



PUBLICITÉ, PARRAINAGE ET NUMÉRIQUE

CAP2030

CONDITIONS COMMERCIALES

france•tv
publicité

Version consolidée au 06/10/2025

francetvpub.fr



Sommaire

1

OFFRES

Contexte, Data
et Expérience

2

CONDITIONS COMMERCIALES

TV classique, numérique
et parrainage

france•tvpublicité

OFFRES

Contexte, Data et Expérience



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

france•tv contexte

S'appuyer sur des contextes de qualité pour améliorer l'impact de vos campagnes.



NOUVEAUTÉS 2026

- Full Vidéo
- Total Vidéo
- Video Solidaire
- Lancement
- Easy Vidéo
- Soreach contexte
- Sponso Digital
- Carb'ON

france•tv data

Capitaliser sur la Data pour générer plus de valeur et gagner en précision.



NOUVEAUTÉS 2026

- Data Retail
- Data Amplify

france•tv expérience

Se réinventer et tester les nouvelles plateformes pour proposer des expériences inédites.



NOUVEAUTÉS 2026

- Top Horaire
- Grand Ecran
- *le lab*

france•tv contexte

S'appuyer sur des contextes de qualité pour améliorer l'impact de vos campagnes.

TOTAL VIDEO

Full Vidéo NOUVEAUTÉ	6
Total Vidéo Sponso / Classic NOUVEAUTÉ	7
 Total Vidéo Premium NOUVEAUTÉ	8
Impact Local	9
Lancement NOUVEAUTÉ	10
Easy Pack	11
Easy Pack Vidéo NOUVEAUTÉ	12

SPONSO VIDEO

Soreach Prime / Peak / Kids	13
Soreach Context NOUVEAUTÉ	14
Sponso Video Affinity / Power /Event	15
Sponso Digital NOUVEAUTÉ	16

DIGITAL VIDEO

Live	17
CTV	18
 Carb'ON NOUVEAUTÉ	19
Slash	20
YouTube by France.tv	21
Packs digitaux	22



Une présence sur l'ensemble des leviers pour une couverture maximale d'un genre ou évènement

DISPOSITIF

Les offres total vidéo se modernisent et proposent une nouvelle approche de contexte planning qui permet de bénéficier d'un dispositif full vidéo activant les leviers TV classique, sponsoring et digital pour maximiser la visibilité de votre prise de parole autour d'un contexte puissant ou d'un évènement. Destiné à optimiser la couverture de vos dispositifs, les offres Full Vidéos seront accompagnées d'une étude pour démontrer la couverture de ce type de dispositif.



Format 20" en TV & Digital et 12", 8" en Sponsoring



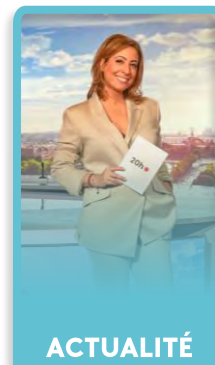
Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)



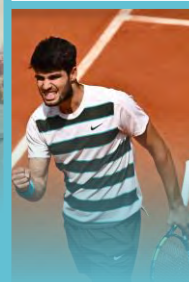
Commercialisation au CPM sur la cible 15 ans et +



Etude de complémentarité intégrée



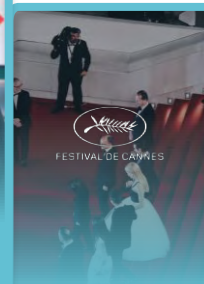
ACTUALITÉ



SPORT



CULTURE



ÉVÈNEMENT

CONDITIONS

Les offres full vidéo sont réservables dès la publication des offres sur une période annuelle ou liée à un évènement en particulier avec une priorité planning par rapport aux autres dispositifs.

La programmation est réalisée par FranceTV Publicité et bénéficiera d'emplacements préférentiels sur l'ensemble des supports. Etude de couverture intégrée au dispositif sous réserve d'évolution marché.



Un accès prioritaire au meilleur de nos contenus avec des dispositifs Vidéo TV & Digital Premium

DISPOSITIF

Bénéficiez d'un **dispositif vidéo unifié** englobant les leviers lassique ou sponsoring) et Digital pour **optimiser votre couverture autour d'un contexte puissant ou d'un évènement**. TV (c

Un accès prioritaire au meilleur de nos contenus

- Contextes éligibles : Evènements Sportifs, Cannes
- Formats les plus premium base 20" en TV & Digital
- Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)
- Etude de complémentarité intégrée en fonction des packages ou modélisation du reach sur cible

Une couverture démontrée sur nos offres premium

- Contextes éligibles : Fictions, Météo, Evènements sportifs
- Formats 12" et 8" et 6" en TV & 12" en Digital
- Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)
- Etude de complémentarité intégrée

CONDITIONS

Les offres Total Vidéo sont réservables dès la publication des offres sur une période annuelle ou liée à un évènement en particulier avec une priorité planning par rapport aux autres dispositifs.
 Total Vidéo Classic : la programmation est réalisée par le client avec un accès prioritaire aux inventaires, formats et positions les plus premium en fonction des différents paliers proposés.
 Total Vidéo Sponso : la programmation est réalisée par FranceTV Publicité et est réservable dès la publication des offres sur l'ensemble de l'année.
 Etude de couverture intégrée au dispositif Total Vidéo Sponso. Eligibilité à la réalisation d'une étude de complémentarité soumise à un certain niveau d'investissement



Faites résonner votre message associatif en après 20H et bénéficiez de meilleures conditions sur le digital

DISPOSITIF

Votre statut d'association vous donne accès à l'après 20h ! Bénéficiez d'un environnement **premium**, avec une présence publicitaire limitée et la puissance de nos écrans Prime, pour diffuser vos campagnes en TV classique et digital.

Liste des écrans disponibles en après 20h

france•2	france•3	france•5
20.35	20.10	20.35
22.22	20.12	22.45
23.42	20.15	23.55
	22.23	

CONDITIONS

Toute campagne associative diffusée exclusivement en après 20h sur les chaînes linéaires du groupe France TV sera bonifiée de 10% du montant net H.T investi sur l'environnement digital de France.tv et de ses éditeurs en régie sous réserve de disponibilités planning.

La facturation sera effectuée directement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2026.





Communiquez sur votre territoire avec notre offre sur-mesure

DISPOSITIF

Bénéficiez de **dispositifs régionaux** pour prendre la parole **auprès d'un public local** selon vos objectifs de campagne en 4 écrans.
Allez plus loin et communiquez vos adresses de point de vente.

CONDITIONS

La programmation est réalisée par FranceTV Publicité pour les packs « Impact Local »

Dès 3 semaines de campagne, abattement supplémentaire de 10% du CPM TV².

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 2026.



100% TV classique

Au choix sur la base des 24 régions

Achat en spot à spot

TV Classique, CTV (BVOD/TVS)
Vidéo digitale et Display¹

Au choix sur la base des 24 régions

Achat au CPM

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

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

LANCEMENT

Événementialisez vos prises de parole avec nos offres Lancement sur une journée

DISPOSITIF

FranceTV Publicité vous accompagne pour **faire résonner le lancement** de votre nouveau produit ou nouvelle copie publicitaire.

A travers nos solutions, **bénéficiez d'une couverture maximale** au sein d'un **environnement puissant et premium sur une journée** activant les leviers TV, sponsoring et/ou digital.


TV: Présence sur les écrans les plus puissants de France 2, France 3 et France 5 juste avant 20h en Ecrans Ecrin

Digital: Pré-roll dès 20h en « first in view » avec capping de 1 sur France.tv

Sponsoring: Présence de votre Billboard en soirée (minimum 2 présences) selon places disponibles (France 2 ou France 3 ou France 5)


 Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)


TV: Présence sur les écrans les plus puissants de France 2, France 3 et France 5 juste avant 20h en Ecrans Ecrin

Digital: Pré-roll dès 20h en « first in view » avec capping de 1 sur France.tv


 Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)


Digital : Médiatisation vidéo classique (pre et midroll) et format **cover•Break**


 Ciblage petits conso TV sur une journée


 100% CTV (BVOD et TVS)

CONDITIONS

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 2026.



Communiquez en TV et en Digital grâce à nos gammes clés en main à des tarifs avantageux pour booster votre visibilité

DISPOSITIF

FranceTV Publicité vous accompagne pour vos premiers pas en TV et en digital avec une offre clé en main, simple et efficace.

Associez votre marque aux programmes les plus plébiscités de France Télévisions et de nos chaînes thématiques grâce à des campagnes de 2 à 3 semaines.

Ciblez un de nos segments spécifiques en TV Classique et en Digital

SOCIO-DEMOGRAPHIQUES
25-59, 35+, CSP+

ATTITUDINALES
Intentionnistes Voyage, Intentionnistes E-Commerce

COMPORTEMENTALES
Pratiquants de sports, Habités ciné, Lecteurs

SHOPPERS **NOUVEAUTÉ**

Communiquez dans nos contextes les plus affinitaires

CONTEXTES
Information & Magazine

PREMIUM

télé**matin** **LE MAG DE LA SANTÉ**



Disponible en TV et en digital sur **france•tv**



Le médiaplaning vidéo simple et accessible sur l'ensemble des écrans

DISPOSITIF

Une **présence sur l'ensemble des leviers** pour une **couverture maximale** d'un genre, d'un évènement, d'une cible ou d'une donnée. Bénéficiez d'une **activation CTV** intégrant de la TVS contextuelle ou ciblée ainsi qu'une **activation digitale** sur l'univers digital France.tv qui vous permet d'optimiser vos dispositifs sur l'ensemble des leviers vidéo.

Un accès « easy » à nos inventaires vidéo



Un seul CPM, des emplacements préférentiels, un pilotage et un bilan unifié pour une activation 4 écrans



Formats éligibles 15', 20'' et 30'' en TV & Digital



Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)



CONTEXTE

Genre

- Culture

Programmes

- Silence ça pousse
- Le magazine de la santé
- Bel et bien

CIBLE

Socio Démon

- 15-34 ans
- Femme 25-34
- CSP+

Intentionnistes

- Conso
- Acheteurs

DATA

Météo

- Température
- Neige etc...

Local

- Code postal
- Région
- Département

CONDITIONS

Dispositif vidéo TV et digital intégrant des spots TVS, pré et mid roll en emplacement préférentiel sur la base d'une période de 2 semaines.

Formats éligibles 15', 20'' et 30'' en TV & Digital.

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 2026.



Optimisez le reach de vos campagnes vidéo

DISPOSITIF

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

Augmentez le reach de vos campagnes classiques avec des billboards en format 12"¹ dans des contextes premium.

Bénéficiez des performances constatées et extrapolées disponibles dans



CONDITIONS

Dispositif parrainage base 1 semaine.
Sous réserve de l'accord des antennes.
Réservations aux ouvertures de planning.
Majoration priorité planning : +20%.
Programmation et position de l'annonceur définies par la régie.

Tarifs évoluant en fonction des périodes.
Annulation possible jusqu'à 6 semaines avant la première diffusion.
Frais de production du billboard et frais de mise à l'antenne non inclus.

PRIME

Gagnez en couverture sur vos dispositifs TV Classiques grâce à un dispositif prime puissant

- +/-28 présences en 12"²
- 1 place / semaine
- Dispositif digital HomePrime
- Disponible sur ADspace

PEAK

Gagnez en couverture sur vos dispositifs TV Classiques grâce à un dispositif prime puissant

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

KIDS

Optimisez votre reach auprès des cibles jeunesse en communiquant autour du meilleur de nos contenus

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



Gagnez en couverture incrémentale ou utile grâce à la CTV avec l'offre amplify Soreach disponible p. 30

¹ Présence complémentaire en 6" dans le Soreach kids
² Nombre de présences donné à titre indicatif et susceptible d'évoluer en fonction des périodes



Optimisez le reach de vos campagnes vidéo

DISPOSITIF

La gamme Soreach s'élargit avec les **Soreach Context**.

De **nouveaux contextes premium** commercialisés à la semaine afin d'**optimiser le reach** de vos campagnes TV classique **grâce à du sponsoring** en format 12".

Un accès complémentaire à nos inventaires premium



Contextes éligibles :

- N'oubliez pas les Paroles
- Un si Grand Soleil
- Tout le Sport / Stade 2
- Affaire Conclue
- Slam / Questions pour un Champion



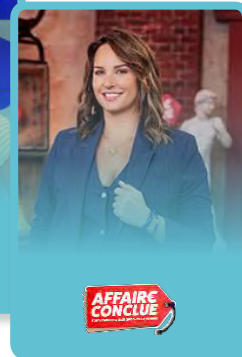
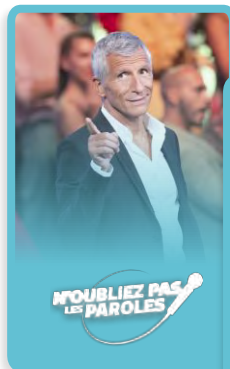
Formats 12" en TV & Digital



Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)



Performances constatées et extrapolées disponibles dans PopCorn TV.



CONDITIONS

Conditions identiques au Soreach (cf slide précédente)



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

DISPOSITIF

Avec nos gammes Sponso Power, Sponso Affinity et Sponso Event, [associez-vous au meilleur de nos contenus](#).

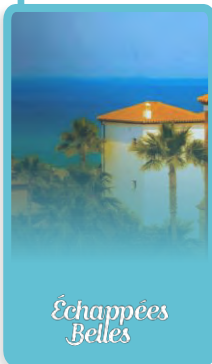
Des espaces de parrainage sur une (des) chaîne(s) de France Télévisions, sur une (des) chaîne(s) thématique(s), des espaces publicitaires et de parrainage numérique (display, billboard, vidéo, etc.).



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

Des programmes affinitaires :

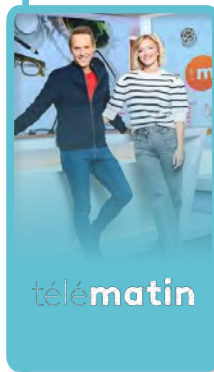
- Les Maternelles XXL
- Echappées belles
- Le magazine de la santé
- Silence ça pousse
- Cuisine ouverte



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

Des programmes puissants :

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



Parrainez les programmes les plus événementiels

Des programmes exceptionnels :

- Festival de Cannes
- Intervilles
- Drag Race
- L'anneau
- Sport



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.



Faites rayonner votre marque dans un univers 100% digital

DISPOSITIF

Associez votre marque à nos **contenus premium** sur la plateforme France.tv.
L'occasion de **patronner en 100% digital** les programmes de fictions, culture ou bien d'actualité et

- D'accéder au **preview de certains programmes**
- D'être présent autour des **contenus les plus consommés**
- De profiter de **contenus disponibles en exclusivité** sur France.tv



Contextes éligibles :

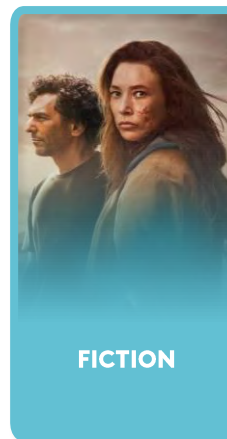
- Fiction
- Culture
- Actualité



Formats billboard 12"



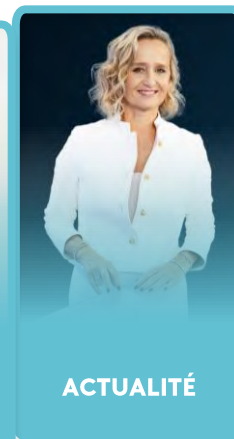
Diffusion 4 écrans (TV/CTV, Desktop, Mobile et Tablette)



FICTION



CULTURE



ACTUALITÉ

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 2026.
Aucun indice format sur la position Billboard ne sera appliqué



Vous n'avez pas de format billboard?



peut vous accompagner pour créer votre spot



La puissance du direct sur l'ensemble des environnements digitaux

DISPOSITIF

Avec près de **73M de vidéos vues en moyenne/mois autour des lives**, communiquez au cœur des directs selon vos objectifs de campagne
Le format Adswitching, un format performant

- Un format qui **engage**: 99% de complétion
- **Complément de couverture TV**
- Diffusion de vos **formats longs**
- Ciblage data disponible

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 2026



CTV●

L'écran TV au cœur de vos stratégies de communication

DISPOSITIF

Communiquez en CTV Live ou Streaming et bénéficiez d'une exposition publicitaire :

- **+ Qualitative** : 20 à 30 x supérieure à celle d'un smartphone
- **+ Impactante** : avec un très bon taux de complétion moyen de 97%
- **+ Fédératrice** : avec un indice d'écoute conjointe de 1,4 en ensemble journée et de 1,5 en après 20h¹

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 2026



	CTV • HOME PRIME	CTV • YouTube	CTV • cover•Break	CTV • CONTEXTE	CTV • REACH PETITS CONSOS	CTV • DATA
	100% CTV BVOD				100% CTV (BVOD et TV Segmentée) ²	
	Uniquement après 20h		Aucune contrainte horaire			
	Programmes france•tv			Actu/ Culture/ Cinéma Séries & Fictions	Petits consos + possibilité croisement tranches d'âges	Profil/Conso/ Acheteurs/Météo Géolocalisation/ Attitudinale
	Achat au CPM					

1. Médiamétrie – Ecoute conjointe après 20h pour FTP – Toutes localisations - S2 2024

2. Sauf pour les offres Fictions et cinéma uniquement en streaming



Réduisez l'impact carbone de vos campagnes publicitaires

DISPOSITIF

Communiquez autour de **devices plus économes** et **uniquement autour de contextes certifiés ecoprod** pour limiter l'impact de vos campagnes



Format vidéo max 20 secondes



Diffusion uniquement CTV et Desktop



Uniquement autour de contenus certifiés **ecoprod**



Achat au CPM en gré à gré ou programmatique

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 2026

Exemples de programmes certifiés **ecoprod**



En savoir



france•tv

Pionnier sur l'éco-production avec le Studio Vendargues

« un des plus grands pôles de production audiovisuelle en France »

ecoprod depuis 2023



Investissez un nouveau terrain de jeu créatif pour parler aux nouvelles générations

DISPOSITIF

Maximisez votre couverture auprès de **la jeune génération** grâce au :

- **Format vidéo** dans les contenus recommandés par Slash ou chaîne Youtube
- **Sponsoring** des contenus identifiés Slash
- **Brand Content**

Des dispositifs disponibles sur l'ensemble des médias et réseaux sociaux



Possibilité de ciblage de chaînes thématiques sur Youtube



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 2026



Brand Content
Création de dispositif
sur mesure

Le Lab

Sponsoring
Association de votre
marque autour des
contenus

slash

Vidéo
Communiquez autour
de la collection

slash
aime



Associez votre marque à des programmes de qualité et engagez de nouveaux publics

DISPOSITIF

Bénéficiez d'une **audience complémentaire** en activant nos solutions sur l'environnement Youtube de France.tv

- Pack context : Diffusion de votre message dans un univers de contenus
- Programme : Diffusion de votre message autour d'un programme dédié
- Data : Activation des segments data Youtube
- Jeunesse : Présence sur les chaînes Disney et Warner
- CTV : Présence sur l'écran le plus premium

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 2026



DEAL VIP

Toute dépense PG (Programmatique garanti) via les vendeurs partenaires sera automatiquement attribuée au VIP Google approprié.
Aucune action n'est requise de la part de FTP ou de l'annonceur

	PACK CONTEXT	PROGRAMME	DATA	JEUNESSE	CTV
	20s non skippable. Jusqu'à 30s non skippable en CTV			20s non skippable.	Jusqu'à 30s non skippable
	Diffusion 4 écrans ou 100% CTV			Diffusion 4 écrans	100% CTV
	Voyage, Culture, Divertissement...	Safe Zone, Planète Rap, Les Maternelles XXL ...	15-34 ans, 25-34 ans ou 25-49 ans	Youtube Disney et Warner Bros ¹	
	Achat au CPM. Gré à Gré ou programmatique (Deal VIP)	Achat au CPM. Gré à Gré	Achat au CPM. Gré à Gré ou programmatique (Deal VIP)	Achat au CPM. Gré à Gré	Achat au CPM. Gré à Gré ou programmatique (Deal VIP)

Format disponible jusqu'à 30 secondes sur l'écran CTV uniquement
Hors format Sponsorship= vendu au volume garanti, exclusivité parrain jusqu'à l'atteinte de ce volume.
Critère supplémentaire +1€ par critère : 1ère position, socio-demo (sexe/âge), ciblage device, utilisateurs logués, ciblage affinitaire
1 Offre Jeunesse: Uniquement pages Youtube de Warner Bros et Disney. Exclusion de l'ensembles des contenus Okoo/ Jeunesse de France.tv



Associez votre marque à nos contenus premium

DISPOSITIF

Profitez de nos packs clés en main pour communiquer auprès de votre cible.
Optimisez vos campagnes avec notre offre premium dans un univers brand-safe sur France.tv et nos différents sites cf notre écosystème partenaire

CONDITIONS

Sont concernés les espaces publicitaires 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 2026.



Achat possible de certaines cibles au sein des offres « Total Vidéo » dont Sponso Digital slide 16

AFFINITY

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



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



Diffusion 4 écrans



Achat au CPM

CONTEXT

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



Séries & Fiction, Cinéma
Info & Société, Sports, Voyage, Art de vivre, Musique, Culture...



Diffusion 4 écrans



Achat au CPM

EVENT

Associez-vous à un programme ou événement sportif en affinité avec votre marque



Diffusion 4 écrans



Achat au CPM

france•tv data

Capitaliser sur la Data pour générer plus de valeur et gagner en précision.

CIBLAGE

Data Partner.....	24
Data Audience	25
Adressable TV.....	26
Cibles TV.....	27

PERFORMANCE

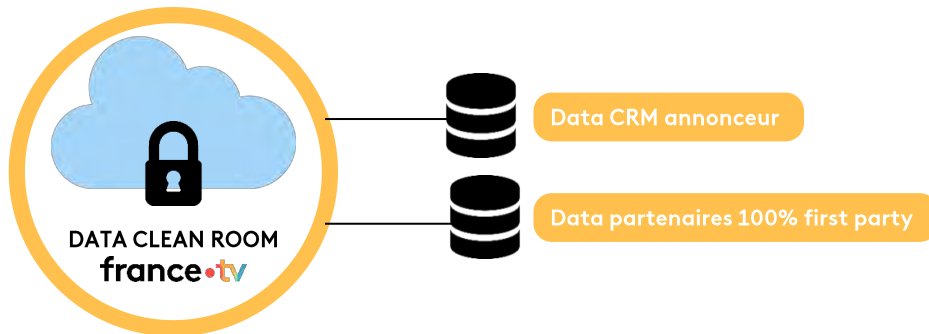
Display Performance.....	28
Performance partenaire.....	29
Data Amplify NOUVEAUTÉ	30

Déployez le potentiel de vos données sur france.tv en devenant l'un de nos partenaires data

DISPOSITIF

Une solution de data collaboration **100% sécurisée** pour découpler la puissance et la valeur de vos données sur les environnements adressables de france.tv.

En partenariat avec LiveRamp, leader technologique de la gestion de données, nous vous permettons de croiser vos données clients avec la base CRM de france.tv et la base de données des FAI, de manière conforme aux réglementations en vigueur



CONDITIONS

Offre soumise au respect des dispositions de l'article 58 des Conditions Générales de vente 2026.

INSIGHT



Gagnez en connaissance client en croisant vos données avec celles de france.tv.

AUDIENCE OVERLAP · PROFILING

ACTIVATION⁽¹⁾



Adressez vos audiences 1st party les plus tactiques sur tous les écrans adressables de france.tv.

TV SEGMENTÉE · CTV · OTT

MESURE



Mesurez l'efficacité réelle de vos campagnes en analysant vos KPIs clés.

IMPACT VENTES · BRANDING

1 Activation possible sur tous les environnements adressables france.tv : TV Segmentée (via Orange & Bouygues Telecom), OTT France.tv (TV Connectée, web & apps)

data.audience

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

DISPOSITIF

Un large éventail de solutions de ciblage basées sur l'exploitation de **données riches, fiables et qualitatives** :

- Données opérateurs : Orange, Bouygues, SFR
- Données propriétaires : france.tv, franceinfo.fr
- Données retailers : Carrefour, Veepee, Amazon
- Données tierces : Météo France, Showwhere, ou encore Webedia.

MODES DE DIFFUSION

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

- france.tv** 2.3.5
- Streaming 4 écrans
 - TV Segmentée

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)

GÉOLIFE (4)

data.profil



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

AGE / SEXE (3)

CSP / REVENUS

COMPOSITION FOYER

TYPES D'HABITAT

data.média



Adressez la bonne cible selon ses comportements et usages médias réalisés sur :

france.tv



NOUVEAUTÉ

webedia/

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 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.retail



Maximisez vos performances en ciblant vos profils d'acheteurs PGC & e-commerce :

Carrefour

via unilimitat

NOUVEAUTÉS

Veepee|ad

amazon (5)

1. Codes postaux et bassins de vie seulement disponibles en TV Segmentée & streaming CTV // 2. Temps de trajet : seulement disponible en TV Segmentée & streaming CTV // 3. Socio-démo TV segmentée : seulement disponible en croisement de cibles
4. Géolife : seulement disponible sur les set-top box Orange // La data 1st Party Amazon (centres d'intérêts et signaux d'achat) est disponible via Amazon DSP pour l'offre France.tv sur Prime Video Channel.

adressable.tv

DISPOSITIF

Accédez à la puissance ciblée grâce à la TV segmentée et à nos solutions de ciblage riches & inédites avec plus de **600 segments disponibles**.

CONDITIONS

Diffusion sur > **2.3.5.3** régions

Via les opérateurs > **orange** **SFR** **bouygues**

Formats éligibles > **15" 20" 30"**

 Socle commun / Ciblage F.A.I.

 Ciblage spécifiques FranceTV Publicité



data.géoloc

GÉOLOC SIMPLE

- Régions
- Départements
- Bassins de vie
- Codes postaux

ZONES SPÉCIALES

- Zones Urbaines / Rurales
- ZFE CO2
- Bâtiments < 1970
- Zones Géolife ^(*)

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.média

PMG CONSO TV

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

INTÉRÊTS TV – FAN DE...

- Mode
- Musique
- Cinéma
- [...]

FANS PROGRAMMES FTV

- La Maison des maternelles
- Culture FranceTV
- Silence ça pousse !
- Festival de Cannes
- Drag Race France
- Roland Garros
- [...]

NOUVEAUTÉS



COMPORTEMENT CONSO SUR ALLOCINÉ

Acheteurs billet de cinéma
Genres cinématographiques
Segment custom (ex-super héros)

webedia.



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.retail ⁽²⁾



ACHETEURS PGC

Alimentaire & Boisson
Maison / Entretien
Hygiène / Pharma
Produit pour Animaux
Jeux / Jouets
[...]

+70

segments acheteurs
PGC disponibles

NOUVEAUTÉS



INTENTIONNISTES E-COMMERCE

Enfants
Mode
Maison
Sport
Beauté
Voyage
Loisirs
Automobile
Gastronomie

+30

segments intentionnistes
e-commerce disponibles

Cibles TV Data

Valorisez vos dispositifs et soyez au plus près des attentes du marché grâce à nos solutions de ciblage TV

France Télévisions Publicité est depuis des années **pionnier** dans la création de nouvelles cibles.

2025		ACHETEURS DE LIVRES
2023		HABITUÉS CINÉ
2022		PRATIQUANTS DE SPORTS
2021		DATA ENRICHING
2019		GRP SHOPPERS GRANDE CONSO
2018		BIO ATTENTIFS GREEN SPIRIT MADE IN FRANCE
2017		GRP DATA

SOCIO-DÉMO	GRP SHOPPERS	DATA ENRICHING	COMPORTEMENTALE
▶ Accédez à l'ensemble de nos cibles standards  Cibles socio-démographiques issues du panel Médiamat de Médiamétrie  FOYER Ind 4+ Ind 4-10 Ind 15+ Ind 25+ Ind 25-49 Ind 35-59 Liste complète sur demande	▶ Ciblez les achats réels en grande conso  Cibles d'achat de catégories de produits créées selon des données de consommation de Kantar WorldPanel  EXCLUSIVITÉ france•tvpUBLICITÉ¹ 20 catégories de produits Alimentation Entretien Boisson Hygiène Beauté	▶ Touchez en linéaire les cibles data identifiées sur Internet  Cibles Data Enriching construites à partir de comportements digitaux récents observés sur le panel Internet Global de Médiamétrie  DATA Ind 15+ Data Enriching acheteurs Ecomm Généraliste Ind 15+ Data Enriching Intentionnistes Assurance Ind15+ Data Enriching intentionnistes Placements Financiers Ind15+ Data Enriching intentionnistes Voyages Vacances Ind18+ Data Enriching intentionnistes achat Auto	▶ Ciblez certaines typologies de comportements  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  EXCLUSIVITÉ france•tvpUBLICITÉ Ind15+ Lecteurs & Acheteurs Ind15+ Sportifs Light & Addict Ind15+ HabituesCiné Ind50+ HabituesCiné Ind15+ Bio Attentifs Ind15+ Green Spirit Ind15+ Made in France NON EXCLUSIVE Ind 25-49 HabituesCiné

¹ Ciblage exclusif avec TF1 Publicité



Optimisez vos performances et engagez vos audiences sur Météo-France et Ici

DISPOSITIF

Engagez les audiences de Météo-France et ICI avec les formats interstitiel et habillage pour maximiser vos performances grâce à **notre offre garantie au clic**.

CONDITIONS

Coût au clic défini en amont dans les conditions commerciales.

Sont concernés les espaces publicitaires 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 2026.



En savoir



Leader de la
consultation météo
12,3M de visiteurs uniques/mois



1ère marque
média tv/radio
13,1M de visiteurs uniques/mois



Habillage : Home page de Météo France (*Desktop et tablette*)
Interstitiel : Applications Météo France et ICI (*Mobile et tablette*)



Habillage Home Page



Interstitiel mobile



Achat au CPC (ne payez que pour les clics générés)



Partenaire

Choisissez la solution performance la plus adaptée à vos besoins

DISPOSITIF

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.

R.O.I. Partenaire
Programme Performance

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€ net

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. net Hors campagne branding, institutionnelle
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€ net min en parrainage et 300K€ net 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.

Gagnez en couverture incrémentale ou utile grâce à la puissance de la TV Segmentée & TV Connectée

DISPOSITIF

Amplify est une solution conçue pour **amplifier l'efficacité de vos campagnes TV**.

Grâce à une technologie d'Ad Tracking unique, développée avec nos partenaires FAI, Amplify identifie précisément les foyers exposés ou non à votre campagne TV linéaire (spots TV et/ou Billboards), réalisée sur les chaînes france.tv.

En fonction de vos objectifs (couverture incrémentale ou utile), ces foyers sont ensuite retargetés avec précision sur nos leviers TV Segmentée et/ou streaming CTV (via la plateforme france.tv).

Amplify vous assure ainsi une couverture incrémentale ou une répétition 100% optimisées.

CONDITIONS

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

amplify•adtracking

Gagnez en point de couverture incrémentale ou utile sur vos dispositifs TV Classique.

 Formats : 15s | 20s | 30s

 Ciblage : Retargeting des foyers peu/pas exposés à vos spots TV Classique.

 Diffusion : TV Segmentée et/ou Streaming CTV.

 Reporting : Livraison d'un bilan sur le reach généré⁽¹⁾

amplify•sponsoTV

Amplifiez la couverture ou la répétition de vos dispositifs Parrainage TV.

 Formats : 15s | 20s | 30s

 Ciblage : Retargeting des foyers exposés ou non à vos Billboards / Bandes Annonces.

 Diffusion : TV Segmentée et/ou Streaming CTV.

 Reporting : Livraison d'un bilan sur le reach généré⁽¹⁾

NOUVEAUTÉ

amplify•soreach

Boostez les performances en couverture de vos campagnes TV Classique + SoReach.

 Formats : 15s | 20s | 30s

 Ciblage : Retargeting des foyers peu/pas exposés à vos spots TV Classique + BB & BA SoReach.

 Diffusion : TV Segmentée et/ou Streaming CTV.

 Reporting : Livraison d'un bilan sur le reach généré⁽¹⁾

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

france•tv*expérience*

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

FORMAT

Ecrans écran.....	32
Top NOUVEAUTÉ	35
Studio.....	36
Goodvertising	37
Recall.....	38
Vidéo Exclusive.....	39
Sponso Grand Ecran NOUVEAUTÉ	40

CREATION

L'Interview.....	41
Le lab NOUVEAUTÉ	42
Programme Court.....	43

SOCIAL

Brut.Pub	44
Brut. Reel / Carroussel	45



Offrez à vos plus belles histoires une diffusion premium,
sur les écrans les plus puissants de France Télévisions

DISPOSITIF

Votre spot long format, entouré de jingles thématiques, diffusé en **dernière position des meilleurs écrans** de France Télévisions.

Les écrans éligibles¹:

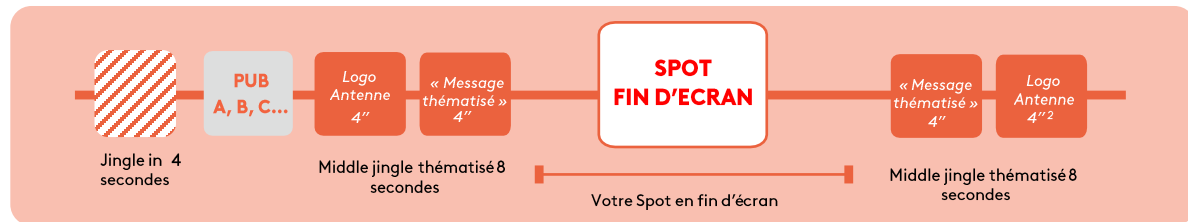


CONDITIONS

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 thématique de 8 secondes sera exclusivement assurée par FranceTVPublicité.

Le lab



ÉcransÉcrin Premium	ÉcransÉcrin Event	ÉcransÉcrin Solidaire	ÉcransÉcrin Green
Votre marque dans un écran unique	Partagez un écran lors de nos événements antenne	Partagez un écran lors des événements solidaires	Profitez de conditions avantageuses dans un écran dédié au green
Mono annonceur	Multi annonceur	Mono annonceur	Mono ou multi annonceur
Tout au long de l'année sauf programmation exceptionnelle	Événements d'exception : Festival de Cannes, 14 juillet, Fête de la musique...	Tout au long de l'année selon l'actualité : Téléthon, Sidaction, concerts dédiés à une cause ...	Tout au long de l'année sauf programmation exceptionnelle
Majoration OPS : +25% Coût de production du middle jingle : 7K€ net HT (1 chaîne)+2K€ par chaîne supplémentaire	Majoration OPS : +25% Middle jingle offert	Absence de majoration OPS Middle jingle offert	Voir conditions spécifiques dans la slide suivante

¹ Ecrans concernés : 7:50 – Télématin / 12:55 – Journal Météo Climat / 13:00 – ICI 12/13 / 19:46 – C à Vous / 19:51 – 20h00 (F2) / 19:56 – ICI 19/20
² L'écran 19.46 de France 5 du dimanche n'est pas attentant à C à Vous



Soutenez les grandes causes en communiquant autour de nos événements caritatifs

DISPOSITIF

France Télévisions produit et diffuse des émissions événementielles pour sensibiliser le public et faire appel à sa générosité en collectant des fonds pour des actions de solidarité, **qu'elles soient sociales, caritatives ou humanitaires**.

Ces programmes fédérateurs permettent d'aider à financer des projets essentiels pour la santé et le bien-être de tous, tout en célébrant les associations et organisations caritatives.

Lorsque l'actualité l'exige et face à une situation d'urgence, France Télévisions bouleverse ses programmes pour organiser une grande soirée de soutien et de solidarité pour venir en aide aux populations touchées par une catastrophe naturelle, une crise humanitaire ou un événement majeur à l'instar de « Unis pour Mayotte ».

Communiquez dans nos écrans solidaires **dont l'intégralité des recettes est reversée** aux associations partenaires.

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 2026



645 000€ reversés
Saison 2024-2025



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

CONDITIONS COMMERCIALES SPÉCIFIQUES

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.



Intégrez votre marque dans les moments clés de la journée grâce à notre gamme TOP

DISPOSITIF

Associez-vous à un **moment clé de la journée ou de l'année**. Bénéficiez d'une diffusion en fin d'écran pub, au plus près de l'éditorial à la fois en TV et en digital (CTV, Desktop, Mobile, Tablette).

CONDITIONS TV

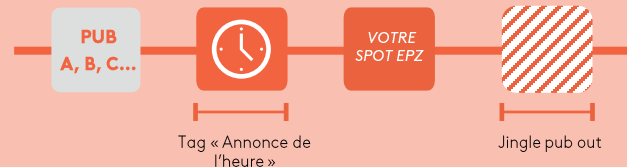
Budget TV calculé sur la base du tag 5" + durée du spot.
Le budget est à calculer en fonction de la période et du format du spot.
Soit pour un tag de 5" et un spot de 20 secondes – soit 25 secondes ind
105 Majoration de 25% (incluant l'EP Z) avec application du taux contrat.

Conditions de production

3 tags « annonce de l'heure/événement » aux codes graphiques reprenant les attributs de votre secteur d'activité. Production image et son des tags 5 secondes (x3), droits voix off, validation ARPP.

Coût de production : sur demande

Le Lab



Votre marque mise en valeur pendant un moment de la journée durant 1 semaine



Déclinable en TV et en Digital
Moments : Petit déjeuner, Déjeuner, Goûter, Dîner



TV classique : achat coût GRP
Digital : achat au CPM



Donnez rendez-vous à vos consommateurs devant leurs écrans



Déclinable en TV et en Digital
Moments : Soldes, arrivée de l'été, Rentrée des classes, pâques



TV classique : achat coût GRP
Digital : achat au CPM

Studio•tv

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

DISPOSITIF

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

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

Studio.Vidéo

- **+ de 20 formats enrichis disponibles¹**
Exemples: Skin pré-roll, Carrousel, Multi-promos, Géostore, Voting, Carte interactive...

 Diffusion au sein du player **france•tv**
4 écrans ou web desktop/mobile et tablette ¹

 Achat au CPM. Uniquement Gré à Gré



Carrousel

Studio.Cover

Coverlook: : Habillez la page player autour de votre spot pour une immersion complète dans l'univers de votre marque

Coverbreak: Affichez votre format en full screen au sein du player lors de la mise en pause du contenu

Coverlook: Web desktop

Coverbreak: Web desktop, APP & CTV

 Achat au CPM. Uniquement Gré à Gré



Coverlook



Coverbreak

Studio.Event

➤ Diffusez votre format interactif qui accompagne le visionnage live sans l'interrompre.
Skin content classique, édito ou gaming

 Diffusion au sein du player **france•tv**

 Achat au CPM. Uniquement Gré à Gré.



1. Formats éligibles au 4 écrans, se référer à notre offre sur demande

good•vertising

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

DISPOSITIF

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.

good•vertising don participatif

Reversez **10% du budget¹** de votre campagne digitale au profit d'associations au travers 2 mécaniques activables :

Format interactif participatif



Un format vidéo interactif permettant aux utilisateurs de participer à une action solidaire.

Format enrichi solidaire



Votre spot est accompagné d'un format enrichi valorisant l'association de votre choix.

UNE OFFRE 100% INTERNALISÉE :

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

good•vertising don impressions

Offrez à une association **une part des impressions de votre campagne²** publicitaire digitale, et valorisez votre démarche solidaire à travers 2 formats activables :

Format enrichi co-brandé



Un habillage s'affiche en complément autour du spot de l'association

Format Coverlook co-brandé



Un habillage de la page player s'affiche autour du spot de l'association

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 Offre GoodvertisingDon Participatif vendue au forfait. 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 Deux forfaits de dons possibles : 25% ou 50% des impressions.

Recall

Maximisez l'efficacité de vos campagnes avec nos solutions Recall

DISPOSITIF

Une orchestration de formats **au service de la performance** :

Short recall

Votre format pré-roll est amplifié par un short-roll de 6". Dans un écran mid-roll. Une combinaison de 2 formats en EP pour maximiser l'efficacité.

Break recall

Votre format pré-roll est amplifié par un format coverbreak (ad pause) pour optimiser la visibilité et générer du trafic.

CONDITIONS

Sont concernés par les présentes l'espace publicitaire sur l'environnement France.tv dont France TV 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 2026

Pour le CoverBreak : Eléments créatifs fournis par l'annonceur sous réserve de contrôle des éléments et contenus par France TV Publicité.

Short Recall

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

COMBINAISON FORMAT
PRÉ-ROLL 20" + SHORT-ROLL 6"

AMPLIFICATION X PRÉSENCE À L'ESPRIT



Diffusion 4 écrans



Emplacement préférentiel



Achat au CPM. Gré à Gré

Break Recall

Une orchestration de format full-funnel avec une complémentarité Vidéo + CoverBreak pour maximiser l'efficacité de vos campagnes

Le format vidéo
« classique »



pour travailler
l'image et la notoriété

cover•Break



pour générer de
l'engagement et du trafic



Diffusion 4 écrans



Achat au CPM. Gré à Gré

VIDÉO EXCLUSIVE

Maximisez la présence de votre marque dans un écran vidéo pour répondre à vos enjeux d'urgence

DISPOSITIF



Format Mono pré-roll (max 45 secondes)



Diffusion 4 écrans (CTV, Desktop, Mobile et Tablette)



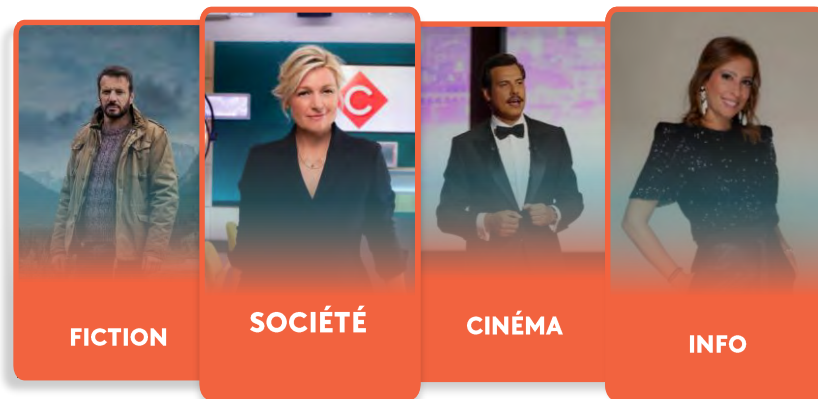
Achat au CPM



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 2026



Disponible dans d'autres genres de programmes



Possibilité d'activer nos formats Studio Coverlook ou nos formats Cover (cf page 36)



Associez-vous au meilleur du cinéma, du plus petit
au plus grand écran, avec notre partenaire **mediavision**

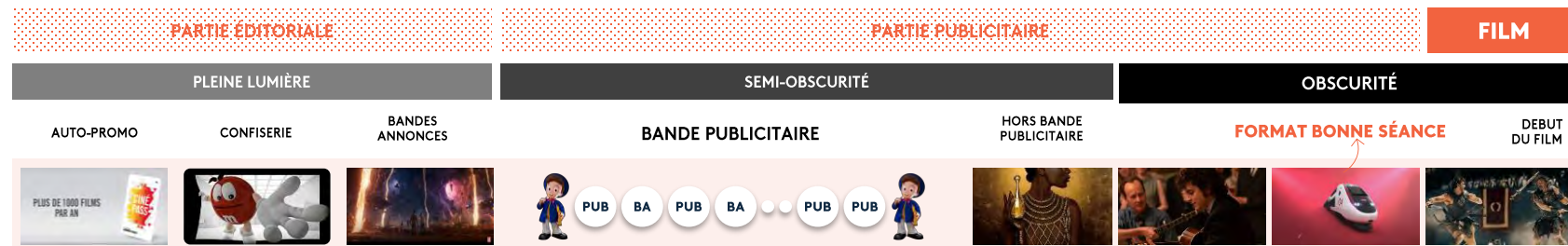
DISPOSITIF

Préemptez tout l'univers du cinéma, des films des plus récents actuellement en salle aux films patrimoniaux, en passant par les comédies françaises et les blockbusters.

En complément de votre campagne sponsoring en TV et Digital, profitez en exclusivité du format « Bonne Séance », l'emplacement le plus premium dans les salles de cinéma de notre partenaire Mediavision, juste avant le démarrage du film.



Exemple de chorégraphie publicitaire dans les salles de cinéma



Votre contenu de marque en format billboard souhaite
« une bonne séance » aux spectateurs en salle

CONDITIONS

Cinéma : frais de diffusion et de DCP inclus. Programmation donnée à titre indicatif sous réserve de modification de France Télévisions et de Mediavision. Les propositions TV et digitales s'entendent hors frais techniques et sous réserve de l'accord des antennes. France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la chaîne thématique proposée en couplage.



Prenez la parole sur vos engagements grâce à nos deux gammes d'interviews clés en main

DISPOSITIF

En introduction de vos **spots en EPA**, un générique introduit l'interview.

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.

La production de vos dispositifs pour les deux gammes est réalisée par : **Le Lab**

la minute'

Votre incarnant interviewé sur le terrain



Objectif : humaniser le discours, faire découvrir les engagements de votre marque



Déclinable en TV et en Digital
Formats : 2 versions déclinées chacune en 30 et 45 secondes.



Frais de production : sur demande
Application du taux contrat annonceur
Majoration OPS : +25% (incluant EPA)



L'interview

Premium

Votre porte-parole de la marque interviewé en plateau



Objectif : valoriser votre expertise dans un environnement crédible.

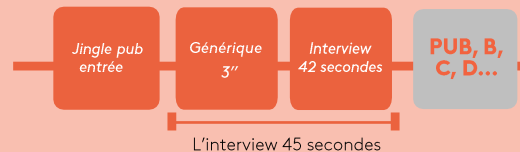


Déclinable en TV et en Digital
Formats : 3 versions déclinées chacune en 30 et 45 secondes.

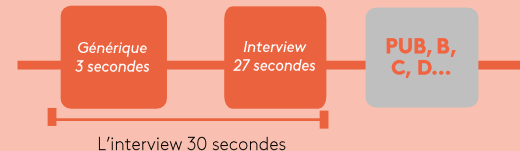


Frais de production : sur demande
Application du taux contrat annonceur
Majoration OPS : +25% (incluant EPA)

EN TV



EN DIGITAL



Le lab

Valorisez les actions de votre marque avec le studio créatif de FranceTVPublicité

DISPOSITIF

Une équipe d'experts en opérations spéciales, **mobilisée sur une diversité de thématiques pour imaginer des prises de parole à fort impact**, au service de votre marque et de ses engagements.

De la conception stratégique à la diffusion multicanale (TV, digital, réseaux sociaux, terrain), nous co-créons des dispositifs originaux qui valorisent vos actions, donnent du sens à vos messages et renforcent votre rayonnement auprès de vos publics.



Plus de **85** opérations réalisées depuis le début de l'année 2025



PROGRAMME COURT

Parrainez des contenus originaux en accord avec vos valeurs et enrichissez votre discours

DISPOSITIF

Le programme court véhicule vos valeurs à travers un format attractif pour les consommateurs. Diffusé dans des carrefours d'audience, il offre une visibilité maximale grâce à une présence sur plusieurs chaînes. Le dispositif inclut :

- Des **espaces de parrainage** sur une (des) chaîne(s) de France Télévisions et/ou 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



Format déclinable en TV et en Digital

CONDITIONS

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

L'Annonceur ne peut pas s'opposer à ce que soient présents dans les écrans publicitaires précédant ou suivant l'émission parrainée, les bandes-annonces parrainées, les 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.



En savoir +

Des thématiques variées¹ et cohérentes avec la ligne éditoriale de **france•tv**



Patrimoine



Culture



Environnement

¹ Liste de thématiques non exhaustive

Brut.Pub

Le format publicitaire adapté aux codes des réseaux sociaux

DISPOSITIF

Brut. transforme vos assets TV et digitaux en campagnes sociales performantes et engageantes.

Nous récupérons vos assets vidéo déjà tournés et les remontons en assets « social » efficaces en les enrichissant des codes narratifs Brut. Le contenu produit est posté par Brut. et amplifié sur les principales plateformes, auprès des meilleures audiences.

Selon vos objectifs, nous vous proposons une gamme de nouvelles solutions totalement repensées

Social

Optimisez votre couverture en social avec une présence puissante sur l'ensemble des plateformes

-  Format 30" max
-  Vidéo Verticale
-      
-  3 écrans PC, Mob, Tab
-  Achat au CPM

View

Maximisez la viewability de vos formats Brut. grâce à l'intégration de France.tv et une optimisation à la vue

-  Format 30" max
-  Vidéo Verticale/ Horizontale
-       
-  4 écrans: CTV, Desktop, mobile et tablette
-  Achat au CPVV 15"

Reach

Amplifiez la couverture de vos campagnes TV avec un dispositif performant et une complémentarité démontrée

-  Format 30" max
-  Vidéo Verticale/ Horizontale
-       
-  4 écrans: CTV, Desktop, mobile et tablette
-  Etude XCR intégrée
-  Achat sur cible

CONDITIONS

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

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

Brut.Reel & Brut.Carroussel

Les solutions pour vous accompagner lors de vos prises de parole adaptées aux plateformes sociales

DISPOSITIF

Nous vous proposons des solutions pour répondre à vos besoins selon vos objectifs.

Brut Reel *

Production de campagnes brand content et d'événements en phase avec les usages de la nouvelle génération. La création des contenus est pensée par les équipes de journalistes et content creator de Brut : d'un contenu simple à la création verticale

Brut Carroussel

Sur la base de vos assets existants ou bien de création sur mesure via les équipes de Brut., création d'un format statique ultra-agile pour partager des informations concises.

Brut.Reel



Production d'une vidéo



Diffusion sur l'ensemble des réseaux



Achat au CPV



Brut.Carroussel



Production entre 3 et 10 images



Diffusion sur  



Achat au CPM

CONDITIONS

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

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

*Environ 1 mois et demi de production à partir de la validation des intentions créatives

CONDITIONS COMMERCIALES

TV Classique, numérique et parrainage





CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2026
et le 31 décembre 2026

Décomposition du CA 2026	48
Terminologie	49
Conditions tarifaires.....	51
Taux CGV	56
Informations et délais de programmation...	59
Les offres garanties.....	61
Le pack visibilité.....	66

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2026 de la publicité sur France Télévisions et les chaînes thématiques

C.A. Initial

Variations initiales

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

- Incidents
- Solutions
- Blocs

C.A. Initial Corrigé

Modulations tarifaires (x% du Tarif Initial Corrigé)

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

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

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
- 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

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

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), DreamWorks, E! Entertainment, Le Figaro TV, France 24 (signal France), LCP Assemblée Nationale, Maison & Travaux TV, Melody, MGG TV, Mieux, Museum TV, MyZen TV, National Geographic Channel, Public Sénat, Sport en France, Syfy, 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, CTV et tous modes de diffusions numériques.

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 60).

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 53).

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 56)).

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%	+7%	+5%	+5%	+7%	+7%

Dans le cadre du Pack Visibilité, les EP seront offerts pour les produits de classe A, B, C du secteur automobile définie selon la méthodologie établie par Carbone 4.

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.

Publicité

Conditions tarifaires

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.

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.

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

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 -7% sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité, en 2024 et 2025 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2024 et/ou 2025, 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 2026 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2026 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2024 et 2025 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme 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 2025 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 2025 par un groupe d'annonceurs grâce au logiciel média-explorer. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis l'abattement nouvel annonceur.

*Budget en euros bruts hors taxes hors Internet display et hors presse régionale
(source Kantar Media – Traitement Pluri Explorer – données au 31 janvier 2026)

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 l'abattement nouvel annonceur.

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 l'abattement nouvel annonceur.

Publicité d'intérêt général

Bénéficie 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 l'abattement nouvel annonceur.

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Conditions tarifaires

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 minoration tarifaires hormis l'abattement nouvel annonceur.

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 minoration 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 minoration 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 2026 réalisé en publicité classique Après 20h supérieur ou égal à 50% ;
- CA Net 2026 publicité classique inférieur ou égal à 200 000€.

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

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.

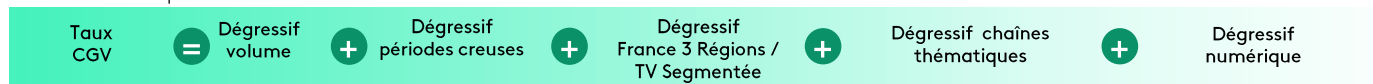
Ces offres ne bénéficient d'aucune minoration tarifaire, ni du taux CGV et ne participent pas au calcul du taux CGV.

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Taux CGV

Le **Taux CGV** se compose de 5 dégressifs s'additionnant afin de déterminer le Taux CGV qui s'applique sur le Chiffre d'Affaires Net avant remise de l'espace TV classique des chaînes de France Télévisions et des chaînes thématiques.



Sont exclus du périmètre d'application du Taux CGV les achats bénéficiant de l'abattement « Publicité secteur cinématographique », les achats des solutions Garanty, Garanty+, les achats de programmatic.tv, Adressable.tv (TV Segmentée), les offres Exclusives, les offres publiées en Net HT.

Cependant, les achats des solutions Garanty, Garanty+, programmatic.tv et Adressable.tv (TV Segmentée) participent au calcul du Taux CGV.

Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2026 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2026 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE		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%

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Taux CGV

Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2026 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 1er au 16 août) sur les chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET PÉRIODES CREUSES 2026 SUR LES CHÂÎNES 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 2026 SUR FRANCE 3 RÉGIONS INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE + CA NET EN TV SEGMENTÉE VS CA NET 2026 SUR LES CHÂÎNES FTV ET LES CHÂÎNES 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%

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Taux CGV

Dégressif chaînes thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2026 sur les chaînes thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2026 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2026 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 2026 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET NUMÉRIQUE* 2026 VS CA NET CLASSIQUE 2025 + CA NET NUMÉRIQUE* 2026 EN %	DÉGRESSIF NUMÉRIQUE
De 0,00 % à 14,99 %	0,00%
De 15,00 % à 16,99 %	-0,50%
De 17,00 % à 19,99 %	-1,50%
De 20,00 % à 24,99 %	-2,50%
De 25,00 % à 29,99 %	-3,50%
30,00 % et au-delà	-3,80%

*Hors CA Net numérique issu du parrainage

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

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 ^{er} janvier – 08 mars 2026	14/10/2025	14/11/2025	01/12/2025
09 mars – 03 mai 2026	02/12/2025	09/01/2026	26/01/2026
04 mai – 16 août 2026	10/02/2026	13/03/2026	30/03/2026
17 août – 1 ^{er} novembre 2026	05/05/2026	29/05/2026	15/06/2026
02 novembre 2026 – 31 décembre 2026	23/06/2026	04/09/2026	21/09/2026

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

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

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	VENDRE
DÉLAIS DE MONTAGE	Montage National	+2	+2 / +3	+3 / +4	+4	+4
	Montage régional / Chaînes thématiques	+4 / +5	+5	+5 / +6	+6	+6

Indices tarifaires 2026 par format

SECONDES		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INDICE		29	35	42	48	53	58	60	63	68	69	76	79	82	86

SECONDES	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
INDICE	88	92	95	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

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

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 15% minimum annuel du budget annuel TV*



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



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 : 19.00 à 19.99

Délai de programmation :
Ouvertures de planning

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

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Offres Garanty et Garanty +

Conditions

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

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

FranceTV Publicité informera par tout moyen d'usage dans la profession, de son acceptation et/ou aménagement et/ou refus dudit brief de programmation en fonction des disponibilités planning. En tout état de cas, dans l'hypothèse où FranceTV Publicité viendrait à informer l'annonceur et/ou son mandataire de son refus, ces derniers ne pourront prétendre à aucun dédommagement quel qu'il soit à ce titre.

En 2026, pour tout investissement en achat CGRP garanti, :

- Un investissement de 10% sur nos éditeurs thématiques
- Un investissement de 15% 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 des indices 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 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.

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Offres Garanty et Garanty +

Indices par période*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Du	Jeu 1 ^{er} janvier 2026	Lun 9 mars 2026	Lun 20 avril 2026	Lun 18 mai 2026	Lun 6 juillet 2026	Lun 20 juillet 2026	Lun 17 août 2026	Lun 19 oct. 2026	Lun 21 décembre 2026
Au	Dimanche 8 mars 2026	Dimanche 19 avril 2026	Dimanche 17 mai 2026	Dimanche 5 juillet 2026	Dimanche 19 juillet 2026	Dimanche 16 août 2026	Dimanche 18 oct. 2026	Dimanche 20 déc. 2026	Jeu 31 déc. 2026
GARANTY	90	110	105	140	90	65	158	135	85

Indices par day part & par cible en 2026

	DAY intitulés d'écrans 06.00 à 17.99	ACCESS intitulés d'écrans 18.00 à 19.99	APRÈS 20H00** intitulés d'écrans 20.00 à 26.99
CIBLES MIXTES ET MASCULINES 50-	100	127	124
CIBLES MIXTES ET MASCULINES +	92	117	116
CIBLES FÉMININES 50-	96	133	124
CIBLES FÉMININES +	91	122	116
CIBLES + & CIBLES 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 Luxe Homme
- GRP DATA Parfum Luxe Femme
- GRP DATA Bio Attentifs
- GRP DATA Green Spirit
- GRP DATA Made in France
- GRP Shoppers

* 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.

CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Publicité

Offres Garanty Thématik

Dispositif

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

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 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 DE LA PUBLICITÉ

Pack visibilité

Dispositif

FranceTV Publicité s'engage et valorise sur ses antennes les produits de classe A, B, C du secteur automobile selon la méthodologie définie par Carbone 4.

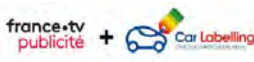
- TV classique : Gratuité des EP A,B,C
- Numérique : Création d'un EP A offert en pré-roll ou mid-roll

Conditions spécifiques

Offre accessible uniquement aux publicités du secteur automobile qui mettent en avant un produit de classe A, B, C selon la méthodologie définie par Carbone 4 (sont exclus notamment tous les messages comportant des communications corporate, offres promotionnelles, gamme, ...)

Methodologie

Caractéristiques disponibles pour chaque ligne de produit



- Type de carrosserie
- Type de motorisation
- Consommation min et max
- Emission de l'usage min et max (hors électrique)

Facteur d'émission de l'électricité en France



Source :
Ademe
Carbone 4

Calcul des émissions
liées à la fabrication et
à la fin de vie

+

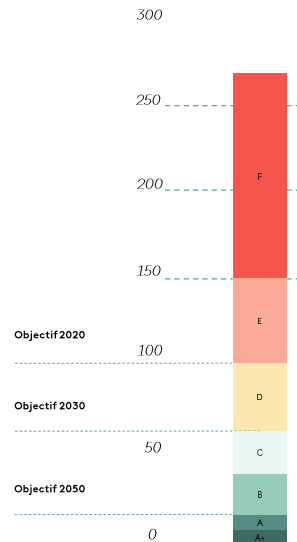
Calcul des émissions
liées à l'usage :
• Consommation de
carburant
• Consommation
d'électricité

=

Intensité carbone sur
toute la durée de vie
(gCO₂e/p.km)



Seuil pour la mobilité passagers (Gco2/p.km)



2.2

CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2026
et le 31 décembre 2026

Décomposition du CA 2026	68
Terminologie	69
Conditions tarifaires.....	70
Taux CGV	73

Parrainage

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2026
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
- Priorité Planning Soreach
- Exclusivité Sectorielle
- Emplacement Préférentiel

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Publicité collective
- Publicité collective « charte alimentaire »
- Publicité d'intérêt général
- Publicité culturelle

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

CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

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), DreamWorks, E! Entertainment, Le Figaro TV, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, LCP Assemblée Nationale, Melody, MGG TV, Mieux, Museum TV, MyZen TV, National Geographic Channel, Public Sénat, Sport en France, 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, CTV et tous modes de diffusions.

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 73.

C.A. Net

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

CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

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.

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

Majorations tarifaires

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de -7% 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.

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 l'abattement nouvel annonceur.

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 l'abattement nouvel annonceur.

Publicité d'intérêt général

Bénéficie 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 l'abattement nouvel annonceur.

Publicité culturelle

Bénéficie d'un abattement de -5% sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir une activité culturelle ou sociale ayant un contenu pédagogique, à l'exclusion des activités à but principalement commercial. La qualification de campagne culturelle est attribuée par 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 l'abattement nouvel annonceur.

Parrainage

Conditions tarifaires

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.

CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

Parrainage

Taux CGV

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

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

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

Dégressif volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2026 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2026 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE	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%



CONDITIONS COMMERCIALES DU NUMÉRIQUE

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2026
et le 31 décembre 2026

Décomposition du CA 2026	75
Terminologie	76
Conditions tarifaires.....	78
Taux CGV	80
Informations.....	81

Numérique

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2026
du numérique

C.A. Initial

Variations initiales

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

- Incidents
- Gracieux
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x% du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Exclusivité Format
- Pré-roll
- Ciblage
- Formats
- Co-branding
- Exclusion CTV
- Exclusion Plateforme

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Publicité collective
- Publicité collective « charte alimentaire »
- Publicité d'intérêt général
- Publicité culturelle

C.A NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

Numérique

Terminologie

Sites et Applications mobiles*

france.tv (dont Francetvslash); franceinfo.fr (dont france3-regions.franceinfo.fr, la1ere.franceinfo.fr), francebleu.fr (Ici), alldoctors.fr, Brut.media, radiofrance.fr (pour les formats vidéo uniquement pour franceinter.fr, francebleu.fr, franciculture.fr) ; ina.fr (pour les formats vidéo uniquement); lcp.fr, publicsénat.fr, meteofrance.com, meteofrance.gp, meteofrance.gf, meteofrance.mq, meteofrance.pm, meteofrance.re, meteofrance.yt, meteo.pf, tv5monde.com, afrique.tv5monde.com, revoir.tv5monde, tv5mondeplus.com, france24.com, mc-doualiya.com, mytaratata.com, 13emerue.fr, syfy.fr, fr.eonline.com, gp.trace.fm, gy.trace.fm, mq.trace.fm, re.trace.fm, athletics.eurovisionssports.tv, les chaînes YouTube.com de France Télévisions, France tv Distribution, Disney et Warner.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, CTV et tous modes de diffusion numériques.

Coût Pour Mille (CPM) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le numérique ramené à une base de mille (1 000) Pages Vues avec Publicité telles que définies ci-après ou en pratique de mille (1 000) impressions.

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

Coût Par Vue (CPV) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le numérique ramené au nombre d'impressions vues à 100%.

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

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

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

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

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

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. Une table de conversion des indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo est disponible à la page 81.

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) de ciblage	+15%
	À partir de 3 critères de ciblage	+40%
CIBLAGE PRE-ROLL		+35%
CIBLAGE COMPORTEMENTAL PRÉDICTIF		+20%

Pré roll

+35% pour la diffusion 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.

Exclusion Plateforme

+ 30% pour l'exclusion d'une plateforme de diffusion.

Numérique

Conditions tarifaires

Minorations tarifaires

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

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de -7% sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité en 2024 et 2025 (hors dotation).

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2026 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2026 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2024 et 2025 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

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 l'abattement nouvel annonceur.

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 l'abattement nouvel annonceur.

Publicité d'intérêt général

Bénéficie 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 l'abattement nouvel annonceur.

Publicité culturelle

Bénéficie d'un abattement de -5% sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir une activité culturelle ou sociale ayant un contenu pédagogique, à l'exclusion des activités à but principalement commercial. La qualification de campagne culturelle est attribuée par 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 l'abattement nouvel annonceur.

Achat de solution

Les solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs du numérique qui sont proposés à un prix unique (Tarif de Référence). Aucun achat de solutions ne pourra être modifié a posteriori. Les achats réalisés sous la forme de solutions bénéficient d'une minoration afin d'atteindre le prix de la solution. Ils bénéficient du Taux CGV mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité.

CONDITIONS COMMERCIALES DU NUMÉRIQUE

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 incluse) en 2026 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2026 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE		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 %

CONDITIONS COMMERCIALES DU NUMÉRIQUE

Numérique

Informations

Les indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo pour 2026 sont les suivants :

SECONDES	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INDICE	29	35	42	48	53	58	62	63	68	69	76	79	82	90

SECONDES	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
INDICE	92	94	98	99	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 indices formats > 60 sec. : nous consulter.
Indices formats hors formats Billboard6, 8 ou 12 sec

2.4

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), dûment rempli et signé, sur papier à en-tête de l'annonceur. Un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courriel à mandat@francetvpub.fr et par courrier à France Télévisions Publicité (ADV), 10 rue Lucien Bossoutrot - TSA 41710 - 75901 Paris Cedex 15.

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, 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 (ou d'agences) : 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 (ou d'agences) 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) à l'adresse suivante : facturation@francetvpub.fr



Contacts

www.francetvpub.fr

—
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ
S.A. au capital de 38 100 euros Siren 332 050 038 RCS Paris
10 rue Lucien Bossoutrot
TSA 41710
75901 Paris cedex 15

francetvpub.fr



france•tvpublicité