contact / TV segmentée : 1 exposition = 1 contact

2. En cas d'encombrements sur nos écrans et pour assurer la bonne diffusion de votre campagne, nous pouvons être amenés à prolonger celle-ci d'une semaine  
 Frais de production à votre charge via notre prestataire.

# Performance Partenaire

## PERFORMANCE

Choisissez la solution performance la plus adaptée à vos besoins



## 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.

## DISPOSITIFS

### R.O.I. Partenaire

#### Engagement

Un ROI de 10% supérieur à celui généré par la moyenne des autres chaînes hertziennes présentes dans les plans

#### Incentive

Bénéfice de 10% sur le rajout budgétaire si l'objectif n'est pas atteint

#### Conditions

Engagement supplémentaire 500K€ net vs n-1

### DTW Partenaire

#### Engagement

Des visites sur site avec un mode d'achat au CPV

#### Incentive

Déclenchement de gracieux si le CPV n'est pas atteint dans la limite d'un taux socle maximum

#### Conditions

Non présent en n-1 avec un minimum d'investissement de 100K€

### Business Partenaire

#### Engagement

La surperformance sur un KPI Business défini (CA, Volume, Visites, Appels, ...)

#### Incentive

Définie en amont sur la base du KPI Business sélectionné

#### Conditions

Investissement 300K€ min. Hors campagnes branding, institutionnel. Incentive non incluse

### Branding Partenaire

#### Engagement

Un gain d'item d'image TV +15% // Sponsoring +20%

#### Incentive

Définie en amont sur la base des KPI d'images et d'intention sélectionnés

#### Conditions

Investissement 250K€ min en parrainage et 300K€ en classique. Incentive non incluse

## CONDITIONS

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

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



# Display performance

## PERFORMANCE

Maîtrisez votre budget et vos performances sur Météo-France



### En quelques chiffres

11,8M

de visiteurs uniques en moyenne/mois

### LE SITE LEADER

de la consultation Météo

132 affinité CSP+

115 affinité Actifs



## CONCEPT

Fort de son partenariat renforcé avec Météo-France et de l'intégration des inventaires display de l'app Météo-France depuis janvier 2024.

FranceTV Publicité vous propose d'engager les utilisateurs via les formats premium 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 offre garantie au clic.

## DISPOSITIFS

● Votre marque présente **autour de nos formats premium** disponibles dès l'arrivée de l'utilisateur

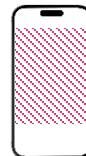
**Home page de Météo-France** via le format Habillage de page web (PC & Tablette)

**Ouverture de l'application** via le format Interstitiel (Apps)

FORMATS DISPONIBLES



Habillage Home Page



Interstitiel mobile

● Ne payez que pour les clics générés sur vos formats avec une garantie au CPC définie en amont avec vos contacts commerciaux

## 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 2025.

## Easy Pack

### PERFORMANCE

Votre marque pour la première fois en télévision



## CONCEPT

FranceTV Publicité vous accompagne dans vos premiers pas en TV avec un dispositif clé en main simple, efficace et accessible. Associez-vous aux programmes les plus plébiscités de France Télévisions et des chaînes thématiques autour de campagnes de 2 à 3 semaines.

**Nouveauté des CGV 2025**, création de nouveaux plans médias avec l'intégration des cibles comportementales (intentionnistes voyages, habitués Ciné, pratiquants de sport) afin de répondre à vos problématiques de ciblage.

## DISPOSITIFS

Sortie de deux nouvelles offres autour des cibles comportementales

### HABITUÉS CINÉ



NOUVEAU

SOUTENEZ LA SORTIE DE VOS FILMS AUPRÈS DES HABITUÉS CINÉ

### PRATIQUANTS DE SPORT



NOUVEAU

COMMUNIQUEZ AUPRÈS DES DIFFÉRENTS PRATIQUANTS DE SPORT

### LECTEURS



NOUVEAU

CIBLEZ LES ACHETEURS & LECTEURS

### CONTEXTE



SÉLECTIONNEZ VOS CONTEXTES DE DIFFUSION

### PREMIUM



PROFITEZ D'UNE MARQUE MÉDIA RÉFÉRENTE

LA MAISON des MATERNELLES **télématin**



# Sponsoring

## PERFORMANCE

Associez-vous à nos plus beaux programmes pour toucher du plus grand nombre aux plus affinitaires



## CONCEPT

Avec nos gammes Sponso Power et Sponso Affinity, 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.

## DISPOSITIFS

Des espaces de parrainage sur une (des) chaîne(s) de France Télévisions, sur une (des) chaîne(s) thématique(s), des espaces publicitaires et de parrainage numérique (display, billboard, vidéo, etc.) et des dispositifs créatifs et innovants proposés par Le Lab dans les Sponso Event.



Des programmes affinitaires :

- La maison des maternelles
- Echappées belles
- Le magazine de la santé
- Silence ça pousse
- Cuisine ouverte



Des programmes puissants :

- Séries de prime
- Météo climat
- Télématin
- Cinéma
- N'oubliez pas les paroles

## CONDITIONS

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



france•tvpublicité

## EXPÉRIENCE

PROPOSER DES EXPÉRIENCES  
INÉDITES

pour capter de nouveaux publics



### FORMAT

|                 |         |      |
|-----------------|---------|------|
| Vidéo Exclusive | NOUVEAU | p.31 |
| Gamme TOP       |         | p.32 |
| Ecrans Ecrins   | NOUVEAU | p.33 |
| Placement       |         | p.36 |
| Dotation        |         | p.37 |
| Short Amplify   |         | p.38 |

### CREATION

|                 |         |      |
|-----------------|---------|------|
| L'interview     | NOUVEAU | p.39 |
| Programme Court |         | p.40 |
| Studio.vidéo    |         | p.41 |
| Studio Cover    |         | p.42 |
| Goodvertising   |         | p.43 |

### SOCIAL

|                   |         |      |
|-------------------|---------|------|
| Brut.             |         | p.44 |
| Twitch Experience | NOUVEAU | p.45 |

NOUVEAU

# Vidéo Exclusive

## EXPÉRIENCE

Maximisez la présence de votre marque dans un écran vidéo pour répondre à vos enjeux de notoriété

UNE INTENSITÉ PUBLICITAIRE

- DE 3MIN DE PUBLICITÉ/HEURE<sup>(2)</sup>

LA PLUS FAIBLE DU MARCHÉ BVOD/HVOD

## CONCEPT

FranceTV Publicité continue d'accompagner les marques vers une **expérience publicitaire maîtrisée** en lien avec les **nouveaux usages des vidéonautes**. A travers son dispositif « **Vidéo Exclusive** », FranceTV Publicité propose aux marques une **présence inédite en mono pré-roll<sup>(1)</sup>** sur l'ensemble de la plateforme france.tv. Ce format permet une meilleure émergence à l'**annonceur en sanctuarisant le tunnel pré roll pour une expérience de qualité**.

## DISPOSITIF



Format Préroll Exclusif<sup>1</sup>

- Base 20"
- Diffusion en 5 écrans
- Ciblage contextuel au choix



- Format vidéo allant jusqu'à 60 secondes maximum.

## 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 2025.

1. En co-diffusion avec le Billboard  
2. Hors Billboards (avec Billboards 3min09) sur la base des inventaires éligibles à la publicité.

## Gamme TOP

### EXPÉRIENCE

Un format tactique  
pour faire émerger  
votre copie

#### EXEMPLE DE TAG « ANNONCE DE L'HEURE »



Maquette fictive et  
non contractuelle

## CONCEPT

Créez un nouveau réflexe et ancrez une habitude auprès des téléspectateurs. Associez-vous à un moment clé de la journée ou de l'année en fin d'écran publicitaire et au plus près de l'éditorial.

Le concept est déclinable sur tous les moments de la journée : petit déjeuner, déjeuner, goûter, apéritif, dîner et sur tous les événements calendaires de l'année : fête des mères, des pères, rentrée des classes...

## DISPOSITIF

Exemple<sup>(1)</sup> de Top Horaire « petit déjeuner » :

- 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 FTPC pour un montant forfaitaire de 8 000€ NET HT

- Application d'une majoration tarifaire de +25% incluant l'EPZ
- Budget TV calculé en fonction de la période et du format : tag de 5" + durée du spot annonceur
- Application du taux contrat

1. Mediaplanning réalisé de façon adhoc en fonction de votre problématique

## Ecrans Ecrins

### EXPÉRIENCE

Un format tactique  
pour faire émerger  
votre copie

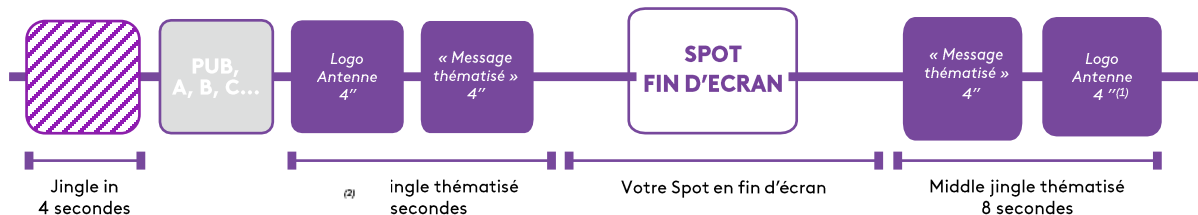


## CONCEPT

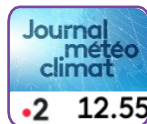
Votre spot long format, entouré de jingles thématiques, diffusé en dernière position des écrans les plus puissants de France Télévisions.

## DISPOSITIF

### DÉCOUPAGE



### ÉCRANS L&D



1. Le dispositif est suivi d'un programme pouvant être précédé d'un billboard  
2. L'écran 19.46 de France 5 du dimanche n'est pas attaché à C a Vous

NOUVEAU

# Ecrans Ecrins

EXPÉRIENCE

Un format tactique pour faire émerger votre copie



## CONDITIONS

Le message publicitaire devra respecter une durée minimale de 20 secondes et sera soumis à la validation des antennes préalablement à toute diffusion. La production du jingle thématisé 8 secondes sera exclusivement assurée par FranceTV Publicité.

La durée du jingle ne sera pas facturée.

### ÉcransÉcrin Premium

Votre marque dans un écran unique

#### DÉCOUPAGE

Mono annonceur

#### TEMPORALITE

Tout au long de l'année sauf programmation exceptionnelle

#### CONDITIONS

Majoration OPS : +25%  
Coût de production du middle jingle: 7k€ Net HT par chaîne

### ÉcransÉcrin Event

Partagez un écran lors de nos évènements antenne

#### DÉCOUPAGE

Multi annonceur

#### TEMPORALITE

Programmation exceptionnelle :  
Festival de Cannes, 14 juillet, Fête de la musique...

#### CONDITIONS

Majoration OPS : +25%  
Middle jingle offert

### ÉcransÉcrin Solidaire

Partagez un écran lors des évènements solidaires

#### DÉCOUPAGE

Multi annonceur

#### TEMPORALITE

Tout au long de l'année selon l'actualité : Téléthon, Sidaction, concerts exceptionnels pour une cause...

#### CONDITIONS

Absence de majoration OPS  
Middle jingle offert

### ÉcransÉcrin Green

Profitez de conditions avantageuses dans un écran dédié au green

#### DÉCOUPAGE

Mono annonceur ou multi annonceurs

#### TEMPORALITE

Tout au long de l'année sauf programmation exceptionnelle

#### CONDITIONS

Voir conditions spécifiques en slide suivante



## Ecrans Ecrins Green

### EXPÉRIENCE

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



## CONDITIONS COMMERCIALES SPECIFIQUES



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 la direction commerciale 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.

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.



# Placement

## EXPÉRIENCE

Intégrez vos produits au cœur de nos séries et fictions les plus premium

### EXEMPLE DE PLACEMENT



Maquette fictive et non contractuelle



## 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, Astrid & Raphaëlle, Ça c'est Paris, ...

## 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.

### EXEMPLES DE PROGRAMMES ÉLIGIBLES AU PLACEMENT



## 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



# Dotation

## EXPÉRIENCE

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

### EXEMPLE DE DOTATION



Maquette fictive et non contractuelle



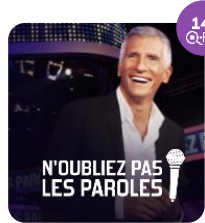
## CONCEPT

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 pourra être 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, Duels en famille, Questions pour un champion, Slam, Le jeu des 1000€.

### EXEMPLE DE PROGRAMMES ÉLIGIBLES À LA DOTATION



Les opérations de dotations donnent lieu à un achat d'espace (certaines opérations sont possibles en échange marchandise, notamment pour les secteurs Tourisme et Automobile). Les lots offerts par l'annonceur feront l'objet, d'un achat par France Télévisions Publicité, pour le compte des supports conformément aux Conditions Générales de Ventes de France Télévisions Publicité. À cet effet, l'annonceur adressera à France Télévisions Publicité les factures afférentes aux montants des lots offerts (valeur prix hors taxes). Cependant, lorsque le montant financier de l'espace de parrainage est supérieur au prix des lots offerts, France Télévisions Publicité adressera à l'annonceur une facture relative à l'achat d'espace supplémentaire, dénommé « droit d'asile », qu'il réglera dans les délais impartis.

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 cumable avec le parrainage d'un programme.

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



# Short Amplify

## EXPÉRIENCE

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



## 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.**

short  
amplify

AMPLIFICATION X PRÉSENCE À L'ESPRIT



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



NOUVEAU

# L'interview

EXPÉRIENCE

Valorisez l'expertise de votre marque et vos engagements

VISUEL



Maquette fictive et non contractuelle

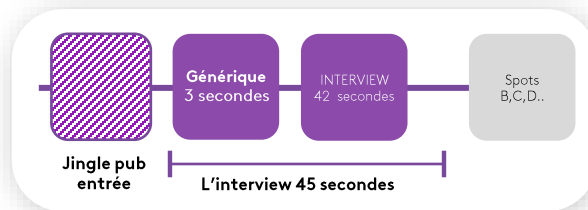


## CONCEPT

Prenez la parole et mettez en images vos témoignaux grâce à nos deux offres de production d'interview clé en main.

## DISPOSITIF

En introduction de vos spots en EPA, un générique introduit la séquence pour identifier le rendez-vous. Le mediaplanning se fait de façon adhoc selon vos problématiques média – en complément la médiatisation de votre interview se fait autour de nos packs digitaux CONTEXT ou CIBLE.



### L'interview Basic

#### DISPOSITIF

Un incarnant de votre marque interviewé sur le terrain, face caméra. 2 versions, déclinées chacune en 30 et 45 secondes  
Un format TV & digital qui permet d'humaniser le discours et faire découvrir vos engagements.

#### CONDITIONS

Frais de production : 35K€ NET HT  
Application du taux contrat annonceur  
Majoration OPS : +25% (incluant EPA)  
Accessibilité à partir des niveaux d'investissement TV suivants (incluant la majoration OPS) :  
secteur 1 : 235k€ brut  
secteur 2 : >350K€ brut  
secteur 3 : >412K€ brut

### L'interview Premium

#### DISPOSITIF

Un incarnant de votre marque interviewé en plateau par une personnalité. 3 versions, déclinées chacune en 30 et 45 secondes.  
Un format TV & digital qui permet de valoriser votre expertise dans un environnement crédible.

#### CONDITIONS

Frais de production : 45K€ NET HT  
Application du taux contrat annonceur  
Majoration OPS : +25% (incluant EPA)  
Accessibilité à partir des niveaux d'investissement TV suivants (incluant la majoration OPS) :  
secteur 1 : 315K€ brut  
secteur 2 : >492€ brut  
secteur 3 : >586€ brut

# Programme court

## EXPÉRIENCE

L'expertise du contenu  
au service de votre  
marque



## 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.

## DISPOSITIFS

- 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.



# Studio.vidéo

## EXPÉRIENCE

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



## CONCEPT

L'offre Studio.vidéo 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.vidéo 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** Carrousel  
Custom 360°  
Carte interactive Voting  
Hotspot  
**UXFriendly** Fast-Reveal  
Multividéos Adselector



### Studio.géoloc'

#### 5 FORMATS CRÉATIFS

Géostore  
Géoproxi<sup>(1)</sup>  
GéoDCO  
Promo Géoloc  
Sortir Géoloc



### Studio.design

#### 5 FORMATS CRÉATIFS

Skinpreroll  
Split-Screen  
Custom Seekbar  
Spotlight  
Fashion Show



### Studio.good

#### 2 FORMATS CRÉATIFS

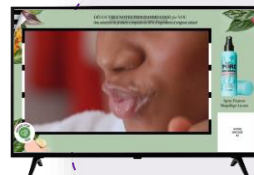
Goodvertising  
don participatif  
Goodvertising  
don d'impressions



### Studio.shopping

#### 4 FORMATS CRÉATIFS

**Produit** Click&Collect  
Click&Look  
**Promo** Multipromos  
Skin Shopping



### Studio.CTV

#### DÉCLINAISON CTV

#### 4 FORMATS CRÉATIFS

Prolongez l'expérience des formats enrichis sur nos écrans CTV<sup>(2)</sup> !

**Le + 2025**

1. Formats Enrichis : disponible sur environnement web PC/Mobile/Tablette uniquement. Spot fourni par l'annonceur sous réserve de contrôle par FranceTV Publicité.

2. Maquette fictive pouvant être modifiée.

# Studio.Cover

## EXPÉRIENCE

Amplifiez l'impact de votre message avec des formats premiums & immersifs



## CONCEPT

- **CoverLook** : Amplifiez votre expérience publicitaire au-delà du player grâce au format CoverLook. Un format premium et esthétique qui capte l'attention et vient sublimer votre création publicitaire.
- **CoverBreak** : Bénéficiez d'un espace publicitaire exclusif et respectueux de l'utilisateur via l'écran de pause du player. Un format écran idéal pour maximiser la visibilité de votre message au cœur des contenus.

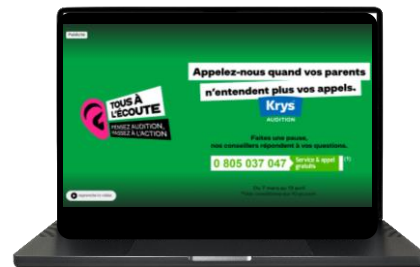
## DISPOSITIF

### CoverLook



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

### CoverBreak



Lorsqu'un internaute met en pause son contenu, un format full screen apparaît au sein du player

## CONDITIONS

- Disponible en gré à gré
- Format disponible sur environnement :  
Coverlook : Web desktop  
Coverbreak : Web desktop, APP & CTV<sup>(1)</sup>
- Spécificités techniques : nous consulter
- Éléments créatifs fournis par l'annonceur sous réserve de contrôle, par FranceTV Publicité, des éléments et contenus

1. Web desktop, App mobiles iOS/Android, Smart TV, Android TV, Bouygues Android, Orange (sur 95% du parc, les 5% restants sont sur une autre version de player non éligible).

# Goodvertising

## EXPÉRIENCE

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

ASSOCIATIONS PARTENAIRES  
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ



## 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<sup>(1)</sup> 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<sup>(2)</sup> de votre campagne publicitaire digitale, et valorisez votre démarche solidaire à travers un format vidéo enrichie co-brandé.

## CONDITIONS

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

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

(2) 2 forfaits de dons possibles : 25% ou 50% des impressions.

Offre Goodvertising Don Participatif vendue au forfait.

Brut.

EXPÉRIENCE

Réinventez les codes de la publicité sur les plateformes sociales



## CONCEPT

Prenez la parole sur la plateforme d'information d'une génération et optimisez votre reach sur les réseaux sociaux en complément de vos campagnes sur les médias traditionnels.

## DISPOSITIF

Capitalisez sur de nouvelles écritures déclinées sur l'ensemble des plateformes sociales pour imposer les marques auprès de la nouvelle génération par la conversation sociale.

### Brut.Content

#### CRÉATION DE CAMPAGNE DE BRAND CONTENT

Faites connaître vos initiatives, engagements et valeurs de marque avec des formats sur-mesure pour connecter avec la nouvelle génération sur l'ensemble des plateformes de Brut (en marque blanche ou co-brandées).



### Brut.Audience

#### UNE DATA EXCLUSIVE AU SERVICE DE VOS OBJECTIFS

Amplifiez votre communication auprès d'une communauté engagée sur les réseaux propriétaires de Brut.

Capitalisez sur une audience profilée grâce à des données socio-démographiques mais surtout par par intérêt mesuré en fonction de la durée de visionnage des contenus.



### Brut.Sponso

#### ASSOCIEZ VOTRE MARQUE À NOS FORMATS LES PLUS PUISSANTS.

Sponsorisez des contenus éditoriaux réalisés par Brut et diffusés sur les réseaux propriétaires en fonction de vos thématiques de communication : sport, emploi, formation, culture, etc...



### Brut.Pub

#### UN VRAI FORMAT PUBLICITAIRE CLÉ EN MAIN

Repensez vos assets créatifs pour une médiatisation efficace sur l'ensemble des plateformes.

Nous récupérons vos assets vidéo déjà tournés, nous les remontons en assets efficaces en social en les enrichissant avec les outils des plateformes pour amplifier ces contenus sur les principales plateformes sociales.



## CONDITIONS

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

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



NOUVEAU

# Twitch Experience

EXPÉRIENCE

Une nouvelle narration pour engager les jeunes publics



## CONTEXTE

Prenez la parole sur Twitch, la plateforme de prédilection des jeunes publics. De « Aux jeux streamers » à « la coupe de France de League of Legends » en passant par des émissions dédiées à nos événements sportifs, la chaîne Twitch France Tv Slash devient un canal privilégié de diffusion de contenus. Quant à Samuel Etienne, il est devenu un streamer incontournable aux 870K abonnés.

## DISPOSITIF

### PRODUCTION DE RENDEZ-VOUS ÉDITORIAUX DÉDIÉS



Nous sommes en capacité de construire des activations qui vous sont propres pour valoriser vos actualités ou encore raconter vos engagements dans un contexte ultra éditorialisé et avec une grammaire et des codes narratifs propres à la plateforme Twitch :

- Emission partenaire produite main dans la main avec votre marque
- Séquence dédiée au sein d'un rendez-vous éditorial déjà existant

Pour ces différentes activations, nous pouvons nous adosser à des streamers référents en fonction de la thématique ou nous adosser à des streamers avec lesquels nous avons l'habitude de travailler (Samuel Etienne, Rivenzi, Zack Nani...)

### SPONSORING, POUVANT PRENDRE DIFFÉRENTES FORMES

- Sponsoring d'émissions (Twitch FTV Slash, Samuel Etienne)
- Sponsoring de séquences au sein d'émissions (Twitch FTV Slash, Samuel Etienne)
- Sponsoring de temps forts éditoriaux sur nos canaux twitch / d'événements (type CDF de LOL) via une visibilité sur-mesure

## CONDITIONS

Chaque projet de communication sur nos assets Twitch, que ce soit une association en sponsoring ou la création d'un dispositif sur mesure doit passer par une validation éditoriale des parties-prenantes (rédaction, streamers...).



france•tvpublicité

**DATA**

**ALLER UN CRAN PLUS LOIN DANS LA  
PRÉCISION**  
pour une publicité plus pertinente



|                         |                |             |
|-------------------------|----------------|-------------|
| Data Clean Room         | <b>NOUVEAU</b> | <b>p.47</b> |
| France.tv data audience |                | <b>p.48</b> |
| France.tv data partner  |                | <b>p.49</b> |
| Adressable.tv           |                | <b>p.50</b> |
| Cibles TV               | <b>NOUVEAU</b> | <b>p.51</b> |
| Pack Digitaux           |                | <b>p.52</b> |

NOUVEAU

# Data Clean Room

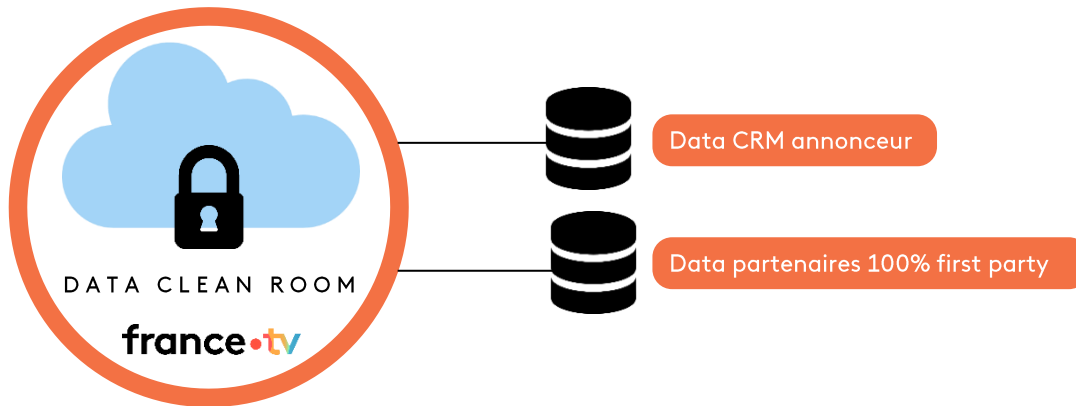
DATA

Déployer l'accessibilité de nos données et la valeur de nos partenariats data



## CONCEPT

Optimisez vos stratégies data grâce à un partenariat constructif avec FranceTV Publicité.



### COLLABORATION SECURISÉE

Adressez les cibles les + utiles (vos clients/non clients, acheteurs/prospects...)

### INSIGHT DATA

Gagnez en connaissance et qualification clients

### ACTIVATION TOUS ÉCRANS

Activez vos data/cibles sur tous nos environnements premiums (TVS . CTV . OTT)

### MESURE D'IMPACT

Mesurez l'efficacité de vos campagnes ciblées (Impact Vente . Branding)



# france.tv data audience

## DATA

Allez un cran plus loin dans la précision du ciblage en vous appuyant sur la richesse de nos actifs data

Ciblages disponibles sur tous nos devices et modes de consommation vidéo :

france.tv



adressable.tv

TVS

## CONCEPT

Un large éventail de solutions de ciblage basés sur l'exploitation de données riches, fiables et qualitatives.



### data•géoloc

Activez votre campagne selon vos zones géographiques clés ou zones d'implantation.

RÉGIONS / DÉPARTEMENTS

CODES POSTAUX (1)

BASSINS DE VIE (1)

TEMPS DE TRAJET (2)



### data•profil

Maximisez vos performances sur les profils socio-démo, CSP, et foyers qui comptent pour vous.

AGE / SEXE (3)

CSP / REVENUS

GÉOLIFE (4)

COMPOSITION FOYER

TYPES D'HABITAT



### data•attitudinale

Adressez la bonne cible selon ses comportements et usages médias

PMG CONSO TV

INTÉRÊTS THÉMATIQUES

FANS PROGRAMMES FTV



### data•météo

Activez vos campagnes en fonction des conditions météo qui impactent votre business.

TEMPÉRATURE

PRÉCIPITATION

NEIGE

INDICE UV

NÉBULOSITÉ

BROUILLARD

FORCE DU VENT

ORAGE / GRÊLE



### data•conso

Adressez les bassins de vie et profils d'audience les plus tactiques sur la base de +500 critères conso.

INTENTION D'ACHAT

CONTRAT CONSO

FREQUENTATION ENSEIGNE

PROFIL CONSO

CENTRES D'INTERETS

CANAL D'ACHAT



### data•acheteur

Maximisez vos performances en ciblant +60 profils d'acheteurs retail.

HYGIENE / PARFUMERIE

PARAPHARMACIE

BOISSONS

PRODUITS FRAIS

DROGUERIE

VIANDE / CHARCUTERIE

JOUET

[...]

(1) Codes postaux et bassins de vie seulement disponibles en TV Segmentée & CTV (2) Temps de trajet : seulement disponible en TV Segmentée & CTV (3) Socio-démo TV segmentée : seulement disponible en croisement de cibles / (4) Geolife : seulement disponible sur les box Orange.

# france.tv data partner

## DATA

Onboardez votre data CRM pour opérer un ciblage sur-mesure sur nos environnements TV / Digital



## CONCEPT

Faites de la tactique TV-Digital, en calibrant votre adressage sur la base de vos data clients pour atteindre une audience 100% utile.

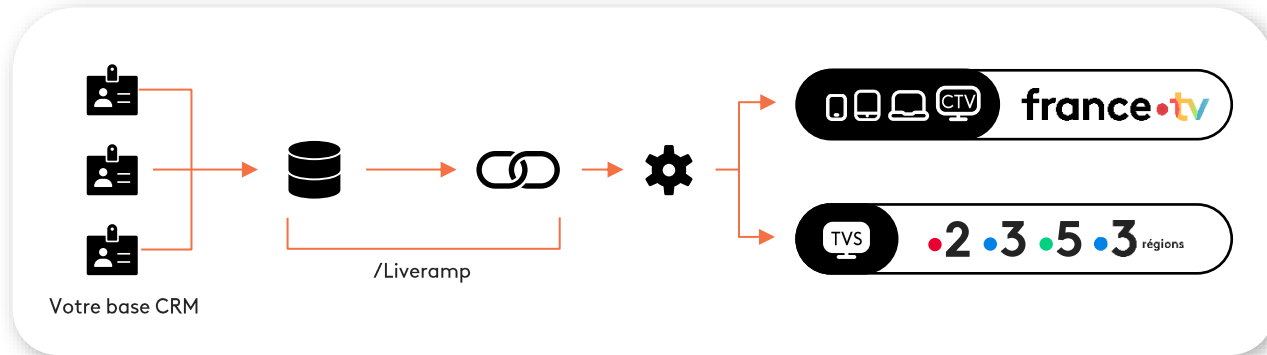
## DISPOSITIF

Ingestion

Anonymisation

Matching

Diffusion Digital et/ou TV Segmentée



## CONDITIONS

- Activable en TVS et CTV en format 20 et 30 sec uniquement.
- Sous réserve de respecter les dispositions relatives à l'utilisation des données personnelles intégrées aux CGV 2025 (article 58)
- Délai de deux semaines de mise en place nécessaire.

adressable.tv

DATA

Accédez à la  
puissance ciblée grâce  
à la TV segmentée

Diffusion sur :

• 2 • 3 • 5 • 3 régions

Via les opérateurs :



Formats éligibles :

15" 20" 30"

## CONCEPT

Des solutions de ciblage riches & inédites.



data • géoloc

### GÉOLOC SIMPLE

- Régions
- Départements
- Bassins de vie
- Codes postaux

### ZONES SPÉCIALES

- Zones Urbaines / Rurales
- ZFE CO2
- Bâtiments < 1970
- Zones Géolife<sup>(1)</sup>

### PROXIMITÉ

- Isochronie (temps de trajet)
- Isodistance

smappen



data • météo

### CRITÈRES DE DÉCLENCHEMENT :

- Température
- Pluie
- Neige
- Nébulosité
- Force du vent
- Brouillard
- Indice UV
- Orage
- Grêle



data • profil

### SOCIO-DEMO

- Sexe
- Age

### CSP / REVENUS

- Hauts Revenus
- CSP- / CSP+ / CSP++
- Petits Pros (+ secteurs)
- Retraités/inactifs

### TYPE HABITAT

- Propriétaire / Locataire
- Maison / Appartement

### COMPOSITION FOYER

- Célibataires
- Familles sans enfant
- Familles avec enfants
- Familles nombreuses
- Foyers unipersonnels

### CSP / REVENUS DÉTAILLÉS

- Revenus foyers par tranche
- CSP détaillées (en 8 cat.)
- Niveau d'éducation (en 4 cat.)
- Type de mobilité (8 cat.)

### CARACT. LOGEMENT

- Possesseurs de jardin
- Possesseurs d'une terrasse
- Possesseurs d'une piscine

SHOWHERE



data • attitudinale

### PMG CONSO TV

- Gros conso TV
- Moyens conso TV
- Petits conso TV

### INTÉRÊTS TV – FAN DE...

- Mode
- Musique
- Cinéma
- Cuisine
- Environnement
- Comédie / Drame
- Séries US & FR
- Fantastique / Sci-Fiction
- Policier / Thriller
- Espionnage
- Brico / Jardin / Déco
- Santé / Bien-être
- +40 segments disponibles

### FANS PROGRAMMES FTV

- La Maison des maternelles
- Culture FranceTV
- Silence ça pousse !
- Un Si Grand Soleil
- Le Mag' de la santé
- Bulletins Météo FranceTV
- La chaîne France Info
- Appétents Grandes causes
- Fort Boyard

### FANS EVENTS FTV

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



Socle commun / Ciblage F.A.I.

Ciblages spécifiques FranceTV Publicité



data • conso

### INTENTION D'ACHAT

- Intent. déménagement
- Intent. achat immobilier
- Intent. travaux cuisine
- Intent. achat véhicule
- [...]

### FRÉQUENTATION ENSEIGNE

- Clients par enseigne GSA
- Clients par enseigne GSS
- Clients par salle de sport
- [...]

### CONTRAT CONSO

- Clients par banque
- Clients par opérateur mob.
- Clients par FAI
- Clients par frns d'énergie
- [...]

### PROFIL CONSO

### CENTRES D'INTERETS

### CANAL D'ACHAT

+500

critères de consommation  
disponibles

SHOWHERE



data • acheteur

### HYGIÈNE / PARFUMERIE

### PARAPHARMACIE

### PRODUITS LIBRE SERVICE

### EPICERIE

### EPICERIE SUCRÉE

### VIANDE / CHARCUTERIE

### PRODUITS FRAIS

### BOISSONS

### DROGUERIE

### JOUET

### PETFOOD

### FOURNITURES

### JARDIN

+60

segments acheteurs  
Carrefour disponibles

+ segments ad-hoc  
selon vos besoins spécifiques

Carrefour

1. Geolife : seulement disponible sur les box Orange.

NOUVEAU

# Cibles TV

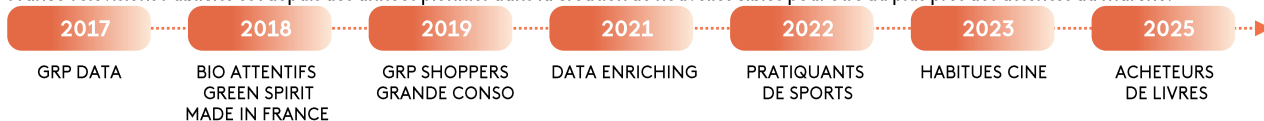
DATA

Retrouvez toutes nos possibilités de ciblage TV



## CONCEPT

France Télévisions Publicité est depuis des années pionnier dans la création de nouvelles cibles pour être au plus près des attentes du marché.



## DISPOSITIF

| SOCIO-DEMO                                                                                                                         | GRP SHOPPER                                                                                                                                  | DATA ENRICHING                                                                                                                                                                                                                                                                                                | COMPORTEMENTAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Accédez à l'ensemble de nos cibles standards                                                                                       | Ciblez les achats réels en grande conso                                                                                                      | Touchez en linéaire les cibles data identifiées sur Internet                                                                                                                                                                                                                                                  | Ciblez certaines typologies de comportements                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Cibles socio-démographiques issues du panel Médiamat de Médiamétrie                                                                | Cibles d'achat de catégories de produits créées selon des données de consommation de Kantar WorldPanel                                       | Cibles Data Enriching construites à partir de comportements digitaux récents observés sur le panel Internet Global de Médiamétrie                                                                                                                                                                             | Cibles construites à partir de données comportementales de l'étude TGI France de Kantar Media ou de pratiques renseignées dans le panel Médiamat de Médiamétrie                                                                                                                                                                        |
| <p>Foyer<br/>Ind 4+<br/>Ind 4-10<br/>Ind 15+<br/>Ind 25+<br/>Ind 25-49<br/>Ind 35-59<br/>...</p> <p>Liste complète sur demande</p> | <p>france•tvpúblicaité<br/>Exclusivité</p> <p>20 catégories de produits</p> <p>Alimentation<br/>Entretien<br/>Boisson<br/>Hygiène beauté</p> | <p>Ind 15+ Data Enriching acheteurs Ecomm Généraliste</p> <p>Ind 15+ Data Enriching Intentionnistes Assurance</p> <p>Ind 15+ Data Enriching intentionnistes Placements Financiers</p> <p>Ind 15+ Data Enriching intentionnistes Voyages Vacances</p> <p>Ind 18+ Data Enriching intentionnistes achat Auto</p> | <p>Exclusivité france•tvpúblicaité</p> <p>NEW</p> <p>Ind 15+ Lecteurs &amp; Acheteurs</p> <p>Ind 15+ Sportifs Light &amp; Addict</p> <p>Ind 15+ Habités Ciné</p> <p>Ind 50+ Habités Ciné</p> <p>Ind 15+ Bio Attentifs</p> <p>Ind 15+ Green Spirit</p> <p>Ind 15+ Made in France</p> <p>Non exclusive</p> <p>Ind 25-49 Habités Ciné</p> |



# Packs Digitaux

## DATA

Allez un cran plus loin  
dans la précision du  
ciblage en vous  
appuyant sur la  
richesse de nos actifs  
data



## 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, Brut Adnetwork, INA...)

## DISPOSITIF

Découvrez nos solutions de ciblage selon vos objectifs de campagnes

### 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

127  
Q&R-P



139  
Q&R-P



131  
Q&R-P



### PACK QUALITÉ

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

170  
Q&R-P



173  
Q&R-P



160  
Q&R-P



## 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 2025.

france.tv publicité

**SPORT**

**PROPOSER LE MEILLEUR DU SPORT**

**et le rendre accessible à  
toutes les marques**



## EVENT

|                                          |      |
|------------------------------------------|------|
| Sponso Event                             | p.54 |
| Total Vidéo Premium Sport <b>NOUVEAU</b> | p.55 |
| Studio.event                             | p.56 |

## CIBLES

|                      |      |
|----------------------|------|
| Pratiquants de Sport | p.57 |
| Cibles exclusives    | p.58 |

# Sponso Event

## SPORT

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



## 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

### ÉVÈNEMENTS SPORTIFS



### ÉVÈNEMENTS D'EXCEPTION

Sponso Event c'est du sport mais aussi des divertissements,  
des documentaires et des rendez-vous incontournables :



## CONDITIONS

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

NOUVEAU

**Total Vidéo  
Premium**

Sport

**SPORT**

Optimisez votre  
couverture autour des  
plus grands  
événements sportifs

Le **2025**

**Le Hub Sport,**

Mise en vente exclusive des inventaires  
sport sur la plateforme ADspace



Réservation, Pilotage,  
Bilans et Performances



## CONCEPT

Réservez un package multi-écrans clé en main qui vous permet d'accéder en exclusivité aux meilleurs de nos événements sportifs premium et qui vont permettre de toucher tous les publics à toute heure.

## DISPOSITIF

Sélectionnez un des deux niveaux d'offres pour vous garantir une présence contextuelle de qualité au cœur de l'événement de votre choix.

### Niveau 1

- Une sélection des meilleurs écrans publicitaires dans les contextes stratégiques, (finales, étapes de montagne, podium, équipe de France) pour se distinguer avec une présence de qualité.
- Une présence exclusive en pré roll sur les lives extraits et replays des événements sur l'ensemble de nos plateformes
- La garantie des meilleurs emplacements en TV et digital pour une visibilité maximale.

### Niveau 2

- Un dispositif renforcé sur les écrans publicitaires les plus puissants incluant un choix d'écrans dans les phases finales et les épreuves ou matchs stratégiques de compétitions
- Personnalisez votre campagne grâce à un large choix de spots ainsi qu'à différents formats, afin d'optimiser votre présence tout au long de la période.
- Une présence digitale garantie en pré roll et adswitching sur des lives extraits et replay des événements

## CONDITIONS

Dispositifs éligibles à l'ensemble des annonceurs dans le respect des modalités de commercialisation de chaque événement. Possibilité de se positionner sur plusieurs packs pour un même groupe annonceur sous réserve des conditions spécifiques à l'événement.

### ÉVÈNEMENTS ÉLIGIBLES



# Studio.event

## SPORT

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



## 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 interactif qui accompagne le visionnage live sans l'interrompre. Une expérience unique au cœur des plus grands événements sportifs et au service de la visibilité et de l'engagement de votre marque.

## DISPOSITIF

### skincontent



LES TROPHÉES DE  
COMMUNICATION  
Le prix OR dans  
la catégorie  
« TIPS Créa & UX »

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

### skincontent EDITO



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

### skincontent GAMING



- Apparition périodique du Skin-Content sous la forme d'une « arche » lors du live de l'évènement.
- Votre marque est associée à un contenu éditorialisé ludique et interactif permettant à l'internaute de répondre à une question ou de voter pour sa réponse préférée directement au sein du format.
- Le module disparaît à l'écoulement de la durée d'apparition ou via la flèche de fermeture du format.



# Pratiquants de sport

## SPORT

Affinez vos prises de paroles et communiquer auprès des pratiquants de sport



## CONCEPT

Ciblez les pratiquants de sport en télévision classique en fonction de l'intensité de leur pratique et affinez votre dispositif en digital avec un ciblage des pratiquants réguliers par sport.

### Pratiquants de Sport TV

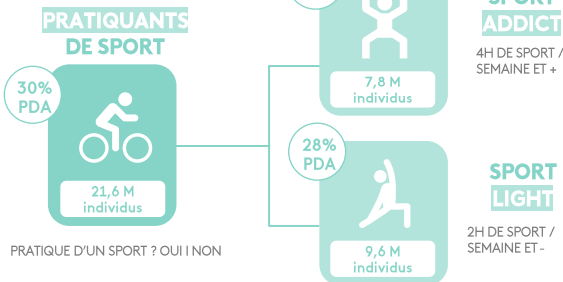
3 cibles TV créées exclusivement par FranceTV Publicité pour offrir une solution aux annonceurs souhaitant toucher les Français qui pratiquent régulièrement du sport.

### Pratiquants de Sport Digital

11 cibles disponibles afin d'optimiser vos stratégies en ciblant les pratiquants réguliers des principaux sports.

## DISPOSITIF

### TV CLASSIQUE



### DIGITAL



# Cibles exclusives

## SPORT

Touchez les fans d'évènements sportifs en TV segmentée et les fans de sport en digital



## CONCEPT

Ciblez en exclusivité les fans des différents évènements diffusés sur nos antennes en TV segmentée et touchez les fans des compétitions sportives.

### Fans des grands évènements sportifs

4 cibles exclusives autour de nos évènements 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.

### Fan de sport ou d'une discipline

7 cibles pour toucher les fans de sport avec la possibilité de cibler un sport en particulier.

## DISPOSITIF

### Adressable.tv



**FANS DE ROLAND-GARROS**



**FANS DU TOUR DE FRANCE**



**FANS DE RUGBY FTV**



**FANS DES JEUX OLYMPIQUES**

**FORMATS :** 15" | 20" | 30"

**OPÉRATEURS**



### Digital



SPORT



SPORTS HIVERS



HIPPISE



RUGBY



SPORTS MÉCANIQUES



FOOTBALL



AUTOMOBILE

# 4

## Conditions commerciales



# 4

## 1

# Conditions commerciales de la publicité

Diffusion entre le 1<sup>er</sup> janvier 2025 et le 31 décembre 2025

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| • Décomposition du CA 2025                | 61 |
| • Terminologie                            | 62 |
| • Conditions tarifaires                   | 64 |
| • Taux CGV                                | 69 |
| • Informations et délais de programmation | 72 |
| • Les offres garanties                    | 74 |

## PUBLICITÉ

### Décomposition du Chiffre d'Affaires 2025 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

## 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, Figaro TV, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, LCP, Maison & Travaux TV, Melody, MGG TV, Museum TV, MyZen TV, National Geographic, National Geographic Wild, Public Sénat, 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, CTV 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 20 secondes.

## 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 73).

#### 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 66).

#### 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 69).

#### C.A. Net

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

## PUBLICITÉ

### Conditions tarifaires

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 20 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

Application sur Tarif Initial Corrigé de l'espace publicitaire pour la réservation d'un emplacement préférentiel selon la position A, B, C, X, Y ou Z dans un écran publicitaire comme suit :

| EP | A   | B   | C   | X   | Y   | Z   |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| %  | +7% | +6% | +5% | +5% | +6% | +7% |

#### 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.

## 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

+25% 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 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'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 » 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.

# 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 2023 et 2024 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2023 et/ou 2024, 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 2025 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2025 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2023 et 2024 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 01/01/2022 et le 31/12/2024. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2025 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 2024 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 2024 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.

4.1

## PUBLICITÉ

### Conditions tarifaires

#### Publicité d'intérêt général

Bénéficient d'un abattement de -10% 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 2025 réalisé en publicité classique Après 20h supérieur ou égal à 50% ;
- CA Net 2025 publicité classique inférieur ou égal à 200 000€.

## 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.

## 4.1

# 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.



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.

## Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2025 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

| CA NET 2025 - EN EUROS<br>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%          |

# PUBLICITÉ

## Taux CGV

### Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2025 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 1er au 17 août) sur les chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

| CA NET PÉRIODES CREUSES 2025 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 / TV Segmentée:

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique sur France 3 Régions et/ou en TV Segmentée bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

| CA NET 2025 SUR FRANCE 3 RÉGIONS INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE + CA NET EN TV SEGMENTÉE VS CA NET 2025 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE + NUMÉRIQUE EN % | DÉGRESSIF FRANCE 3 RÉGIONS / TV SEGMENTÉE |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 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%                                   |

4.1

## PUBLICITÉ

### Taux CGV

#### Dégressif chaînes thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2025 sur les chaînes thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

| CA NET 2025 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2025 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN % | DÉGRESSIF 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 2025 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

| CA NET NUMÉRIQUE* 2025 VS CA NET CLASSIQUE 2025 + CA NET NUMÉRIQUE* 2025 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 2025 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

| CA NET 2025 OFFRE BRUT.PUB EN EUROS | DÉGRESSIF BRUT.PUB |
|-------------------------------------|--------------------|
| De 0 à 49 999                       | 0%                 |
| De 50 000 à 99 999                  | -0,5%              |
| De 100 000 à 149 999                | -1%                |
| 150 000 et au-delà                  | -2%                |

## 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     |
| 1 <sup>er</sup> janvier – 2 mars 2025 | 15/10/2024             | 15/11/2024             | 2/12/2024  |
| 3 mars – 4 mai 2025                   | 3/12/2024              | 10/01/2025             | 27/01/2025 |
| 5 mai – 17 août 2025                  | 11/02/2025             | 14/03/2025             | 31/03/2025 |
| 18 août – 2 novembre 2025             | 6/05/2025              | 6/06/2025              | 23/06/2025 |
| 3 novembre 2025 – 31 décembre 2025    | 24/06/2025             | 5/09/2025              | 22/09/2025 |

## 4.1

#### 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  |

# 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       |

## 4.1

### Indices tarifaires 2025 par format.

| SECONDES |     | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  | 11  | 12  | 13  | 14  | 15  |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| INDICE   |     | 29  | 35  | 41  | 46  | 51  | 56  | 60  | 61  | 65  | 68  | 73  | 77  | 81  | 85  |
| SECONDES | 16  | 17  | 18  | 19  | 20  | 21  | 22  | 23  | 24  | 25  | 26  | 27  | 28  | 29  | 30  |
| INDICE   | 86  | 92  | 94  | 96  | 100 | 101 | 102 | 103 | 104 | 105 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 |
| SECONDES | 31  | 32  | 33  | 34  | 35  | 36  | 37  | 38  | 39  | 40  | 41  | 42  | 43  | 44  | 45  |
| INDICE   | 133 | 137 | 144 | 155 | 160 | 165 | 170 | 176 | 184 | 190 | 195 | 200 | 205 | 210 | 215 |
| SECONDES | 46  | 47  | 48  | 49  | 50  | 51  | 52  | 53  | 54  | 55  | 56  | 57  | 58  | 59  | 60  |
| INDICE   | 220 | 222 | 228 | 230 | 242 | 248 | 250 | 255 | 265 | 272 | 274 | 280 | 285 | 290 | 300 |

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

## 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 20 secondes » garanti par FranceTV Publicité.**

#### DISPOSITIF

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

Budget digital : investissement de 10% minimum annuel du budget annuel TV\*

### 4.1



•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

# 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 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.

En 2025, pour tout investissement en achat CGRP garanti, :

- Un investissement de 10% sur nos éditeurs thématiques
- Un investissement de 10% minimum annuel du budget TV devra être réalisé sur nos leviers digitaux. Cette condition sera vérifiée à chaque fin de période d'ouverture de planning. Si celle-ci n'est pas respectée(e), le CGRP desindexé de l'annonceur se verra majoré de 5% ou l'annonceur sera refacturé du montant correspondant s'il n'a plus de campagne SoGaranty.

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 20 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 20 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 20 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 20 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](http://www.francetvpub.fr) dans la rubrique « **ADspace** ».

Afin d'atteindre le « **Coût GRP Net base 20 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 20 secondes). Le prix d'achat des éventuels Emplacements Préférentiels ne sera pas pris en compte dans le calcul du Coût GRP Net base 20 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 20 secondes.

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.

# PUBLICITÉ

## Offres Garanty et Garanty +

### INDICES PAR PÉRIODE\*

|         | 1                                  | 2                      | 3                    | 4                       | 5                        | 6                     | 7                     | 8                     | 9                      |
|---------|------------------------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| Du      | Lundi 1 <sup>er</sup> janvier 2025 | Lundi 3 mars 2025      | Lundi 14 avril 2025  | Lundi 12 mai 2025       | Lundi 7 juillet 2025     | Lundi 28 juillet 2025 | Lundi 18 août 2025    | Lundi 20 oct. 2025    | Lundi 22 décembre 2025 |
| Au      | Dimanche 2 mars 2025               | Dimanche 13 avril 2025 | Dimanche 11 mai 2025 | Dimanche 6 juillet 2025 | Dimanche 27 juillet 2025 | Dimanche 17 août 2025 | Dimanche 19 oct. 2025 | Dimanche 21 déc. 2025 | Dimanche 31 déc. 2025  |
| GARANTY | 90                                 | 110                    | 105                  | 140                     | 87                       | 65                    | 155                   | 130                   | 85                     |

### INDICES PAR DAY PART & PAR CIBLE EN 2024

|                                       | DAY<br>intitulés d'écrans<br>06.00 à 17.99 | ACCESS<br>intitulés d'écrans<br>18.00 à 19.99 | APRÈS 20H00**<br>intitulés d'écrans<br>20.00 à 26.99 |
|---------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| CIBLES MIXTES ET MASCULINES 50-       | 93                                         | 119                                           | 116                                                  |
| CIBLES MIXTES ET MASCULINES +         | 92                                         | 117                                           | 116                                                  |
| CIBLES FÉMININES 50-                  | 90                                         | 124                                           | 116                                                  |
| CIBLES FÉMININES +                    | 91                                         | 122                                           | 116                                                  |
| CIBLES + & CIBLES<br>COMPORTEMENTALES | 93                                         | 115                                           | 120                                                  |

#### 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+
- Ensemble 50+
- Femmes 35+
- Femmes 50+
- 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

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

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

# 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.

#### LES PACKS

##### WOMEN



##### PREMIUM



En option pour les annonceurs éligibles

PUBLIC  
SENAT

LCP  
ASSEMBLÉE NATIONALE

##### MILLENNIALS



##### KIDS



## PUBLICITÉ

### Offres Garanty Thématik

#### 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](http://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.



# Conditions commerciales du parrainage

Diffusion entre le 1<sup>er</sup> janvier 2025 et le 31 décembre 2025

|                            |    |
|----------------------------|----|
| • Décomposition du CA 2025 | 80 |
| • Terminologie             | 81 |
| • Conditions tarifaires    | 82 |
| • Taux CGV                 | 84 |

## PARRAINAGE

### Décomposition du Chiffre d'Affaires 2025 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

## 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, Figaro TV, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, LCP, Melody, MGG TV, Museum TV, MyZen TV, National Geographic Wild, National Geographic, Public Sénat, 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, CTV 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.

## 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 sur la période mars-juin et + 15% de septembre à 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 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).

## 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 2023 et 2024 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2025 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2025 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2023 et 2024 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.

##### Remise couplage

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

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

#### Achat de solution

Les solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage qui sont proposés à un prix unique. Tout achat réalisé sous forme de solutions ne pourra être modifié a posteriori.

Les achats de solutions bénéficient d'une modulation tarifaire afin d'atteindre le prix de la solution. Ils bénéficient du Taux CGV mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité.

#### Les Offres ADspace Parrainage

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

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

## PARRAINAGE

### Taux GCV

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

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

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

### Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2025 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

## 4.2

| CA NET 2025 - 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%          |



# Conditions commerciales du numérique

Diffusion entre le 1<sup>er</sup> janvier 2025 et le 31 décembre 2025

|                            |    |
|----------------------------|----|
| • Décomposition du CA 2025 | 86 |
| • Terminologie             | 87 |
| • Conditions tarifaires    | 89 |
| • Taux CGV                 | 91 |
| • Informations             | 92 |

## NUMÉRIQUE

### Décomposition du Chiffre d'Affaires 2025 du numérique

#### C.A. Initial

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

- Incidents
- Gracieux
- Solutions

4.3

#### C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x% du Tarif de Référence)

##### Majorations tarifaires

- Exclusivité Format
- Ciblage
- Formats
- Co-branding
- Exclusion CTV

##### Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Nouveau partenaire numérique

#### C.A NET Avant Remise

- Taux CGV

#### C.A. NET

## 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, franceculture.fr, franceinter.fr) ; ina.fr (pour les formats vidéo uniquement); lcp.fr, meteofrance.com, meteofrance.gp, meteofrance.gf, meteofrance.mq, meteofrance.pm, meteofrance.re, meteofrance.yt, meteo.pf, publicsenat.fr, tv5monde.com, afrique.tv5monde.com, revoir.tv5monde, tv5mondeplus.com, france24.com, mc-doualiya.com, mytaratata.com, 13emerue.fr, syfy.fr, fr.eonline.com, gp.trace.fm, gy.trace.fm, mq.trace.fm, re.trace.fm, athletics.eurovisionports.tv.

#### Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, TV connectée (Smart TV), CTV 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.

## 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.

## 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](http://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/CTV/mobile/TVC) | 1 à 2 critère(s)                  | +15%                  |
|                                                                                                                          | de ciblage                        |                       |
|                                                                                                                          | À partir de 3 critères de ciblage | +40%                  |
| CIBLAGE PRÉ-ROLL                                                                                                         |                                   | +35%                  |
| CIBLAGE COMPORTEMENTAL PRÉDICTIF                                                                                         |                                   | +20%                  |

#### Pré roll

+35% pour la diffusion de en format pré roll uniquement.

#### 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 CTV

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

## NUMÉRIQUE

### Conditions tarifaires

#### Saisonnalité Hors périodes creuses

+10% sur les Packs (hors Data) sur la période septembre-décembre.

#### 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 2023 et 2024 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2025 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2025 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2023 et 2024 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 2023 et 2024. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2025 ne sera pas considéré comme nouveau partenaire numérique. Un annonceur qui communique en 2025 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2023 et 2024 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 ».

#### Saisonnalité périodes creuses

-15% sur les Packs (hors Data) sur la période janvier-février et -20% en juillet-août.

#### 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 et de la Saisonnalité, mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité.

## NUMÉRIQUE

### Taux CGV

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

### Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de C.A. Net numérique (adressable.tv inclus) en 2025 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

## 4.3

| CA NET 2025 - EN EUROS<br>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 %            |

## NUMÉRIQUE

### Informations

Les indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo pour 2025 sont les suivants :

#### 4.3

| DURÉE EN SECONDES | INDICE FORMAT | DURÉE EN SECONDES | INDICE FORMAT | DURÉE EN SECONDES | INDICE FORMAT |
|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| 15                | 90            | 31                | 125           | 46                | 218           |
| 16                | 92            | 32                | 131           | 47                | 223           |
| 17                | 94            | 33                | 137           | 48                | 230           |
| 18                | 98            | 34                | 143           | 49                | 235           |
| 19                | 99            | 35                | 150           | 50                | 240           |
| 20                | 100           | 36                | 154           | 51                | 245           |
| 21                | 102           | 37                | 161           | 52                | 252           |
| 22                | 104           | 38                | 167           | 53                | 258           |
| 23                | 106           | 39                | 174           | 54                | 264           |
| 24                | 109           | 40                | 180           | 55                | 270           |
| 25                | 110           | 41                | 190           | 56                | 275           |
| 26                | 112           | 42                | 195           | 57                | 280           |
| 27                | 114           | 43                | 200           | 58                | 285           |
| 28                | 116           | 44                | 205           | 59                | 292           |
| 29                | 119           | 45                | 210           | 60                | 300           |
| 30                | 120           |                   |               |                   |               |



# Informations Complémentaires

## Informations Complémentaires

### 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](http://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](mailto: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, l'adresse suivante : [adv@francetvpub.fr](mailto:adv@francetvpub.fr), avant le 1er janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs (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 ou d'agence.

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

### 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](http://www.francetvpub.fr)) à l'adresse suivante : [facturation@francetvpub.fr](mailto:facturation@francetvpub.fr)



# Contacts

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