



cgv 2016 :

des conditions avantageuses pour chaque annonceur

télévision, remises publicité classique*

jusqu'à - 8% multi-territoires	jusqu'à NEW - 50% formats longs	jusqu'à - 55% publicité collective
jusqu'à - 50% publicité d'intérêt général	jusqu'à - 50% spectacles, salons, édition	- 20% production locale
- 20% NEW TPE-microentreprises	- 15% nouvel annonceur	- 15% nouvelle marque
jusqu'à - 12% fidélité et progression	jusqu'à - 15% abattement de volume	jusqu'à NEW - 10% cumul de mandats

radio, remises publicité classique*

jusqu'à - 35% publicité générique	- 35% publicité d'intérêt général	jusqu'à NEW - 55% packs
- 15% nouvel annonceur	jusqu'à - 12% fidélité et progression	jusqu'à - 20% abattement de volume
jusqu'à NEW - 10% cumul de mandats		

radio # télévision

remises
parrainage*

NEW
- 15%
nouvel annonceur

NEW
20%
D'espace gracieux
Mix Classique et parrainage

jusqu'à
- 15%
abattement de volume

NEW
jusqu'à
- 10%
cumul de mandats

#1 télévision

Décomposition du chiffre d'affaires 2016	p 5
Conditions commerciales de vente de publicité	p 6
A. Écrans groupés	p 6
B. Variations tarifaires	p 6
C. Conditions tarifaires	p 7
D. Informations complémentaires	p 12
E. Indices tarifaires par format pour 2016	p 14

#2 radio

Décomposition du chiffre d'affaires 2016	p 16
Conditions commerciales de vente de publicité	p 17
A. Variations tarifaires	p 17
B. Conditions tarifaires	p 17
C. Informations complémentaires	p 20
D. Indices tarifaires par format pour 2016	p 22

#3 parrainage

Radio et télévision	
Décomposition du chiffre d'affaires 2016	p 24
Conditions commerciales de parrainage	p 25
A. Variations tarifaires	p 25
B. Conditions tarifaires	p 25
C. Informations complémentaires	p 27

#1 télévision



décomposition du chiffre d'affaires 2016

Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

la télévision : un média puissant pour votre communication



87,1%

de la population de 13 ans ou plus de ces cinq territoires d'outre-mer regarde la TV chaque jour

4h06

c'est la durée moyenne quotidienne que chaque téléspectateur consacre au média TV

659 300

téléspectateurs suivent chaque jour les programmes des cinq chaînes 1^{ère}

Source : Métridom Médiamétrie 2015
ens pop 13+ / lundi dimanche / 0h-24h

CA INITIAL

A - Ecrans groupés

CA DE RÉFÉRENCE

B - Variations tarifaires

- B1 - Modulations saisonnières
- B2 - Emplacements préférentiels
- B3 - Habillage d'écran
- B4 - Multi marques – Multi annonceurs
- B5 - Remise Multi-Territoires
- B6 - Remise formats longs

L'ensemble des variations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Chiffre d'Affaires de Référence

CA FACTURÉ

C - Conditions tarifaires

- C1 - Publicité collective
- C2 - Publicité d'Intérêt Général
- C3 - Spectacles, foires et salons, édition musicale, vidéo
- C4 - Packs
- C5 - Production locale
- C6 - TPE / Micro-entreprises
- C7 - Nouvel annonceur
- C8 - Nouvelle Marque
- C9 - Fidélité et prime de progression
- C10 - Abattement de volume
- C11 - Cumul de mandats

Les conditions tarifaires s'appliquent en cascade à partir du Chiffre d'Affaires Facturé, dans l'ordre ci-dessus

CA NET

Terminologie

- **Tarif**
Le tarif correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité Outre-mer sur la base du format 30 secondes.
- **Chiffre d'Affaires Initial**
Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du tarif des spots achetés, après application de l'indice de format.
- **Chiffre d'Affaires de Référence**
Le Chiffre d'Affaires de Référence correspond au Chiffre d'Affaires Initial (défini ci-dessus), après application éventuelle du mode d'achat groupé.
- **Chiffre d'Affaires Facturé**
Le Chiffre d'Affaires Facturé correspond au Chiffre d'Affaires de Référence (défini ci-dessus), après application des variations tarifaires.
- **Chiffre d'Affaires Net**
Le Chiffre d'Affaires Net correspond au Chiffre d'Affaires Facturé (défini ci-dessus), après application des conditions tarifaires.

conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

sur les chaînes 1^{ère}, des programmes de qualité pour tous les publics



l'information

qui demeure la référence régionale



le sport

tout le savoir faire de France Télévisions pour faire du sport un spectacle



le divertissement

par l'ouverture au monde, grâce à un vaste choix de programmes nationaux et internationaux



la proximité

en tenant compte des centres d'intérêt des ultramarins dans les domaines du sport, de la musique, de la jeunesse...

Les tarifs sont communiqués sur la base du format 30 secondes. Pour toute durée différente, se référer à la table de conversion jointe à ce document.

ÉCRANS GROUPÉS

L'achat groupé de certains écrans désignés exclusivement par France Télévisions Publicité Outre-mer, programmés sur une même journée et comportant le même message publicitaire fait l'objet d'une tarification spécifique.

Les intitulés des écrans concernés sont mentionnés en grille tarifaire pour chacune des antennes de Télévision de Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère}.

VARIATIONS TARIFAIRES

L'ensemble des variations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Chiffre d'Affaires de Référence.

B.1 modulations saisonnières

Les tarifs peuvent faire l'objet de modulations saisonnières et peuvent être révisés pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. France Télévisions Publicité Outre-mer se réserve la possibilité de modifier la grille des écrans publicitaires et leurs tarifs à l'occasion d'événements exceptionnels.

B.2 emplacements préférentiels

+ 15 % sur le Chiffre d'Affaires de Référence pour le premier ou le dernier emplacement dans l'écran.

B.3 habillage d'écran

L'habillage d'écran consiste en une transition, avec des secondes intercalaires, entre le jingle d'entrée de l'écran publicitaire et la première image du message publicitaire placé en début d'écran.

+ 20 % sur le Chiffre d'Affaires de Référence pour le premier emplacement dans l'écran.

La majoration pour emplacement préférentiel (+15%) s'applique. Les secondes intercalaires sont à ajouter à la durée initiale du message lors de la réservation de l'espace.

B.4 multi marques – multi annonceurs

Le nombre d'annonceurs et/ou marques, dans un même spot, est limité à quatre.

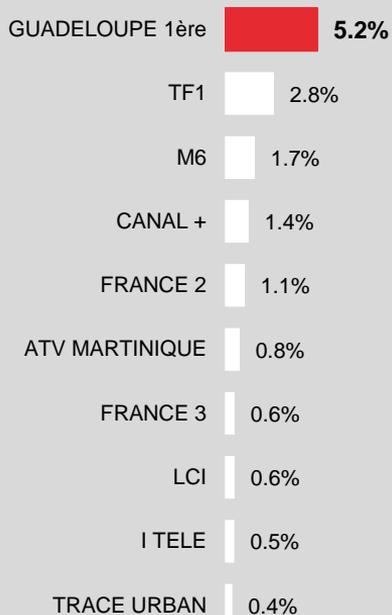
	avec information préalable de FTP	sans information préalable de FTP
2 ou 3 annonceurs et/ou marques dans le spot	+15%	+20%
4 annonceurs et/ou marques dans le spot	+20%	+30%



conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

**Guadeloupe 1^{ère}, leader avec
174 800 téléspectateurs par jour**



Source : Médiamétrie avril juin 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

L'apparition des annonceurs ou marques supplémentaires ne peut dépasser 3 secondes, la taille des logotypes des annonceurs ou marques supplémentaires est limitée à 1/6 de l'image.

B.5 remise Multi-Territoires

Un abattement sera appliqué sur le Chiffre d'Affaires de Référence pour toute campagne diffusée sur plusieurs départements sous respect des conditions cumulatives suivantes :

• Répartir les investissements par département selon les seuils minima indiqués ci-dessous :

Campagne Guadeloupe, Martinique	Martinique	45%	Taux -2%
Campagne Guadeloupe, Guyane, Martinique	Guadeloupe Guyane Martinique	35% 15% 35%	Taux : - 5%
Campagne Mayotte, Réunion	Mayotte Réunion	20% 60%	Taux : - 4%
Campagne Guadeloupe, Guyane, Martinique, Réunion	Guadeloupe Guyane Martinique Réunion	20% 10% 20% 25%	Taux : - 8%

• Et communiquer en publicité classique sur une même période à plus ou moins 10 jours entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016.

B.6 remise formats longs



Une remise est appliquée en fonction de la durée du spot pour les formats supérieurs à 1'30". Le taux est fonction de la durée du spot :

De 1'30" à 1'59"	-30%
De 2" à 2'29"	-35%
De 2'30" à 2'59"	-40%
De 3' à 3'29"	-45%
Au-delà de 3'30"	-50%

La programmation des spots de formats longs est fonction des disponibilités du planning ; il ne peut y avoir plus d'une diffusion par jour dans les écrans dont les intitulés sont compris d'une part entre 1200 à 1400, et 1800 à 2000 d'autre part. Cette remise est non cumulable avec la remise packs (C4)

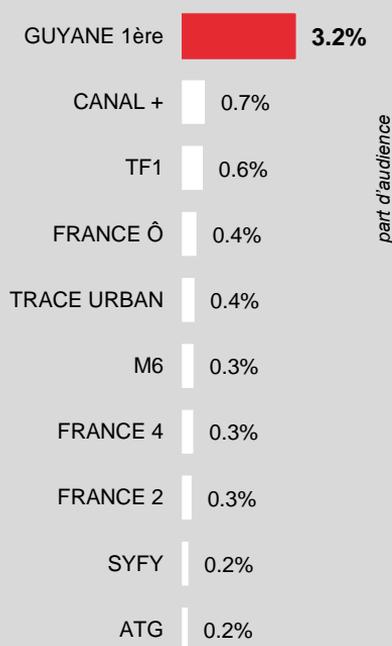


conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Guyane 1^{ère} :

une domination sans concession



part d'audience

CONDITIONS TARIFAIRES

Les conditions tarifaires s'appliquent en cascade à partir du Chiffre d'Affaires Facturé dans l'ordre indiqué ci-dessous.

C.1. publicité collective

C.1.1 – publicité collective

La publicité collective sert à promouvoir un secteur d'activité, un groupement de professionnels ou encore une catégorie de produits ou services présentés sous leur appellation générique (exemple : les produits laitiers), sans que cela ne bénéficie à une marque d'un membre du groupement, à une entreprise ou une organisation identifiable.

La qualification de campagne collective est attribuée par France Télévisions Publicité Outre-mer après étude du dossier transmis par l'annonceur. Les campagnes collectives bénéficient d'un abattement de - 30 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

Ce taux est porté à - 50 % dès lors qu'un minimum de 20 % des spots est programmé après 20 h.

Cet abattement est non cumulable avec d'autres conditions tarifaires, à l'exception de la remise de cumul de mandats (C11).

C.1.2 – 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 France Télévisions Publicité Outre-mer après étude du dossier transmis par l'annonceur.

Les campagnes collectives bénéficient d'un abattement de - 35 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

Ce taux est porté à - 55 % dès lors qu'un minimum de 20 % des spots est programmé après 20 h.

Cet abattement est non cumulable avec d'autres conditions tarifaires, à l'exception de la remise de cumul de mandats (C11).

C.2 publicité d'intérêt général

Sont considérées comme campagnes de publicité d'intérêt général :

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

Les campagnes d'intérêt général bénéficient d'un abattement de - 30 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

Ce taux est porté à - 50 % dès lors qu'un minimum de 20 % des spots est programmé après 20 h.

Cet abattement est non cumulable avec d'autres conditions tarifaires, à l'exception de la remise de cumul de mandats (C11).

C.3 spectacles - foires et salons - édition musicale - vidéo

Les Annonceurs des secteurs suivants, bénéficient d'un abattement de - 50 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé :

- spectacles (concerts, manifestations culturelles ou sportives)
- foires et salons (émanant d'organismes professionnels ou institutionnels)
- édition musicale et vidéo

Le taux appliqué du 1^{er} au 24 décembre 2016 est de -40 %

Cet abattement est non cumulable avec d'autres conditions tarifaires, à l'exception de la remise de cumul de mandats (C11).

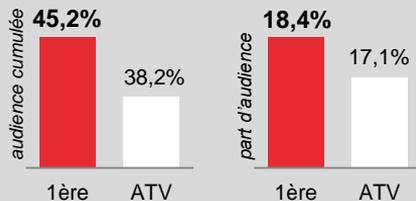
Source : Médiamétrie avril mai 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h



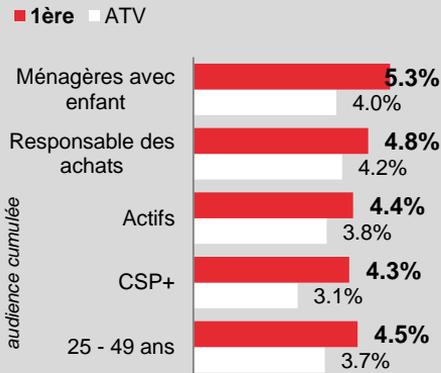
conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Martinique 1^{ère}, toujours un succès d'audience...



... qui se confirme aussi auprès des grandes cibles publicitaires



Source : Médiamétrie avril juin 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

C.4 packs

Les Packs sont conditionnés à un nombre minimum d'écrans achetés sur une période donnée, et composés au choix de l'annonceur dans la limite de certains intitulés d'écrans.

L'abattement des différents Packs s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé et n'est pas cumulable avec les abattements C1, C2 et C3. L'abattement d'un Pack ne peut être cumulable avec l'abattement d'un autre Pack. France Télévisions Publicité Outre-mer se réserve le droit de modifier les Packs ou d'en créer en cours d'année.

Le détail des Packs figure en annexe des grilles tarifaires.

C.5 production locale

L'abattement "Production locale" est accordé pour toute campagne publicitaire destinée à promouvoir des produits fabriqués localement par des entreprises industrielles ayant la qualité de producteurs locaux reconnus par les organisations représentatives des petites et moyennes industries.

La qualification de campagne "production locale" est attribuée par France Télévisions Publicité Outre-mer après étude du dossier transmis par l'annonceur.

Les campagnes "production locale" bénéficient d'un abattement de - 20 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé après déduction éventuelle de l'abattement Pack (C4).

C.6 Très Petites Entreprises NEW

L'abattement "TPE" ou micro-entreprises est attribué aux entreprises, unités légales n'appartenant pas à un groupe, sous deux conditions cumulatives :

- effectif de moins de 10 salariés ETP
- chiffre d'affaire annuel (base 2015) inférieur à 500.000 Euros.

France Télévisions Publicité Outre-mer accorde cet abattement après étude du dossier déposé par l'annonceur pour validation des deux critères susmentionnés.

L'annonceur relevant de cette catégorie bénéficie d'un abattement de - 20 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé après déduction éventuelle de l'abattement Pack (C4).

Abattement non cumulable avec l'abattement production locale.

C.7 nouvel annonceur

Tout annonceur n'ayant pas communiqué en 2014 et en 2015 sur les antennes de télévision de Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère} en espace classique ou en parrainage bénéficie d'un abattement de - 15 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2016, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Un annonceur qui communique en 2016 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2013 et 2014 par l'intermédiaire d'un autre annonceur, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Cet abattement s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé, après déduction éventuelle des abattements C4, C5 et C6.

C.8 nouvelle marque

Un abattement est accordé pour toute marque n'ayant pas communiqué en 2014 et en 2015 sur les antennes de télévision de Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère} en espace classique. France Télévisions Publicité Outre-mer se réserve le droit de définir la marque.

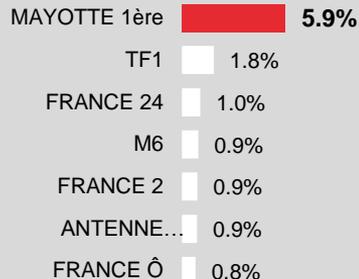
Cet abattement de - 15 % s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé, après déduction éventuelle des abattements C4, C5 et C6 et est non cumulable avec l'abattement nouvel annonceur.



conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Près de 6 Mahorais sur 10 sont des téléspectateurs quotidiens de Mayotte 1^{ère}



Mayotte 1^{ère}, c'est 77 400

téléspectateurs par jour, dont :

- # 32 300 hommes
- # 27 800 ménagères
- # 43 300 responsables des achats
- # 29 800 jeunes âgés de 13 à 24 ans
- # 25 800 actifs

...

Source : Médiamétrie mars avril 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

C.9 fidélité et prime de progression

Un abattement de - 10 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé est consenti à tout annonceur ayant communiqué en 2015 sur les antennes de télévision de Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} ou Réunion 1^{ère} en espace classique.

Le taux est bonifié de 2 points pour être porté à - 12 % dès que le Chiffre d'Affaires Net réalisé au 31 décembre 2015 est atteint. Ce taux bonifié s'applique alors jusqu'au 31 décembre 2016 et de façon non rétroactive.

Cet abattement s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé, après déduction éventuelle des abattements C4,C5 et C6.

C.10 abattement de volume

Tout annonceur investissant sur Outre-mer 1^{ère} en parrainage, radio et télévision, en espace classique en télévision, ainsi que sur l'offre digitale de FTP bénéficie d'une prime selon le barème suivant :

Chiffre d'Affaires Net annuel cumulé (Guadeloupe 1 ^{ère} , Guyane 1 ^{ère} , Martinique 1 ^{ère} , Mayotte 1 ^{ère} et Réunion 1 ^{ère}) en Euros		Taux applicable
5 000	9 999	- 5%
10 000	29 999	- 6%
30 000	49 999	- 7%
50 000	79 999	- 8%
80 000	109 999	- 9%
110 000	149 999	- 10%
150 000	199 999	- 11%
200 000	299 999	- 12%
300 000	499 999	- 13%
500 000	699 999	- 14%
Plus de 700 000		- 15%

Cet abattement est appliqué par campagne, sur le Chiffre d'Affaires Facturé – Conditions tarifaires précédant l'abattement de volume au fur et à mesure du franchissement des paliers de manière non rétroactive.



conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Réunion 1^{ère} : des milliers de téléspectateurs suivent chaque jour ses programmes

207 200 téléspectateurs/jour
30,3% d'audience cumulée

Des téléspectateurs que l'on ne touche pas ailleurs

35,7% des téléspectateurs de Réunion 1^{ère} ne regardent pas Antenne Réunion



Source : Médiamétrie sept nov 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

C.10 cumul de mandats

La remise de cumul de mandats est attribuée à tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant bénéficié de la remise de cumul de mandats en 2015 ou bénéficiant de la remise nouvel annonceur en 2016, et qui confie l'achat de l'espace publicitaire de ses campagnes 2016 à un mandataire ou sous-mandataire.

Le mandataire doit être titulaire de plusieurs mandats en 2015 ou 2016 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents Supports – classique, parrainage, radio, télévision – sera considéré comme titulaire d'un seul mandat).

- Le taux de base pour cumuls de mandats est de **5%**.
- Les campagnes dont le plan média, le suivi (achat, programmation et suivi des Ordres de publicité) pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs sont assurés par le mandataire bénéficient d'un taux bonifié de **10%**.

Le plan média mentionné ci-dessus étant entendu comme une planification :

- précise des spots de l'annonceur par son mandataire sous forme de grille ou de liste par jour et par intitulé d'écran ;
- valorisée au sens budgétaire sur la base de la somme des tarifs bruts des intitulés d'écrans déclinés par format de spots, majorés et/ou minorés des variations tarifaires et conditions tarifaires figurant aux présentes Conditions Commerciales pour aboutir à la somme des montants en net.

La remise de cumul de mandats s'applique en cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires Facturé après déduction des abattements préalables.



conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

La publicité à la TV : booster des ventes

58% des campagnes TV ont un impact immédiat sur les volumes de vente.

+25% d'additionnel en moyenne sur les ventes à courts terme.

La publicité à la TV / promotion : Une alliance efficace

70% des campagnes TV sont efficaces sur les ventes lorsqu'il y a synergie avec une activité promotionnelle.

La publicité à la TV : booste la dynamique positive de la marque

Dans **70%** des cas, la pub TV permet de booster la dynamique positive de la marque.

Et dans **+30%** des cas, la pub TV permet de contrer la baisse des volumes.

Source : MarketingScan – Constats basés sur les observations de la Single Source TV-Achats depuis 2007

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

D.1 attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à France Télévisions Publicité Outre-mer une attestation de mandat sur papier en-tête de l'annonceur pour l'année 2016 (selon le modèle sur www.francetvpub.fr). Avant toute réservation, un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courrier à France Télévisions Publicité Outre-mer. L'attestation de mandat étant établie pour une durée d'un an, il est nécessaire de produire une nouvelle attestation de mandat pour 2016, y compris en cas de mandat inchangé par rapport à 2015.

D.2 périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des conditions commerciales de France Télévisions Publicité Outre-mer sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article

L 233-3 I – 1 du Code du Commerce, et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale.

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée à France Télévisions Publicité Outre-mer, avant le 1^{er} janvier 2016 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 demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;
- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit France Télévisions Publicité Outre-mer contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité Outre-mer compte tenu du dossier présenté.

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avant le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité Outre-mer sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.



conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Les chaînes 1^{ère} : une vitrine unique pour vos marques

Moins de publicité que sur les chaînes concurrentes :

- des écrans moins nombreux
- des écrans volontairement plus courts
- pas de coupure publicitaire à l'intérieur des programmes

Des écrans publicitaires **non pollués** par la publicité audiotel

des espaces **préservés après 20h00** :

- des écrans réservés aux campagnes institutionnelles ou collectives*
- un impact accru du parrainage

LES INDICES TARIFAIRES PAR FORMAT POUR 2016

secondes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
indice			40	42	44	46	48	50	52	54	56	59	62	65	68
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	70	73	76	79	81	84	87	89	92	95	96	97	98	99	100
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	111	115	128	132	135	138	141	144	147	150	153	157	161	164	167
	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	170	173	176	179	181	184	187	189	192	200	205	210	215	220	225

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

#2 radio



décomposition du chiffre d'affaires 2016

Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

la radio : l'autre média de masse



74,1%

de la population de 13 ans ou plus de ces cinq territoires d'outre-mer écoute la radio chaque jour

2h40

c'est la durée moyenne quotidienne que chaque téléspectateur consacre au média radio

361 000

auditeurs écoutent chaque jour les programmes des cinq stations 1^{ère}

Source : Métridom Médiamétrie 2015
ens pop 13+ / lundi dimanche / 0h-24h

CA INITIAL

CA DE RÉFÉRENCE

A - Variations tarifaires

- A1 - Modulations saisonnières
- A2 - Emplacements préférentiels
- A3 - Multi annonceurs

L'ensemble des variations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Chiffre d'Affaires de Référence

CA FACTURÉ

B - Conditions tarifaires

- B1 - Publicité générique
- B2 - Publicité d'Intérêt Général
- B3 - Packs
- B4 - Nouvel annonceur
- B5 - Fidélité et prime de progression
- B6 - Abattement de volume
- B7 - Cumul de mandats

Les conditions tarifaires s'appliquent en cascade à partir du Chiffre d'Affaires Facturé, dans l'ordre ci-dessus

CA NET

Terminologie

- **Tarif**
Le tarif correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité Outre-mer sur la base du format 30 secondes.
- **Chiffre d'Affaires Initial**
Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme du tarif des spots achetés, après application de l'indice de format.
- **Chiffre d'Affaires de Référence**
Le Chiffre d'Affaires de Référence correspond au Chiffre d'Affaires Initial (défini ci-dessus), déduction faite des éventuels incidents de diffusion.
- **Chiffre d'Affaires Facturé**
Le Chiffre d'Affaires Facturé correspond au Chiffre d'Affaires de Référence (défini ci-dessus), après application des variations tarifaires.
- **Chiffre d'Affaires Net**
Le Chiffre d'Affaires Net correspond au Chiffre d'Affaires Facturé (défini ci-dessus), après application des conditions tarifaires.



conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Guadeloupe 1^{ère}, c'est 77 100 auditeurs en moyenne chaque jour, soit la deuxième radio la plus écoutée de Guadeloupe

23,1%
d'audience cumulée

2h57
de durée d'écoute par auditeur

Une radio écoutée par tous les publics :

- **36 800** hommes l'écoutent chaque jour
- **40 400** femmes
- **32 600** ménagères
- **52 900** responsables des achats
- **38 900** actifs
- **13 900** CSP+

Source : Médiamétrie janvier juin 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

Les tarifs sont communiqués sur la base du format 30 secondes. Pour toute durée différente, se référer à la table de conversion jointe à ce document.

VARIATIONS TARIFAIRES

L'ensemble des variations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Chiffre d'Affaires de Référence.

A.1 modulations saisonnières

Les tarifs peuvent faire l'objet de modulations saisonnières et peuvent être révisés pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. France Télévisions Publicité Outre-mer se réserve la possibilité de modifier la grille des écrans publicitaires et leurs tarifs à l'occasion d'événements exceptionnels.

A.2 emplacements préférentiels

+ 15 % sur le Chiffre d'Affaires de Référence pour le premier ou le dernier emplacement dans l'écran.

A.3 multi annonceurs

	avec information préalable de FTP	sans information préalable de FTP
2 ou 3 annonceurs dans le spot	+15%	+20%
4 annonceurs dans le spot	+20%	+30%

CONDITIONS TARIFAIRES

Les conditions tarifaires s'appliquent en cascade à partir du Chiffre d'Affaires Facturé dans l'ordre indiqué ci-dessous.

B.1 publicité générique

B.1.1 - publicité générique

Sont considérées comme "publicité générique":

- Les campagnes assurant la promotion d'une catégorie de produits ou services sans que cela ne bénéficie à une entreprise commerciale ;
- Les campagnes de promotion d'appellations d'origine et de labels ;
- Les campagnes de promotion des attraits touristiques d'un département, d'une région ou d'un pays.

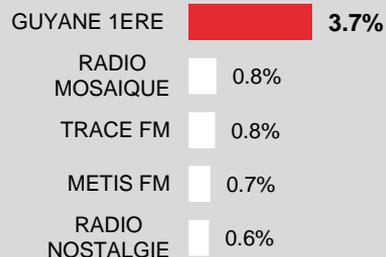
La qualification de publicité générique est attribuée par France Télévisions Publicité Outre-mer après étude du dossier transmis par l'annonceur.

Les publicités génériques bénéficient d'un abattement de **- 30 %** sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

conditions commerciales de vente de publicité

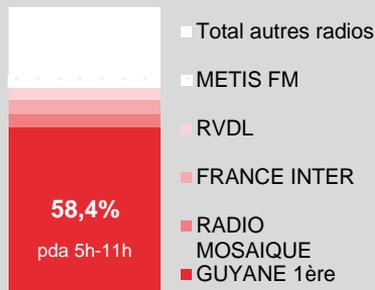
sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Guyane 1^{ère} : la radio n 1 de Guyane



audience cumulée

Guyane 1^{ère} : plus d'un auditeur sur deux l'écoute le matin



Source : Médiamétrie avril mai 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

B.1.2 - publicité générique "charte alimentaire"

La publicité générique "charte alimentaire" sert à promouvoir une catégorie de produits alimentaires présentés sous leur appellation générique autres que les boissons avec ajout de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et les produits alimentaires manufacturés.

La qualification de publicité générique "charte alimentaire" est attribuée par France Télévisions Publicité Outre-mer après étude du dossier transmis par l'annonceur. Les publicités génériques "charte alimentaire" bénéficient d'un abattement - 35 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

B.2 publicité d'intérêt général

Sont considérées comme campagnes de publicité d'intérêt général :

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

Les campagnes d'intérêt général bénéficient d'un abattement de - 35 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

B.3 packs NEW

Les Packs sont conditionnés à un nombre minimum de spots achetés sur une période donnée, sous réserve de disponibilités.

L'abattement des différents Packs s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé et est cumulable uniquement avec l'abattement B7.

L'abattement d'un Pack ne peut être cumulable avec l'abattement d'un autre Pack. France Télévisions Publicité Outre-mer se réserve le droit de modifier les Packs ou d'en créer en cours d'année.

Le détail des Packs figure en annexe des grilles tarifaires.

B.4 nouvel annonceur

Tout annonceur n'ayant pas communiqué en 2014 et en 2015 sur les antennes Radio Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère} en espace classique bénéficie d'un abattement de - 15 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2016, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

B.5 fidélité et prime de progression

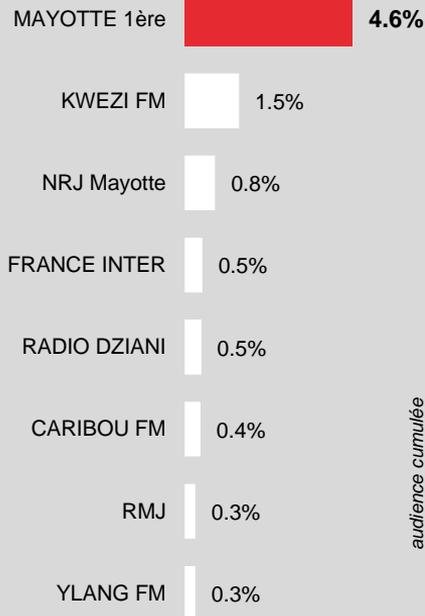
Un abattement de - 10 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé est consenti à tout annonceur ayant communiqué sur les antennes radio Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère} en espace classique en 2015.

Le taux est bonifié de 2 points pour être porté à - 12 % dès que le Chiffre d'Affaires Net réalisé au 31 décembre 2015 est atteint. Ce taux bonifié s'applique alors jusqu'au 31 décembre 2016 et de façon non rétroactive.

conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Mayotte 1^{ère} : très largement leader sur sa zone de diffusion



audience cumulée

Source : Médiamétrie mars avril 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-24h

B.6 abattement de volume

Tout annonceur investissant sur les antennes radio de Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère} en espace classique bénéficie d'un abattement selon le barème suivant :

Chiffre d'Affaires net annuel par station en Euros	Taux applicable
de 1 000 à 2 999	- 5%
de 3 000 à 9 999	- 10%
de 10 000 à 24 999	- 15%
à partir de 25 000	- 20%

Cet abattement est appliqué par campagne, sur le Chiffre d'Affaires Facturé – Conditions tarifaires précédant l'abattement de volume au fur et à mesure du franchissement des paliers de manière non rétroactive.

B.7 cumul de mandats



La remise de cumul de mandats est attribuée à tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant bénéficié de la remise de cumul de mandats en 2015 ou bénéficiant de la remise nouvel annonceur en 2016, et qui confie l'achat de l'espace publicitaire de ses campagnes 2016 à un mandataire ou sous-mandataire.

Le mandataire doit être titulaire de plusieurs mandats en 2015 ou 2016 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents Supports – classique, parrainage, radio, télévision – sera considéré comme titulaire d'un seul mandat).

- Le taux de base pour cumuls de mandats est de **5%**.
- Les campagnes dont le plan média, le suivi (achat, programmation et suivi des Ordres de publicité) pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs sont assurés par le mandataire bénéficiant d'un taux bonifié de **10%**.

Le plan média mentionné ci-dessus étant entendu comme une planification :

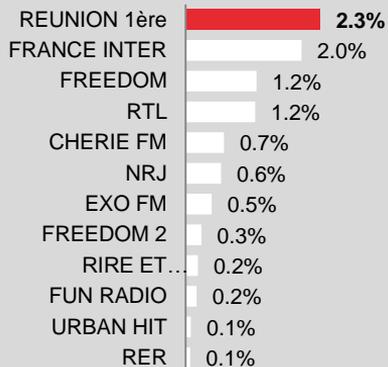
- précise des spots de l'annonceur par son mandataire sous forme de grille ou de liste par jour et par intitulé d'écran ;
- valorisée au sens budgétaire sur la base de la somme des tarifs bruts des intitulés d'écrans déclinés par format de spots, majorés et/ou minorés des variations tarifaires et conditions tarifaires figurant aux présentes Conditions Commerciales pour aboutir à la somme des montants en net.

La remise de cumul de mandats s'applique en cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires Facturé après déduction des abattements préalables.

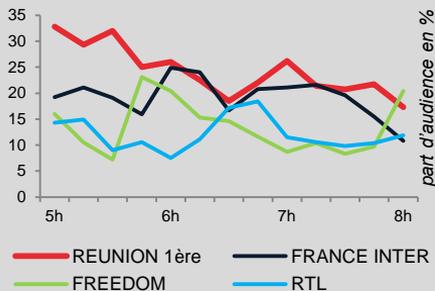
conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Réunion 1^{ère} : 1^{ère} matinale de la Réunion sur les CSP+



part d'audience



part d'audience en %

Source : Médiamétrie sept nov 2015
Ens pop 13+ / lundi vendredi / 5h-8h

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

C.1 attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à France Télévisions Publicité Outre-mer une attestation de mandat sur papier en-tête de l'annonceur pour l'année 2016 (selon le modèle sur www.francetvpub.fr).

Avant toute réservation, un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courrier à France Télévisions Publicité Outre-mer.

L'attestation de mandat étant établie pour une durée d'un an, il est nécessaire de produire une nouvelle attestation de mandat pour 2016, y compris en cas de mandat inchangé par rapport à 2014.

C.2 périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des conditions commerciales de France Télévisions Publicité Outre-mer sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article L 233-3 I – 1 du Code de Commerce, et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale.

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée à France Télévisions Publicité Outre-mer, avant le 1^{er} janvier 2016 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 demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;
- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation de la consolidation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit la Régie contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité Outre-mer compte tenu du dossier présenté.

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avec le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité Outre-mer sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

conditions commerciales de vente de publicité

sur Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Tous les avantages d'une campagne publicitaire en radio

- peu onéreuse
- en phase avec les moments de consommation
- souplesse d'utilisation
- délais de réservations courts
- sélectivité locale



La radio : un média proche de l'acte d'achat et efficace

- **65%** des campagnes radio sont efficaces sur les ventes⁽¹⁾
- **+17%** en moyenne sur le CA⁽²⁾

(1) Source : MarketingScan – RadioScan / base ens campagnes radio « efficaces » juin 2006

(2) Source : Kantar Worldpanel – Food'Radio octobre 2013

LES INDICES TARIFAIRES PAR FORMAT POUR 2016

secondes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
indice			28	32	35	38	41	44	47	50	53	57	61	64	67
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	70	73	76	79	81	84	87	89	92	95	96	97	98	99	100
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	111	115	128	132	135	138	141	144	147	150	153	157	161	164	167
	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	170	173	176	179	181	184	187	189	192	200	205	210	215	220	225

#3 parrainage

radio et télévision



décomposition du chiffre d'affaires 2016

Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Exemple : parrainage météo sur Martinique 1^{ère} TV

Billboard de 6" en entrée et en sortie de chaque diffusion TV

Billboard en pré-roll web sur le replay

Diffusion vers 7h25, 12h55, 19h55

Du lundi au dimanche

Budget par mois : 7 000 € brut HT



Cette proposition s'entend hors frais techniques et sous réserve de l'accord des antennes

CA INITIAL

CA DE RÉFÉRENCE

A - Variations tarifaires

Multi marques - Multi annonceurs

L'ensemble des variations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Chiffre d'Affaires de Référence

CA FACTURÉ

B - Conditions tarifaires

B1 - Nouvel annonceur

B2 - « Mix » parrainage et classique

B3 - Abattement de volume

B4 - Cumul de mandats

Les conditions tarifaires s'appliquent en cascade à partir du Chiffre d'Affaires Facturé, dans l'ordre ci-dessus

CA NET

Terminologie

- **Chiffre d'Affaires Initial**
Le Chiffre d'Affaires Initial est la somme des tarifs des dispositifs parrainage.
- **Chiffre d'Affaires de Référence**
Le Chiffre d'Affaires de Référence correspond au Chiffre d'Affaires Initial (défini ci-dessus), déduction faite des éventuels incidents de diffusion.
- **Chiffre d'Affaires Facturé**
Le Chiffre d'Affaires Facturé correspond au Chiffre d'Affaires de Référence (défini ci-dessus), après application des variations tarifaires.
- **Chiffre d'Affaires Net**
Le Chiffre d'Affaires Net correspond au Chiffre d'Affaires Facturé (défini ci-dessus), après application des conditions tarifaires.

conditions commerciales de vente de parrainage

sur Outre-mer Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Exemple : parrainage de la telenovela du soir sur Guyane 1^{ère} TV

Diffusion de 2 épisodes chaque soir
Billboard TV de 6 à 8'' avant chaque épisode et après le 2^e

Habillage de page web de la telenovela
Billboard en pré-roll web sur le replay

12 bandes annonces par mois

Du lundi au vendredi vers 18h10

Budget par mois : 3 100 € brut HT



Amor à Manhattan

Cette proposition s'entend hors frais techniques et sous réserve de l'accord de la chaîne

applicables sur les messages diffusés à partir du 1^{er} janvier 2016 jusqu'au 31 décembre 2016

VARIATIONS TARIFAIRES

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

CONDITIONS TARIFAIRES

B.1 nouvel annonceur

Tout annonceur n'ayant pas communiqué en 2014 et en 2015 sur les antennes de télévision ou de radio de Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère} et Réunion 1^{ère} en espace classique ou en parrainage bénéficie d'un abattement de - 15 % sur le Chiffre d'Affaires Facturé.

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2016, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Un annonceur qui communique en 2016 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2014 et 2015 par l'intermédiaire d'un autre annonceur, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

B.2 Mix classique et parrainage

L'offre Mix classique et parrainage s'applique en Télévision ou en Radio. Sous réserve d'un montant minimum par station (cf tableau ci-dessous), l'annonceur bénéficie d'un espace gracieux sur une opération de parrainage à concurrence de 20% de son investissement net en classique. L'opération de parrainage et la campagne espace classique portent obligatoirement sur la même marque et doivent être concomitantes avec une tolérance de 10 jours. L'espace gracieux de l'opération de parrainage ne peut dépasser 50% de ladite opération. Offre hors météo et opérations spéciales mentionnées comme telles dans les documents de commercialisation de France Télévisions Publicité Outre-mer .

Guadeloupe, Martinique, Réunion	8 000 € net
Guyane	5 000 € net
Mayotte	3 000 € net

B.3 abattement de volume

Tout annonceur investissant sur Outre-mer 1^{ère} en parrainage, radio et télévision, en espace classique en télévision, ainsi que sur l'offre digitale de FTP bénéficie d'une prime selon le barème suivant :



conditions commerciales de vente de parrainage

sur Outre-mer Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Exemple : parrainage Rio 2016 sur les Outremer 1^{ère}

Un dispositif plurimedia dès mai 2016

- En télévision:
 - 15 heures de direct ou de différé par jour
 - des magazines quotidiens et hebdos pendant 3 mois
 - portraits des sportifs ultramarins en 3 minutes
 - journal des JO en 5 minutes
 - l'image du jour
- En radio: journal des JO
- En digital:
 - les chaînes en direct sur site internet et appli
 - le replay des magazines
 - le fil info des Outremer 1^{ère}



B.3 abattement de volume

Tout annonceur investissant sur Outre-mer 1^{ère} en parrainage, radio et télévision, en espace classique en télévision, ainsi que sur l'offre digitale de FTP bénéficie d'une prime selon le barème suivant :

Chiffre d'Affaires Net annuel cumulé (Guadeloupe 1 ^{ère} , Guyane 1 ^{ère} , Martinique 1 ^{ère} , Mayotte 1 ^{ère} et Réunion 1 ^{ère}) en Euros		Taux applicable
5 000	9 999	- 5%
10 000	29 999	- 6%
30 000	49 999	- 7%
50 000	79 999	- 8%
80 000	109 999	- 9%
110 000	149 999	- 10%
150 000	199 999	- 11%
200 000	299 999	- 12%
300 000	499 999	- 13%
500 000	699 999	- 14%
Plus de 700 000		- 15%

Cet abattement est appliqué par campagne, sur le Chiffre d'Affaires Facturé – Conditions tarifaires précédant l'abattement de volume au fur et à mesure du franchissement des paliers de manière non rétroactive.

B.4 cumul de mandats



La remise de cumul de mandats est attribuée à tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant bénéficié de la remise de cumul de mandats en 2015 ou bénéficiant de la remise nouvel annonceur en 2016, et qui confie l'achat de l'espace publicitaire de ses campagnes 2016 à un mandataire ou sous-mandataire.

Le mandataire doit être titulaire de plusieurs mandats en 2015 ou 2016 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents Supports – classique, parrainage, radio, télévision – sera considéré comme titulaire d'un seul mandat).

- Le taux de cumuls de mandats sur les achats d'espace en parrainage est de **10%**.

Elle s'applique en cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires Facturé après déduction des abattements préalables.

conditions commerciales de vente de parrainage

sur Outre-mer Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Réunion 1^{ère}

Exemple : parrainage de la série diffusée en prime time sur Guadeloupe, Martinique, et Réunion 1^{ère} TV

Billboard de 6 à 8 secondes avant et après chaque épisode
9 bandes annonces par semaine

billboard en pré-roll web sur le replay

Le samedi à 20h00, du 9 janvier au 14 mai 2016

Budget pour 19 semaines : 46 720 € brut HT



Les couleurs de la liberté

Cette proposition s'entend hors frais techniques et sous réserve de l'accord de la chaîne

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

C.1 attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à France Télévisions Publicité Outre-mer une attestation de mandat sur papier en-tête de l'annonceur pour l'année 2016 (selon le modèle sur www.francetvpub.fr).

Avant toute réservation, un exemplaire original de ce document devra être **impérativement adressé par courrier** à France Télévisions Publicité Outre-mer.

L'attestation de mandat étant établie pour une durée d'un an, il est nécessaire de produire une nouvelle attestation de mandat pour 2016, y compris en cas de mandat inchangé par rapport à 2014.

C.2 périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des conditions commerciales de France Télévisions Publicité Outre-mer sous réserve des stipulations du présent article.

Un groupe d'annonceurs ne peut être constitué qu'entre une société-mère et ses filiales contrôlées au sens de l'article

L 233-3 I – 1 du Code du Commerce, et sous réserve que les comptes des sociétés contrôlées soient consolidés avec ceux de la société-mère par intégration globale.

Toute demande de constitution d'un groupe d'annonceurs doit être adressée à France Télévisions Publicité Outre-mer, avant le 1^{er} janvier 2016 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 demandeur.

La demande doit être signée par le représentant légal de la société-mère ou par toute personne expressément habilitée par lui. La demande doit comporter :

- la liste détaillée des entités du groupe d'annonceurs : dénomination sociale, forme sociale, siège social, numéro SIREN et RCS, n° de TVA intracommunautaire, représentant légal, adresse de facturation, liste des produits, services ou marques concernés ;
- un exemplaire des comptes consolidés du groupe et annexes comptables ;
- un document (organigramme) présentant le groupe dans son ensemble et récapitulant les liens capitalistiques entre les sociétés du groupe d'annonceurs et leur société-mère ;
- une déclaration de la société-mère aux termes de laquelle elle se porte garante de l'acceptation et de ses conséquences par l'ensemble de ses filiales et garantit la Régie contre toute réclamation ou tout litige à ce titre.

L'accord pour la consolidation totale ou partielle des investissements sera accordé par France Télévisions Publicité Outre-mer compte tenu du dossier présenté.

Les groupes d'annonceurs constitués au titre de l'année N-1 sont reconduits automatiquement sauf modification de leur périmètre ou dénonciation avec le 31 décembre de l'année N-1.

Toute modification du périmètre de consolidation d'un groupe d'annonceurs doit être notifiée à France Télévisions Publicité Outre-mer sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs.

Toutes les entités du groupe d'annonceurs demeurent annonceur chacune pour leur part et continuent de recevoir les factures afférentes à leurs achats. La consolidation n'intervient que lors du calcul et de la liquidation des remises commerciales. L'imputation du bénéfice des remises est effectuée proportionnellement à la contribution de chaque filiale au Chiffre d'Affaires du groupe d'annonceurs.

contacts

ftp outre-mer

Groupe France Télévisions Publicité

64-70 avenue Jean-Baptiste Clément
92 641 Boulogne-Billancourt Cedex – France

Tél. : +33 (0)1 56 22 62 00

Fax : +33 (0)1 56 22 62 01

www.francetvpub.fr

www.twitter.com/FTVPubOutreMer

France Télévisions Publicité Inter Océans
SAS au capital de 40 000 Euros
SIREN 420 609 984 RCS Nanterre