france•tvpublicité

Donner plus de sens à la performance



2027

CONDITIONS COMMERCIALES TOTAL VIDÉO

PUBLICITÉ, PARRAINAGE ET NUMÉRIQUE

Version consolidée au 28/10/2026

francetvpub.fr

De gauche à droite : Mohamed Bouhafsi : © Benjamin Decoin – Bestimage / Cyril Féraud : © Laurent VU - ALP – FTV / Caroline Roux : © Stéphane GRANGIER – FTV / Agathe Lecaron : © Stéphane GRANGIER - FTV / Jean-Baptiste Marteau : © L-A Le Blay - FTV

édito

Donner plus de sens à la performance

La vidéo est partout, mais l'attention n'est jamais acquise. Face à la multiplication des contenus, des écrans et des plateformes, la performance ne se résume plus à une accumulation de contacts. Elle impose d'être choisie, de capter une attention réelle et de la transformer en impact business.

C'est le sens de notre cap pour 2027 : « Donner plus de sens à la performance ».

France Télévisions dispose pour cela d'un atout unique. Sous la marque media **france.tv,** nos chaînes, notre plateforme et nos expressions numériques forment **un écosystème puissant et digne de confiance.** Notre offre de contenus rassemble 30 millions de Français chaque jour et plus de 60 millions de Français chaque mois, conjugue la puissance instantanée de la télévision, la dynamique et richesse de france.tv et l'hyperdistribution via Prime Video et YouTube. Nous allons chercher les publics là où ils sont, sans renoncer à la qualité de nos environnements éditoriaux.

● **Notre premier engagement consiste à unifier et orchestrer vos stratégies vidéo.** TV classique, parrainage, BVOD, CTV et YouTube composent une même proposition de valeur : **le Total Vidéo Premium.**

Avec ADspace.ia et Total Vidéo Garanty, nous simplifions l'accès, l'activation, le pilotage et la mesure des campagnes en intégrant un indicateur décisif : l'attention.
Notre programme « Cultivons l'attention » le démontre : france.tv atteint un score moyen de 75 % en TV-BVOD, et les écrans les plus attentifs contribuent au chiffre d'affaires incrémental bien au-delà de leur poids média.

● **Notre deuxième engagement est d'apporter des solutions directement reliées aux objectifs business des marques.** AdPauseShop et Short Ads rapprochent branding, engagement, trafic et conversion. Notre socle data, enrichi de nouveaux partenariats, compte désormais plus de 1 500 segments pour mieux adresser les audiences utiles et mesurer l'efficacité jusqu'au bas du funnel.

● **Enfin, nous voulons imaginer de nouveaux récits.** Avec Slash et de nouveaux partenaires médias et créateurs, nous ouvrons aux marques des territoires éditoriaux capables de toucher les jeunes générations au plus près de leurs usages. Des récits sincères, inscrits dans des environnements de confiance, qui créent de la préférence autant que de l'engagement.

En 2027, FranceTV Publicité renforce son positionnement de régie Total Vidéo Premium : orchestrer tous les leviers vidéo, transformer chaque contact en efficacité mesurable et proposer un cadre commercial plus simple, plus lisible et plus transparent.

Cette performance doit aussi être responsable. Nous soutenons l'éco-production et, avec Carbone 4, donnons davantage de visibilité aux produits alignés avec les accords de Paris, dans l'automobile et désormais l'énergie.

La bataille de la vidéo se gagnera par la qualité de l'attention, la force des récits et leur capacité à produire des résultats concrets pour les marques. C'est ainsi que nous voulons donner plus de sens à votre performance.



Marianne Siproudhis
Directrice Générale
FranceTV Publicité

PARTIE 1

NOS OFFRES



© Marie ETCHEGOYEN - France Télévisions

france•tv contexte

france•tv data

france•tv expérience

france•tvpublicité
Donner plus de sens à la performance

Trois leviers pour répondre aux enjeux des marques : émerger dans des contextes premium, renouveler l'expérience publicitaire et gagner en précision grâce à la data.

france•tv contexte



Déployer vos campagnes sur tous les leviers vidéo, au cœur de contextes premium et affinitaires.



NOUVEAUTÉS

- Total Vidéo Garanty
- Attention
- Easy vidéo
- YouTube
- Adspace réseaux

france•tv expérience



Faire émerger votre marque grâce à des formats innovants, des créations sur mesure et de nouveaux territoires sociaux.



NOUVEAUTÉS

- Coverplay CTV
- Collections sponsorisées
- Shoppable Experience
- Histoires d'entreprises
- Récits de marque
- HugoDécrypte
- Le Média Positif

france•tv data



Mieux cibler vos audiences et générer des résultats mesurables grâce à la data et à nos solutions de performance.



NOUVEAUTÉS

- Performance partenaire
- ADspace IA

NOS OFFRES

france•tv contexte

Déployer vos campagnes sur tous les leviers vidéo, au cœur de **contextes premium et affinitaires**.

TOTAL VIDÉO

Total Vidéo Event NOUVEAUTÉ 06
Total Vidéo Garanty NOUVEAUTÉ 07
Easy Vidéo NOUVEAUTÉ 08
Attention NOUVEAUTÉ 09
ADspace Réseaux NOUVEAUTÉ 10
Impact Local 11
Lancement 12

SPONSO VIDÉO

Sponso Affinity / Power / Digital 13
Sponso Grand écran 14
Soreach Prime / Peak / Kids 15
Soreach Context 16

DIGITAL VIDÉO

YouTube NOUVEAUTÉ 17
CTV 18
Slash 19
Packs digitaux 20

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Total Vidéo Event

NOUVEAUTÉ

Maximisez votre visibilité avec une présence événementielle amplifiée sur tous les leviers vidéo

Dispositif

Les offres **Total Vidéo Event** permettent aux marques de s'associer aux grands temps forts éditoriaux de France Télévisions grâce à un dispositif vidéo complet.

Pensées pour maximiser la visibilité des annonceurs, elles combinent la **puissance** de la TV, la **répétition** du digital et **l'impact** du sponsoring pour installer une prise de parole puissante dans des contextes à forte affinité.

Selon les paliers activés, les dispositifs peuvent intégrer des **formats premium**, des diffusions multi-écrans et des études de couverture afin de mesurer l'impact global de la campagne.

Contextes premium :
- Drag Race France
- Tournoi des Six Nations
- Roland-Garros
- Tour de France
- Festival de Cannes

Formats vidéo adaptés :
- Base 20'' en TV et Digital
- Jusqu'à 12'' en Sponsoring

Diffusion 4 écrans :
- TV / CTV
- Desktop
- Mobile
- Tablette



DIVERTISSEMENT


SPORT


CINÉMA

Bénéfices :

- Un dispositif multi-leviers pour une présence maximisée autour de l'événement.
- Une priorité d'accès à nos événements premium.
- Une complémentarité entre couverture, répétition et puissance contextuelle.

Conditions

- Les offres Total Vidéo Event sont réservables dès la publication des offres, sur une période liée à un événement spécifique. Elles bénéficient d'une priorité de planning basée sur un horodatage afin de sécuriser les meilleurs contextes de diffusion et d'optimiser la présence de marque sur l'ensemble des supports.
- La programmation est opérée par FranceTV Publicité, avec des emplacements préférentiels selon les disponibilités et les conditions de chaque dispositif. Pour les activations les plus premium, une étude de couverture peut être intégrée afin de mesurer la contribution globale de la campagne.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Total Vidéo Garanty

NOUVEAUTÉ

La puissance de la TV, l'affinité du sponsoring et l'amplification du digital

Dispositif

Une solution Total Vidéo conçue pour **sécuriser vos objectifs de couverture** et renforcer l'impact de vos campagnes au sein des environnements premium et brand safe de France Télévisions.

Avec l'offre **Total Vidéo Garanty**, votre marque accède à la puissance de France Télévisions tout au long de la journée grâce à une activation associant :

- la couverture de la **TV classique** avant 20h et du **parrainage** après 20h
- l'amplification du **digital sur l'ensemble des univers de france.tv**

La combinaison de ces leviers permet de développer une présence forte au cœur des programmes de France Télévisions, sur tous les écrans, tout au long de la journée.

Vous bénéficiez d'un **volume de GRP garanti sur la TV classique et le parrainage**, associé à une activation digitale complémentaire, pour maximiser la couverture de votre campagne auprès de votre cible stratégique.



Cibles éligibles :

- 35-59 ans
- Femmes 35-59 ans
- 35+
- Femmes 35+

Formats :

- TV classique : base 20''
- Parrainage : format 12''
- Digital : formats activables selon la ratecard en vigueur

Diffusion :

- TV / CTV
- Desktop
- Mobile
- Tablette

Bénéfices :

- Une couverture combinée TV classique et parrainage et la sécurité de la garantie du coût GRP.
- Des performances TV et parrainage intégrées dans les outils de médiaplanning.

Conditions

- Sous réserve de disponibilité et de l'accord des antennes.
- Réservations aux ouvertures de planning .
- Programmation et position de l'annonceur définies par la régie.
- Tarifs évoluant en fonction des périodes.
- Conditions commerciales page 67.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

easy Vidéo

NOUVEAUTÉ

Simplifiez votre médiaplanning vidéo et maximisez votre couverture 4 écrans

Dispositif

Avec **Easy Vidéo**, accédez facilement à la puissance de france.tv pour développer la couverture de votre campagne auprès de vos audiences stratégiques.

Votre campagne est diffusée sur **l'ensemble des univers éditoriaux de france.tv** sur les quatre écrans :

Un dispositif conçu pour simplifier votre médiaplanning et optimiser votre efficacité :

- une activation rapide et clé en main
- une diffusion sur l'ensemble des univers france.tv
- des ciblages adaptés à vos objectifs marketing
- un **CPM unique**
- un **bilan de campagne unifié** pour mesurer et piloter vos performances

Pour aller plus loin, chaque dispositif peut être enrichi de **formats premium.**

Choisissez le ciblage adapté à votre objectif

SOCIO-DÉMO

Concentrez la pression sur vos audiences

- 15-34
- 25-49
- CSP+

DATA

Adaptez votre message à vos besoins

- Météo
- Géoloc'
- Retail

CONTENU

Gagnez en visibilité sur des contextes affinitaires

- Culture
- Information
- Divertissement

Bénéfices :

- Une simplicité d'achat grâce à une activation et un CPM unique.
- Une couverture étendue sur les 4 écrans de france.tv.
- Un suivi des performances facilité grâce à un bilan de campagne unifié.

Conditions

- Diffusion sur les quatre écrans et sur l'ensemble des univers de france.tv.
- Durées de spots éligibles : 15'', 20'' et 30''.
- Période d'activation : 2 semaines minimum.
- Accès aux formats premium et emplacements selon les disponibilités d'inventaire.
- Programmation et facturation assurées par FranceTV Publicité, sous réserve de disponibilités.
- Mesure de la couverture unifiée, activée sur demande, nous consulter

ATTENTION

NOUVEAUTÉ

Faites de l'attention un levier de performance pour votre marque

Dispositif

Dans un environnement où les publics sont constamment sollicités, capter leur attention est devenu un enjeu majeur. Pour émerger, votre marque ne doit plus seulement être vue : **elle doit aussi être mémorisée.**

Précurseur sur ce sujet depuis plus de **3 ans**, FranceTV Publicité a développé une expertise unique avec l'ambition de construire un **nouveau standard français d'efficacité TV et Vidéo.**

Une expertise dont les résultats démontrent le **lien direct entre attention** et **performance** :

- Les écrans avec un score d'attention **> 75%** génèrent **+36%** de chiffre d'affaires incrémental.

Avec cette nouvelle offre, vous bénéficiez des contextes de diffusion les plus performants de notre écosystème et d'un niveau d'attention garanti, afin de **favoriser la mémorisation du message** et **maximiser l'efficacité de vos investissements média.**

Notre solution au service de l'attention :

Un médiaplanning optimisé

Avec une sélection des écrans qui génèrent le plus d'attention

Taux d'attention garanti

80%

Des bilans d'attention intégrés

Pour chacune des campagnes comprenant ce dispositif

Bénéfices :

- L'assurance d'un niveau d'attention garanti et d'une exposition publicitaire de qualité.
- Une sélection de contextes de diffusion premium, parmi les écrans les plus performants.
- Une meilleure mémorisation de la marque.

Conditions

- Taux d'attention garanti et sous réserve des conditions de programmation.
- Programmation et facturation assurées par FranceTV Publicité, sous réserve de disponibilités
- Livraison d'un bilan par campagne comprenant le dispositif.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

ADspace réseaux

NOUVEAUTÉ

Activez simplement vos campagnes digitales multi-locales couplées à des segments data

Dispositif

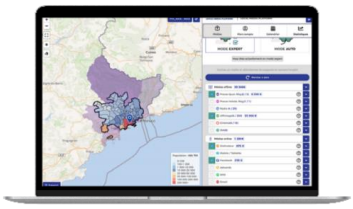
ADspace Réseaux permet d'activer simultanément **plus de 300 zones de chalandise**, définies sur mesure par isodistance ou isochronie, ou à partir de périmètres géographiques prédéfinis (code postal, département, région). Chaque zone peut bénéficier de **son propre ciblage data et de sa propre création publicitaire.**

À partir de votre budget ou de vos objectifs médiaplanning (**couverture, répétition ou part de voix)** ADspace Réseaux permet de construire **un plan média optimisé et adapté à chaque territoire.**

Une campagne adaptée

À chaque territoire, le message le plus pertinent

- Zones géographiques et segments définis avec précision selon les objectifs de votre campagne.
- Créations adaptées localement pour personnaliser la prise de parole.



ADspace API × adcleek

Capacité renforcée

Une gestion à grande échelle

+ 1 500

points de vente équipés Adcleek et interconnectés avec notre API.

1. Ciblez

Définissez jusqu'à 300+ zones et vos segments selon les objectifs de la campagne.

2. Orchestrez

Diffusez vos créations et organisez leur répartition par zone ainsi qu'un plan de roulement déterminé.

3. Pilotez

Suivez la diffusion et disposez d'un reporting consolidé de la campagne.

Bénéfices :

- Une optimisation locale de la couverture, de la répétition et de la part de voix.
- Une centralisation du pilotage et du reporting de campagne.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Impact Local

Maximisez votre présence en région avec un dispositif publicitaire sur mesure sur france•3

Dispositif

Renforcez votre visibilité grâce à un **dispositif** pensé pour être au plus près des audiences de votre **territoire.**

Avec **Impact Local**, communiquez efficacement en optant pour l'un des **3 packs** de **2, 3 ou 4 semaines**, disponibles sur chacun des **24 décrochages régionaux** de France 3, avec une diffusion principalement autour des **rendez-vous de l'information régionale.**

Complétez votre campagne au cœur de nos environnements :

ici france•tv

•3 régions YouTube - 28M de vidéos vues

Et complétez votre dispositif sur

METEO FRANCE



Bénéfices :

- Une proximité renforcée grâce à une offre éditoriale unique, ancrée au cœur des régions.
- Une capacité à cibler 24 territoires différents sur l'ensemble des leviers.
- Une réponse adaptée aux problématiques multi-locales et multi-points de vente.

Conditions

- La programmation est réalisée par FranceTV Publicité pour les packs « Impact Local ».
- Dès 3 semaines de campagne, un abattement supplémentaire de 10% du CPM TV.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

LANCEMENT

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

Dispositif



Offrez une visibilité maximale à l'occasion du **lancement** de votre nouveau produit, service ou campagne publicitaire en maximisant son impact dès les premiers jours de campagne.

Grâce à notre offre Lancement, concentrez **votre campagne sur une même journée** en communiquant sur l'ensemble de nos leviers média TV et/ou digitaux.

La combinaison de ces leviers vous permet de maximiser la montée en couverture et de toucher des **audiences complémentaires**. La concentration des diffusions crée un effet de répétition qui renforce la **mémorisation du message** et **l'ancrage de votre marque** dans l'esprit du consommateur.

LANCEMENT Total Vidéo

TV classique

- Une visibilité sur les écrans les plus puissants de nos chaînes France 2, France 3 et France 5 en ÉcransÉcrin

Digital

- Pré-roll dès 20h en « First in View » avec capping de 1 sur france•tv et YouTube

Diffusion 4 écrans

LANCEMENT Digital

Digital

- Pré-roll et Mid-roll avec capping de 1 et format **Adpause** sur **france•tv** et extension d'audience sur YouTube
- Possibilité de ciblage

Diffusion

- 100% CTV (BVOD et LIVE)

Bénéfices :

- Une émergence immédiate grâce à une montée en couverture optimisée sur une journée.
- Un dispositif efficace pour événementialiser vos prises de parole sur tous les écrans.

Conditions

- Programmation assurée par France Télévisions.
- Retrouvez les conditions commerciales du format ÉcransÉcrin page 28 et AdPause page 26.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Sponso Vidéo

Faites rayonner votre marque au cœur de nos programmes puissants et affinitaires

Dispositif

Avec **Sponso Affinity, Sponso Power et Sponso Digital**, associez votre marque aux programmes France Télévisions **les plus puissants, les plus affinitaires et les plus consommés en digital.**

Selon votre objectif, renforcez votre proximité avec vos audiences, gagnez en couverture grâce à des programmes fédérateurs et prolongez votre présence dans un univers 100 % digital sur france.tv.

Une offre complète pour **installer votre marque au cœur de contextes premium**, créer un lien fort avec les publics et **multiplier les points de contact sur l'ensemble des écrans.**

Sponso Affinity

Créez de la proximité avec les audiences les plus affinitaires

Associez votre marque à des programmes de référence et renforcez la mémorisation auprès d'une audience captive

- La maison des Maternelles
- Échappées belles
- Silence, ça pousse !
- Le Mag de la santé
- Pack sport
- ...

Sponso Power

Gagnez en couverture avec nos programmes les plus fédérateurs

Maximisez la visibilité, développez la notoriété et installez votre marque dans des rendez-vous éditoriaux

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

Sponso Digital

Prolongez votre présence dans un univers 100% digital

Associez votre marque aux contenus premium sur france.tv et YouTube pour émerger autour des programmes les plus consommés.

- Fiction
- Actu
- Culture
- ...

Bénéfices :

- Une association qualitative aux programmes de France Télévisions.
- Une couverture maximisée auprès des audiences les plus affinitaires.

Conditions

- Sous réserve de l'accord des antennes.
- Tarifs selon périodes tarifaires ou événements.
- Format billboard jusqu'à 12''
- 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.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Sponso
Grand écran

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 les 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.

CINÉMA

Le meilleur du cinéma français et étranger

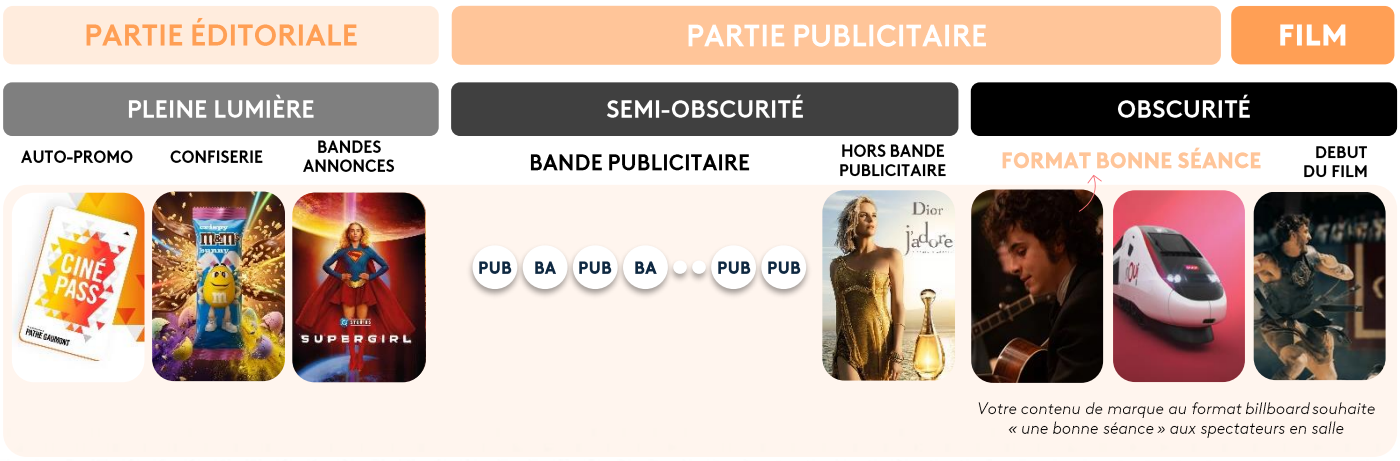
mediavision •2 | TCM CINÉMA •3 | france•tv •3

FILMS DU LUNDI •3 ET VENDREDI •5

Le meilleur des films chaque semaine

mediavision SCI FI •3 | TCM CINÉMA •3 | france•tv •5

Exemple de chorégraphie publicitaire dans les salles de cinéma :



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

Bénéfices :

- Une prise de parole de nos dispositifs cinéma sponsoring amplifiée et prolongée jusque sur grand écran.
- Un emplacement exclusif au plus près du film, dans un contexte de forte attention.

Conditions

- Cinéma : frais de diffusion et de mise au format DCP (Digital Cinema Package) 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.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Soreach

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'' dans des contextes premium.

Gagnez en couverture incrémentale ou utile grâce à la CTV avec l'offre amplify●**Soreach** disponible page 44.

Soreach Prime



- +/- 28 présences en BB 12''
- 1 place / semaine
- Dispositif Digital BB 100% CTV
- Disponible sur ADspace

Soreach Peak



- +/- 26 présences en BB 12''
- 2 places / semaine
- Dispositif Digital BB 100% CTV
- Disponible sur ADspace

Soreach Kids



- +/- 100 présences en 12'' et 6'' (1)
- 2 à 3 places / semaine
- Dispositif thématique et YouTube
- Disponible sur ADspace

Bénéfices :

- Un gain de reach incrémental en complément de la TV classique.
- Des performances constatées et extrapolées disponibles dans les outils mediaplanning.

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.

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

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Soreach
Context

Optimisez vos campagnes vidéo

Dispositif

Soreach Context associe puissance vidéo et contextes premium pour optimiser l'impact de vos campagnes.
Le dispositif permet d'activer une campagne **TV classique** en **sponsoring au format 12''**, au cœur d'une sélection de programmes emblématiques de France Télévisions.









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

Format :

- 12'' en TV et Digital

Diffusion CTV

Bénéfices :

- Un accès prioritaire à des programmes emblématiques et fédérateurs.
- Une activation hebdomadaire simple et lisible pour renforcer vos campagnes classiques.
- Performances constatées et extrapolées disponibles dans les outils de médiaplanning.

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.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

YouTube | by france•tv NOUVEAUTÉ

Amplifiez votre couverture vidéo dans un environnement premium, safe et affinitaire

Dispositif

Activez la puissance de YouTube associée à la **qualité éditoriale et à la notoriété des contenus france.tv**, à travers près de **100 chaînes organisées autour de thématiques fortes :** information, sport, divertissement, culture, découverte et environnement.

Pensée comme un véritable levier **Total Vidéo**, l'offre combine :

- des **formats non skippables** pour maximiser la visibilité et l'attention
- des **ciblages précis** pour toucher les audiences les plus pertinentes
- une diffusion sur les **quatre écrans**, avec une présence renforcée en CTV
- des contextes éditoriaux premium pour renforcer l'affinité avec votre marque.

Sélectionnez le levier le plus adapté à votre objectif

Contexte | Data | Sponso | Jeunesse | CTV

Une diffusion premium, safe et visible sur les marques France.tv

Safe place

- Un cadre de diffusion maîtrisé et brand safe
- Ciblage contextuel, data, device et géolocalisation
- Une intégration toute dépense Programmatique Garantie dans les deals VIP



Bénéfices :

- Un environnement premium et 100% Brand Safe.
- Une couverture incrémentale auprès des jeunes publics moins exposés à la TV linéaire.
- Une association entre la puissance de YouTube et la qualité éditoriale de france.tv.

Conditions

- Format 20'' non skippable en diffusion 4 écrans.
- Jusqu'à 30'' non skippable en CTV.
- Achat au CPM, en gré à gré ou en programmatique.
- Commercialisation par FranceTV Publicité, sous réserve de disponibilités.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

CTV

L'écran TV au cœur de vos stratégies de communication

Dispositif

Pensée pour répondre aux nouveaux usages vidéo, la Gamme CTV place l'écran TV au cœur des stratégies digitales des annonceurs.

Elle permet d'activer des campagnes dans des environnements premium en combinant puissance de diffusion, ciblages data et formats immersifs, afin de maximiser la couverture, l'attention et l'efficacité publicitaire.

CTV PREMIUM

BVOD



Diffusion de la publicité sur les contenus disponibles en preview et replay sur france•tv et sur nos chaînes

LIVE



Diffusion de la publicité sur les contenus en live
france•tv
•2 •3 •5

Tous les environnements

BVOD

france•tv · Molotov.tv · myCANAL · prime video

LIVE

•2 •3 •5 france•Séries france•Docs · La Maison des Maternelles

YOUTUBE

Tous les ciblages

- data•retail
- data•météo
- data•conso
- data•géoloc
- data•profil
- data•attitudinal

Des formats impactants

- AdPause
- Coverplay
- Skin pré-roll
- ...

Bénéfices :

- Une meilleure capacité de ciblage data sur le plus grand écran du foyer.
- Une présence optimisée en replay et en live sur des contenus premium pour une meilleure couverture.

Conditions

- La diffusion Youtube ne s'applique pas à tous les ciblages data et tous les formats impactants.
- CTV live en format 15, 20, 30
- Formats CTV à retrouver dans la partie Expérience

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Slash

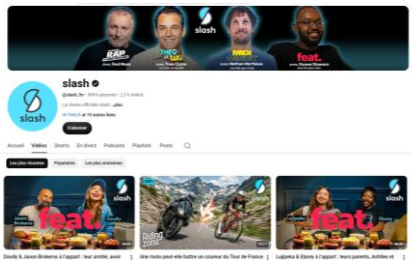
Investissez le média social de référence des nouvelles générations

Slash décrypte les sujets qui comptent pour les jeunes générations à travers des contenus positifs, brand safe et vérifiés, diffusés sur nos réseaux sociaux et chaînes YouTube.

Retrouvez également les contenus sur france.tv avec une collection Slash aime.

Touchez efficacement les 18-30 ans sur france.tv, ses réseaux sociaux et YouTube grâce à 3 types de dispositifs :

VIDÉO



Diffusez vos campagnes autour des contenus Slash sur **france•tv** et **YouTube.**

SPONSORING



Associez votre marque aux **contenus et programmes emblématiques de Slash** dans un environnement **premium et brand safe.**

BRAND CONTENT



Donnez vie à une prise de parole unique à travers la création d'un **dispositif éditorial** sur mesure grâce à notre **studio créatif.**

Le lab

Diffusion 4 écrans

Environnements éligibles france•tv

Possibilité de ciblage sur YouTube

Bénéfices :

- Une association à une écriture moderne et innovante.
- Une présence sur un environnement plébiscité par les jeunes publics.

Conditions

- Les partenariats peuvent être soumis à la validation des antennes.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

PACKS DIGITAUX

Ciblez vos audiences dans des contextes éditoriaux premium

Dispositif

Les Packs Digitaux permettent d'activer des campagnes au sein d'environnements éditoriaux **premium**, sélectionnés pour leur **qualité**, leur **cohérence** avec les objectifs de communication et leur capacité à toucher des audiences qualifiées.

Les campagnes sont diffusées sur les inventaires de france.tv ainsi que sur les sites partenaires commercialisés par **FranceTV Publicité**, offrant une couverture puissante dans des contextes de diffusion brand safe.

Déclinés selon plusieurs logiques de ciblage, les **Packs Digitaux** permettent d'associer efficacement une marque à des contenus, des audiences ou des temps forts en affinité avec ses enjeux de communication.

NOUVEAUTÉ Les contextes sont désormais achetables également en CTV Live et permettent d'amplifier la couverture sur l'ensemble des leviers et des éditeurs

AFFINITY

Touchez les audiences les plus affinitaires avec votre marque

CSP+, 25-34 ans, 25-49 ans, 35-59 ans...

Femmes ou Hommes

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

CONTEXT

Prenez la parole dans des univers éditoriaux adaptés à votre marque.

Séries et Fiction, Cinéma Sports, Évasion, Voyage, Musique, Culture, Documentaires ...

EVENT

Profitez de la puissance de nos événements et programmes emblématiques.

Dakar FRANCE · Tour de France · Festival de Cannes · La Maison des Maternelles

Bénéfices :

- Une construction simplifiée du médiaplanning contextuel.
- Une concentration des impressions sur des audiences qualifiées.

Conditions

- Achat au CPM au gré à gré ou en programmatique base 20''
- Diffusion sur l'ensemble des environnements de France Télévisions

NOS OFFRES

france•tv expérience

Faire émerger votre marque grâce à **des formats innovants**, des **créations sur mesure** et de **nouveaux territoires sociaux**.

FORMAT

Collections Sponsorisées NOUVEAUTÉ 22
Coverplay CTV NOUVEAUTÉ 23
Shoppable Experience NOUVEAUTÉ 24
Coverlook 25
AdPause 26
Skin-Content 27
ÉcransÉcrin 28
Top Horaire 30
Studio.tv 31
Goodvertising 32
L'Interview 33

CRÉATION

Histoires d'entreprises NOUVEAUTÉ 34
Récits de marque NOUVEAUTÉ 35
Le Lab 36
Programme court 37

SOCIAL

HugoDécrypte NOUVEAUTÉ 38
Le Média Positif NOUVEAUTÉ 39

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Collections Sponsorisées

NOUVEAUTÉ

Associez votre marque aux Collections Premium de la plateforme france.tv.

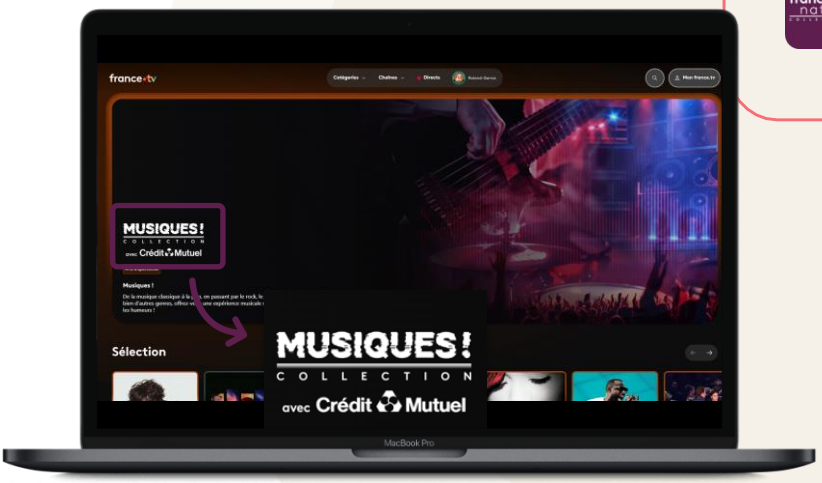
Dispositif

Bénéficiez d'un sponsoring exclusif de Collection thématisée en affinité avec votre marque.

Associez votre marque à **une Collection thématique** en affinité avec votre univers et vos valeurs, et **bénéficiez d'une visibilité premium** grâce à une présence privilégiée sur la mise en avant éditoriale de la page Collection. Votre spot est diffusé en exclusivité **en pré-roll et en première position** des écrans mid-roll sur l'ensemble des contenus de la Collection, y compris lors de leur diffusion sur **les autres pages et catégories de la plateforme.**

Collections sponsorisables disponibles :





Bénéfices :

- Un sponsoring exclusif, en parfaite affinité avec l'univers et les valeurs de votre marque.
- Une visibilité premium de votre logo, au sein de la mise en avant de la page Collection.
- Une diffusion exclusive en pré-roll et en première position mid-roll, étendue à toute la plateforme.

Conditions

- Disponible en 4 écrans.
- Soumis à validation préalable de l'éditeur.
- Remise du logo 10 jours maximum avant la diffusion.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Coverplay CTV

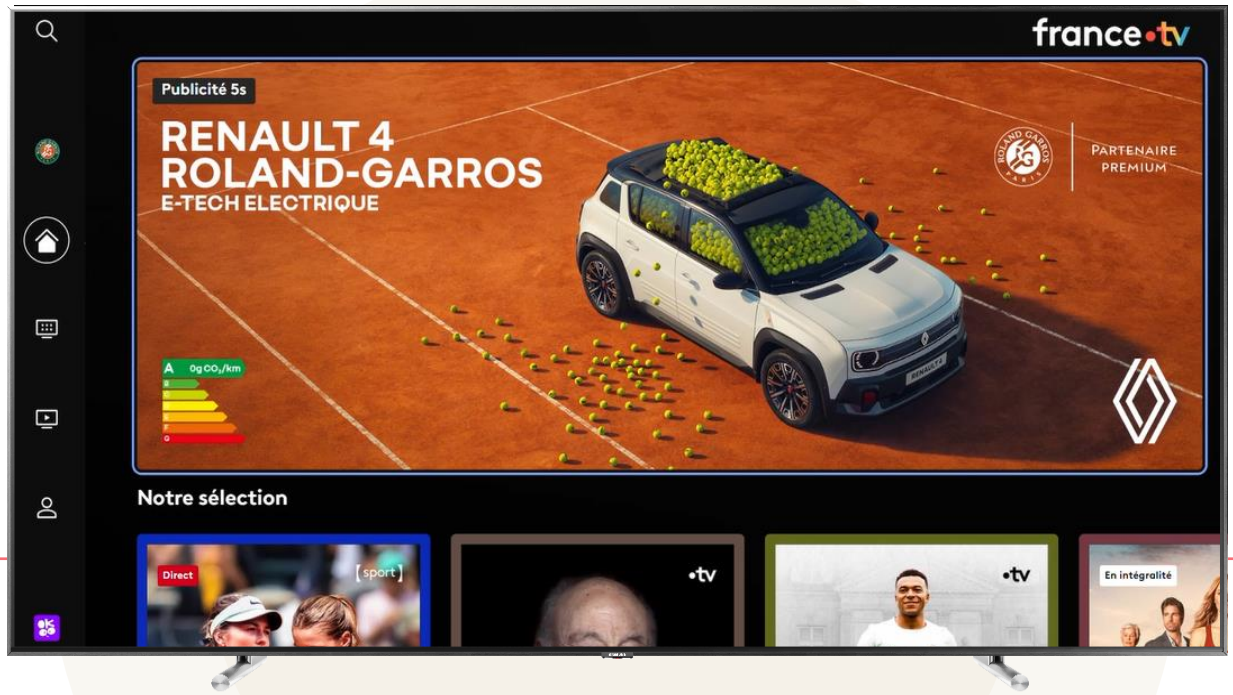
NOUVEAUTÉ

Maximisez votre visibilité dès l'ouverture de l'application france.tv sur le plus grand écran du foyer.

Dispositif

Diffusez votre campagne en 100% CTV avec un format First-Look premium et impactant.
Présent en Home page de france.tv, ce format est pensé pour maximiser la mémorisation et l'émergence de votre marque dans une expérience immersive et événementielle.

Notre format COVERPLAY CTV



FORMAT – STATIQUE OU VIDÉO

EXCLUSIVITÉ 24H – SANCTUARISÉ AUX SECTEURS PREMIUMS

DURÉE D'AFFICHAGE – 8 SECONDES

MODE D'ACHAT – GRÉ À GRÉ UNIQUEMENT

Bénéfices :

- Une émergence et un impact immédiats dès l'ouverture de l'application france.tv.
- Une diffusion 100 % CTV, sur le plus grand écran du foyer.
- Une exclusivité 24 h, sanctuarisée aux secteurs premium.

Conditions

- Format disponible sur les environnements : Smart TV, Orange, Free, Bouygues, SFR HTML, SFR Android, Android TV Natif
- Secteurs premium soumis à la validation de l'éditeur ; pour tout autre secteur, nous consulter.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

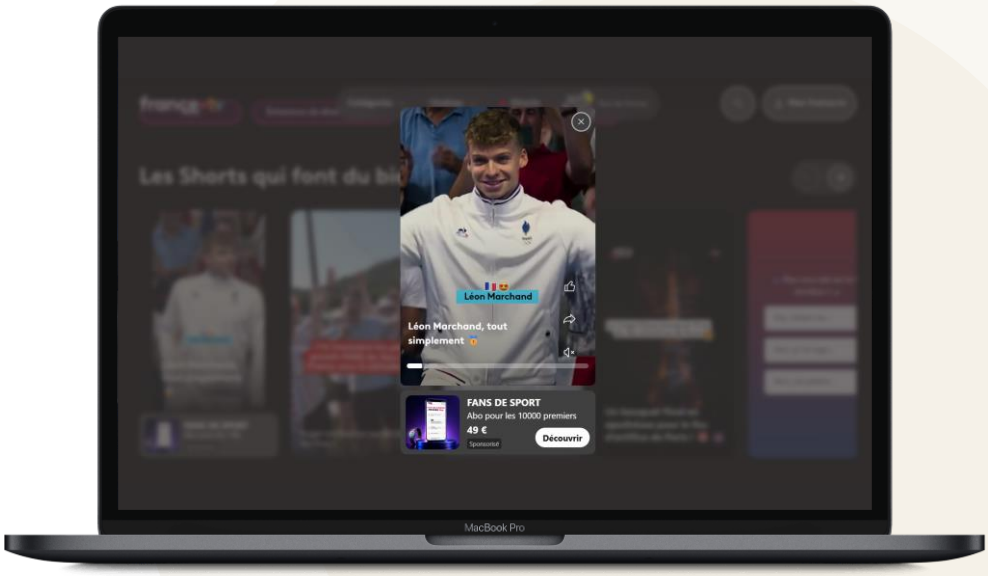
Shoppable Experience

NOUVEAUTÉ

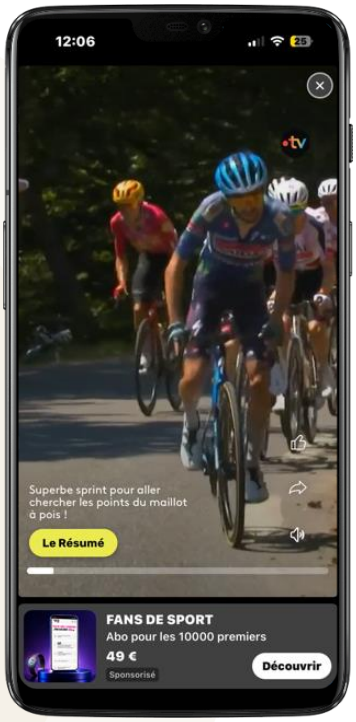
Associez votre marque à une nouvelle expérience verticale qui mêle contenu éditorial et cards shoppables.

Dispositif

Le format Shoppable Experience vous permet **d'intégrer vos produits sous forme de cards shoppables nativement intégrées dans les nouveaux flux verticaux** de france.tv. L'utilisateur découvre vos produits dans un contexte éditorial inspirant et de confiance, avec la possibilité **d'acheter directement en un clic.**



Timeline verticale full screen en web desktop



Timeline verticale full screen en app mobile

Bénéfices :

- Une découverte produit dans un contexte éditorial inspirant et de confiance.
- Une intégration native, au cœur des flux verticaux de france.tv.
- Un passage à l'achat simplifié, en un seul clic.

Conditions

- Diffusion au sein d'un flux vertical sur france.tv, sur desktop et mobile (Web & App).
- Uniquement gré à gré.
- Outre les secteurs interdits, les secteurs suivants soumis à des règlementations particulières ne sont pas éligibles à l'offre Shoppable Experience, à savoir : l'alimentation, les jeux d'argent et de hasard, les paris sportifs, les casinos, la santé, les prêts à la consommation.
- Formats soumis au respect des dispositions de l'article 33 des Conditions Générales de vente 2027.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Coverlook

Amplifiez l'impact de votre message avec un format premium et immersif.

Dispositif

Amplifiez votre expérience publicitaire au-delà du player grâce au format Coverlook. Un format premium et esthétique qui capte l'attention et vient sublimer votre création publicitaire. Habillez la page player autour de votre spot pour une immersion complète dans l'univers de votre marque.



DISPONIBLE EN 2 VERSIONS :

Version fixe | Version animée NOUVEAUTE

Bénéfices :

- Une prise de parole amplifiée grâce à un habillage de la page player.
- Une immersion complète dans l'univers de votre marque.
- Un format premium et esthétique, qui maximise l'attention et sublime votre spot vidéo.

Conditions

- Achat au CPM.
- Disponible en gré à gré.
- Format disponible sur l'environnement web desktop.
- Spécificités techniques : nous consulter.
- Eléments créatifs fournis par l'annonceur sous réserve de contrôle par FranceTV Publicité.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

AdPause

Amplifiez l'impact de votre message avec un format premium et impactant.

Dispositif

Bénéficiez d'un espace publicitaire exclusif en full screen, respectueux de l'utilisateur, via l'écran de pause du player. Un format écrin idéal pour maximiser la visibilité de votre message au cœur des contenus.



DISPONIBLE EN 2 VERSIONS :

Version fixe | Version animée NEW

Bénéfices :

- Une expérience immersive et exclusive, qui valorise votre univers de marque.
- Un moment d'attention clé, respectueux de l'expérience utilisateur.
- Une flexibilité créative et une activation simplifiée, sur tous les écrans.

Conditions

- Achat au CPM.
- Disponible en gré à gré. L'AdPause fixe est disponible en achat programmatique via le DSP The Trade Desk.
- Format disponible sur environnement :
  - AdPause fixe (1) : Web desktop, APP et CTV (2).
  - AdPause animé : Web desktop et CTV (2).
- Spécificités techniques : nous consulter.
- Annonceur et éléments créatifs sous réserve de validation par l'éditeur.

1. Format disponible en Live (hors contenus sensibles : jeunesse et religieux) et Replay sur les environnements éligibles. Nous consulter
2. Selon les environnements éligibles, nous consulter

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Skin-Content

Accompagnez l'expérience de visionnage des grands événements premium de france.tv.

Dispositif

Des formats natifs et émergents, en « L » ou en arche, qui intègrent naturellement votre marque au cœur du player. L'utilisateur est exposé au Skin-Content de manière périodique pendant le contenu, sans interrompre le visionnage. Une expérience conçue pour renforcer votre visibilité et favoriser l'engagement autour des grands événements france.tv.

Notre gamme SKIN-CONTENT

Skin-Content

Valorisez votre marque, votre produit ou votre offre au cœur des programmes.



Mise en avant du dispositif choisi dans un espace créatif 100% dédié à votre marque : produit, offre, temps fort commercial, etc.

Skin-Content **Edito**

Associez votre marque à des contenus éditorialisés et utiles dans un format contextualisé.



Votre marque sponsorise le contenu éditorial au sein du format : anecdotes, calendrier, tableau des médailles, résultats, temps forts etc.

Skin-Content **Gaming**

Engagez la participation de l'internaute grâce à une mécanique interactive et gamifiée.



L'utilisateur interagit directement dans le player avec la mécanique choisie par votre marque : quiz, vote, choix d'options etc.

NOUVEAUTÉ formats disponibles en CTV

Bénéfices :

- Une visibilité native, sans rupture de l'expérience de visionnage.
- Une association aux temps forts les plus puissants de france.tv.
- Un format qui maximise l'attention et l'engagement des internautes.

Conditions

- Événements éligibles : Roland-Garros, Tour de France, Tournoi des 6 Nations, Jeux Olympiques et Paralympiques et Drag Race France.
- Cadre de diffusion : Les flux live numériques, la chaîne france.tv sport et les replays éligibles.
- Environnements de diffusion : Web mobile, desktop, tablette et CTV selon les environnements éligibles, nous consulter.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

ÉcransÉcrin

Votre marque dans les écrans les plus premium de France Télévisions

Dispositif

Les ÉcransÉcrin offrent à votre marque une visibilité privilégiée au sein des **écrans les plus puissants** de France Télévisions.

Votre spot long format est diffusé en dernière position de l'écran et mis en valeur par un écrin de jingles thématisés In & Out, créant une expérience publicitaire premium qui renforce l'impact et la mémorisation de votre campagne.

Un format disponible autour de nos grands rendez-vous : télématin, Journal météo climat, ici 12/13, ici 19/20, C à vous, 20h (1)



Jingle In
4''

Middle Jingle thématisé
8''

Jingle fin thématisé
8'' (2)

Le dispositif ÉcransÉcrin peut aussi être activé autour d'événements dédiés, de rendez-vous solidaires ou dans le cadre d'une communication responsable.

ÉcransÉcrin Event

Partagez un écrin à l'occasion de nos grands événements antenne

FESTIVAL DE CANNES — LA FÊTE DE LA MUSIQUE

14 juillet ...

ÉcransÉcrin Solidaire

Associez votre marque à nos grands rendez-vous solidaires

Téléthon — PIÈCES JAUNES — Sidaction

ÉcransÉcrin Green

Valorisez vos engagements environnementaux dans un écrin dédié et bénéficiez de conditions commerciales avantageuses

Conditions cf page 73

Bénéfices :

- Un EP pour une visibilité renforcée au cœur de nos écrans les plus puissants.
- Un écrin premium et contextualisé qui renforce l'impact de votre spot et sa mémorisation.

Conditions

- ÉcransÉcrin Premium : mono annonceur, majoration OPS de + 25% et coût de production des jingles écrins : 5 K€ net HT pour une chaîne et +2 K€ net HT si autres chaînes.
- ÉcransÉcrin Event : multi annonceur, majoration OPS de + 25% et middle jingle offert.
- Le message publicitaire devra respecter une durée minimale de 20'' et sera soumis à la validation des antennes préalablement à toute diffusion. La production du jingle thématisé écrin de 8'' sera exclusivement assurée par FranceTV Publicité / Le Lab Production. le lab

1 Ecrans concernés : 7:50 – Télématin (F2) / 12:55 – Journal Météo Climat (F2) / 13:00 – ICI 12/13 (F3) / 19:46 – C à Vous (F5) / 19:51 – 20h00 (F2) / 19:56 – ICI 19/20 (F3). L'écran 19.46 de France 5 du dimanche n'est pas attenant à C à Vous
2 Ce programme peut être suivi d'un billboard

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

ÉcransÉcrin Solidaire

Prenez part à de grandes causes en communiquant autour de nos événements caritatifs

Dispositif

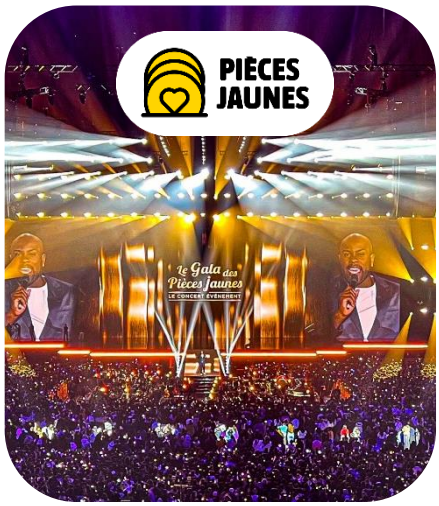
France Télévisions produit et diffuse des émissions événementielles pour sensibiliser le public et faire appel à sa générosité en collectant des fonds pour des actions de solidarité, qu'elles soient sociales, caritatives ou humanitaires.

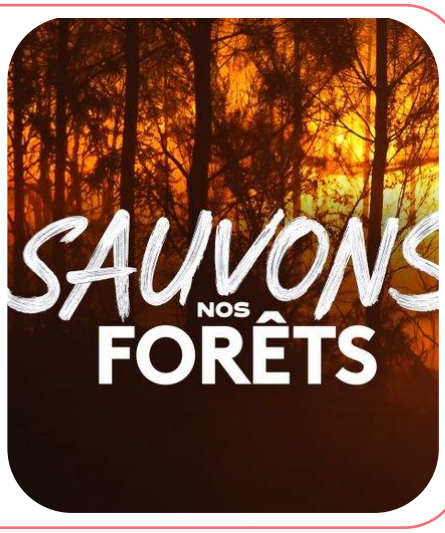
Ces programmes fédérateurs permettent d'aider à financer des projets essentiels pour la santé et le bien-être de tous, tout en célébrant les associations et organisations caritatives.

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 « Sauvons nos forêts ».

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







Bénéfices :

- Une prise de parole au cœur de grands événements solidaires et fédérateurs.
- Une valorisation forte et concrète de vos engagements RSE.
- Une visibilité publicitaire porteuse de sens, au bénéfice des 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 2027.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Top horaire

Captez votre audience au cœur des meilleurs moments de la journée

Dispositif

Associez votre marque aux **temps forts du quotidien** grâce à une présence utile, contextuelle et intégrée à nos environnements éditoriaux. Bénéficiez d'un intérêt naturellement élevé, en télévision comme en digital.

Diffusez votre campagne sur la **tranche horaire la plus pertinente** pour vos produits ou services et renforcez son impact grâce à un **dispositif créatif incluant** un **tag d'annonce du moment.**



Tag « Annonce de l'heure »
5''

Chaque annonce de l'heure est personnalisée grâce à un habillage graphique et une voix off en affinité avec l'univers de l'annonceur.

Top Moment

Prenez la parole lors des moments clés de la journée, lorsque vos produits ou services trouvent naturellement leur place

Petit-déjeuner, déjeuner, goûter, apéritif ...

Top chrono

Associez votre marque aux grands rendez-vous de l'année avec un compte à rebours jusqu'au Jour J

Rentrée, Noël, Pâques, vacances d'été

Bénéfices :

- Une activation autour des grands temps forts calendaires et moments de la journée avec une audience naturellement plus réceptive à votre message.
- Une émergence renforcée grâce à un tag d'annonce du moment créatif et sur mesure.

Conditions

- Budget TV calculé sur la base du tag 5'' + durée du spot annonceur
- Le budget est à calculer en fonction de la période et du format du spot, soit un tag de 5'' et un spot de 20'' – soit 25'' ind 105
- Majoration de + 25% (incluant l'EPZ) avec l'application du taux de contrat
- 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'' (x3), droits voix off, validation ARPP
- Coût de production sur demande le lab

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Studio•tv

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

Dispositif

L'offre Studio.tv répond à vos objectifs de communication et de performance grâce à **des créations vidéo enrichies, personnalisées et conçues sur mesure.**
Les formats Studio.tv valorisent votre discours et vos produits, tout en générant **de l'attention, de l'engagement et du drive-to grâce à des mécaniques différenciantes et interactives.**

Nos solutions :

Studio•Design

5 FORMATS ÉCRINS



- Skin Pré-roll
- Fashion Show
- Custom SeekBar
- Split-Screen
- Countdown

Studio•Interactif

6 FORMATS PARTICIPATIFS



- Carrousel
- Custom
- 360°
- Carte Interactive
- Multividéos
- AdSelector

Studio•Gaming

NOUVEAUTE

3 FORMATS GAMIFIÉS



- Voting
- Jeu concours
- Skin Gaming

Studio•Drive-to

4 FORMATS INCITATIFS



- Click & Shop
- Skin Shopping
- Géostore
- Click & Collect

Studio•100% CTV

9 FORMATS CRÉATIFS

Prolongez l'expérience des formats enrichis sur les écrans CTV (2) !

Bénéfices :

- Des formats modulables, du branding au passage à l'action.
- Des formats qui rendent l'utilisateur acteur de son expérience publicitaire.

Conditions

- Diffusion au sein du player france.tv, disponible en web desktop, mobile, tablette et CTV (3).
- Achat au CPM. Uniquement gré à gré.
- Formats soumis au respect des dispositions de l'article 33 des Conditions Générales de vente 2027.
- Éléments créatifs fournis par l'annonceur sous réserve de contrôle, par FranceTV Publicité.

1. Maquettes fictives non contractuelles.
2. Formats disponibles sur les environnements IPTV, APP FAI et Smart TV & boîtiers connectés
3. Selon les formats éligibles, nous consulter

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

good•vertising

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

Dispositif

Soutenez des associations grâce à deux mécaniques activables : le don participatif ou le don d'impressions.

Nos 2 dispositifs solidaires

Don Participatif

Reversez **10% du budget**(1) de votre campagne digitale au profit d'associations via 2 formats :

FORMAT INTERACTIF PARTICIPATIF



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

FORMAT ENRICHI SOLIDAIRE



NOUVEAUTE
disponible en CTV

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**

Don Impressions

Offrez à une association une part **des impressions de votre campagne**(2) digitale via 2 mécaniques :

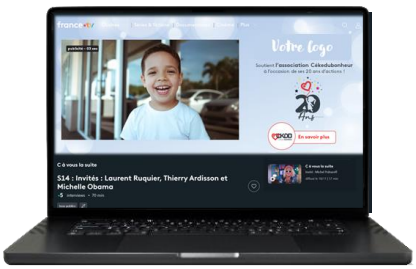
FORMAT ENRICHI CO-BRANDÉ



NOUVEAUTE
disponible en CTV

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.

Bénéfices :

- Des campagnes porteuses de sens via un soutien concret à des associations.
- Une valorisation des engagements solidaires grâce à des formats différenciants et impactants.

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.
- Environnements de diffusion Web Desktop, Mobile sur l'ensemble des formats. CTV disponible uniquement pour les formats enrichis solidaire et enrichi co-brandé.

1. Offre Goodvertising Don 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.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

L'interview

Valorisez vos engagements grâce à une gamme d'interviews clé en main

Dispositif

Donnez la parole à votre entreprise grâce à nos différents formats d'interviews conçus pour répondre à vos enjeux de communication B2C et B2B.

Selon vos objectifs, choisissez le format le plus adapté pour mettre en avant votre marque, partager votre expertise ou valoriser vos engagements.

la minute'

Votre incarnant interviewé sur le terrain

Une intervention face caméra, sans intervieweur ni question apparente, introduite par quelques instants de préparation de l'interview.



Déclinable en TV (30'' et 50'') et en Digital (30'')

À L'ÉCOUTE DES ENTREPRISES / TOUT SAVOIR SUR...

Deux licences en partenariat avec OPS Partners

Une interview de dirigeants et experts pour partager leur vision auprès d'une audience professionnelle **ou** un format pédagogique qui présente simplement un sujet, produit ou service au grand public.



Déclinable en TV (30'' et 50''), Digital (30'') et Radio (10'', 30'' et 60'')

Bénéfices :

- Une prise de parole incarnée et crédible au service de votre expertise et de vos engagements.
- Une visibilité amplifiée en TV, en digital et en radio auprès de publics qualifiés.
- Des formats réutilisables sur les assets des clients.

Conditions

- Majoration OPS +25% (incluant l'EPA), application taux contrat annonceur.
- Le contenu de la prestation comprend exclusivement :
- Rédaction de 3 scripts (jusqu'à 3 A/R d'échanges pour validation).
- Post production Image et Son sur la base de 1 jour de tournage sur le même lieu pour La Minute et de 1 journée de tournage en studio pour A l'Ecoute des Entreprises et Tout Savoir Sur. Achat d'une musique de stock pour La Minute.
- Fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions), Validation préalable ARPP et juridique de FTP.
- Droits sur les créations pendant 1 an à compter de sa première diffusion sur les environnements physiques et digitaux propriétaires.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Histoires d'Entreprises NOUVEAUTÉ

Le documentaire qui raconte votre entreprise et révèle son impact dans la société

Dispositif

À travers un documentaire original produit par FranceTV Studio, France Télévisions propose aux entreprises de porter un regard inédit sur leur contribution dans la société.

Loin des discours institutionnels, le contenu explore une histoire d'entreprise méconnue, une singularité ou un engagement qui éclaire un enjeu de société plus large.

Il s'agit de raconter la marque au prisme de son aventure et de la façon dont son activité, ses produits et ses services ont une contribution unique pour les citoyens.

Développé en co-construction avec l'annonceur, le documentaire privilégie une approche incarnée, positive et journalistique.

- Définition de l'angle éditorial du documentaire
- Production du documentaire d'une durée de 15' à 26'
- Diffusion sur france.tv et Médiatisation 360°

Une histoire unique à raconter par votre entreprise et à faire rayonner sur notre écosystème.



Bénéfices :

- Une mise en lumière authentique de votre histoire, de vos valeurs et de vos engagements.
- La puissance de france.tv pour donner de l'écho et de la visibilité à votre récit.
- Un contenu premium et durable, au service de votre image de marque.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Récits de marque NOUVEAUTÉ

Un écrin éditorial pour prendre le temps de raconter vos histoires de marque

Dispositif

FranceTV Publicité met à votre disposition sa plateforme france.tv pour héberger, diffuser et amplifier vos films et documentaires, dans un environnement éditorial premium.

Pensé comme un véritable écrin de diffusion, ce dispositif ouvre vos contenus long format à tous les publics, garantissant une intégration naturelle à l'environnement de France Télévisions.

Vous bénéficiez ainsi d'un contexte de diffusion Brand Safe, d'une audience qualifiée et d'une amplification média 360° pour renforcer durablement l'impact de votre prise de parole.



Un écrin Premium et Brand Safe

Une audience qualifiée

Une amplification media 360° sur mesure (TV, Digital, Social)

Une performance mesurable

Bénéfices :

- La caution de france.tv, son environnement et ses contenus brand safe.
- Une intégration naturelle dans la plateforme france.tv.

Conditions

- Sous réserve de l'accord de l'éditeur concernant la marque partenaire.
- Sous réserve de l'angle éditorial du format long, qui sera à faire valider par notre éditeur.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Le lab

Donnez vie à vos campagnes avec le studio créatif de FranceTV Publicité

Dispositif

Le LAB imagine des dispositifs créatifs sur mesure qui prennent vie au cœur des univers éditoriaux de France Télévisions. En associant créativité, expertise de marque et puissance média, nous concevons des dispositifs qui valorisent vos prises de parole et créent de la conversation au sein de vos publics cibles.

De la stratégie à la production, en passant par le déploiement, chaque projet est pensé avec un accompagnement personnalisé afin de transformer vos objectifs de communication en des campagnes qui créent de l'impact et suscitent de l'émotion.

- Commerciaux OPS
- Planning stratégique
- Expertise média
- Conception Rédaction
- Production
- Gestion de projets

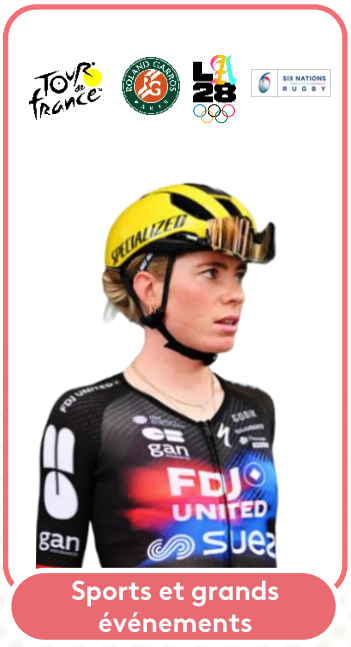
Des opérations spéciales conçues pour vous accompagner dans chacun de vos objectifs et sur toutes les thématiques : notoriété, image, considération, engagement.



Société / Vie quotidienne



Social média et Influence



Sports et grands événements



Divertissement et culture

Bénéfices :

- Une centralisation de la gestion du projet : stratégie, conception, production et planification.
- Des conseils d'experts et une gestion de projet simplifiée entre création et médiatisation.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

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 comprend :

- 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



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

Exemples :*



Sport



Culture



Santé

**Liste non exhaustive*

Bénéfices :

- Un storytelling de marque plus riche qu'un spot publicitaire classique.
- Une combinaison du parrainage TV, du billboard digital et d'une page dédiée.
- Une légitimité éditoriale autour de thématiques porteuses de sens.

Conditions

- Sous réserve de l'accord des antennes.
- Tarifs selon périodes tarifaires.
- Aucun indice format sur la position Billboard ne sera appliqué.
- 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.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

HUGO DÉCRYPTE

NOUVEAUTÉ

Associez votre marque au média de référence de la nouvelle génération

En 10 ans, **HugoDécrypte** s'est imposé comme **un véritable écosystème média,** avec pour mission de **rendre l'information accessible à tous** avec **+25M d'abonnés.**

Dispositif

Grâce à un partenariat inédit, FranceTV Publicité vous permet d'associer votre marque à des dispositifs 100% Brand Content ou sponsoring, imaginés au sein des univers éditoriaux des déclinaisons **HugoDécrypte Pop**, **Sport** et **Locales** (Lyon et Marseille).

Selon vos besoins et objectifs, plusieurs formats sont activables : **posts éditoriaux, breaking news, carrousels dédiés, vidéos voix off ou reportage, stories quiz, jeu concours et relais en story**

ACTU POP

1,2M
abonnés



ACTU SPORT

676K
abonnés



ACTU LOCALE

.LYON

268K
abonnés



.MARSEILLE

211K
abonnés



Bénéfices :

- Des contenus 100% organiques au sein d'un écosystème puissant.
- Un environnement brand safe.
- Un fort taux d'engagement auprès des jeunes publics.

Conditions

- Chaque brief est soumis à la validation de la direction éditoriale d'HugoDécrypte.
- Les comptes concernés par ce partenariat sont les déclinaisons HugoDécrypte Pop, Sport, Lyon et Marseille.
- Pour les conditions tarifaires : nous consulter.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Le Média Positif

NOUVEAUTÉ

Associez votre marque à des médias puissants, positifs et engageants

Dispositif

Face à une actualité souvent anxiogène, les communautés recherchent aujourd'hui une information utile, inspirante et porteuse de sens. Le Média Positif s'est donné pour mission de mettre en lumière les initiatives qui accompagnent le quotidien des Français, au sein d'environnements éditoriaux positifs et fédérateurs.

FranceTV Publicité enrichit son offre avec deux univers éditoriaux du Média Positif, désormais disponibles à la commercialisation en OPS et en Sponsoring.



Le Média Food

1er **média secteur food en vues mensuelles**

13M **de Français touchés chaque mois**

Le Média Food propose des contenus accessibles, pratiques et inspirants autour de l'alimentation.

Contenus diffusés sur :



Le Média Grands-Parents

60M **vues par mois**

9M **de Français touchés chaque mois**

Le Média Grands-Parents met en lumière celles et ceux qui font évoluer le regard porté sur les seniors.

Contenus diffusés sur :

Bénéfices :

- Un environnement éditorial 100 % positif et valorisant pour votre marque.
- Une couverture affinitaire et intergénérationnelle auprès de communautés puissantes
- et engagées.

Conditions

- Chaque brief est soumis à la validation de la direction éditoriale du Média Positif.
- Les comptes concernés par ce partenariat sont les déclinaisons Le Média Food et Le Média Grands-Parents.
- Conditions Tarifaires : nous consulter.

NOS OFFRES

france•tv *data*

Mieux cibler vos audiences et générer **des résultats mesurables** grâce à **la data** et nos **solutions de performance.**

CIBLAGE

Data Partner / Clean Room 41
Ciblages Data 42
Cibles TV Data 43
Amplify 44

PERFORMANCE

Performance Partenaire NOUVEAUTÉ 45
ADspace IA NOUVEAUTÉ 46

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Data Partner

Activez vos données en toute sécurité sur france.tv via notre Data Clean Room.

Dispositif

Data Partner est notre solution de data collaboration qui vous permet d'activer vos données (clients, prospects, CRM) sur les inventaires premium de france.tv.

Concrètement, vos données sont croisées avec celles de france.tv et de ses partenaires de distribution (Orange et Bouygues Telecom) au sein de notre Data Clean Room, opérée avec LiveRamp. Ce croisement s'effectue dans un environnement dédié et sécurisé, conforme à la règlementation applicable, sans qu'aucune donnée ne soit partagée en clair.

Comment ça marche ?

1 Onboarding
Vos données sont importées, pseudonymisées et sécurisées dans notre Data Clean Room.

2 Matching
Elles sont réconciliées avec les données 1st party de france.tv et de nos partenaires FAI.

3 Activation
Vos données matchées sont activées sur nos écrans Streaming 4 écrans et TV Segmentée.

Ce que data partner vous permet de faire ?

Exemples d'activation

Clients inactifs
Réactivation ciblée pour relancer la consommation de vos clients inactifs.

Prospects qualifiés
Accélération de la conversion sur vos prospects chauds.

Profils clients
Fidélisation, stratégies de cross-sell et d'upsell.

Audiences sur mesure
Création de segments selon votre stratégie et vos personas.



Activation disponible
En TV Segmentée et/ou Streaming 4 écrans

Bénéfices :

- Une activation de vos données clients 100 % sécurisée et conforme au RGPD.
- Une activation directe sur des écrans premium, au service de vos objectifs business.

Conditions

- Solution soumise au respect des dispositions de l'article 58 des Conditions Générales de vente 2027.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Ciblages Data

Allez un cran plus loin dans la précision du ciblage grâce à la richesse de nos actifs data.

Dispositif

Activez plus de 1 500 ciblages data pour adresser les audiences qui comptent pour vous. Issus de données fiables et qualifiées (FranceTV, opérateurs, retailers et partenaires tiers) ces ciblages sont disponibles en Streaming 4 écrans et en TV segmentée.

Nos 6 familles de ciblages data

data•géoloc

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

- **Simple**
  Régions, départements, CP ...
- **Avancée**
  Zones urbaines/rurales, géolife ...
- **Ad-hoc**
  Zones ad-hoc autour de vos pdv

data•profil

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

- **Socio-démo**
  Tranches d'âge, sexe
- **CSP/revenus**
  CSP+, CSP-, revenus du foyer ...
- **Qualification Foyer**
  Propriétaires, familles avec enfant(s) ...

data•media

Adressez la bonne cible selon ses **comportements** et **usages medias.**

- **PMG TV**
  Selon niveau de conso du media tv
- **Intérêt Thématiques**
  Fans de cinéma, de sport ...
- **Intérêt FTV**
  Roland-Garros, 6 Nations ...

data•meteo

Déclenchez votre campagne au moment où la **météo** impacte votre business.

- **8 critères de déclenchement**
  Température, précipitations, neige, nébulosité, force du vent, indice UV, brouillard, orage / grêle

data•conso

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

- **Critères automobile**
- **Critères banque / assurance**
- **Critères alimentaire, immobilier ...**

data•retail

Adressez de **vrais acheteurs** et **intentionnistes**, identifiés grâce à nos partenaires retail premium.

- **Acheteurs GSA**
  Carrefour, Intermarché, Auchan
- **Acheteurs GSS** NOUVEAUTE
  Boulanger, Leroy Merlin
- **Intentionnistes** NOUVEAUTE
  Leboncoin (auto, immo ...)

Environnements de diffusion



Streaming 4 écrans — TV Segmentée

Nos partenaires data

orange · bouygues · SFR · Molotov.tv · france•tv · franceinfo: · unlimitail · VALIUZ · leboncoin · webedia · METEO FRANCE · SHOWHERE · smappen

Conditions

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

Cibles TV Data

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

Dispositif

Précurseur depuis 2017, FranceTV Publicité enrichit continuellement ses solutions de ciblage pour vous permettre d'adresser vos campagnes avec toujours plus de précision et de pertinence.

SOCIO DÉMO

Accédez à l'ensemble de nos cibles standards

Cibles socio-démographiques issues du panel Médiamat de Médiamétrie

Ind 4+ ; **Ind** 4-10 ; **Ind** 15+ ; **Ind** 25+
Ind 25-49 **Ind** 35-59

GRP SHOPPERS

Ciblez les achats réels en grande conso

Cibles d'achat de catégories de produits créées selon les données de consommation de Kantar WorldPanel

20 catégories de produits
Alimentation, Entretien, Boisson, Hygiène Beauté

Exclusivité FranceTV Publicité

DATA ENRICHING

Touchez en linéaire des cibles identifiées à partir de leurs comportements digitaux récents

Cibles construites à partir des comportements observés sur le panel Internet Global de Médiamétrie

Ind 15+ acheteurs Data Enriching Ecom Généraliste
Ind 15+ Data Enriching Intentionnistes Assur
Ind 15+ Data Enriching Intent Placement Financiers
Ind 15+ Data Enriching Intent Voyages Vacances
Ind 15+ Data Enriching Intent Achat Auto

COMPORTEMENTALE

Ciblez des profils selon leurs comportements

Cibles construites à partir de données comportementales issues de l'étude TGI France de Kantar Média et du panel Médiamat de Médiamétrie

Ind 15+ sportifs Light & Addict
Ind 15+ HabituésCiné
Ind 15+ Bio Attentifs
Ind 15+ Green Spirit
Ind 15+ Made in France
Fem15+ Achat Parfum Luxe
Hom15+ Achat Parfum Luxe

Exclusivité FranceTV Publicité

Bénéfices :

- Une activation de vos données clients 100 % sécurisée et conforme au RGPD.
- Une activation directe sur des écrans premium, au service de vos objectifs business.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Amplify

Boostez les performances de vos campagnes TV grâce au retargeting CTV.

Dispositif

Amplify maximise la couverture incrémentale ou utile de vos campagnes TV linéaires.

Via une technologie d'ad tracking développée avec nos partenaires FAI, Amplify identifie foyer par foyer l'exposition réelle à votre campagne TV (spots et/ou billboards), puis réadresse en CTV les foyers peu et/ou non exposés, afin de maximiser votre couverture ou atteindre le seuil de répétition nécessaire à la mémorisation de votre message.

Comment ça marche ?

1 Tracking FAI
On mesure foyer par foyer qui a vu vos spots TV linéaire sur les chaines france.tv.

2 Retargeting CTV
On retouche en TV Segmentée ou Streaming CTV les foyers peu et/ou non exposés.

3 Bilan Reach
On vous livre un bilan sur la couverture incrémentale ou utile réellement générée.

3 solutions d'amplification selon vos dispositifs TV linéaires :

TV CLASSIQUE

Amplify **AdTracking**

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

OPTIONS DE RETARGETING CTV

- OPT. 1 NON-EXPOSÉS À VOS SPOTS TV
- OPT. 2 PEU/NON-EXPOSÉS À VOS SPOTS TV

PARRAINAGE TV

Amplify **SponsoTV**

Amplifiez la **couverture ou la mémorisation** de vos dispositifs Parrainage TV.

OPTIONS DE RETARGETING CTV

- OPT. 1 EXPOSÉS À VOS PROG. PARRAINÉS
- OPT. 2 PEU/NON-EXPOSÉS À VOS BB & BA

TV CLASSIQUE + SOREACH

Amplify **Soreach**

Boostez les performances en couverture de vos dispositifs TV Classique + Soreach *(voir page 15.)*.

OPTIONS DE RETARGETING CTV

- OPT. 1 NON-EXPOSÉS À VOS SPOTS TV + BB
- OPT. 2 PEU/NON-EXPOSÉS À VOS SPOTS TV + BB

Mode de diffusion
TV Segmentée et/ou Streaming CTV

Formats éligibles
15'' | 20'' | 30''

Bénéfices :

- Une couverture TV démultipliée, sans redondance d'exposition.
- Une mémorisation optimisée, au juste niveau de répétition.
- Un tracking précis, foyer par foyer, adossé aux données FAI.

Conditions

- Soumis à conditions, telles que détaillées dans l'offre dédiée, disponible sur demande auprès de FranceTV Publicité.
- Bilan Reach : disponible uniquement en cas d'activations TV Segmentée (non-disponible en streaming CTV).

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

Performance partenaire NOUVEAUTÉ

Générer des résultats mesurables pour répondre à vos enjeux business

Dispositif

Pensées pour développer la visibilité, renforcer la considération et générer des conversions, nos offres associent la puissance des environnements France Télévisions à des engagements de performance mesurables.

Chaque dispositif est conçu pour maximiser l'impact des campagnes et contribuer directement aux objectifs business de la marque.

NOUVEAUTE

CPC Partenaire

Objectif : Développer la considération et générer du trafic qualifié vers les environnements de l'annonceur

KPI : CPC

Levier : Digital (PC, Mobile, Tablette)

DTW Partenaire

Objectif : France Télévisions Publicité s'engage sur un **CPV** pour assurer le trafic sur site de la marque

KPI : CPV

Levier : TV Classique

Mesuré avec un tiers indépendant

Business Partenaire

Objectif : Élaborer un dispositif sur mesure construit autour d'un KPI business prioritaire

KPI : à définir (CA, volume, visites sur site, appels téléphoniques, ...)

Levier : TV Classique // Parrainage

Bénéfices :

- Un alignement direct avec les objectifs et KPI business de la campagne : trafic, considération, conversion, chiffre d'affaires, appels téléphoniques...
- Une démarche de test-and-learn au service de l'optimisation continue des performances.
- Un accompagnement renforcé par une équipe d'experts dédiée.

Conditions

- Partage d'un historique de data sur lequel s'appuyer pour déterminer un objectif business.
- Historique ou lancement d'une vague test.
- Disposer d'une création publicitaire optimisée pour générer du trafic.
- Conditions tarifaires et éligibilité des offres : nous consulter.

TV Classique
Parrainage
Digital
YouTube

ADspace•ia

NOUVEAUTÉ

Dispositif

ADspace●ia est la plateforme de prédiction, d'orchestration et de valorisation du Total Vidéo Premium de FranceTV Publicité.
Elle permet de concevoir, comparer, recommander, activer et restituer les meilleurs scénarios vidéo sur l'ensemble des leviers FranceTV Publicité : **TV linéaire, parrainage, BVOD, CTV, TV segmentée, YouTube et environnements vidéo premium.**

PRÉDIRE

Prédire la performance d'un plan média, en intégrant à la fois son efficacité publicitaire et sa capacité à capter l'attention.

Faire de l'attention un KPI clé de recommandation et un nouveau standard de valorisation du Total Vidéo Premium.

ORCHESTRER

Construction de scénarios Total Vidéo cohérents entre TV linéaire, parrainage, BVOD, CTV, TV segmentée, YouTube et offres contextuelles.

Passer de leviers en silos à une architecture vidéo unifiée

ACTIVER

Permettre de transformer une recommandation en dispositif activable, avec une simplification des parcours d'achat.

Acheter ma campagne en quelques clics

Ce que la plateforme apporte

Une entrée par vos objectifs clients

Notoriété, considération, engagement ou conversion : la recommandation se structure selon le rôle attendu de chaque levier dans le funnel

Des indicateurs plus qualitatifs

Reach et reach attentif 4 écrans, CPM et CPM attentif, score d'attention global, pression publicitaire, et CO_2

Parcours simplifié

Simulation, arbitrage, adaptation du mix en self-service, activation progressive et bilan de fin de campagne dans un même parcours

Conditions

- L'accès à ADspace.ia et aux fonctionnalités présentées est réservé aux clients et partenaires éligibles de FranceTV Publicité.
- Le périmètre des inventaires, des indicateurs et des modules disponibles dépend des offres activées, des disponibilités, des contraintes techniques et du calendrier de déploiement 2027.
- Les recommandations restent soumises à validation commerciale et à la disponibilité des inventaires.

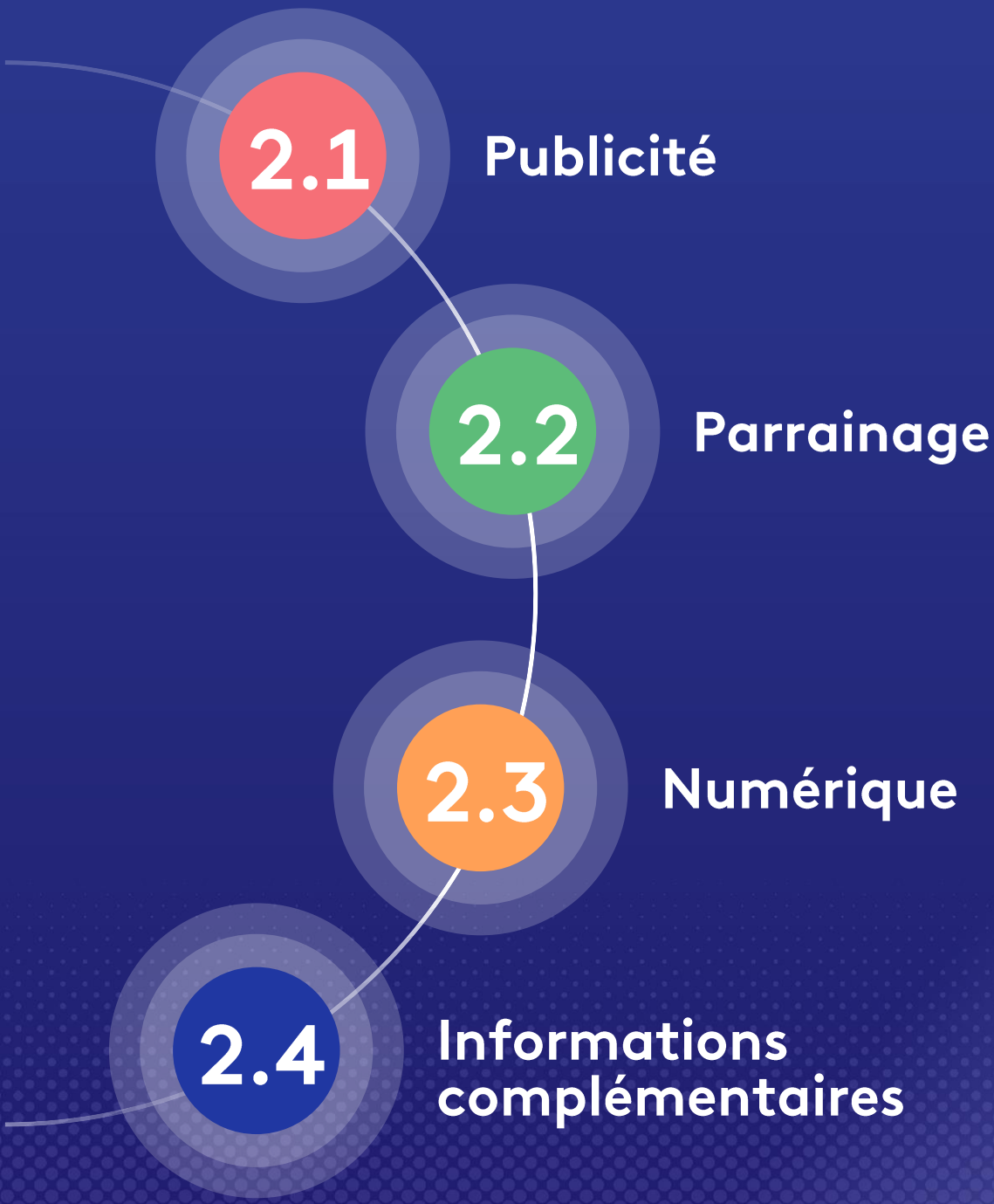
PARTIE 2

CONDITIONS COMMERCIALES

PUBLICITÉ, PARRAINAGE ET NUMÉRIQUE

PARTIE 2

CONDITIONS COMMERCIALES



PARTIE 2.1

CONDITIONS COMMERCIALES

publicité

Décomposition du CA 2027 50
Terminologie 51
Conditions tarifaires 53
Taux CGV 58
Informations et délais de programmation..... 61
Les offres garanties 63
Le pack visibilité..... 71

Diffusion entre le 1er janvier 2027 et le 31 décembre 2027

Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2027 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
- Écrin
- 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 Générales de Vente de la **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, Bravo, TCM Cinéma, Le Figaro TV, France 24 (signal France), LCP Assemblée Nationale, Melody, Mieux, Museum TV, MyZen TV, National Geographic Channel, Public Sénat, SciFi, Trace Urban (France et Outremer), Sport en France, La chaîne météo, 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.

Conditions Générales de Vente de la **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 62).

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 55).

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 58).

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

Conditions Générales de Vente de la **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 62. 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.

Conditions Générales de Vente de la **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 Générales de Vente de la **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 2025 et 2026 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2025 et/ou 2026, 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 2027 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2027 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2025 et 2026 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 2026 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 2026 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.

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

Bénéficient d'un abattement de -10% sur le Tarif de Référence :

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

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis 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 2027)

Conditions Générales de Vente de la **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 minorations 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 minorations tarifaires et le taux CGV.

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

Publicité secteur littéraire

Bénéficient d'un abattement sur le tarif de référence, selon le tableau ci-après, les campagnes visant à promouvoir un livre.
La qualification de campagne secteur littéraire est attribuée par FranceTV Publicité après étude du dossier. Cet abattement est non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV.

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

Publicité Après 20h

Bénéficient d'un abattement de -5% sur le Tarif de Référence, les annonceurs cumulant les conditions suivantes :
Poids CA Net 2026 réalisé en publicité classique Après 20h supérieur ou égal à 50% ;
CA Net 2026 publicité classique inférieur ou égal à 200 000€.

Conditions Générales de Vente de la **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 Générales de Vente de la **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.

Taux CGV = Dégressif volume + Dégressif périodes creuses + Dégressif France 3 Régions / TV Segmentée + Dégressif chaînes thématiques + Dégressif numérique

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 2027 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA net 2027 - 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 Générales de Vente de la **Publicité**

Taux CGV

Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2027 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 31 juillet au 15 août) sur les chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET périodes creuses 2027 sur les chaînes FTV *En espace tv classique en euros*	**Dégressif périodes creuses**
De 0 à 29 999	**0,00%**
De 30 000 à 69 999	**-0,80%**
De 70 000 à 99 999	**-0,90%**
De 100 000 à 149 999	**-1,10%**
De 150 000 à 199 999	**-1,30%**
De 200 000 à 249 999	**-1,50%**
De 250 000 à 349 999	**-1,80%**
De 350 000 à 449 999	**-2,00%**
De 450 000 à 599 999	**-2,20%**
De 600 000 à 999 999	**-2,80%**
De 1 000 000 à 1 299 999	**-3,20%**
De 1 300 000 à 1 749 999	**-3,50%**
De 1 750 000 à 2 249 999	**-3,80%**
2 250 000 et au-delà	**-4,30%**

Dégressif France 3 Régions / TV Segmentée

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

CA NET 2027 sur france 3 régions investi en espace tv classique + CA NET en tv segmentée *vs* CA NET 2027 sur les chaînes FTV et les chaînes thématiques investi en espace tv classique + numérique en %	**Dégressif france 3 régions / tv segmentée**
De 0,00 % à 1,99 %	**0,00%**
De 2,00 % à 4,99 %	**-2,00%**
De 5,00 % à 9,99 %	**-2,50%**
De 10,00 % à 19,99 %	**-3,00%**
De 20,00 % à 49,99 %	**-4,00%**
De 50,00 % à 69,99 %	**-5,00%**
De 70,00 % à 89,99 %	**-8,00%**
90,00 % à 100,00 %	**-10,00%**

Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

Taux CGV

Dégressif chaînes thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2027 sur les chaînes thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2027 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 2027 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET numérique* 2027 vs CA NET classique 2026 + CA NET numérique* 2027 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 Générales de Vente de la **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
1er janvier – 28 février 2027	13/10/2026	13/11/2026	30/11/2026
1er mars – 02 mai 2027	01/12/2026	15/01/2027	1er/02/2027
03 mai – 22 août 2027	09/02/2027	19/03/2027	06/04/2027
23 août – 07 novembre 2027	04/05/2027	04/06/2027	21/06/2027
08 novembre 2027 – 31 décembre 2027	22/06/2027	03/09/2027	20/09/2027

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 Générales de Vente de la **Publicité**

Informations et délais de programmation

Calendrier de montage

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

		Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
Délais de montage	**Montage National**	+2	+2 / +3	+3 / +4	+4	+4
	Montage régional / Chaînes thématiques	+4 / +5	+5	+5 / +6	+6	+6

Indices tarifaires 2027 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 Générales de Vente de la **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 désindicé base 20 secondes » garanti par FranceTV Publicité.**

Dispositif

Budget thématique : à hauteur d'au moins 10% du brief.
Budget digital : investissement de 20% minimum annuel du budget annuel TV

Garanty
•2 •3 •5

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

Garanty+
•2 •3 •5

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 Générales de Vente de la **Publicité**

Offres Garanty et Garanty +

Indices par période*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Du	Vendredi 1er janvier 2027	Lundi 1er mars 2027	Lundi 05 avril 2027	Lundi 17 mai 2027	Lundi 5 juillet 2027	Lundi 26 juillet 2027	Lundi 23 août 2027	Lundi 25 oct. 2027	Lundi 20 décembre 2027
Au	Dimanche 28 février 2027	Dimanche 04 avril 2027	Dimanche 16 mai 2027	Dimanche 4 juillet 2027	Dimanche 25 juillet 2027	Dimanche 22 août 2027	Dimanche 24 oct. 2027	Dimanche 19 déc. 2027	Vendredi 31 déc. 2027
GARANTY	90	110	100	140	95	65	158	135	85

Indices par day part & par cible en 2027

	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 Générales de Vente de la **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 2027, pour tout investissement en achat CGRP garanti :

- Un investissement de 10% sur nos éditeurs thématiques
- Un investissement de 20% minimum annuel du budget TV devra être réalisé sur nos leviers digitaux hors Youtube. Cette condition sera vérifiée à chaque fin de période d'ouverture de planning. Si celle-ci n'est pas respectée, le CGRP desindicé de l'annonceur se verra majoré de 5% ou l'annonceur sera refacturé du montant correspondant s'il n'a plus de campagne Garanty.

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 Desindicé 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 Desindicé 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 Générales de Vente de la **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

SCI FI, 13e RUE, TV5 MONDE, my zen TV, NATIONAL GEOGRAPHIC, Melody, BOOMERANG, MUSEUM TV, W, bravo, TRACE

PREMIUM

NATIONAL GEOGRAPHIC, MUSEUM TV, LE FIGARO TV, SCI FI, W next, bravo, W, TCM CINÉMA, TV5 MONDE, 13e RUE, Melody, FRANCE 24, SPORT EN FRANCE

MILLENNIALS

BOOMERANG, SCI FI, W next, W, SPORT EN FRANCE, TRACE

KIDS

DISNEY CHANNEL, BOOMERANG, CARTOONITO, CN, DREAMWORKS

En option pour les annonceurs éligibles : PUBLIC SÉNAT, LCP ASSEMBLÉE NATIONALE

Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

Offres Total Video 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 2027, pour tout investissement en achat CGRP garanti :

- Un investissement de 20% minimum annuel du budget engagé en Total Vidéo Garanty devra être réalisé sur nos leviers digitaux hors Youtube. Cette condition sera vérifiée à chaque fin de période d'ouverture de planning. Si celle-ci n'est pas respectée, le CGRP desindicé de l'annonceur se verra majoré de 5% ou l'annonceur sera refacturé du montant correspondant s'il n'a plus de campagne Garanty.

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 Desindicé 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 Desindicé 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.

Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

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 Générales de Vente de la **Publicité**

Offres Total video garanty

Indices par période*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Du	Jeudi 1er janvier 2027	Lundi 1 mars 2027	Lundi 05 avril 2027	Lundi 17 mai 2027	Lundi 5 juillet 2027	Lundi 26 juillet 2027	Lundi 23 août 2027	Lundi 25 oct. 2027	Lundi 20 Déc. 2027
Au	Dimanche 28 février 2027	Dimanche 04 avril 2027	Dimanche 16 mai 2027	Dimanche 4 juillet 2027	Dimanche 25 juillet 2027	Dimanche 22 août 2027	Dimanche 24 oct. 2027	Dimanche 19 déc. 2027	Jeudi 31 déc. 2027
TOTAL VIDEO GARANTY	90	110	100	140	95	65	158	135	85

Indices par day part & par cible en 2027

	DAY intitulés d'écrans 06.00 à 17.99	ACCESS intitulés d'écrans 18.00 à 19.99	PARRAINAGE APRÈS 20H00
Cibles mixtes et masculines +	92	117	150
Cibles féminines +	91	122	165
Cibles + & cibles comportementales	93	115	165

Cibles mixtes et masculines +
- Ensemble 35-59 ans

Cibles féminines +
- Femmes 35-59 ans

Cibles + et comportementales
- Ensemble 35+
- Femmes 35+

* 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.

Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

Offres Total video garanty

Conditions

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

Les achats de packs Total vidéo Garanty 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.
- Un investissement de 20% 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, le CGRP desindicé de l'annonceur se verra majoré de 5% ou l'annonceur sera refacturé du montant correspondant s'il n'a plus de campagne Total Vidéo Garanty.

Les packs Total vidéo Garanty sont programmés en fonction des disponibilités du planning. Les investissements réalisés dans le cadre des packs Total vidéo Garanty ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de FranceTV Publicité.

Offre non éligible aux campagnes collectives et ou intérêt général

FranceTV Publicité se réserve le droit :

- de programmer les packs Total vidéo Garanty en fonction des disponibilités du planning ;
- de modifier les programmations des messages dans les écrans publicitaires des packs Total vidéo Garanty 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 Générales de Vente de la **Publicité**

Pack visibilité

Concept

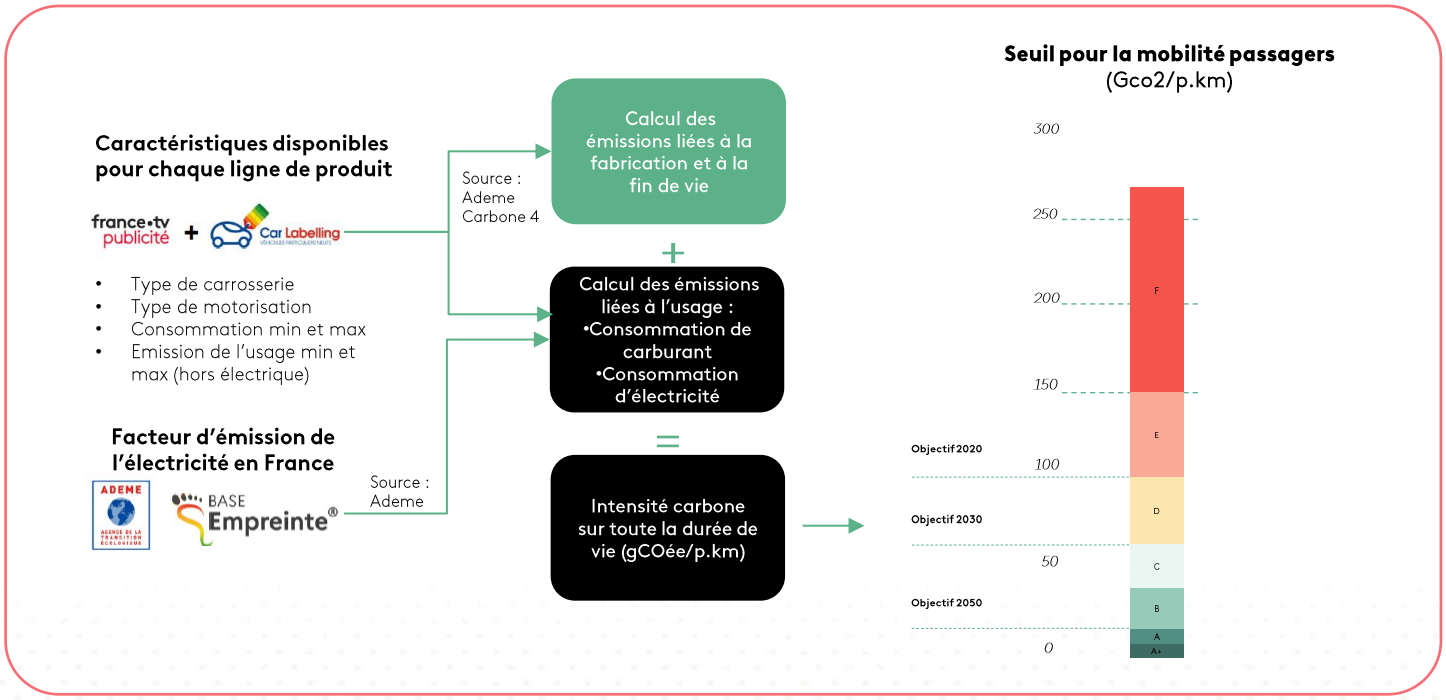
FranceTV Publicité s'engage et valorise sur ses antennes les produits de classe A, B, C du secteur automobile selon la méthodologie définie par Carbone 4.

- TV classique : Gratuité des EP ABCXYZ sous réserve de disponibilités planning
- 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, ...)

Méthodologie



Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

Indice d'Impact **Carbone**

Nouvel indicateur de lecture carbone des campagnes vidéo FranceTV Publicité

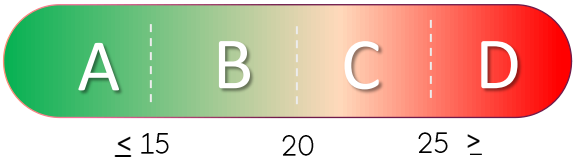
Descriptif

L'indice d'impact CO_2 situe la diffusion carbone d'une campagne publicitaire sur une échelle de référence broadcaster, en rapportant les émissions à la qualité réelle de l'exposition publicitaire, notamment la visibilité et la complétion vidéo

Ce que mesure l'indice	Comment le lire	Ce qu'il ne dit pas
Un score basé sur les g de CO_2 par seconde visible et complétée pour 1 000 contacts exposés. • Intègre la qualité de l'exposition : visibilité et complétion vidéo • Lecture normalisée à 1 000 contacts	La diffusion de la campagne est classée de A à D. Plus le score est proche de A, meilleure est l'efficience carbone relative dans le référentiel Broadcaster.	Il ne mesure pas le volume total de CO_2 émis par la campagne, qui reste exprimé en tonnes de CO_2 eq. et est corrélé au volume total de contacts délivré.

Clé de lecture de l'échelle

Indice d'Impact Carbone



À retenir : l'indice ne mesure pas le volume total de CO_2 émis par la campagne. Il évalue son niveau d'efficience carbone rapporté à l'exposition publicitaire réellement visible et complétée, afin de la situer par rapport à un référentiel Broadcaster.

Périmètre de référence	Broadcaster only : TV Linéaire + BVOD + CTV Live _4 écrans_ hors chaînes thématiques
Différence avec Green scoring	L'indice positionne la campagne dans un référentiel broadcaster ; le Green scoring identifie les leviers d'optimisation restants.
Où retrouver cet indicateur	Dans nos bilans CO2 TV & digital , dans nos offres, et dans ADspace.ia
Conditions de lecture	À utiliser comme indicateur d'information et de comparaison, en complément du bilan carbone total et du Green scoring.

Source : calculette DK - Méthodologie validée par DK

Conditions Générales de Vente de la **Publicité**

Offres ÉcransÉcrin Green

Conditions

Au moment de la réservation de l'espace, l'annonceur s'engage à travers une attestation sur l'honneur à ce que son produit réponde aux critères énoncés par le cahier des charges de l'ADEME, disponible sur le site de l'ADEME.

- En cas de première diffusion sur nos antennes, le film doit être soumis à FranceTV Publicité 15 jours avant sa diffusion afin d'être visionné par la direction commerciale et de faire l'objet d'une validation définitive. La régie se réserve le droit de refuser l'accès à ce type d'écran ou d'exclure certains écrans en fonction de l'actualité éditoriale.

- FranceTV Publicité et l'ADEME se réservent également le droit de modifier à tout moment les conditions d'accès 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.

- Il en accepte expressément les dispositions, notamment celles relatives à la procédure d'achat et à la formation des ordres de publicité.

- Tout annonceur souhaitant diffuser un message publicitaire dans ces écrans doit disposer, préalablement à toute diffusion, d'un avis favorable de l'ARPP. Pour toute demande, vous pouvez vous rapprocher de votre contact commercial habituel ou de votre contact planning.

PARTIE 2.2

CONDITIONS COMMERCIALES

parrainage

Décomposition du CA 2027 75
Terminologie 76
Conditions tarifaires 77
Taux CGV 80

Diffusion entre le 1er janvier 2027 et le 31 décembre 2027

Conditions Générales de Vente du **Parrainage**

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2027 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
- 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 Générales de Vente du **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, Bravo, Le Figaro TV, France 24 (signal Monde), LCP Assemblée Nationale, Melody, Mieux, Museum TV, MyZen TV, National Geographic Channel, Public Sénat, SciFi, TCM Cinéma, Sport en France, La Chaîne Météo, Trace, 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 en p80.

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

Conditions Générales de Vente du **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 réalisée 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 l'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).

Indices par période*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Du	Vendredi 1er janvier 2027	Lundi 1er mars 2027	Lundi 05 avril 2027	Lundi 17 mai 2027	Lundi 5 juillet 2027	Lundi 26 juillet 2027	Lundi 23 août 2027	Lundi 25 oct. 2027	Lundi 20 décembre 2027
Au	Dimanche 28 février 2027	Dimanche 04 avril 2027	Dimanche 16 mai 2027	Dimanche 4 juillet 2027	Dimanche 25 juillet 2027	Dimanche 22 août 2027	Dimanche 24 oct. 2027	Dimanche 19 déc. 2027	Vendredi 31 déc. 2027
GARANTY	90	105	105	105	90	65	120	120	90

* 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.

Conditions Générales de Vente du **Parrainage**

Conditions tarifaires

Minorations 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 2025 et 2026 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2027 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2027 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2025 et 2026 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
Bénéficient d'un abattement de -10% sur le Tarif de Référence :
- les campagnes des organisations caritatives et humanitaires ;
- les campagnes d'information des administrations ou des ministères ;
- les campagnes d'information gouvernementale, c'est-à-dire les campagnes SIG.

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis l'abattement nouvel annonceur.

Publicité culturelle
Bénéficient d'un abattement de -5% sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir une activité culturelle ou sociale ayant un contenu pédagogique, à l'exclusion des activités à but principalement commercial. La qualification de campagne culturelle est attribuée par FranceTV Publicité après étude du dossier. La présence de logotypes ou la citation de partenaires est autorisée à condition qu'elle soit discrète (moins de 3 secondes de présence et moins de 1/6 de la taille de l'écran) et que les partenaires concernés ne relèvent pas de secteurs interdits de publicité télévisuelle. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis l'abattement nouvel annonceur.

Conditions Générales de Vente du **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 Générales de Vente du **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 2027 sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA net 2027 - 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%**

PARTIE 2.3

CONDITIONS COMMERCIALES

numérique

Décomposition du CA 2027 82
Terminologie 83
Conditions tarifaires 86
Taux CGV 89
Informations 90

Diffusion entre le 1er janvier 2027 et le 31 décembre 2027

Conditions Générales de Vente du **Numérique**

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2027 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
- Gracieux
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x% du Tarif de Référence)

Majorations liées au format de diffusion

- Device (inclus/exclus)
- Pré-roll Uniquement
- Ciblage horaire / jour
- Plateforme (inclus/exclus)
- Pack contexte / affinitaire
- Création pack sur mesure
- Emplacement préférentiel
- Exclusion sectorielle
- Co-branding / Multi annonceurs

Majorations liées à la data

- Géolocalisation
- Socio démo
- Intérêt
- PMG Conso TV
- Data conso
- Data retail
- Data météo

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

Conditions Générales de Vente du **Numérique**

Terminologie

Sites, Applications mobiles (mobile et CTV) et Social
france.tv (dont Francetvslash); franceinfo.fr (dont france3-regions.franceinfo.fr, la1ere.franceinfo.fr), ici.fr, allodocteurs.fr, radiofrance.fr (pour les formats vidéo uniquement pour franceinter.fr, francebleu.fr, franceculture.fr) ; hugodécrypte et le media positif, ina.fr (pour les formats vidéo uniquement); lcp.fr, lefigaro.fr; publicsenat.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, les chaînes YouTube.com de France Télévisions, France tv Distribution et Warner.
Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.

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 Pour Mille (CPM) Contact Nombre de contacts publicitaires défini comme objectif central de la campagne, en remplacement du volume d'impressions. Calculé à partir des données Médiamétrie. Variable selon les horaires de diffusion pour refléter la réalité des audiences CTV.

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) – Run of Network (RON)** est un mode de diffusion d'une création publicitaire digitale qui consiste à diffuser ou afficher la création aléatoirement sur l'ensemble des sites et applications en régie.

Conditions Générales de Vente du **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.

Conditions Générales de Vente du **Numérique**

Nouveau référentiel tarifaire vidéo

Le présent référentiel tarifaire s'applique à l'ensemble des environnements numériques commercialisés par FranceTV Publicité : Web, applications et CTV, y compris les décodeurs des fournisseurs d'accès à Internet, en diffusion « Run of Network ».
Il s'applique aux achats de gré à gré et aux achats programmatiques garantis.
Sauf indication contraire, ce référentiel ne s'applique pas aux événements sportifs et antennes, aux émissions unitaires et aux offres france.tv créations, qui font l'objet de conditions tarifaires spécifiques.

Format de référence	valeur	unité
CPM Run of Network	1400	€
Durée de base	20	secondes
Année	2027	

Le format de 20 secondes constitue le format de référence, auquel correspond un indice de format égal à 100.

Pour les autres durées, le CPM est déterminé par application au CPM de référence de l'indice correspondant à la durée du message publicitaire, selon la table des indices de format figurant dans les présentes Conditions Commerciales (page 90).

Programmatique non garanti

Pour les achats en programmatique non garanti, le CPM du deal correspond au CPM issu du barème tarifaire vidéo « Run of Network », diminué de 200€ brut. Dans le cas d'un « deal floor », ce CPM constitue le CPM plancher applicable au deal concerné.

Conditions Générales de Vente du **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 90.

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 CPM Contact (Coût Pour Mille Contact) ;
- 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 format de Référence. Dans le cadre d'un achat unitaire, le CPM applicable est déterminé conformément à la cascade tarifaire prévue ci-après.
Les indices de format et de saisonnalité s'appliquent successivement au CPM de référence. Les minorations et les majorations, exprimées en euros, sont ensuite respectivement déduites ou ajoutées au CPM ainsi obtenu.

Majorations tarifaires

Les majorations tarifaires s'appliquent aux achats de gré à gré, aux achats programmatiques garantis et programmatique Floor.
Elles correspondent à des montants fixes, exprimés en euros par CPM. Elles sont ajoutées au CPM obtenu après application successive de l'indice de format, de l'indice de saisonnalité et des éventuelles minorations tarifaires.

Majorations liées aux modalités de diffusion

Le co-branding ou la présence de plusieurs annonceurs désigne la présentation ou la citation de plusieurs produits, marques ou annonceurs au sein d'un même format publicitaire vidéo, notamment dans un pré-roll ou un billboard.

Modalité de diffusion	Précisions	2027
Ciblage horaire/jour		+100 €
Pack Contextuel / Affinitaire		+100 €
Co-branding / Multi annonceurs		+100 €
Device (inclus/exclus)	Desktop, mobile, tablette, CTV (BVOD et/ou Live)	+200 €
Création pack sur mesure	5 contenus minimum	+200 €
Emplacement préférentiel		+200 €
Exclusion sectorielle		+200 €
Plateforme (inclus/exclus)		+300 €
Position Pré roll		+300 €

Majorations liées à la data

Les majorations correspondant aux différents paramètres sélectionnés sont cumulatives.
Lorsque plusieurs critères de ciblage sont retenus pour une même campagne, chaque majoration applicable est ajoutée au CPM.

Modalité de diffusion	Précisions	2027
Géoloc (région/dept/métropole)		+100 €
Intérêt (fan de + Allociné)		+200 €
PMG conso TV		+200 €
Data Conso (ShoWhere)		+200 €
Data Météo		+200 €
Socio démo	Âge, sexe, csp, revenus, qualif foyer	+300 €
Géoloc (Custom)		+300 €
Data Retail		+350 €

Conditions Générales de Vente du **Numérique**

Conditions tarifaires

Minorations tarifaires

Les minorations tarifaires s'appliquent aux achats de gré à gré et aux achats programmatiques garantis. Elles sont calculées à partir du format de Référence. Leur montant est déduit du format de Référence, après application successive de l'indice de format et de l'indice de saisonnalité.

Nouvel annonceur
Bénéficie d'un abattement de -100€ sur le CPM, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par FranceTV Publicité en 2025 et 2026 (hors dotation).
Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2027 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2027 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2025 et 2026 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Publicité collective
Bénéficie d'un abattement de -100€ sur le CPM, 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 -100€ sur le CPM, 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
Bénéficient d'un abattement de 200€ sur le CPM :
- 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
Bénéficient d'un abattement de 100€ sur le CPM, 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 (format 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 Générales de Vente du **Numérique**

Conditions tarifaires

Méthodologie de calcul du CPM

Le CPM applicable à une campagne est calculé selon l'ordre suivant :
- détermination du CPM de référence correspondant au format de 20 secondes ;
- application de l'indice correspondant à la durée du message publicitaire (page 90);
- application de l'indice de saisonnalité correspondant à la période de diffusion (page 89) ;
- déduction des minorations tarifaires applicables (page 87) ;
- ajout des majorations tarifaires applicables (page 86) .

Les indices de format et de saisonnalité sont appliqués de manière multiplicative. Les minorations et majorations, exprimées en euros, sont ensuite déduites ou ajoutées au CPM.
Les calculs sont réalisés sans arrondi intermédiaire.

Incentive BVOD

Bénéficie de gracieux BVOD tout annonceur qui, en complément de ses investissements BVOD, souscrit à l'une des offres digitales suivantes :
- YouTube Safe Place ;
- Data Retail ;
- Short Ads ;
- CoverPlay

Pour ouvrir droit aux gracieux BVOD, l'investissement minimum requis sur chacune des offres souscrites est fixé comme suit :
- Data Retail : 20 000 € HT ;
- Short Ads : 25 000 € HT ;
- YouTube Safe Place : 30 000 € HT ;
- CoverPlay : 30 000 € HT, correspondant à un minimum de deux journées.

Les gracieux BVOD sont calculés à hauteur de 10 % du montant investi au global des offres complémentaires souscrites.

L'attribution des gracieux BVOD est ainsi subordonnée au cumul d'un investissement BVOD et d'un investissement complémentaire dans au moins l'une de ces quatre offres.
Un investissement BVOD réalisé seul n'ouvre droit à aucun gracieux au titre du présent dispositif.
À titre d'exemple, un investissement supplémentaire de 20 000 € HT en Data Retail ouvre droit à 2000 € HT de gracieux BVOD.

Les gracieux BVOD attribués dans le cadre de ce dispositif sont à valoir sur une campagne ultérieure diffusée au cours de l'année 2027.
Leur utilisation est subordonnée à la réalisation concomitante d'un investissement payant en BVOD. Ils ne peuvent, en conséquence, être utilisés seuls pour financer intégralement une campagne.

Les investissements réalisés sur les offres de Data, hors Data Retail, sont exclus de ce dispositif et n'ouvrent droit à aucun gracieux BVOD.
Les gracieux attribués dans le cadre de cette offre :
- sont exclusivement utilisables en BVOD gré à gré (hors data) au sein de la Régie ;
- ne peuvent donner lieu à aucun remboursement, avoir ou contrepartie financière ;
- ne sont ni cessibles ni transférables à un autre annonceur ;
- sont soumis aux disponibilités d'inventaire et aux modalités de programmation définies par France Télévisions Publicité.

Conditions Générales de Vente du **Numérique**

Taux CGV

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

Les 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 C.A. Net numérique (Adressable.tv incluse) en 2027 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA net 2027 - 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 %**

Indices par période*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Du	Vendredi 1er janvier 2027	Lundi 1er mars 2027	Lundi 05 avril 2027	Lundi 17 mai 2027	Lundi 5 juillet 2027	Lundi 26 juillet 2027	Lundi 23 août 2027	Lundi 25 oct. 2027	Lundi 20 décembre 2027
Au	Dimanche 28 février 2027	Dimanche 04 avril 2027	Dimanche 16 mai 2027	Dimanche 4 juillet 2027	Dimanche 25 juillet 2027	Dimanche 22 août 2027	Dimanche 24 oct. 2027	Dimanche 19 déc. 2027	Vendredi 31 déc. 2027
GARANTY	90	100	100	100	90	90	110	110	110

* 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.

Conditions Générales de Vente du **Numérique**

Informations

Les indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo pour 2027 sont les suivants :

Indices tarifaires 2027 par format

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 Billboard 6, 8 ou 12 sec

PARTIE 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

ADspace
france•tvpublicité