

Conditions commerciales

Publicité, Parrainage et Numérique

CAP 2019



**Qualité & Efficacité
Innover en continu**

Sommaire

●	1. Édito & Présentation de la régie	3
●	2. CAP 2019	
	Qualité & Efficacité : innover en continu	7
	2.1 De nouvelles offres pour valoriser vos marques dans des contextes de qualité	8
	2.2 La data pour une meilleure efficacité publicitaire	14
	2.3 Une nouvelle plateforme pour simplifier votre quotidien	20
●	3. Les Conditions commerciales	23
	Publicité, Parrainage et Numérique	
●	4. Les incontournables de l'offre france•tvpublicité	50
●	5. Les informations complémentaires	91



1 Édito & Présentation de la régie



Édito

Qualité. Efficacité. Innovation.

Dans un contexte de démultiplication de l'offre privée, l'audiovisuel public ne peut tenir sa légitimité que de sa singularité. C'est tout l'enjeu de la réforme portée par le groupe France Télévisions qui vise à basculer d'une logique d'éditeur d'antennes à une logique d'éditeur de programmes. Nous sommes fiers de ce plan de transformation auquel nous prenons part.

Chez FranceTV Publicité, nous avons la conviction que les contenus de qualité du groupe sont clés pour l'efficacité de la publicité. Alors que nos annonceurs sont en quête d'émergence, nos études montrent qu'une publicité a beaucoup plus d'impact lorsqu'elle est diffusée dans des environnements de qualité. Ce qui est vrai en télévision l'est plus encore sur le digital où l'offre publicitaire est devenue infinie tandis que le public rejette l'excès de spots pré-roll ou mid-roll. Pour nous, la qualité est la valeur publicitaire distinctive du service public.

Pour impliquer le téléspectateur et l'internaute, il convient de penser la publicité au bon endroit, au bon moment. Ce graal est au cœur de notre stratégie d'innovation continue. Nous innovons avec le Quality Rating Point, qui offre une mesure simple de la qualité des contextes programmes en télévision dans le but d'optimiser vos investissements publicitaires. Nous sommes précurseurs en mettant à disposition des agences média et des annonceurs en direct, ADspace, une plateforme d'achat qui permet de gagner du temps et d'optimiser les campagnes. Nous innovons en travaillant l'expérience publicitaire sur le digital et en inventant de nouvelles écritures adaptées aux plateformes sociales. Nous sommes pionniers dans la télévision de demain, en réalisant des expérimentations de ciblage géographique ou comportemental visant à offrir une publicité plus concernante.

Avec une publicité d'autant plus impactante qu'elle est raisonnée et non intrusive, l'intérêt de l'annonceur rejoint celui du téléspectateur ou internaute, qui est également l'utilisateur du service public. C'est notre conviction.

MARIANNE SIPROUDHIS
Directrice Générale de FranceTV Publicité



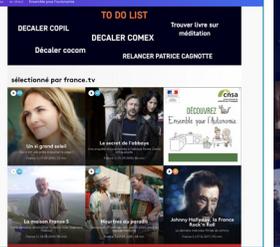
© Virginie Bonnefon

“ La qualité est la valeur publicitaire distinctive du service public ”

● france tv, ancré dans les habitudes média des Français

<p>france•tv</p> <p>1^{ère}</p> <p>marque média global en France</p>	<p></p> <p>1^{er}</p> <p>groupe audiovisuel 28,5% de PDA 4+ Saison 2017-18</p>	<p></p> <p>8/10</p> <p>Quali TV sur les émissions de prime (janvier - juillet)</p> <p> </p>	<p></p> <p>30M¹</p> <p>de téléspectateurs par jour sur france TV</p>	<p></p> <p>601M²</p> <p>vidéos vues par mois</p>
--	--	---	---	---

● france tv : un plan de transformation ambitieux

<p>une saison prometteuse</p> <p>2018 / 2019</p>	<p>jeunesse</p>  <p>Skam France tv slash</p>	<p>proximité</p>  <p>Information régionale 19/20</p>	<p>création</p>  <p>Un si grand soleil</p>	<p>numérique</p>  <p>France.tv</p>	<p>stratégie d'alliance</p>  <p>Salto L'Alliance</p>
---	---	--	---	---	---

¹Médiamétrie - janvier / août 2018

²Médiamétrie estat Streaming, Orange, Numericable, Canal, Youtube, Facebook, Snaplytics - videos vues en replay, en direct et bonus - Moyenne janvier / août 2018

france•tvpublicité vous propose un nouveau contrat publicitaire pour une publicité raisonnée

- une meilleure expérience pour un utilisateur réceptif à la publicité



Intensité publicitaire maîtrisée



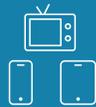
Adaptation de la charge publicitaire
au comportement, à la durée et au contenu

- un environnement premium de qualité certifié et reconnu



2

CAP 2019 Qualité & Efficacité : Innover en continu



2.1 De nouvelles offres pour valoriser vos marques dans des contextes de qualité



2.2 La data pour une meilleure efficacité publicitaire

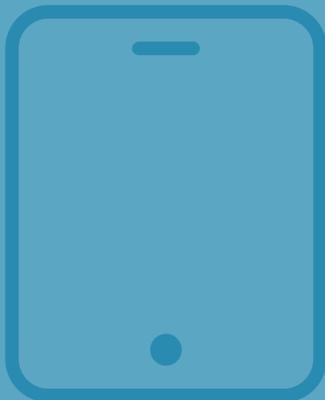
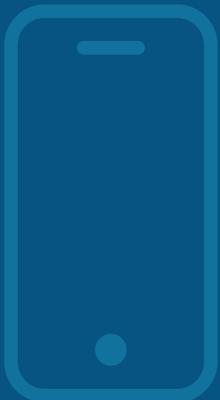
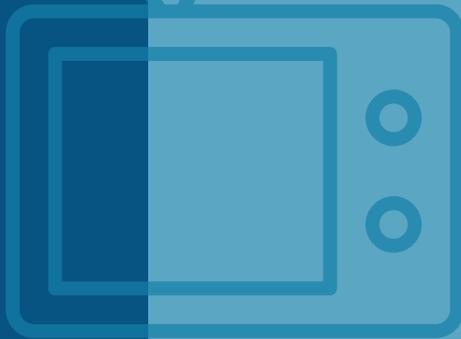


2.3 Une nouvelle plateforme pour simplifier votre quotidien



2.1

De nouvelles offres
pour valoriser vos
marques dans des
contextes de qualité



SOrreach+ : associez votre campagne classique à un dispositif sponsoring premium pour + de reach

Les bénéfices

- Optimisez votre couverture en associant votre campagne classique à un dispositif sponso TV + IPTV
- Prenez la parole en prime et bénéficiez des billboards de 12'' dans un contexte de qualité
- Une offre simplifiée pour un maximum de puissance et de reach
- Retrouvez vos performances constatées et vos GRP extrapolés dans Pop TV

La mécanique

Dispositif par parrain, Base 1 semaine / 3 places disponibles chaque semaine

•2	2 primes + 1 deuxième partie de soirée	+/- 28 présences 12''	 45 K€* NET HT
•3	2 primes		
•4	2 primes + 1 deuxième partie de soirée		
•5	2 primes + 1 deuxième partie de soirée		
•Ô	2 primes + 1 deuxième partie de soirée		
+		30 GRP ²⁵⁻⁵⁹	
france•tv	Dispositif IPTV après 20h, format pré-roll jusqu'à 30''	235K impressions	

*Tarif donné à titre indicatif sous réserve de modification aux ouvertures de planning



● Les Conditions commerciales

1. Réservation à partir des ouvertures de planning
2. Annulation aux conditions de la TV classique
3. Programmation et position de l'annonceur définies par FTP
4. Le tarif ne comprend pas les frais de production du billboard
5. En option sur l'IPTV, l'activation de la data SFR (+3€ CPM | 17€ -> 20€)

LA MINUTE' : un format événementiel multidevices et produit sur-mesure

L'opportunité unique de partager vos engagements, votre savoir-faire et de valoriser les femmes et les hommes qui font votre entreprise...

- ◇ LA MINUTE' [ENVIRONNEMENT]
- ◇ LA MINUTE' [SANTÉ]
- ◇ LA MINUTE' [INNOVATION]
- ◇ LA MINUTE' [EMPLOI]

Les bénéfices

- Un format long de 50'' encadré par un jingle d'entrée et de sortie adapté à la thématique de votre choix
- Un dispositif multidevices (TV, radio et digital) dans un contexte de qualité
- Une offre clé en main qui inclut les frais de production

La mécanique


tv

◇ **LA MINUTE'**
au coeur de l'actualité du matin au soir

•2	7.50	TELE MATIN
•3	12.35	12/13
•5	19.55	C

+  

◇ **LA MINUTE'+**
la puissance de l'access juste avant 20h

•2	19.57	20 HEURES
•3	19.56	19/20
•5	19.55	C

+  

ou

5 films de 50'' sur chaque chaîne(s) diffusés du lundi au vendredi.

Reprise des films pour un total de 90 diffusions par semaine.

+


radio

5 pastilles de 50'' écran 6.58 du lundi au vendredi

franceinfo:


digital

Pré-roll de 50'' en IPTV (900 K impressions) dans l'environnement actualité

france•tv


production

5 films de 50''
1 jour de tournage
1 lieu

france•tvpublicité

◇ **LA MINUTE'**



150 K€ NET HT

◇ **LA MINUTE'+**



280 K€ NET HT

◇ LA MINUTE' et ◇ LA MINUTE'+

● Les Conditions commerciales

Dans le cadre de la présente offre, l'accès prioritaire au planning et à la programmation du message publicitaire (format 50'') en emplacement préférentiel (A) sont garantis. En outre, l'annonceur bénéficie d'une exclusivité sectorielle par écran.

Les tarifs incluent les frais de production des spots (sur la base d'un spot de 50 secondes, pour tout autre format nous consulter). France Télévisions Publicité Conseil se charge exclusivement de la réalisation du spot.

- **Le contenu de la prestation comprend exclusivement :**
 - Élaboration d'un concept créatif sous forme de storyboard ; post-production image sur la base d'une journée de tournage sur le même lieu. Au-delà, nous consulter ;
 - achat d'une musique de stock ;
 - location d'un studio son ;
 - cachet du comédien ;
 - fabrication des prêts à diffuser (hors dispositif multi-versions) ;
 - validation préalable de l'ARPP.
- **Périmètre :** sont concernés par la présente offre certains espaces publicitaires des chaînes France 2, France 3, France 5, TV5 Monde, France 24 en TV et France Info en radio, ainsi que des espaces publicitaires sur l'environnement numérique dont France Télévisions Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning.

- **La facturation** sera effectuée distinctement par France Télévisions Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2019 et par Radio France Publicité. Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

- **Les investissements** réalisés dans le cadre de la solution ◇ LA MINUTE' ou ◇ LA MINUTE+ ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de ◇ LA MINUTE' ou ◇ LA MINUTE+ 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 France Télévisions Publicité d'une réservation ◇ LA MINUTE' ou ◇ LA MINUTE'+ 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.

Brut. : prenez la parole sur le média qui engage la conversation auprès des jeunes adultes

Les bénéfices

Niveau d'association 1 : Parrain Édito Facebook

- Devenez le parrain d'un contenu éditorial Brut. affinitaire et de qualité
- Associez-vous à une offre clé en main, simple et efficace

Niveau d'association 2 : Native Facebook & Twitter

- Faites passer vos messages à travers une vidéo brand content Brut. à vocation shareable et conversationnelle
- Intégrez votre marque de manière subtile au cœur d'un contenu intégrant les codes Brut. et la patte Brut. tant appréciés par les Millennials

La mécanique

Niveau 1

HANDSHAKE* « Brut. avec [votre marque] » qui renvoie vers la page Facebook annonceur.

Carton de 3" avec le logo de la marque, à partir de la seconde 4 de la vidéo au cœur d'un contenu éditorial Brut. existant

300K vidéos vues garanties

Sous réserve de validation de l'équipe éditoriale Brut.

* L'annonceur doit avoir une page Facebook et accepter le taggage Handshake



Niveau 2

HANDSHAKE* « Brut. avec [votre marque] » qui renvoie vers la page Facebook annonceur.

Production d'une vidéo 1 à 2 minutes sur-mesure intégrant les codes Brut. et de manière subtile et maligne les éléments graphiques de la marque. **Exemples :** résultats d'études, vidéos, images, codes couleurs, possibilité de tournage spécifique

500K vidéos vues garanties

+ Cession des droits pendant 1 an sur l'écosystème digital de la marque



● 2.2 La data pour une
meilleure efficacité
publicitaire

France TV DATA en 2019

unifier la data TV & la data digital

SEGMENTER L'OFFRE

(Data conso
Data life
Data custom)

datapartner 

Enrichissement de data

DATA FAI

(Replay aujourd'hui
TV adressée demain)

GRP Data : une solution de ciblage pour maximiser l'efficacité de vos campagnes

● GRP Data Biens & services et attitudinales



10 cibles
Comportementales & attitudinales

disponibles dans les outils médiaplanning TV
(GRP & Couverture constatés et extrapolés)

● GRP Shoppers Grande consommation



Moyens et gros acheteurs de marques nationales en quantités achetées

> 70
catégories

NOUVEAU

La cible GRP Shoppers est composée de :

50% des foyers* qui représentent

71% du CA des marques nationales

france•tvpublicité
sur les GRP Shoppers

31% DE PART de GRP
Délivrés en day et access

nouvelles cibles disponibles dans les outils médiaplanning TV (GRP & Couverture constatés et extrapolés)

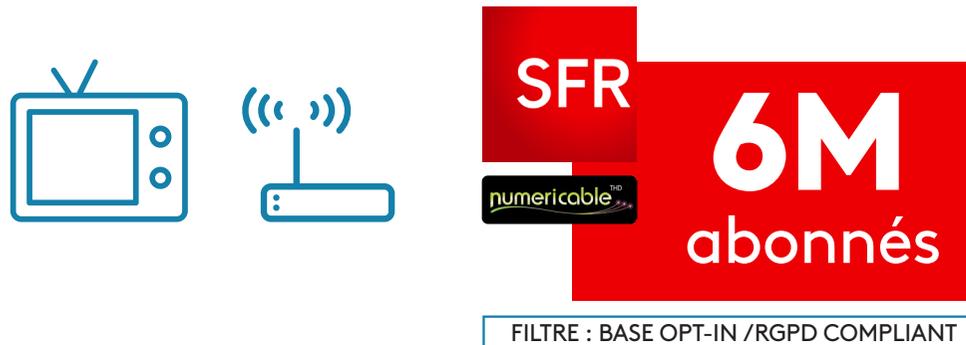
Source : KWP - traitement Mediaway P6 2018

*Foyers acheteurs de marques nationales de la catégorie

Data IPTV replay : renforcez votre efficacité en IPTV grâce au ciblage FAI

Les bénéfécies

FranceTV Publicité vous propose de communiquer de manière ciblée en IPTV, grâce aux bases de données premiums et qualifiées de SFR-Numéricable. Il s'étendra à d'autres opérateurs au courant de l'année.



La mécanique SFR

Une offre* de ciblage publicitaire qui repose sur **5 grandes catégories de données** :

socio-démo	géographie	intérêt	moment de vie	conso tv
<p>Genre : homme ou femme</p> <p>Âge : 24 tranches</p> <p>Génération : Millennials, X, Y, Papy Boomers</p> <p>Composition du foyer : célibataire**, foyer avec bébé**, foyer avec enfant, parents d'ados ou étudiants**</p> <p>CSP : CSP+, CSP-, Inactif étudiant et retraité</p>	<p>Région, Département, Code postal/RIS</p> <p>Taille de l'agglomération : 9 tranches</p> <p>Lieu de vie : citadin, urbain, péri-urbain, rural</p>	<p>Appétence contenu : sport, découverte, ciné-séries etc...</p>	<p>Déménagement : intentionniste ou a déménagé</p>	<p>Petit user, casual, téléphile</p>

*Disponible sur SFR/Numéricable à partir de septembre 2018

**Données accessibles fin 2018

Source : Abonnés = données consolidées T1 2018 / ARCEP / Opérateurs.

france.tvdata : Optimisez votre ciblage publicitaire grâce à nos segments premium

Les bénéfiques



france.tvpublicité vous assure l'accès à un bassin de données fiables, précises, riches et qualitatives afin d'optimiser la pertinence de votre ciblage publicitaire et de maximiser votre ROI.

Dans une démarche data de qualité, nous assurons une totale transparence auprès des utilisateurs en respectant notre charte data friendly et les règles RGPD.

Nos segments de référence

- Young Mum
- Handies
- CSP+
- Sport Fan
- Feel Good
- Possesseur chien et chat
- Traveller
- Possesseur de maison
- Intention déménagement
- Intention crédit assurance (auto, immobilier, conso)
- Intention assurances (auto, habitation, santé)
- Tech addicts
- (...)

Nouveauté 2018-2019

- Green Spirit
- Bio attentifs
- Made in France

La mécanique

Activez nos solutions de ciblage data avec +30 cibles média digitales constituées à partir de critères comportementaux, de consommation média, d'intention d'achat et d'intérêts.

Découvrez nos 3 nouvelles cibles comportementales :

- bio attentifs,
- made in France,
- green spirit.

Créons ensemble de nouvelles cibles sur-mesure parfaitement adaptées à vos besoins spécifiques.

france.tvdata : Améliorez votre connaissance client et maximisez votre efficacité publicitaire



Les bénéfices

Rejoignez le programme data partner de FranceTV Publicité pour optimiser votre ciblage et mieux connaître vos clients.

Bénéficiez de 4 niveaux d'avantages partenaires :

- **Activation prioritaire** de votre campagne data sur des segments pré-qualifiés
- **Enrichissement de votre data** via le croisement de données et la création de segments exclusifs
- **Insight data** via l'apport de connaissance sur la consommation média de vos clients et prospects
- **Étendre votre prospection** avec la création de jumeaux statistiques à vos clients

La mécanique

Avec sa nouvelle DMP Oracle – BlueKai, FranceTV Publicité vous accompagne dans votre stratégie de ciblage et facilite le lien entre les données.

Nous assurons une diffusion prioritaire de vos campagnes sur nos environnements digitaux.

● 2.3

une nouvelle
plateforme pour simplifier
votre quotidien



ADSPACE enrichi d'un nouveau service de réservation et d'achat pour simplifier les échanges et faciliter l'achat et l'optimisation de vos campagnes média

ADspace

nouveau service disponible
dès janvier 2019

+
**SIMPLICITÉ
OPTIMISATION**

offre complète
**TV Classique
Parrainage
Digital**

Interopérabilité
**Connexion
aux outils
médiaplanning
marché**

pop
TV

● Un nouveau service au processus simplifié et personnalisé

1. **Accréditation** client agence ou annonceur
2. **Authentification** directement sur la plateforme ADspace et/ou depuis les outils de médiaplanning du marché
3. **Droits** donnés aux acheteurs des campagnes TV des annonceurs qui les mandatent
4. **Achat et optimisation** de campagnes en direct et de façon autonome
5. **Périmètre** :
 - **TV classique** (F2, F3 National, F4, F5, FÔ) sur toutes les périodes ouvertes au planning (post retours de plans). Le processus d'ouverture de planning existant restant d'actualité
 - **Parrainage** : opportunités commerciales de dernière minute
 - **Numérique** : possibilité de renseigner un volume d'investissement



3 Les Conditions commerciales



3.1 Les Conditions Commerciales de la Publicité

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2019 et le 31 décembre 2019

Décomposition du CA 2019	25
Terminologie	26
Conditions tarifaires	27
Cumul des mandats	31
Taux CGV	32
Informations et délais de programmation	35

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2019 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 (*)
- Emplacements préférentiels
- Multi-SECODIP
- Exclusivité
- Co-branding
- Priorité planning
- Habillage d'écran
- **SOrta**

C.A. de Référence

Minorations tarifaires (x % du Tarif de Référence)

L'ensemble des minorations tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif de Référence.

- Nouvel annonceur
- Nouvel entrant TV
- Petite entreprise
- Publicité collective
- Publicité collective « charte alimentaire »
- Publicité d'intérêt général
- Publicité culturelle
- Pure Player
- Floating et Floating Edition
- Cumul des mandats

C.A. NET avant remise

- Taux CGV

CA NET

* Les espaces publicitaires gracieux alloués à l'annonceur par France Télévisions Publicité devront être consommés au plus tard le 31 décembre de l'année civile en cours. Passé ce délai, les espaces publicitaires gracieux non consommés seront perdus, charge à l'annonceur d'établir sa programmation en conséquence.

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), France 4, France 5 et France Ô.

Chaînes Thématiques

Les chaînes Thématiques regroupent 13^{ème} Rue, Boing, Boomerang, Boomerang +1, Cartoon Network, E ! Entertainment, France 24 (signal Monde), Melody, National Geographic, Nat Geo Wild, Syfy, Trace Urban, TV5 monde « FBS », Vivolta, Voyage et WarnerTV (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, France Ô et les chaînes Thématiques sont régies par France Télévisions Publicité.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, Smart TV, IPTV et tous modes de diffusions numériques non linéaires.

C.A. France Télévisions

Le Chiffre d'Affaires « France Télévisions » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes de France Télévisions (FTV).

C.A. Classique

Le Chiffre d'Affaires « classique » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les chaînes de France Télévisions et sur les chaînes Thématiques.

C.A. Thématiques

Le Chiffre d'Affaires « Thématiques » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les chaînes Thématiques.

Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans la grille publiée par France Télévisions Publicité sur la base du format 30 secondes.

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 36).

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 et du cumul des mandats (cf. pages 29 à 31).

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 à la page 32).

C.A. Net

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

Conditions tarifaires

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion est disponible à la page 36. Pour France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit (Tarif secteur 1 ou Tarif secteur 2 base 30'') sur la base des tarifs publiés par France Télévisions 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.

Emplacements préférentiels dans un écran

+15 % du Tarif Initial Corrigé de l'espace publicitaire pour la réservation d'un emplacement préférentiel en position A, B, C, X, Y ou Z dans un écran publicitaire.

Multi-SECODIP

+15 % du Tarif Initial Corrigé pour la présentation ou la citation dans un même message publicitaire de plusieurs produits ou marques du même annonceur ou d'un autre annonceur du même groupe et relevant de codes secteurs différents.

+15 % du Tarif Initial Corrigé pour l'attribution d'un code secteur supplémentaire sur un message publicitaire.

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 ;
- le code secteur 33 01 01 01 stations de radio ;
- le code secteur 49 02 06 02 Personnalisation du téléphone : chargements de logos et sonneries ;
- le code secteur 49 03 01 02 sites internet (hors sites éditoriaux et commerces en ligne) ;
- le code secteur 49 03 01 03 Hébergeurs web.

Co-branding

+15 % du Tarif Initial Corrigé pour la présentation ou la citation de plusieurs produits ou marques d'annonceurs dans un message publicitaire.

Priorité planning

+15 % 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 et pour la programmation du message publicitaire en emplacement préférentiel dans l'écran demandé.

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 et donneront accès à un emplacement préférentiel (A, B, C, X, Y ou Z) dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô. 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 France Télévisions Publicité d'une réservation priorité planning entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Habillage d'écran

+ 30 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé (hors frais de conception et de production) pour la mise en place d'un habillage d'écran, l'accès prioritaire au planning et la programmation du message publicitaire en emplacement préférentiel garanti.

On entend par Habillage d'écran, la réalisation d'un écran publicitaire de transition spécifique (secondes intercalaires) entre le jingle de la chaîne et la première image du message publicitaire inséré au début de l'écran publicitaire. À chaque ouverture de planning, l'Habillage d'écran bénéficie d'une priorité planning et d'un emplacement préférentiel garanti en position A dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô 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 France Télévisions 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 France Télévisions Publicité d'une réservation Habillage d'écran entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Pour tout changement radical de contexte programme ou pour toute modification du tarif entraînant une augmentation supérieure de 15% par rapport au Tarif Initial Corrigé, l'annonceur pourra annuler le dispositif sans pénalité ou le conserver.

SOrta

+ 30 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé pour la diffusion du message publicitaire de l'annonceur actualisé, l'accès prioritaire au planning et la programmation dudit message en emplacement préférentiel. Les frais techniques d'actualisation feront l'objet d'une facturation distincte.

Dans le cadre de la solution **SOrta**, l'annonceur bénéficie :

- d'une intervention par France Télévisions Publicité sur le message publicitaire avant, pendant ou après la diffusion du programme ;
- d'un accès prioritaire au planning ;
- d'un emplacement préférentiel garanti aux ouvertures de planning dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4 et France 5 dans la limite des disponibilités du planning.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de la solution **SOrta** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et

définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de France Télévisions Publicité d'une réservation Habillage d'écran entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Minorations tarifaires

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

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité, en 2017 et 2018 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2017 et/ou 2018, 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 2019 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2019 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2017 et 2018 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement nouvel entrant TV.

Nouvel entrant TV

Bénéficie d'un abattement de **-7 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur un service de télévision quel qu'en soit l'éditeur entre le 01/01/2016 et le 31/12/2018. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2019 ne sera pas considéré comme nouvel entrant TV. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement nouvel annonceur.

Petite entreprise

Bénéficie d'un abattement de **-15 %** sur le Tarif de Référence, tout groupe d'annonceurs dont le budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2018 est inférieur à 1 000 000 euros bruts hors taxes*.

La qualification de Petite entreprise est attribuée par France Télévisions Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2018 par un groupe d'annonceurs grâce au logiciel média-explorer. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

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 France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. fiche publicité collective). Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

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 France Télévisions Publicité après étude du dossier. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Publicité d'intérêt général

Bénéficiaire d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence :

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

Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Publicité culturelle

Bénéficiaire 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 France Télévisions Publicité après étude du dossier. La présence de logotypes ou la citation de partenaires est autorisée à condition qu'elle soit discrète (moins de 3 secondes de présence et moins de 1/6 de la taille de l'écran) et que les partenaires concernés ne relèvent pas de secteurs interdits de publicité télévisuelle. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV, le Floating et le cumul des mandats.

Pure Player

Bénéficiaire d'un abattement de **-60%** sur le Tarif de Référence, sur les périodes creuses (janvier, février, mai, juillet et du 1^{er} au 23 août 2019),

tout annonceur dit « Pure Player ».

Sont qualifiés de « Pure Player », les annonceurs ayant initié, puis développé leur activité de vente à distance de produits ou services, ou de comparateur, exclusivement sur internet et/ou via application mobile, et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique. Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires (hormis le cumul de mandat) et non cumulable avec le taux CGV.

Floating et Floating édition

L'abattement Floating et Floating édition de **-15 %** s'applique sur le Tarif de Référence des écrans des chaînes nationales de France Télévisions. Le montant de l'investissement réalisé en Floating est plafonné à **15%** du Chiffre d'Affaires de Référence 2019 (hors achat en coût GRP net garanti et hors solutions) sur les chaînes nationales France Télévisions.

Bénéficiaire de cet abattement :

- tout annonceur (hors secteur édition) ayant investi un budget dans les 9 jours précédant la diffusion⁽¹⁾.
- tout annonceur appartenant à la famille sectorielle de l'Édition (identifiée dans la nomenclature par les codes secteurs relevant de la famille 16) ayant investi un budget dans les 8 jours précédant la diffusion⁽²⁾.

● Achat de solutions

Une solution est indissociable et ne peut être recomposée. Sa composition relève de la compétence exclusive de France Télévisions 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.

(1) La programmation des messages en Floating est faite chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi démarrant 9 jours plus tard en fonction des disponibilités du planning.

(2) La programmation des messages en Floating Edition est faite, par France Télévisions Publicité, chaque vendredi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi démarrant 8 jours plus tard en fonction des disponibilités du planning.

Cumul des mandats

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de **-1,6 %** tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace classique et de parrainage à un mandataire ou à un sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2018 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports ; publicité Classique, Parrainage (hors dotation), Numérique – sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- assurer l'achat, la programmation et le suivi des ordres de publicité pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs.

Le cumul des mandats est appliqué sur le Chiffre d'Affaires de Référence des chaînes de France Télévisions (FTV) et des Chaînes Thématiques du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2019. Le cumul des mandats n'est pas applicable sur les « solutions ».

Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2019 (modèle disponible sur le site www.francetvpub.fr). En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat d'espace, la réservation d'espace, la signature du bon de commande (y compris par EDI publicité), la gestion et le suivi du bon de commande, sera éligible au cumul des mandats.

Taux CGV

Le Taux CGV se compose de 7 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 Ô	Dégressif France 3 Régions	Dégressif chaînes Thématiques	Dégressif numérique	Dégressif progression
----------	------------------	----------------------------	--------------------	----------------------------	-------------------------------	---------------------	-----------------------

Sont exclus du périmètre d'application du Taux CGV les achats des solutions **SOgaranty** et **SOgaranty+**. Cependant, ces modes d'achats participent au calcul du Taux CGV.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2019 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 - EN EUROS ESPACE TV CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION)		DÉGRESSIF VOLUME
0	39 999	0,00 %
40 000	99 999	-1,00 %
100 000	199 999	-2,00 %
200 000	299 999	-3,50 %
300 000	499 999	-4,50 %
500 000	899 999	-6,00 %
900 000	1 499 999	-7,50 %
1 500 000	2 499 999	-9,00 %
2 500 000	3 999 999	-10,00 %
4 000 000	5 499 999	-11,50 %
5 500 000	6 999 999	-12,50 %
7 000 000	8 499 999	-13,50 %
8 500 000	9 999 999	-15,00 %
10 000 000	et au-delà	-18,00 %

Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2019 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 1^{er} au 23 août) sur les Chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET PÉRIODES CREUSES 2019 SUR LES CHAÎNES FTV EN ESPACE TV CLASSIQUE EN EUROS		DÉGRESSIF PÉRIODES CREUSES
0	29 999	0,00 %
30 000	69 999	-0,80 %
70 000	99 999	-0,90 %
100 000	149 999	-1,10 %
150 000	199 999	-1,30 %
200 000	249 999	-1,50 %
250 000	349 999	-1,80 %
350 000	449 999	-2,00 %
450 000	599 999	-2,20 %
600 000	999 999	-2,80 %
1 000 000	1 299 999	-3,20 %
1 300 000	1 749 999	-3,50 %
1 750 000	2 249 999	-3,80 %
2 250 000	2 999 999	-4,30 %
3 000 000	et au-delà	-4,80 %

Dégressif France Ô

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2019 sur France Ô bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 SUR FRANCE Ô INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN EUROS		DÉGRESSIF FRANCE Ô
0	9 999	0,00 %
10 000	14 999	-1,50 %
15 000	19 999	-1,70 %
20 000	39 999	-2,00 %
40 000	et au-delà	-2,50 %

Dégressif France 3 Régions

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2019 sur France 3 Régions – hors investissement en **SOprime** et **SONight** - bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 SUR FRANCE 3 RÉGIONS (HORS SOPRIME ET SONIGHT) INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2019 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN %		DÉGRESSIF FRANCE 3 RÉGIONS
0,00 %	1,99 %	0,00 %
2,00 %	4,99 %	-2,00 %
5,00 %	9,99 %	-2,50 %
10,00 %	19,99 %	-3,00 %
20,00 %	49,99 %	-4,00 %
50,00 %	69,99 %	-5,00 %
70,00 %	89,99 %	-8,00 %
90,00 %	100,00 %	-10,00 %

Dégressif Chaînes Thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2019 sur les Chaînes Thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2019 SUR LES CHAÎNES FTV ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE EN %		DÉGRESSIF CHAÎNES THÉMATIQUES
0,00 %	0,99 %	0,00 %
1,00 %	1,99 %	-1,00 %
2,00 %	2,99 %	-1,20 %
3,00 %	3,99 %	-1,30 %
4,00 %	5,99 %	-1,40 %
6,00 %	7,99 %	-2,50 %
8,00 %	8,99 %	-3,00 %
9,00 %	10,99 %	-3,70 %
11,00 %	11,99 %	-4,50 %
12,00 %	13,99 %	-5,00 %
14,00 %	15,99 %	-5,50 %
16,00 %	17,99 %	-6,00 %
18,00 %	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 2019 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET NUMÉRIQUE* 2019		DÉGRESSIF NUMÉRIQUE
CA NET CLASSIQUE 2019 + CA NET NUMÉRIQUE* 2019 EN %		
0,00 %	3,99 %	0,00 %
4,00 %	6,99 %	-0,50 %
7,00 %	9,99 %	-1,50 %
10,00 %	14,99 %	-2,50 %
15,00 %	19,99 %	-3,50 %
20,00 %	et au-delà	-3,80 %

* Hors CA Net Numérique issu du parrainage

Dégressif de progression

Tout annonceur dont le Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique investi en 2019 est supérieur à 200 000 € sur les chaînes de France Télévisions Publicité (hors régions) et investissant au minimum 10 000 € sur les chaînes Thématiques et /ou en Numérique peut bénéficier d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 SUR CHAÎNES FTV ET SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE (HORS RÉGION) EN EUROS		CA NET** 2019 - CA NET** 2018 $\geq 10\%$ CA NET* 2018 DÉGRESSIF DE PROGRESSION EN %	CA NET** 2019 - CA NET** 2018 $\geq 20\%$ CA NET* 2018 DÉGRESSIF DE PROGRESSION EN %
0	199 999	0,00 %	0,00 %
200 000	499 999	-2,00 %	-3,00 %
500 000	et au-delà	-1,00 %	-2,00 %

** CA Net sur Chaînes FTV et sur les Chaînes Thématiques investi en espace TV classique (hors régions)

Calendrier de montage

Ce calendrier est donné à titre indicatif, France Télévisions 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 par format

Les indices tarifaires par format pour 2019 sont les suivants

SECONDES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INDICE	0	22	31	36	39	43	47	51	53	56	59	63	67	70	74
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	76	80	83	87	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	111	116	121	126	132	137	142	147	152	156	161	165	169	173	177
	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	181	185	189	193	197	201	205	209	213	222	223	225	229	233	252

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

3.2 Les Conditions Commerciales du Parrainage

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2019 et le 31 décembre 2019

Décomposition du CA 2019	38
Terminologie	39
Conditions tarifaires	40
Cumul des mandats	41
Taux CGV	42

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2019 du parrainage sur France Télévisions

C.A. Initial

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

- Incidents
- Gracieux
- Module jeu
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Multi-marques
- Multi-annonceurs
- Saisonnalité

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Cumul des mandats

L'ensemble des conditions tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif de Référence.

C.A. NET avant remise

- Taux CGV

CA NET

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 France Ô.

Chaînes Thématiques

Les Chaînes Thématiques regroupent 13ème Rue, Boing, Boomerang, Boomerang +1, Cartoon Network, E! Entertainment, France 24 (signal Monde), Melody, National Geographic, Nat Geo Wild, SyFy, Trace, Urban, TV5Monde « FBS », Vivolta, Voyage et WarnerTV (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, France Ô et les Chaînes Thématiques sont régies par France Télévisions Publicité.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, smart TV, IPTV et tous modes de diffusions numériques non-linéaires.

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage.

C.A. France Télévisions

Le Chiffre d'Affaires « France Télévisions » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes de France Télévisions (FTV).

C.A. Thématiques

Le Chiffre d'Affaires « Thématiques » correspond au Chiffre d'Affaires réalisé sur les Chaînes Thématiques.

Tarif Initial

Le Tarif Initial correspond aux tarifs présents dans l'offre publiée par France Télévisions 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 et du cumul des mandats.

C.A. Net Avant Remise

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

Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Facturé après déduction du Taux CGV, tel que défini à la page 42.

C.A. Net

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

Conditions tarifaires

Achat unitaire

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de produits appelé conditions tarifaires.

Ces conditions tarifaires sont calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations tarifaires correspondant est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

Majorations tarifaires

Multi-marques

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

Multi-annonceurs

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

Saisonnalité

+5 % pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions durant la période Septembre / Décembre.

Minorations tarifaires

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur les supports commercialisés par France Télévisions Publicité, en 2017 et 2018 (hors dotation). Un

annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2019 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2019 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2017 et 2018 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

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 France Télévisions Publicité, à l'exception de l'abattement cumulé des mandats.

Cumul des mandats

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de **-1,6 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace publicitaire et de parrainage à un mandataire ou sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2018 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports - publicité Classique, Parrainage (hors dotation), Numérique - sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- assurer l'achat, la programmation et le suivi des Opérations de parrainage pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs.

Cet abattement cumul des mandats est appliqué sur le Chiffre d'Affaires de Référence des Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019. Il sera versé pour chaque contrat de parrainage, sur facture.

Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année 2019 (conforme au modèle disponible sur le site www.francetvpub.fr) et du contrat de parrainage dûment signé avant diffusion.

Dans le cas contraire, cet abattement ne s'appliquera pas et ne sera pas rendu rétroactivement.

En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat du dispositif de parrainage, la réservation d'espace, la signature du contrat de parrainage, la gestion et le suivi du contrat de parrainage, sera éligible à l'abattement cumul des mandats.

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.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires net en 2019 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 - EN EUROS CLASSIQUE - PARRAINAGE - NUMÉRIQUE (HORS DOTATION)		DÉGRESSIF VOLUME
0	39 999	0,00 %
40 000	99 999	-1,00 %
100 000	199 999	-2,00 %
200 000	299 999	-3,50 %
300 000	499 999	-4,50 %
500 000	899 999	-6,00 %
900 000	1 499 999	-7,50 %
1 500 000	2 499 999	-9,00 %
2 500 000	3 999 999	-10,00 %
4 000 000	5 499 999	-11,50 %
5 500 000	6 999 999	-12,50 %
7 000 000	8 499 999	-13,50 %
8 500 000	9 999 999	-15,00 %
10 000 000	et au-delà	-18,00 %

3

.3 Les Conditions Commerciales du Numérique

Diffusion entre le 1^{er} janvier 2019 et le 31 décembre 2019

Décomposition du CA 2019	44
Terminologie	45
Conditions tarifaires	46
Cumul des mandats	48
Taux CGV	49

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2019 du numérique

C.A. Initial

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

- Incidents
- Gracieux
- Solutions

C.A. de Référence

Conditions tarifaires (x % du Tarif Référence)

Majorations tarifaires

- Exclusivité Format
- Capping
- Ciblage
- Formats
- Co-branding
- Exclusion IPTV
- **SOsynchro**

Minorations tarifaires

- Multi-formats
- Nouvel annonceur
- Nouveau partenaire numérique
- Cumul des mandats

L'ensemble des conditions tarifaires s'applique sur la même assiette, le Tarif de Référence.

C.A. NET avant remise

- Taux CGV

CA NET

Terminologie

Sites Internet*

france.tv, france3-regions.francetvinfo.fr, ludo.fr, francetvsport.fr, culturebox.fr, francetvinfo.fr, education.france.tv, la1ere.fr, leclub.francetv.fr, plusbellelavie.fr, tv5monde.com, mytaratata.com, allodocteurs.fr, france24.com/fr, maveritesur.com, CD'Aujourd'hui, 13ème.rue.fr, syfy.fr, fr.eonline.com, Radio France (pour les formats vidéo uniquement) : fipradio.fr, francebleu.fr, franceculture.fr, franceinter.fr, francemusique.fr, mouv.fr, radiofrance.fr, meteofrance.com (pour les formats display sur desktop uniquement).

Sites mobiles et Applications mobiles*

France Télévisions (site mobile et applications mobiles : france.tv, francetvsport.fr, francetvinfo.fr, culturebox, c à vous, 4^{ème} duel, Harry, slam, motus, Des chiffres et des lettres, Question pour un champion, ludo.fr, Tout le monde veut prendre sa place, les sites et applications mobiles France 3 Régions, Outremer1^{ère}), TV5 (site mobile et application mobile), allo Docteurs (site mobile), France 24 (site mobile et application mobile), plus Belle la Vie (site mobile et application mobile), Radio France (pour les formats vidéo uniquement) : fipradio, francebleu, franceculture, franceinter, francemusique, mouv, radiofrance.

Les Solutions sont constituées d'un ensemble de numérique.

Numérique

Sites Internet et mobiles, applications mobiles, HbbTV, smart TV, IPTV et tous modes de diffusion numériques non linéaires.

Coût Pour Mille (CPM) désigne le coût d'achat de l'espace publicitaire sur le Numérique ramené à une base de mille (1000) Pages Vues avec Publicité telles que définies ci-après ou en pratique de mille (1000) 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% .

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

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 France Télévisions 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 du cumul des mandats.

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.

*Ces listes sont susceptibles d'être modifiées à tout moment.

Conditions tarifaires

Les tarifs font l'objet de modulations saisonnières et peuvent être revus pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. France Télévisions 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

Nos modes de commercialisation

France Télévisions Publicité propose 3 modes de commercialisation :

- au CPM (coût pour mille) ;
- au CPV (coût par Vue) ;
- au VCPM (CPM visible)
- au Forfait.

Achat unitaire

Tout annonceur a la possibilité de choisir parmi un ensemble de conditions tarifaires, calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations tarifaires correspondantes est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

Majorations tarifaires

Exclusivité Format

Une majoration sera appliquée pour une part de voix (PDV) de 100 % sur un format. Les pages vues avec publicité (PAP) diffusées dans le cadre d'une exclusivité Format ne pourront pas être lissées sur la période visée dans l'Ordre d'insertion. L'exclusivité Format sur la part de voix est garantie jusqu'à consommation de l'intégralité des PAP. Dans l'hypothèse

où les PAP seraient intégralement consommées avant la fin de la période concernée par l'exclusivité Format, l'annonceur pourra bénéficier, sous réserve d'investir un budget supplémentaire, d'une prolongation de l'exclusivité Format jusqu'à l'échéance de ladite période. (Nous consulter pour plus d'information).

Capping (contrôle de l'exposition publicitaire hors IPTV)

Le Capping correspond à la limitation du nombre d'insertions d'un message publicitaire sur l'ensemble du ou des site(s) visé(s) dans l'Ordre d'insertion auprès d'un même utilisateur (adresse IP unique). **+25 %** pour un Capping \leq à 2 visualisations par visiteur unique (VU) et par jour.

Ciblage

CRITÈRES DE CIBLAGE		MAJORATION APPLICABLE
Ciblage horaire/jour/adresse IP - géolocalisation, navigateurs, FAI, Système d'exploitation, support (PC/IPTV/mobile/TVC)	1 à 2 critère(s) de ciblage	+15 %
	À partir de 3 critères de ciblage	+40 %
CIBLAGE COMPORTEMENTAL PRÉDICTIF		+20 %

Formats

- +15 %** pour la diffusion de deux formats liés display (hors format vidéo).
- +20 %** pour la diffusion de formats rich média (expand, html5, spot enrichi).
- +25 %** pour la diffusion de formats Compagnon accompagnés de pré-roll.

Co-branding

- +15 %** pour la présentation ou la citation de plusieurs produits ou marques d'annonceurs dans un format vidéo (pré-roll et/ ou billboard).

Exclusion IPTV

- +20 %** pour l'exclusion du device IPTV d'une campagne.

SOsynchro

Une technologie de synchronisation qui permet d'adapter l'orchestration et les messages en temps réel en fonction de campagnes TV, de la météo ou d'évènements sportifs...

- **Synchro évènement** : +20 % sur le Tarif de Référence (pré-roll et Display).
- **Synchro météo** (campagne d'une durée maximum de 1 mois) : **3 000 € de frais techniques.**

Minorations tarifaires

Multi-formats

Bénéficie d'un abattement de **-20 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur ayant investi un budget sur deux formats minimum dont un format pré-roll. Le C.A. Net investi sur les formats hors pré-roll devra être égal au minimum à **30 %** du C.A. Net investi sur l'ensemble des formats.

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité en 2017 et 2018 (hors dotation).

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2019 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2019 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2017 et 2018 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Nouveau partenaire Numérique

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur le Numérique commercialisé par France Télévisions Publicité en 2017 et 2018. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2019 ne sera pas considéré comme Nouveau partenaire Numérique. Un annonceur qui communique en 2019 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2017 et 2018 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouveau partenaire Numérique.

● Achat de solutions

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

Cumul des mandats

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de **-1,6 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat de l'espace publicitaire et de parrainage à un mandataire ou sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2018 (tout mandataire ou sous-mandataire réalisant l'achat d'espace publicitaire pour un annonceur ou groupe d'annonceurs sur différents supports — publicité Classique, Parrainage (hors dotation), Numérique — sera considéré comme titulaire d'un seul mandat) ;
- assurer l'achat, la programmation et le suivi des ordres d'insertion pour le compte de l'annonceur ou du groupe d'annonceurs.

Cet abattement cumul des mandats est appliqué sur le C.A. de Référence du Numérique du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2019. Cet abattement est accordé à condition que France Télévisions Publicité soit préalablement en possession d'une attestation de mandat sur papier en-tête de l'annonceur pour l'année 2019 (modèle publié sur le site www.francetvpub.fr). En cas de pluralité de mandataires, seul le mandataire ayant accompli l'achat d'espace, la réservation d'espace, la signature de l'Ordre d'insertion, la gestion et le suivi de l'Ordre d'insertion, sera éligible à l'abattement cumul des mandats.

Taux CGV

Le Taux CGV se compose d'un dégressif

Le Dégressif Volume par Ordre d'insertion. Le dégressif obtenu s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé du Numérique.

Dégressif Volume par Ordre d'insertion

Tout annonceur investissant un volume de C.A. Net Numérique en 2019 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2019 NUMÉRIQUE PAR ORDRE D'INSERTION EN EUROS		DÉGRESSIF VOLUME PAR ORDRE D'INSERTION
0	4 999	0 %
5 000	9 999	-5 %
10 000	19 999	-10 %
20 000	39 999	-15 %
40 000	69 999	-25 %
70 000	99 999	-30 %
100 000	149 999	-35 %
150 000	et au-delà	-40 %



● 4 Les incontournables de l'offre france.tv publicité

Segmentation de l'offre france•tvpublicité

Les incontournables

power



toucher
le + grand nombre



SOprime



SONight



sponSOpower

event



préempter
les + grands événements



Spot'light



Blocs event



sponSOevent



Live in-content



SOsynchro



SOlong



SOchannel



Pré-roll enrichi



Adsmersive

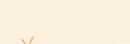
quality



créer du lien
entre un contenu
et votre marque



sponSOaffinity



**sponSOaffinity
programmes
court**



Pré-roll affinity



SOplacement



SOdotation



Smart-mid roll

garanty



communiquer
en toute sécurité



**SOgaranty
SOgaranty+**



**SOtarget
Thématik**



SOdrive



EasyPack



SOrégions



sponSOmulty



**sponSOmulty
programmes
courts**

Et aussi

**data /
programmatisation**



France.tv Data



France.tv EXchange



SYGMA

sur-mesure



le lab

SPOT'LIGHT : préemptez les écrans contextualisés en multiscreen à l'occasion d'événements fédérateurs

Les bénéfices

Captez l'attention et améliorez la mémorisation de votre campagne en intégrant votre spot au cœur d'un écran, contextuel et affinitaire

80%

des exposés ont trouvé que les dispositifs étaient **ORIGINAUX**

71%

« me donne une image innovante de la marque »

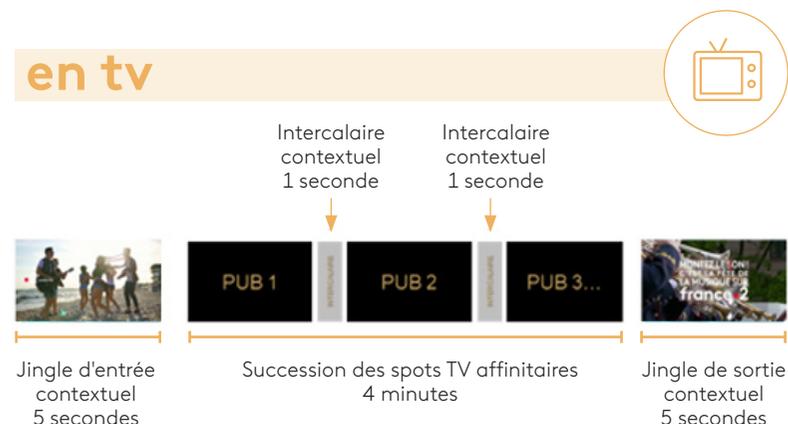
71%

« différencie la marque de ses concurrents »¹

La mécanique

À l'occasion d'événements fédérateurs, France Télévisions Publicité propose ses écrans contextualisés en TV et sur le DIGITAL* !

en tv



sur le digital



Source :

⁽¹⁾ Étude Illigo pour le compte de FTP. 773 répondants de 18-69 ans exposés à 1 des écrans contextuels diffusés de mai à juillet 2018 - moyenne sur les 4 événements du semestre 1 2018 France 2
*Sur le digital, dispositif éligible à partir de 3 annonceurs engagés minimum - Sous réserve de validation des antennes France Télévisions et de FTVEN

SMART MID-ROLL : communiquez au moment le plus efficace

Les bénéfices



Une intégration de votre spot au moment le plus pertinent en terme d'expérience utilisateur et de performance

97%

taux de visibilité
format mid-roll ⁽¹⁾

IAS Integral
Ad Science

97%

taux de complétion
format mid-roll ⁽²⁾

Freewheel
▶ The Center of the Premium Video Economy.

La mécanique

france•tvpublicité a développé un algorithme qui détecte le meilleur moment d'un programme (le moins intrusif pour une meilleure acceptation) pour diffuser un écran mid-roll

ENGAGEMENT ++

PERCEPTION ++

MÉMORISATION ++

1 écran
publicitaire
mid-roll maximum
par heure

2 spots
maximum
par écran mid-roll

Sources : ⁽¹⁾ Étude Integral AdScience – Février 2018

⁽²⁾ Données Internes France Télévisions via l'adserver Freewheel – Janvier 2018

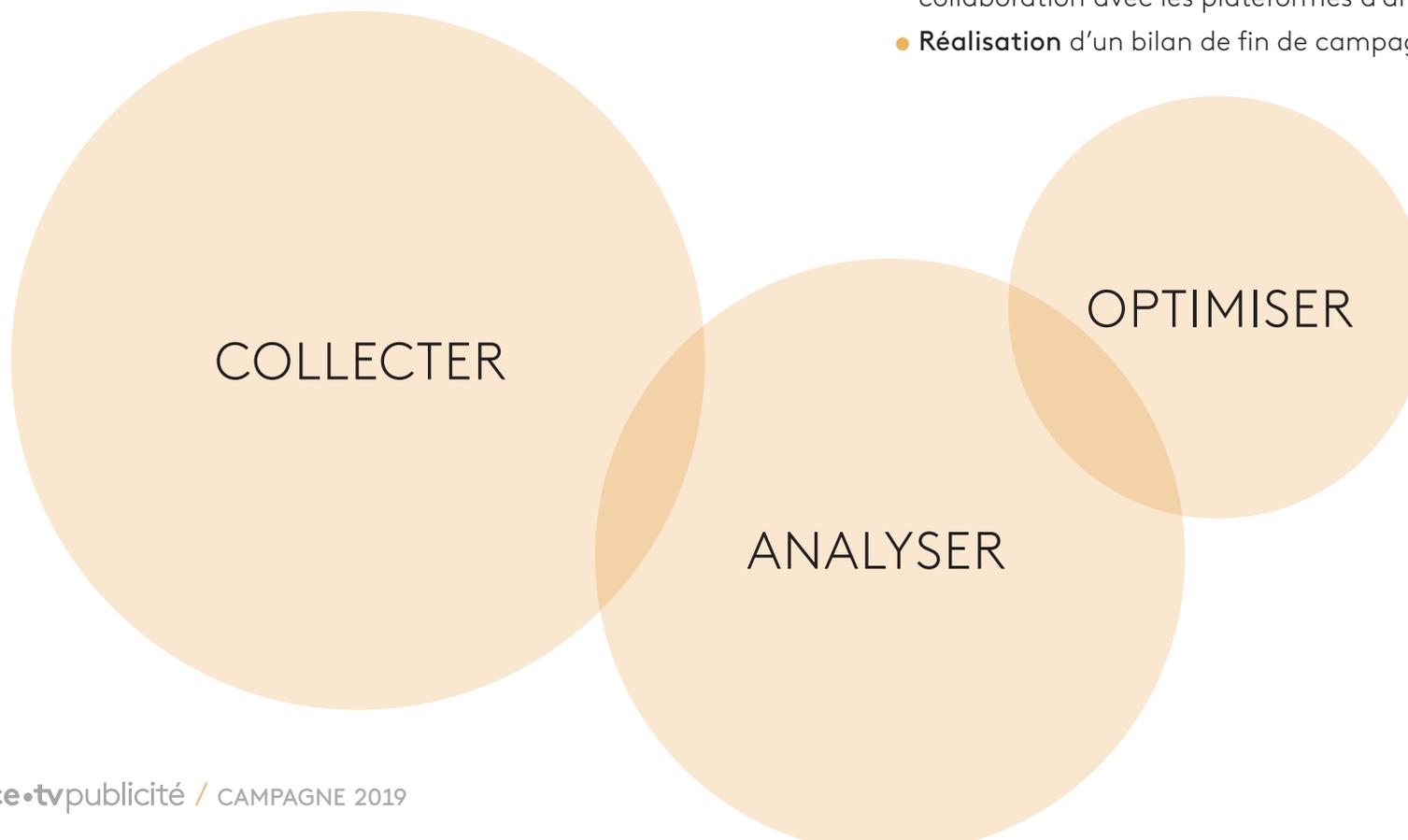


● Les bénéfices

FranceTV Publicité, accélérateur de la conversion vers le web, booste l'efficacité de vos campagnes TV en drive-to-web.

● La mécanique

- Programmation réalisée par le planning de FranceTV Publicité
- Optimisation et sélection des écrans
- Réalisation du TV TRACKING
- Collecte & analyse des données drive-to-web en collaboration avec les plateformes d'analytics
- Réalisation d'un bilan de fin de campagne drive-to-web





● Les Conditions commerciales

L'annonceur doit investir un budget minimum de 70 K€ net sur la vague. Le périmètre des chaînes concernées est : France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô.

Modalités techniques :

- Conformément à la réglementation applicable en matière de protection des données, l'annonceur s'engagera à fournir une information claire et complète aux utilisateurs de son ou ses site(s) internet sur la collecte et l'utilisation des données et, à obtenir, en cas de besoin, le consentement préalable desdits utilisateurs.
- La visualisation de l'URL du site de l'annonceur doit être visible pendant au moins 3 secondes afin d'évaluer l'impact de la campagne publicitaire télévisée de l'annonceur sur l'activité générée sur son (ses) site(s).

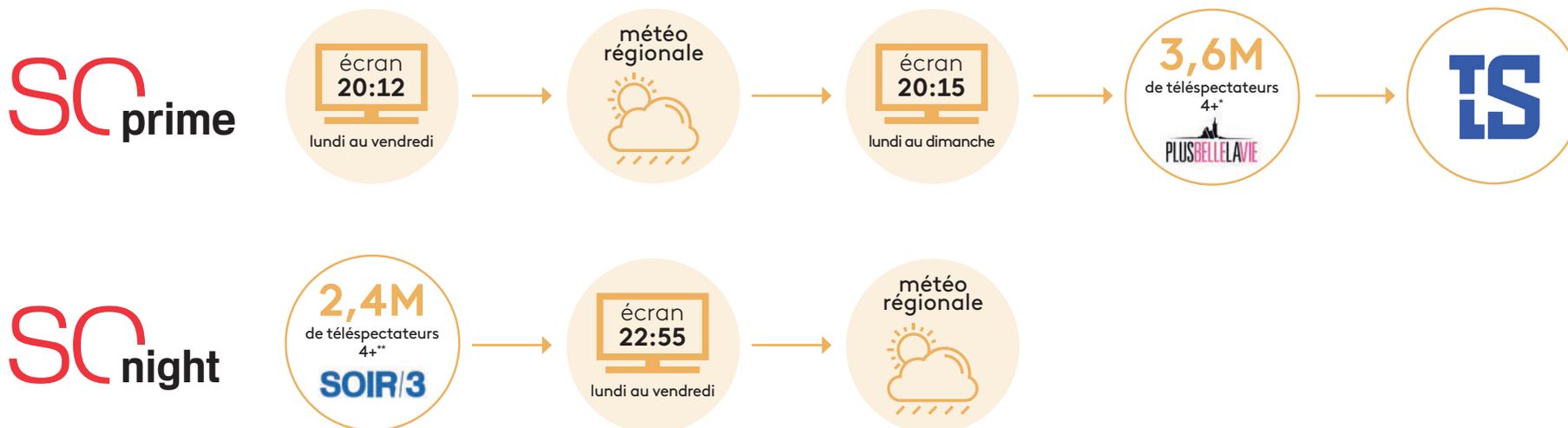
SO prime SO night

Les bénéfices

Cette offre vous permet de bénéficier d'un accès privilégié à l'après 20h en communiquant dans des écrans régionaux puissants.

Une émergence optimale dans des écrans courts soutenus par des programmes emblématiques de France 3.

La mécanique



*Source Restit'TV du 27.08 au 16.09.2018, audiences programme

**Source Restit'TV janvier-juin 2018, tranche 20:50-23:30

SOprime **SO**night

Les Conditions commerciales

Avec **SOprime** et **SONight**, FranceTV Publicité met à disposition dans les outils de médiaplaning national 3 écrans France 3 Régions intitulés **20:12**, **20:15** et **22:55**, cumulant les diffusions de ces écrans sur les 24 décrochages régionaux de France 3 (Valorisation base GRP Médiamat).

Quelle que soit la diffusion, l'audience retenue dans les outils et donc les bilans de campagne sera celle mesurée nationalement par le Médiamat quotidien de Médiamétrie le jour J à l'horaire de diffusion des écrans **20:12**, **20:15** et **22:55** sur le décrochage Ile-de-France.

Les investissements **SOprime** et **SONight** comme tous les investissements sur les décrochages régionaux ne sont pas pigés par Kantar media.

spon **SC** multy programme court : bénéficiez de la création de contenus sur mesure et optimisez votre reach

Les bénéfices

- Une prise de parole originale autour d'un contexte de qualité
- Un reach optimisé grâce à un dispositif parrainage multi-chaînes et multi-device
- Une crédibilité de la marque renforcée grâce à un transfert de valeurs, proche de votre univers.
- Des performances Tv et digitales garanties

spon **SC** multy programme court
la création de contenus sur mesure
aux performances garanties

La mécanique

Base 4 semaines

•2

Du lundi au vendredi vers 9h30 (après Télématin)
et du samedi au dimanche vers 13h40 (après le journal de 13H)
28 épisodes / format 52" + billboards

•3

Du lundi au dimanche vers 11h50 (avant le 12/13)
28 épisodes / format 52" + billboards

•5

Du lundi au jeudi vers 20h50 (avant le prime)
16 épisodes / format 52" + billboards



Soit 144 présences 8"
(à répartir en pré et post générique
selon vos souhaits)

20 épisodes inédits
à produire,
multidiffusés sur •2•3•5

Après diffusion, les contenus peuvent être exploités
sur les sites et plateformes internes de l'annonceur
ainsi que sur ses réseaux sociaux²



60 K€ NET HT
pour 4
semaines

france•tv

Diffusion en replay du programme court
Campagne pré-roll de 60"¹ avec reprise du programme court sur france.tv (5 épisodes au choix)
avec + de 140k impressions sur notre pack contenu le plus en affinité avec votre univers

^{*}Sous réserve de disponibilité des cases sur toute la période et de l'accord de la chaîne sur le concept proposé.
Cette proposition s'entend hors frais techniques et hors frais de production du programme court et du billboard

¹: Cadre de diffusion : IPTV, web, app

²: sous réserve validation des antennes

spon **SO** muly programme court

● Les Conditions commerciales

- Proposition hors frais techniques et hors frais de production et sous réserve de l'accord des antennes.
- Le programme doit avoir un contenu éditorial suffisant et non prétexte à servir les intérêts du parrain. Il convient d'élaborer un concept d'émission autant que possible avec des thèmes particuliers. Le programme court parrainé ne doit en aucun cas avoir un contenu à tonalité politique directe ou indirecte.
- Principe de non influence du parrain sur le contenu éditorial du programme court.
- Principe de non incitation à la consommation des produits du parrain.
- Le parrain ne doit pas intervenir dans le contenu de l'émission.
- La valorisation de l'annonceur est assurée par le billboard. En revanche dès que l'on est dans le programme, la citation de la marque, des produits et des intervenants de l'annonceur est interdite.
- Compte tenu de la législation, le parrain ne peut revendiquer officiellement le fait de produire le programme court, ou d'en avoir eu l'initiative, (faire attention particulièrement à la rédaction des communiqués de presse).
- Toute utilisation annexe du programme court doit mentionner de manière claire que l'annonceur est parrain du programme uniquement.

spon **SC** affinity programme court : bénéficiez d'un transfert de valeurs autour d'univers ultra-affinitaires

Les bénéfices

- **Une prise de parole originale** autour d'émissions emblématiques : Silence ça pousse, La maison France 5, La quotidienne et Les Maternelles
- **La création de contenus sur mesure** autour d'univers ultra-affinitaires et de thématiques fortes : Art de vivre (jardinage, maison déco) et Maternité
- **Des performances garanties** en TV et sur le digital

La mécanique

Base 4 semaines

.5

Préemptez la thématique
« **Art de vivre** »
autour des émissions

Silence ça pousse, La maison France 5 et La quotidienne

Du lundi au vendredi vers 11h45 (avant La quotidienne) -

le vendredi vers 23h15 (après Silence ça pousse)

et le samedi vers 12h45 (après La Maison France 5)

28 épisodes dont 14 inédits / format 52" + billboards

56 présences 8" (à répartir en pré et post générique selon vos souhaits)

« Art de vivre »

15 K€ NET HT
pour
4 semaines



« jeunes parents »

20 K€ NET HT
pour
4 semaines

.5

Préemptez la thématique
« **Petite enfance / jeunes parents** »
après l'émission

La Maison des Maternelles

Du lundi au vendredi vers 10h

20 épisodes dont 14 inédits / format 52" + billboards

40 présences 8" (à répartir en pré et post générique selon vos souhaits)

+ france•tv

Diffusion en replay du programme court
Campagne pré-roll¹ de 60"

avec reprise du programme court sur france.tv (5 épisodes au choix)

avec +65k impressions sur nos segments d'internautes

« amateur de décoration » et « amateur de jardinage »

+ france•tv

Diffusion en replay du programme court
Campagne pré-roll¹ de 60"

avec reprise du programme court sur france.tv (5 épisodes au choix)

avec +50k impressions sur nos segments d'internautes

« jeune maman »

Après diffusion, les contenus peuvent être exploités sur les sites et plateformes internes de l'annonceur ainsi que sur ses réseaux sociaux²

Sous réserve de disponibilité des cases sur toute la période et de l'accord de la chaîne sur le concept proposé, Cette proposition s'entend hors frais techniques et hors frais de production du programme court et du billboard -

¹: Cadre de diffusion : IPTV, web, app - ²: sous réserve validation des antennes

spon **SO** affinity programme court

● Les Conditions commerciales

- Proposition hors frais techniques, hors frais de production et sous réserve de l'accord des antennes.
- Le programme doit avoir un contenu éditorial suffisant et non prétexte à servir les intérêts du parrain. Il convient d'élaborer un concept d'émission autant que possible avec des thèmes particuliers. Le programme court parrainé ne doit en aucun cas avoir un contenu à tonalité politique directe ou indirecte.
- Principe de non influence du parrain sur le contenu éditoriale du programme court.
- Principe de non incitation à la consommation des produits du parrain.
- Le parrain ne doit pas intervenir dans le contenu de l'émission.
- La valorisation de l'annonceur est assurée par le billboard. En revanche dès que l'on est dans le programme, la citation de la marque, des produits et des intervenants de l'annonceur est interdite.
- Compte tenu de la législation, le parrain ne peut revendiquer officiellement le fait de produire le programme court, ou d'en avoir eu l'initiative, (faire attention particulièrement à la rédaction des communiqués de presse).
- Toute utilisation annexe du programme court doit mentionner de manière claire que l'annonceur est parrain du programme uniquement.



Les bénéfices

Les écrans proposés dans cette offre vous garantissent la diffusion de vos messages publicitaires au sein des environnements programmes les plus générateurs d'efficacité. Les contextes écrans sélectionnés jouxtent les programmes à forte « implication* ».

148

Indice de corrélation entre l'implication programmes et l'implication des écrans publicitaires de France Télévisions (+30 points vs la concurrence)

La mécanique

L'achat de la solution **SOgaranty** permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes France 2, France 3 National et France 5 sur les tranches en Day, en Access et également Après 20h (uniquement pour les annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la Publicité d'intérêt général), ainsi que sur les chaînes thématiques associées à ce dispositif, tout en maîtrisant le "Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes" garanti par France Télévisions Publicité.

• 2 • 3 • 5

Et les chaînes Thématiques

Source : Etude Iligo Francetv Publicité - Contexte programme et efficacité publicitaire - Juillet 2017 - *5 critères de notation de l'implication programme : intérêt, appréciation, plaisir, fidélité et concentration.

SOgaranty et SOgaranty+

Les Conditions commerciales

L'achat des solutions **SOgaranty** permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes **France 2, France 3 national, France 4, France 5, France Ô et les chaînes Thématiques** sur les tranches en Day, en Access et également Après 20h (sur les chaînes de France Télévisions uniquement pour les annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la Publicité d'intérêt général) en maîtrisant le "Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes" qui lui est garanti par France Télévisions Publicité.

SOgaranty

1^{er} janv - 31 déc. 2019

2 3 4 5 Ô

et les chaînes Thématiques

Exclusion de F4 et/ou FÔ à la demande

CONTEXTE : Toute la grille (Hors écrans 19:50 à 19:99 de F2)

Délai de programmation : **S-4 du démarrage**

Les cibles éligibles : Cibles Mixtes - Cibles+ et Comportementales - Cibles+ Féminines

SOgaranty+

1^{er} janv - 31 déc. 2019

2 3 5

et les chaînes Thématiques

PROGRAMMES À FORTE IMPLICATION

INFOS et MAGAZINES - Télématin -

12:00 à 13:99 / F2 - F3 - 19:50 à 19:99 / F2 - 17:00 à 19:99 / F5 - 19:00 à 19:99 / F3

Délai de programmation : **Ouvertures de planning**

Les cibles éligibles : Cibles Mixtes- Cibles+ et Comportementales
(à l'exclusion des Femmes RDA 15ans et + / GRP DATA Parfum Femme)

Budget Thématiques :

à hauteur d'au moins
10% du brief

Nombre de semaines actives et jours actifs :

sans restriction,
uniquement sur les
périodes ouvertes

Format et durée du spot :

sans restriction

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre des solutions **SOgaranty** est assurée exclusivement par France Télévisions 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 France Télévisions Publicité son brief de programmation dûment complété.

À réception du brief de programmation, France Télévisions Publicité informera l'annonceur ou son mandataire, dans un délai de 48h à compter de la date de réception du brief, par tout moyen d'usage dans la profession, de son acceptation ou de son refus dudit brief de programmation en fonction des disponibilités du planning. En tout état de cause, dans l'hypothèse où France Télévisions Publicité viendrait à informer l'annonceur et/ou son mandataire de son refus, ces derniers ne pourront prétendre à aucun dédommagement quel qu'il soit à ce titre.

Dans le cadre de l'acceptation par France Télévisions 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 France Télévisions Publicité, celui-ci s'engage à en informer, par écrit, France Télévisions 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 **SOgaranty**.

Un « Coût GRP Net Garanti Désindexé base 30 secondes » est fixé par cible, en amont de la première demande de programmation en Coût GRP Net Garanti et sera ainsi intégré automatiquement dans le brief de programmation de chaque vague. Ce « Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes » ne prend pas en compte les grilles d'indices par période et par Day, Access, Après 20h/cible telles que définies ci-après.

Le « Coût GRP Net Indexé base 30 secondes » prend en compte les choix médiaplanning de l'annonceur ou de son mandataire définis au sein du brief de programmation accepté par France Télévisions Publicité, et sera calculé selon les grilles d'indices par période et par tranches Day, Access, Après 20h/cible telles que définies ci-après.

* 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, objectifs en nombre de GRP, ventilation des GRP, budget thématiques à hauteur d'au moins 10% du brief global ...) et permettant de fixer le Coût GRP Net Garanti Indexé par période et par tranche Day/Access et Après 20h, format base 30 secondes, validé entre France Télévisions Publicité et l'annonceur ou son mandataire. Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique « ADspace ».

Le début des programmations pour le produit **SOgaranty** commencera le 03/12/18. Les produits **SOgaranty+** sont programmables dès les 1^{ères} ouvertures de planning du 09/11/18.

CIBLES GARANTIES*		
CIBLES MIXTES ET MASCULINES	CIBLES FÉMININES	CIBLES + ET COMPORTEMENTALES
Ensemble 25-49 ans	Femmes 25-49 ans	Ensemble 25+
Ensemble 25-59 ans	Femmes 35-59 ans	Ensemble 35+
Ensemble 35-59 ans	Femmes RDA < 50 ans	Femmes RDA 15 ans et +
Hommes 25-49 ans	Femmes RDA 25-59 ans	GRP DATA Parfum Homme
Individus CSP+	Femmes RDA avec enfants -15 ans	GRP DATA E-buyer
Resp. achats <60 ans	Femmes RDA Tanguy (avec enfants de -25 ans)	GRP DATA Auto
		GRP DATA Voyage
		GRP DATA Assurance
		GRP DATA Parfum Femme
		GRP DATA Grande Conso
		GRP DATA Bio Attentifs
		GRP DATA Green Spirit
		GRP DATA Made in France
		GRP DATA Banque
		GRP SHOPPER

* Les cibles garanties sont susceptibles d'être modifiées en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

INDICES PAR PERIODES*															
PERIODES	01/01 06/01	07/01 10/02	11/02 10/03	11/03 07/04	08/04 28/04	29/04 12/05	13/05 30/06	01/07 14/07	15/07 28/07	29/07 18/08	19/08 01/09	02/09 20/10	21/10 03/11	04/11 22/12	23/12 31/12
SOgaranty	80	90	86	105	103	103	115	92	75	60	100	117	106	117	87

* Ces indices par période sont susceptibles d'être modifiés en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité. Pour les achats en **SOgaranty+**, l'indice sera majoré de 15%.

INDICES PAR PERIODES*			
CIBLES	DAY		APRÈS 20H00**
	intitulés d'écrans 06:00 à 17:99		
Cibles Féminines	90		124
Cibles Mixtes et Masculines	92		118
Cibles + et Comportementales	94		113

* Ces indices par 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.

Afin d'atteindre le « Coût GRP Net base 30 secondes » à plus ou moins 5 %, France Télévisions Publicité accordera à l'annonceur une remise et éventuellement des espaces publicitaires gracieux, à concurrence du nombre de GRP indiqué au sein du brief de programmation dûment accepté par France Télévisions Publicité. Dans l'hypothèse de la programmation de 2 messages publicitaires au sein d'un même écran publicitaire, le nombre de GRP de chaque message publicitaire sera pris en compte pour le calcul de son Coût GRP Net (base 30 secondes). Le prix d'achat des éventuels Emplacements Préférentiels ne sera pas pris en compte dans le calcul du Coût GRP Net base 30 secondes.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la programmation de la Vague jusqu'au jour de la diffusion afin d'atteindre le Coût GRP Net base 30 secondes.

Sont exclus de l'Achat en Coût GRP Net Garanti :

- Les campagnes en exclusivité sectorielle ;
- Les campagnes de communication des familles sectorielles :
 - 16 (classe 01) : éditions audio vidéo ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 02) : Jeux de grattage et de tirage ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 03) : Paris sportifs et hippiques (réseaux physiques) ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 04) : Paris et jeux d'argent en ligne ;
 - 32 (classe 02, secteur 03, variété 01) : Spectacles vivants (théâtres, concerts, ...) ;
 - 20 (classe 04) Services publics et collectifs.

Les investissements réalisés dans le cadre de l'Achat en Coût GRP Net Garanti ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

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 4, France 5 et France Ô 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.

france•tvpublicité

1^{ère} régie sur l'univers des chaînes thématiques

● Une offre riche et variée



**+25
millions**
de téléspectateurs
4 ans +
chaque mois*

* Source : MédiamatThématic v35/Couverture mensuelle 4+

SO target thématik

Les bénéfices

L'offre vous permet d'accéder à un portefeuille de chaînes puissantes et affinitaires qui permet de toucher tous les publics, quelles que soient vos cibles média.

La mécanique

Les packs **SO target thématik** sont constitués d'un ensemble de chaînes sélectionnées en fonction des thématiques consommées par chacune des cibles : Woman, Premium, Millennials, Kids.

WOMEN

PREMIUM

MILLENNIALS

KIDS

SOtarget thématik

Les Conditions commerciales

Les packs **SOtarget thématik** peuvent être réservés dès l'ouverture de planning. Ils sont indissociables et ne peuvent pas être recomposés.

Les achats de packs **SOtarget thématik** se font soit :

- sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, cible, dates de communication, format ...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans votre espace professionnel «ADspace».
- **OU par mail adressé au service Planning avec les mentions suivantes :**
 - nom du produit ;
 - numéro de produit ;
 - format du message publicitaire ;
 - période de diffusion ;
 - pack sélectionné ;
 - budget.

Les packs **SOtarget thématik** sont programmés en fonction des disponibilités du planning.

Les investissements réalisés dans le cadre des packs **SOtarget thématik** ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

France Télévisions Publicité se réserve le droit :

- de programmer les packs **SOtarget thématik** en fonction des disponibilités du planning ;
- de modifier les programmations des messages dans les écrans publicitaires des packs **SOtarget thématik** en cours de campagne, pour respecter au mieux l'engagement de CGRP Net garanti.

L'évaluation des bilans d'audience se fait sur la période de publication des tarifs.

Offre Pure Players

Les bénéfices

FranceTV Publicité vous permet de bénéficier d'un taux préférentiel dès les ouvertures de planning (un abattement de -60% sur les périodes creuses* applicable sur le Tarif de Référence) **sur une sélection d'écrans afin de piloter et optimiser au mieux votre coût par visite.**

La mécanique



- **2** Du Lundi au vendredi de l'intitulé écran 14:15 à 18:50
- **5** Du Lundi au vendredi de l'intitulé écran 14:30 à 16:30
- **Ô** Tous les écrans
Hors écrans sports

Les Conditions commerciales

Cette offre est éligible aux annonceurs dits « Pure Player » c'est-à-dire ceux qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produits ou services, ou de comparateur, exclusivement sur internet et/ou via application mobile, et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique.

Valable uniquement sur les mois de janvier, février, mai, juillet et août dès les ouvertures de planning.

Cette offre est non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV (hormis le cumul de mandat).

* Périodes creuses : janvier, février, mai, juillet et du 1^{er} au 23 août 2019.

EasyPack

Les bénéfices

Cette offre destinée aux Petites Entreprises permet de renforcer votre visibilité multi-écrans, et garantit un nombre de contacts et un nombre de messages publicitaires.

Une solution clé en main intégrant les frais de production.*

La mécanique

2 semaines de communication sur :

• 2 • 3 • 5 • Ô



24.1
MILLIONS

de contacts 4+ en TV et digital

100

spots publicitaires TV
Format 20"

+ 235 000
Pré-Roll
en digital



50K€
Net*

*Frais de production inclus avec : remontage d'un format animé de 20", sur la base de la fourniture des éléments graphiques et 2 allers/retours de validation maximum.

EasyPack

Les Conditions commerciales

L'Easy Pack offre aux annonceurs une communication clé en main (de la production du spot aux bilans de campagne) pendant 2 semaines minimum sur les chaînes France 2, France 3 National, France 5, France Ô, 13^{ème} Rue, E! Entertainment, SYFY, National Geographic, Nat Geo Wild, Voyage et Warner TV ainsi que sur le Numérique. L'annonceur bénéficie d'un certain nombre de diffusions de son message publicitaire lui garantissant un volume de contacts, et un nombre de spots diffusés.

Pour pouvoir bénéficier de l'offre, les annonceurs doivent être éligibles à la qualification de Petite entreprise.*

La programmation des espaces publicitaires est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité en fonction des disponibilités du planning.

Les tarifs incluent les frais de production des spots (sur la base d'un spot de 20 secondes) à partir d'images déjà existantes.

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 20 secondes en télévision. Pour toute durée différente, contacter le service commercial de France Télévisions Publicité.

Les achats s'effectuent 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 France Télévisions Publicité : www.francetvpub.fr dans votre espace professionnel «ADspace».

Les investissements réalisés dans le cadre de l'offre ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

En cas d'annulation par l'annonceur, celui-ci restera tenu à l'égard de France Télévisions Publicité Conseil au paiement des frais de production engagés par cette dernière, antérieurement à la date d'annulation.

* La qualification de Petite entreprise est attribuée par France Télévisions Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2018 tel que défini dans la partie 3-1 des Conditions Commerciales de la publicité du présent document (minorations tarifaires/Petite entreprise).

SO régions

Les bénéfices

Une solution clé en main qui vous permet de mieux cibler vos clients en TV et en Digital avec :

Un achat facile : la réservation des espaces est assurée par France Télévisions Publicité

Un achat malin : abattement de -25% à -50% sur le C.A. Initial

Une nouveauté : campagne géolocalisée au format In-board vidéo en digital

La mécanique 5 packs disponibles dans chacune des 24 régions

<p>Road Block -35%</p> <p>14 jours consécutifs en TV 50 spots 16 à midi & 14 le soir avant 20h + 20 écrans après 20h + Digital</p> <p>Visibilité assurée</p>	<p>Top Chrono -45%</p> <p>21 jours consécutifs en TV 85 spots 26 à midi & 30 le soir avant 20h + 29 écrans après 20h + Digital</p> <p>Rapidité vers le succès</p>	<p>Base 100 -50%</p> <p>30 jours consécutifs en TV 110 spots 32 à midi & 40 le soir avant 20h + 38 écrans après 20h + Digital</p> <p>Présence ciblée en soirée</p>
<p>Été -35%</p> <p>Durée max. de la campagne : 30 jours après la 1^{ère} diffusion 35 spots 18 le soir avant 20h + 17 écrans après 20h + Digital</p> <p>Visibilité estivale</p>	<p>Actifs</p> <p>Du lundi au vendredi : 19:25, 20:12, 20:15, 22:55 en alternance 2 semaines 20 spots -25% 3 semaines 30 spots -30% 4 semaines 40 spots -35% + Digital</p> <p>Pression sans limite</p>	



Les Conditions commerciales

- Les packs **SO régions** sont constitués d'un ensemble de messages publicitaires programmés sur les écrans publicitaires des décrochages régionaux de France 3 ainsi que sur les plateformes digitales commercialisées par France Télévisions Publicité.
- Les packs **Road Block, Top Chrono, Base 100 et Actifs** sont commercialisés du 1^{er} janvier 2019 au 30 juin 2019 inclus et du 1^{er} septembre 2019 au 31 décembre 2019 inclus.
- **Le Pack Été** est commercialisé du 1^{er} juillet au 31 août 2019 inclus.
- Les investissements réalisés dans le cadre des packs **SO régions** ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats.
- France Télévisions Publicité se réserve le droit de programmer les packs **SO régions** en fonction des disponibilités du planning.
- L'évaluation des bilans d'audience se fait sur la base de l'étude Baromètre Régionalisé de Médiamétrie (septembre 2017 – juin 2018).



Les bénéfiques

Le parrainage ultra-affinitaire.

sponSOaffinity vous permet de vous associer notamment à un ou plusieurs programmes de France Télévisions autour d'une thématique forte, très affinitaire avec votre marque et votre univers pour favoriser le transfert de valeur.

La mécanique

sponSOaffinity, c'est :

- la **Santé** avec le Pack Santé ;
- les **Voyages** avec le Pack Évasion ;
- la **Maternité** avec La Maison des Maternelles ;
- la **Déco** avec La Maison France 5 ;
- la **Gastronomie** avec Les carnets de Julie ;
- la **Lecture** avec le Pack Littérature ;
- Le **Jardin** avec Silence ça pousse ;
- etc.

Les dispositifs

- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, etc.).

Les produits sont constitués discrétionnairement par France Télévisions Publicité. Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en C.A Net.

spon **SO**event

● Les bénéfiques

Le parrainage multi-écrans autour des grands évènements.

sponSOevent, sont des solutions créatives et globales autour des Grands Évènements Premium diffusés par France Télévisions.

● La mécanique

sponSOevent, c'est :

- du **sport** avec le Tournoi des VI Nations, Roland-Garros, le Tour de France...
- des **divertissements** avec Destination Eurovision et Fort Boyard
- de la **fiction** avec Dix pour cent
- des **documentaires** et **magazines** évènementiels avec Rendez-vous en terre inconnue...

● Les dispositifs

- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, etc.).
- Des dispositifs créatifs et innovants proposés par **le LAB**
france.tvpublicité

Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en Net HT.



● Les bénéfiques

Le parrainage pour des campagnes puissantes.

sponSOpower rassemble les programmes récurrents les plus puissants de France Télévisions pour vous permettre de générer d'importants volumes de GRP sur les cibles commerciales.*

● La mécanique

sponSOpower, c'est :

- Un si grand soleil ;
- N'oubliez pas les paroles ;
- Plus belle la vie ;
- les soirées Fictions et Séries ;
- les soirées Cinéma ;
- les Météos ;
- etc.

● Les dispositifs

- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, etc.).

* Les cibles sont précisées dans chacun des produits de la gamme SponSOpower. Chaque produit fait l'objet d'une tarification spécifique exprimée en Net HT.



Les bénéfices

Le parrainage garanti et multi-chaînes.

sponSOmulty sont des dispositifs parrainage multi-chaînes garantis construits autour d'univers fédérateurs et emblématiques de France Télévisions.

Les dispositifs

- Un nombre de GRP sur une cible déterminée sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- Un volume d'espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- Un volume d'espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, etc...).

La mécanique

sponSOmulty, c'est :

- la fiction ;
- le sport ;
- l'actu ;
- la culture ;
- les jeux ;
- les divertissements ;
- les quotidiennes...

Les conditions

- 1/ Choisissez votre cible de garantie. Vos GRP et votre CGRP net 30'' sont garantis sur les chaînes de France Télévisions.
- 2/ À la livraison du bilan parrainage en fin de campagne, si les GRP ne sont pas atteints. France Télévisions Publicité s'engage à prolonger votre campagne sur le même univers à concurrence du nombre de GRP indiqué au sein du produit correspondant.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la composition des produits en tenant compte du genre des émissions et en fonction de la programmation des Chaînes de France Télévisions afin de respecter le CGRP garanti.

SOdotation

Les bénéfices

SOdotation vous permet d'offrir vos produits aux candidats et d'apparaître sous forme de packshot (mini séquence de 8 ou 12 secondes) **intégrant le logo pendant 5 secondes, et citation orale dans les jeux et certains divertissements diffusés sur France Télévisions.**

La dotation est un moyen unique pour développer sa notoriété, faire connaître un produit et capitaliser sur l'image d'une émission ou d'un animateur.

SOdotation est possible dans les programmes de jeux :

- Tout le monde veut prendre sa place ;
- Questions pour un Champion ;
- Slam ;
- Les Z'amours ;
- Motus ;
- Des chiffres et des lettres ;
- etc.

Les Conditions commerciales

Les opérations de dotations donnent lieu à un achat d'espace, nommé Droit d'Asile.

Certaines opérations sont possibles en échange marchandise, notamment pour le secteur tourisme et de l'automobile.

Le packshot est réalisé par France Télévisions Publicité. Cette mini-séquence présente le produit offert à partir d'images libres de droit fournies par le partenaire. Sa durée est de 8" ou 12" avec une incrustation logo de 5" + un lien url et un texte descriptif non promotionnel énoncé par la voix off de l'émission.

Un logo de 2" est visible dans le générique de fin d'émission. La dotation est cumulable avec le parrainage d'un programme.

SOplacement

Les bénéfiques

SOplacement vous permet d'intégrer votre produit dans certaines des meilleures fictions diffusées sur France Télévisions. Le placement de produit peut être figuratif ou scénarisé (inséré lors de l'écriture) pour une efficacité optimale.

SOplacement est possible dans les programmes de fictions :

- Plus belle la vie ;
- Candice Renoir ;
- Chérif ;
- Caïn ;
- Un si grand soleil ;
- Nina ;
- Alex Hugo ;
- Tandem ;
- Capitaine Marleau ;
- etc.

Les Conditions commerciales

Les opérations de PP font l'objet de proposition sur mesure requérant l'accord du producteur et du diffuseur.

- Pas d'influence du contenu du programme par l'annonceur.
- Pas d'incitation directe à l'achat des produits.
- Pas de mise en avant injustifiée du produit.
- Nécessité d'informer les téléspectateurs par la signalétique P.

Le placement de produit est autorisé dans les films, fictions audiovisuelles, vidéoclips, sauf lorsque ces émissions sont destinées aux enfants, produits après le 6 mars 2010.

Il n'est pas autorisé pour les produits appartenant aux secteurs suivants : alcool, tabac, médicaments (remboursés ou non), armes à feu, préparations pour nourrissons (de 0 à 4 mois inclus).

Un même annonceur ne peut pas cumuler les statuts de parrain et placeur de produit pour une même émission, en cas de concurrence la priorité est donnée au placeur.

SC synchro

Prenez la parole au bon moment



Les bénéfices

FranceTV Publicité vous propose une technologie de synchronisation publicitaire qui permet d'adapter l'orchestration de vos messages en temps réel.

Communiquez au meilleur moment avec nos solutions de synchronisation en temps réel. La garantie de votre émergence !

La mécanique

Diffusion de vos campagnes display et vidéo selon des critères de ciblage en temps réel :

- **synchro événement** : résultat sportif, prix musical, prix culturel, annonce antenne, campagne TV...
- **synchro météo** : ensoleillement, pluie, température, neige, brouillard, vent, humidité...

SO long

Favorisez la diffusion exclusive de vos campagnes publicitaires longue durée

Les bénéfices

Tirez partie de la puissance de l'écosystème vidéo de **france•tvpublicité**

Faites émerger en **exclusivité** vos campagnes pré-roll longues durées (films de marque, bandes annonces...) sur nos univers de diffusion premium

La mécanique

Une offre de 3 formats vidéo in-stream longue durée:

- Pré-roll exclusif 60" non skippable : 35€ CPM Net¹
- Pré-roll exclusif 90" non skippable : 45€ CPM Net¹
- Pré-roll exclusif +90" skippable à 20" : 22€ CPM Net²

Ces 3 formats exclusifs garantissent l'émergence de votre marque lors de chaque prise de parole²



La caution francetvpublicité :
garantir votre **visibilité** &
le respect de votre **territoire de marque**

91% de visibilité vidéo³

98% de contenus brand safe³

87% de complétion vidéo⁴

78% score d'attention moyen
(attention forte si taux > 60%)⁵

¹ Pré-rolls exclusifs 60" = diffusion sur mobile, desktop & IPTV / Pré-rolls exclusifs 90" = diffusion sur desktop & IPTV

² Pré-rolls +90" : univers web hors app; intégration bouton skippable non pris en charge par la régie

³ IAS taux de visibilité & Brand Safety francetvpublicité - juillet 2018 france.tv / ⁴ Freewheel FTP Complétion - juillet 2018 / ⁵ Etude de l'attention publicitaire - Vuble, novembre-décembre 2017 (moyenne marché à 36%)



● Les Conditions commerciales

1. **Cadre de diffusion : univers vidéo francetvpublicité** (France.tv, allodocteurs, culturebox, plusbellelavie, francetvsport, france24, TV5 Monde, MyTaratata, E!, Radio France, Molotov). **Majoration au CPM en cas de cadre de diffusion restreint.**
2. **L'exclusivité est assurée sur le préroll.** En revanche, celui-ci peut être accompagné de la reprise du billboard du parrain de l'émission en TV.
3. **Format +90" skippable :** prise en charge de la création du bouton skip par l'agence/l'annonceur.

Pré-roll affinity : associez votre marque à notre sélection de contenus et d'univers les plus affinitaires

Les bénéfiques

Faites émerger votre marque en associant vos pré-rolls à notre sélection de programmes contextualisés et affinitaires.

Bénéficiez d'un emplacement publicitaire privilégié au sein d'une sélection de nos programmes aux thématiques fortes, et en parfaite cohérence avec votre image de marque.

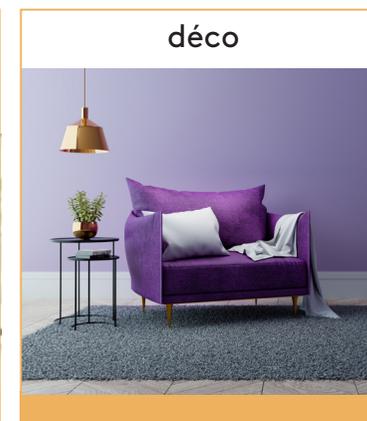
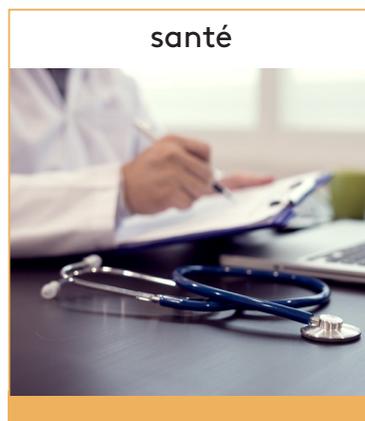
La mécanique

Diffusion de vos campagnes pré-rolls sur le pack de votre choix :

- Jardin : Silence ça pousse & Comme une envie de jardin
- Maternité : la Maison des Maternelles
- Santé : Allô docteurs, le Magazine de la santé...
- Déco : La Maison france5
- Cuisine : les Carnets de Julie

Présence annonceur

- Format : pré-roll 90" max
- Devices : desktop/mobile/tablette/IPTV



Live in-content : Une visibilité exceptionnelle pour les marques et une promesse innovante pour les internautes !

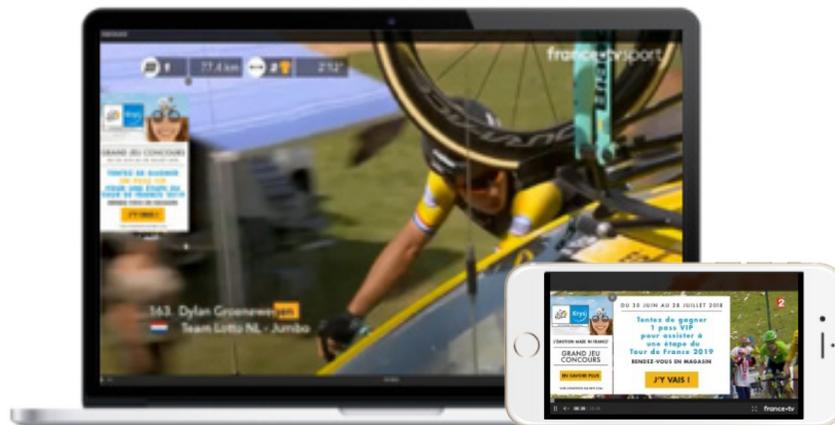
Les bénéfices

Favoriser l'engagement des utilisateurs sur le flux live web grâce à des mécaniques publicitaires innovantes, non intrusives, et sur-mesure : quizz personnalisés, jeux concours, drive-to-web, drive-to-store, branding...¹

Permettre une forte mémorisation de la marque chez l'utilisateur.

La mécanique

- 1) Apparition périodique du format interactif affichant la promesse du dispositif choisi (quizz, jeu concours, drive-to-store, drive-to-web...)²
- 2) Présence d'un bouton call-to-action permettant à l'internaute d'interagir avec le dispositif
- 3) Disparition du module suite au déclenchement du call-to-action ou à l'écoulement de la durée d'apparition²



Ex. 1 : Jeu concours drive-to-web pour KRYSS
(Tour de France 2018)



Ex. 2 : Jeu concours intégré pour ENGIE
(Roland-Garros 2018)

¹ Dispositif Live-in content disponible sur le format web desktop et web mobile

² Périodicité et durée d'apparition déterminées en amont avec l'éditeur

Adsmersive® : Votre publicité vidéo sur-mesure dans un univers VR 360°

Les bénéfices

Plonger l'utilisateur dans une expérience publicitaire immersive et expérientielle.

Conférer à l'annonceur une dimension disruptive et innovante.

La mécanique

Adaptation du spot publicitaire au cœur d'un espace de visionnage 360° VR créé sur mesure, s'inspirant des codes et du territoire de la marque.

Diffusion sur Web Desktop, Mobile ou casque VR*.

L'utilisateur peut évoluer dans cet univers animé en 3 dimensions à 360°:

- Grâce à ses mouvements de tête lorsqu'il est équipé d'un casque de réalité virtuelle
- Grâce à sa souris sur Desktop ou à ses doigts sur plateforme mobile



Dispositif VR 360° innovant:



Conception salon 360°



Conception animation 3D



Spot vidéo 40sec. Max

*Format non disponible in-app france.tv

Preroll enrichi : Faites émerger vos produits et brand assets au sein d'un écran vidéo interactif premium et engageant

Les bénéfices

Enrichissez vos prerolls grâce à des créations sur-mesure et augmentez l'efficacité de vos campagnes vidéo.

La mécanique

Adaptation et enrichissement de votre pré-roll initial par une création sur-mesure en fonction de vos objectifs de marque. Diffusion sur Web Desktop & mobile.

Exemple de dispositifs :

Habillage player



- Un écran vidéo interactif premium, cliquable et performant.

Store Location



- Mise en avant d'un point de vente physique grâce à un habillage vidéo interagissant avec la géolocalisation des utilisateurs.

Brand Mémo



- Une bannière agissant comme un rappel de votre marque tout au long de la lecture de votre pré-roll.

SO channel

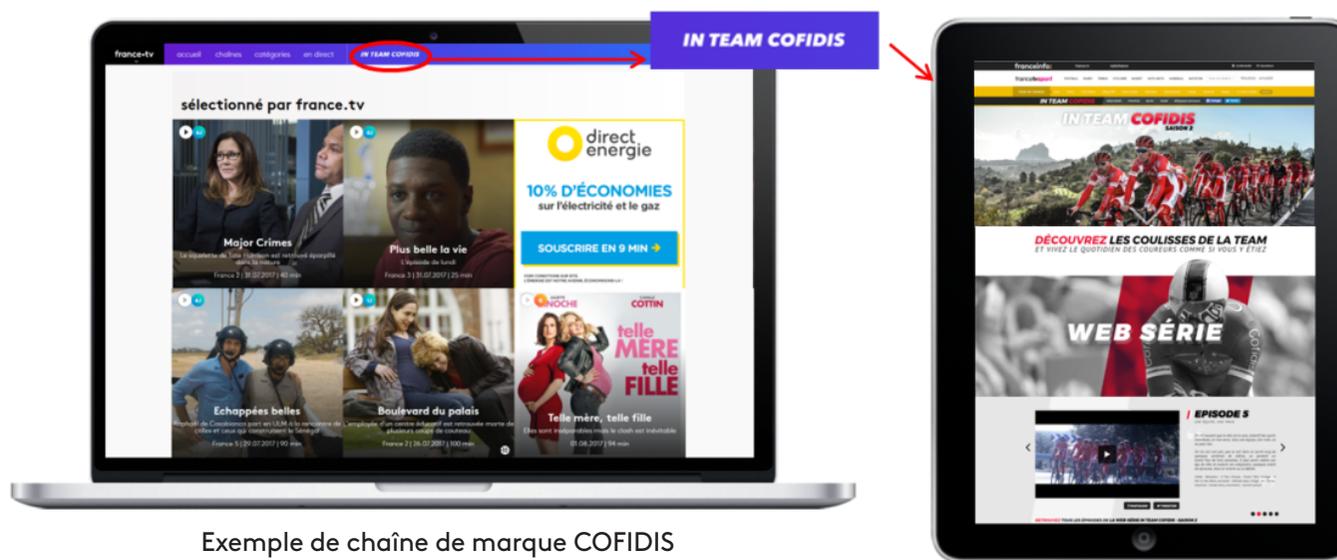
Les bénéfices

Développez votre notoriété et votre image de marque via votre propre chaîne de marque. Emergez dans l'environnement premium france.tv pour faire vivre une expérience différenciante aux internautes.

La mécanique

Créez un espace dédié aux couleurs et à l'identité visuelle de votre marque disponible via un onglet dédié sur nos environnements france.tv et/ou francetvsport.

Créez et développez votre matériel créatif, différenciant et valorisant pour votre marque. Et profitez d'un accompagnement tout au long du projet par une équipe d'experts métiers pour gérer tous les projets de production de contenus.



Exemple de chaîne de marque COFIDIS sur le Tour de France 2017

Tarifs : nous consulter

Les types d'accès à l'offre

ADspace
france•tvpublicité

Multiscreen
TV/Digital

EXchange
france•tvpublicité

Programmatisation
Digital

le **LAB**
france•tvpublicité

Sur mesure

SYGMA : Data Video Access

Les bénéfices

Accédez à nos inventaires vidéo premiums avec du ciblage socio-démo (data loguée), en programmation via un DSP partenaire certifié (Adobe).



La mécanique

qualité	simplicité	fiabilité
<p>LE MEILLEUR DE LA VIDÉO</p> <p>Des inventaires vidéos sur des contenus premiums (brand safety, transparence, complétion) avec de la donnée socio-démo issue du login</p>	<p>PARCOURS D'ACHAT DÉDIÉ</p> <p>L'accès, la sélection et l'achat s'effectuent au sein d'un parcours simplifié dans un DSP</p>	<p>ACTIVATION SÉCURISÉE</p> <p>L'achat et la diffusion sont optimisés par un contrôle qualité technique</p>



5 Les informations complémentaires

Liste des cibles

92

À noter

94



Liste des cibles Socio-Démographiques

Ensemble > 4 ans
Ensemble > 15 ans
Hommes
Hommes 15-49 ans
Femmes
Femmes 15-24 ans
Femmes 15-34 ans
Femmes actives
Femmes RDA 15 ans et plus
Femmes RDA < 50 ans
Femmes RDA avec enfants -15 ans
Responsable achats < 60 ans
Ensemble 15-24 ans
Ensemble 15-34 ans
Ensemble 15-49 ans
Ensemble 35-59 ans
CSP+ chef foyer
Individus CSP+
Actifs
Plus de 100 000 habitants
Enfants 4-10 ans
Enfants 11-14 ans
Garçons 4-14 ans
Ensemble 25-59 ans

Femmes RDA 25-59 ans
Hommes 25-59 ans
Enfants 4-14 ans
Individus 15+ RDA conso+
Individus CSP++ (professions libérales + cadres supérieurs)
Femmes RDA Tanguy (avec enfants -25 ans)
50-70 ans CSP+ actifs ou retraités
Indiv CSP+ 25-49 ans
Femmes RDA Tanguy CSP+ (avec enfants - 25 ans)
Femmes RDA 25-59 ans dans foyer conso+
Individus 25-59 ans dans foyer conso+
Ensemble 11-34 ans
Individus 15+ RDA conso+
Filles 4-14 ans
Ensemble > 25 ans
Ensemble > 50 ans
Ensemble 11-24 ans
Ensemble 25-34 ans
Ensemble 35-49 ans
Hommes 25-49 ans
Hommes 25-34 ans
Hommes < 35 ans
Hommes > 35 ans
Hommes actifs

Femmes 15-49 ans
Femmes 25-34 ans
Femmes 25-49 ans
Femmes 35-49 ans
Femmes > 25 ans
Femmes > 35 ans
Femmes > 50 ans
Hommes 35-49 ans
Ensemble > 35 ans
Femmes RDA > 50 ans
Femmes 25-59 ans
-100 000 habitants
Femmes 35-59 ans
Ensemble > 60 ans
Hommes 35-59 ans
Inactifs
Femmes RDA sans enfants
Individus CSP-
Hommes < 25 ans
Hommes > 50 ans
Enfants 4-14 ans
Ensemble 25-49 ans

Liste des cibles : plus de 80 cibles comportementales et attitudinales

Data Conso



GRP Shoppers : 50 % des foyers qui représentent 71 % du CA des marques nationales (liste des catégories / nous contacter)



GRP Data Auto : 5,6 millions d'individus (10% de la population TV des 4 ans et+) Individus 18+ ayant acheté un véhicule neuf au cours des deux dernières années ou envisageant l'achat dans l'année à venir



GRP Data Banque : 20,1 millions d'individus (35% de la population TV des 4 ans et+) Individus 15+ responsables dans leur foyer de la souscription à des placements financiers



GRP Data Assurance : 25,7 millions d'individus (44% de la population TV des 4 ans et+) Individus 15+ responsables dans leur foyer de la souscription à des produits d'assurances



GRP Data Voyage : 19,7 millions d'individus (34% de la population TV des 4 ans et+) Individus de 15+ responsables des achats de voyages au sein de leur foyer



GRP Data Parfum Femme : 11,7 millions d'individus (20% de la population TV des 4 ans et+) Femmes 15+ ayant acheté un parfum en circuit sélectif (achat au cours des 12 derniers mois en grands magasins ou magasins indépendants ou chez Séphora ou Marionnaud ou Nocibé ou autres chaînes de parfumerie ou duty-free)



GRP Data Parfum Homme : 7,8 millions d'individus (13% de la population TV des 4 ans et+) Hommes 15+ ayant acheté un parfum en circuit sélectif (achat au cours des 12 derniers mois en grands magasins ou magasins indépendants ou chez Séphora ou Marionnaud ou Nocibé ou autres chaînes de parfumerie ou duty-free)



GRP Data E-buyer : 39,7 millions d'individus (68% de la population TV des 4 ans et+) Individus 15+ acheteurs sur internet

Data Life



GRP Data Bio Attentifs

9,0 millions d'individus (15% de la population TV des 15 ans et+)

Individus 15+ acheteurs de produits bio / Attitudes et comportements à l'égard des produits alimentaires bio, des produits hygiène-beauté bio



GRP Data Green Spirit

11,8 millions d'individus (20% de la population TV des 15 ans et+)

Individus 15+ ayant des attitudes et un comportement pro-environnement



GRP Data Made In France

6,9 millions d'individus (12% de la population TV des 15 ans et+)

Individus 15+ acheteurs de produits fabriqués en France

Data Custom

Nous avons désormais la capacité de créer pour vos besoins de ciblage, des **cibles sur-mesure**, totalement **customisées** pour vous.

À noter

Attestation de mandat

Tout annonceur ou groupe d'annonceurs utilisant les services d'un mandataire devra fournir à France Télévisions Publicité une attestation de mandat sur papier à en-tête de l'annonceur pour l'année N (selon le modèle publié sur le site www.francetvpub.fr). Avant toute réservation, un exemplaire original de ce document devra être impérativement adressé par courriel à facturation@francetvpub.fr et par courrier à France Télévisions Publicité (ADV - Facturation), 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément – 92641 Boulogne-Billancourt Cedex. L'attestation de mandat étant établie pour une durée d'un an, il est nécessaire de produire une nouvelle attestation de mandat pour l'année N y compris en cas de mandat inchangé par rapport à l'année N-1.

Périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des conditions commerciales de France Télévisions Publicité 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 au service de l'Administration Des Ventes de France Télévisions Publicité, 64-70 avenue Jean-Baptiste Clément – 92641 Boulogne-Billancourt Cedex, 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 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 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 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 par écrit à France Télévisions Publicité sans délai par le représentant légal ou toute personne habilitée en vue d'une modification du groupe d'annonceurs. Toutes les entités

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

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, France Télévisions 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 France Télévisions Publicité ou si la réalisation de ses engagements par l'annonceur s'avérait manifestement impossible, France Télévisions 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 %.

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 : adv@francetvpub.fr

