CONDITIONS COMMERCIALES

Publicité, Parrainage et Numérique

Vous et nous
dans un monde qui change

#Utilité #Efficacité #Responsabilité

CAP 2021

www.francetvpub.fr

france•tvpublicité

SOMMAIRE

CAP 2021

1 **Édito & Présentation de la régie** P.3

2 **Nos Nouveautés** P.10

3 **Les conditions commerciales** P.39

4 **Nos incontournables** P.67

5 **Informations complémentaires** P.111

1

ÉDITO & PRÉSENTATION DE LA RÉGIE

© Christophe LARTIGE- FTV

© Virginie Bonnefon

ÉDITO

Vous et nous dans un monde qui change :
Utilité • Efficacité • Responsabilité

La crise que nous traversons depuis le mois de mars 2020 est sans précédent. Et s'il est encore trop tôt pour en tirer toutes les leçons – nous ne sommes qu'au début de l'histoire – les premiers mois ont déjà été riches d'enseignements. Les phases successives de sidération, d'incompréhension, d'incertitude, mais aussi d'espoir ou de communion nous ont transformés individuellement et collectivement. Elles ont fait naître **de nouvelles façons de vivre, de se déplacer, de consommer, de travailler et de communiquer**. Elles ont fait émerger de nouvelles attentes et mis en lumière de **belles valeurs de solidarité, d'altruisme, de respect**. La crise n'a peut-être pas tout changé, mais elle a redistribué les cartes.

Les Français ont redécouvert la télévision, et plus particulièrement le service public qui s'est imposé comme le média de référence pour s'informer, comprendre, se distraire, se cultiver, mais aussi pour éduquer, soutenir, rassurer… En moyenne, **plus de 50 millions de téléspectateurs**, dont près de **11 millions de moins de 35 ans,** ont consommé chaque semaine nos programmes ! Alors que les initiatives de plateformes se multiplient, les audiences TV n'ont jamais été aussi élevées et inégalées. Preuve que les chaînes de France Télévisions jouent pleinement leur rôle : elles font société, elles œuvrent **pour le bien commun et la souveraineté culturelle.**

Cette reconnaissance nous honore et nous oblige. Elle nous recentre sur nos missions dont une nous tient particulièrement à cœur chez FranceTV Publicité : **vous accompagner et vous aider dans un monde qui change**.

Vous accompagner et vous aider dans un monde qui change

De même qu'elle a su évoluer pendant le confinement pour devenir plus citoyenne, plus utile, plus informative, la publicité face au défi qui s'annonce – celui de la relance – est amenée à jouer un rôle central pour soutenir une relance durable de l'activité. C'est tout l'objet de notre dernière campagne imaginée par l'agence Altmann+Pacreau. N'en doutez plus, **la publicité sur France Télévisions est un levier de reprise, un investissement tant pour l'annonceur que pour l'économie du pays.**

Cette reconnaissance nous conforte aussi dans les choix stratégiques opérés bien avant la crise : par exemple celui de maintenir une offre de programmes puissante et diversifiée pour répondre aux attentes de tous les publics. Ou celui **de promouvoir une publicité plus responsable et solidaire**, tant sur le fond des messages qu'elle délivre, que sur ses conditions d'accessibilité, de pilotage et de mise en œuvre. C'est la raison pour laquelle après avoir lancé avec succès ADspace l'année dernière pour les agences et les grands annonceurs, **nous déployons cette saison ADspace TPE/PME**, une offre de service simple et agile pour les annonceurs aux budgets plus réduits et dont l'expertise en matière de publicité et d'achat d'espace nécessite davantage d'accompagnement. Enfin, **FranceTV Publicité souhaite accompagner ses annonceurs dans leurs premiers pas en TV segmentée** et a été la première régie à signer avant l'été des accords avec les FAI ouvrant ainsi la voie d'une nouvelle expérience publicitaire pour les annonceurs et pour les téléspectateurs.

Et parce qu'il n'est pas de bonne communication sans une connaissance fine de ses consommateurs, nous venons de lancer **AKOUO**, une plateforme d'écoute active des publics par l'analyse de la data à l'aide de l'Intelligence artificielle. L'outil permet aux marques d'améliorer leur efficacité publicitaire sur France Télévisions qui, pour information, est officiellement, et de loin, le média le plus générateur de ROI pour un annonceur.

Bonne lecture de nos actualités.

Bien à vous,

MARIANNE SIPROUDHIS
DIRECTRICE GÉNÉRALE DE FRANCE TV PUBLICITÉ

france•tvpublicité

Un écosystème complet au service des marques

TV

13 RUE EME · BOING · WB TV · NATIONAL GEOGRAPHIC · SYFY · TOONAMI · TV5MONDE · MY ZEN TV · FRANCE 24 · E · MUSEUM · BOOMERANG · Melody Vintage forever · NATIONAL GEOGRAPHIC WILD · CN · la chaîne météo · TRACE LATINA · TRACE URBAN

france•tv

Près de

50 millions

de téléspectateurs 4 ans + chaque semaine

•2 •3 •4 •5

franceinfo:

DIGITAL

LA MAISON des MATERNELLES · METEO FRANCE · ina · FRANCE 24 · TV5MONDE · Brut. · franceinfo: · MYTARATATA.COM · radiofrance · PLUS BELLE LA VIE · E · Allodocteurs.fr

Médiamétrie – Médiamat – TV tous lieux et écrans internet hors domicile – Couverture quotidienne - Janv-sept. 2020

france•tv
Des audiences toujours en progression

10 M
REACH HEBDO
SUR LES 15-34 ANS EN TV
(+38 % SUR UN AN)

84%
COUVERTURE HEBDO
4 ECRANS
(+5 PTS EN UN AN)

134 M
DE VIDÉOS VUES CHAQUE
MOIS SUR FRANCE.TV
(+34 % SUR UN AN)

Sources :Médiamétrie – Médiamat – TV tous lieux et écrans internet hors domicile – Couverture hebdomadaire - Janv-juillet. 2020
Médiamétrie eStat Streaming, périmètre France.tv + ma TV d'Orange + Mycanal + Molotov, janvier à juillet 2020 vs janvier à Juillet 2019.

france•tv

Le plus grand catalogue gratuit de contenus audiovisuels réunis autour de 3 piliers singuliers : RASSEMBLER, CULTIVER ET ÉDUQUER.

DES ACCORDS EXCLUSIFS SUR LE CINÉMA

UNE RENTRÉE SPORTIVE SPECTACULAIRE

LA JEUNESSE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE

11 000 heures de contenus à forte valeur éducative

UNE PLACE CENTRALE ACCORDÉE À L'ENVIRONNEMENT

NOS ENGAGEMENTS

VOUS AIDER DANS LA REPRISE

VOUS ACCOMPAGNER DANS UN MONDE QUI CHANGE

LA TV REDÉCOUVERTE

L'UTILITÉ SOCIALE DE LA TV PUBLIQUE

LA PUBLICITÉ, UN OUTIL DE VOTRE RELANCE ÉCONOMIQUE

2 NOS NOUVEAUTÉS

© Patrick FOUQUE pour FTV

Nos nouveautés
Offres, Produits et Services

EFFICACITÉ

ROI
- ROI PARTENAIRE
- TIME TO SHOP

REACH
- SOREACH KIDS
- MIRRIAD

QUALITÉ
- QRP REPLAY

DATA
- DATA TREND
- DATA IPTV
- GRP DATA

E-SERVICE
- ADSPACE
- PROGRAMMATIC.TV
- ADRESSABLE.TV

RESPONSABILITÉ
- TERRITOIRE RESPONSABLE
- SPOTLIGHT RESPONSABLE
- CINÉMA
- RÉGION(S) 360

UTILITÉ
- AKOUO CONNECT
- AKOUO DIAGNOSTIC
- AKOUO TRENDS
- GOODVERTISING

2

2.1 L'EFFICACITÉ : VOUS AIDER DANS LA REPRISE

© Delphine GHOSAROSSIAN – FTV

ROI Partenaire

Un engagement sur vos performances

EFFICACITÉ ROI

Un retour sur investissement garanti supérieur de 10 % à la moyenne des chaînes TV

BÉNÉFICES

FranceTV Publicité se positionne comme partenaire de ses clients en s'impliquant sur le retour sur investissement des campagnes classiques sur France.tv.

MÉCANIQUE

FranceTV Publicité s'engage à atteindre à minima un ROI de 10 % supérieur à celui généré par la moyenne des chaînes TV présentes dans les plans pour les annonceurs des secteurs alimentation, automobile, banque-assurance, distribution.

Analyse du ROI :

- **Période** : se fera à l'issue des différentes vagues. Pour les secteurs alimentation et distribution le ROI sera calculé sur le court terme (+4 semaines après la fin de campagne) et pour les secteurs automobile et banque-assurance, le calcul se fera sur le moyen terme (+4 mois après la fin de la campagne).

- **Organisme certificateur** : département modélisation de l'agence média de l'annonceur, ou autre structure indépendante de FranceTV Publicité si un tel département n'existe pas dans l'agence. FranceTV Publicité financera cette analyse. Cette dernière sera réalisée une fois dans l'année, une fois toutes les vagues diffusées.

Une incentive au bénéfice de l'annonceur sera accordée si l'objectif de différentiel du ROI n'est pas atteint.

Incentive :

Si écart > = 10 % : bénéfice annonceur
Si écart < 10 % : 10 % de gracieux programmés par FranceTV Publicité

CONDITIONS COMMERCIALES

- Cette offre s'adresse aux annonceurs des secteurs :

Alimentation | Banque Assurance | Distribution | Automobile

- Hors campagnes branding/institutionnelles
- Accessible pour les clients de FranceTV Publicité sous réserve d'un engagement supplémentaire de 500K€ net (vs n-1) et pour les nouveaux clients pour un engagement de 500K€ net sur l'année 2021
- La part de GRP de France Télévisions devra être d'au moins 20 % sur la cible 15+
- Pour le calcul du ROI, mise à disposition par l'annonceur à l'agence ou au tiers certificateur de 2 ans de back-data
- Ce service est proposé par FranceTV Publicité sous réserve que toutes les conditions soient rassemblées
- Les 10% de gracieux seront calculés sur la base du CA de référence correspondant au CA net de la progression vs n-1

Time to Shop

Une offre dédiée aux acteurs e-commerçants

Une offre clé en main pour vous accompagner sur vos enjeux de visibilité et de « drive to »

EFFICACITÉ ROI

MÉCANIQUE

L'offre Time to Shop vous permet de combiner des mécaniques favorisant l'émergence de votre message, l'engagement des utilisateurs et le « drive to ».

Pré-roll enrichi :
Votre spot vient s'entourer d'un habillage interactif « shopper » avec deux widgets disponibles : Widget Code Promo / Widget Shopping.

Segments data « nouveaux shoppers » :
Choisissez la cible la plus en affinité avec votre marque parmi un catalogue de nouveaux segments très précis : les « e-buyers », les « e-buyers drive* » et les « e-buyers responsables* ».

Surpression pics de connexion :
Nous assurons pour vous une surpression publicitaire sur les jours et tranches horaires les plus performants de france.tv.

QR Code IPTV :
Votre spot publicitaire est enrichi d'un QR Code en IPTV pour vous permettre une visibilité en 4 écrans.

BÉNÉFICES

Une fois combinées, ces quatre mécaniques publicitaires vous offrent une efficacité et une visibilité optimale pour répondre à vos grands enjeux : faire connaître votre marque et développer votre notoriété & engager les utilisateurs pour favoriser le « drive to ».

*Disponibilité courant 2021
Format enrichi dispo en Web PC et Mobile uniquement / Maquette fictive non contractuelle pouvant être modifiée

EFFICACITÉ REACH

SOreach kids

Boostez votre reach auprès des cibles jeunesse

Communiquez autour de nos meilleurs contextes jeunesse et optimisez votre couverture avec le nouveau produit de la gamme SOreach

BÉNÉFICES

- Profitez d'une gamme qui a démontré son efficacité en complétant votre plan TV classique avec du parrainage TV (+1 à 3 pts de couverture en moyenne sur les 4-10 avec une campagne TV classique + SOreach kids vs campagne 100 % TV classique)
- Bénéficiez d'une offre clé-en-main pour optimiser votre campagne avec des billboards 12'' et des mini-génériques de 6'' (possibilité de production des formats)
- Communiquez dans un contexte émergent autour de nos meilleurs programmes jeunesse
- Retrouvez vos performances constatées et extrapolées dans PPR

MÉCANIQUE

Dispositif / base 1 semaine / 1 place disponible

DISPOSITIF		
okoo .3 .4 .5 Boomerang CN Cartoon Network Boing	**+/- 60 présences 12'' et 6''** Hors vacances scolaires **42** GRP 4-10	**20K€ NET HT*** Hors vacances scolaires
	+/- 90 présences 12'' et 6'' Vacances scolaires **52** GRP 4-10	**24K€ NET HT*** Vacances scolaires

Dispositifs et nombre de présences théoriques, données à titre indicatif et sous réserve de la programmation
*Tarifs janvier-février 2021 susceptibles d'évoluer en cours d'année
Conditions commerciales : cf . SOreach p.74

Mirriad

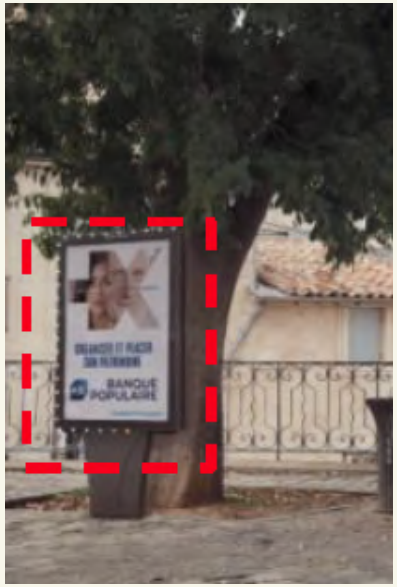
Une intégration qualitative renforcée par du digital

Votre produit présent au cœur de nos contenus premium

EFFICACITÉ
REACH

MÉCANIQUE

Grâce à la technologie d'intelligence artificielle « MIRRIAD », votre produit et/ou ses supports de communication (affichage, 4ème de couverture...) sont intégrés naturellement en post-production au sein de nos fictions et séries.
Un volume de secondes de visibilité est ainsi garanti sur une période déterminée, sur tous les écrans à travers les diffusions linéaires et replay.
Votre prise de parole sera étendue sur France.tv par un dispositif pré-roll, en amont des fictions concernées et en retargeting auprès des publics déjà exposés pour compléter votre message.



Source : recherche de Miaozhen Systems China- Janvier 2018

BÉNÉFICES

- Le placement de produit, un format clair et contextualisé
- Une efficacité démontrée par les études : 58 % de notoriété (+17 pts), 29 % d'incitation d'achat (+20 pts) et 60 % d'intérêt pour la marque
- Une synergie TV/digital pour toucher des cibles complémentaires
- Une extension en pré-roll pour enrichir votre message

PROCESS

1. Mise à disposition du brief annonceur/agence.
2. FranceTV Publicité valide avec MIRRIAD la faisabilité de l'opération, la période et les contenus disponibles.
3. L'agence ou l'annonceur envoie à MIRRIAD le produit et les éléments nécessaires aux intégrations dans les contenus.
4. Retour de FranceTV Publicité sur la répartition des secondes par programme, validée par l'antenne et la production.
5. FranceTV Publicité communique à l'annonceur la période de diffusion des épisodes avec le placement MIRRIAD (3 semaines avant diffusion antennes et digitales).

CONDITIONS COMMERCIALES

Un même annonceur ne peut pas cumuler parrainage et placement de produit d'un même programme.
L'annonceur bénéficie d'une exclusivité sur son produit uniquement en placement de produit.

La facturation sera effectuée par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente 2021. Les frais techniques feront l'objet d'une facturation distincte le cas échéant.

Mirriad

Une intégration qualitative renforcée par du digital

Votre produit présent au cœur de nos contenus premium

EFFICACITÉ
REACH

FICTION PRIME

CANDICE RENOIR,
ASTRID ET RAPHAËLLE...

30 secondes de visibilité sur 2 semaines
Digital : pré-roll 20' + retargeting

50K€
Net HT*

FICTION QUOTIDIENNE

PLUS BELLE LA VIE

50 secondes de visibilité sur 3 semaines
Digital : pré-roll 20' + retargeting

50K€
Net HT*

FICTION DIGITALE

SKAM,
STALK...

30 secondes de visibilité
Digital : pré-roll 20' + retargeting

35K€
Net HT*

*Tarif sous réserve de modification

QRP Replay

Un indice d'excellence en digital

Une publicité est plus efficace quand elle est diffusée dans un contexte de qualité

EFFICACITÉ
QUALITÉ

MÉCANIQUE

Une présence multi device sur les contextes les plus qualitatifs. Création d'un pack vidéo premium basé sur un inventaire bénéficiant d'un QRP minimum 150 sur l'ensemble des programmes de France Télévisions.

Trois critères de qualité définissent le QRP basé sur la perception des programmes par ceux qui les ont regardés :

- Satisfaction
- Attention
- Recommandation

France Télévisions est leader en QRP moyen sur l'ensemble de la journée.

BÉNÉFICES

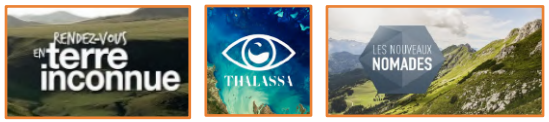
Le contexte éditorial est un critère d'efficacité.
95 % des annonceurs considèrent que l'environnement de diffusion est un levier d'engagement et 100 % pensent que c'est un levier d'efficacité.

L'offre QRP Replay garantie la diffusion de vos publicités dans un contexte de qualité pour plus d'efficacité. Un environnement brandsafe avec un niveau élevé de visibilité et de complétion.

QRP
> 150

Culture

Evasion



Divertissement

Séries, Cinéma

Source : Harris interactive et France TV Publicité – indice QRP
Programmation dépendante des programmes en cours de diffusion sur le site France.tv

EFFICACITÉ DATA

Data Trend

Communiquez auprès des nouvelles cibles

Positionnez votre marque au cœur des nouvelles tendances de consommation

BÉNÉFICES

La crise sanitaire et le confinement que nous avons traversés ont renforcé certaines tendances de consommation auprès des Français et en ont également créé de nouvelles. FranceTV Publicité met à votre disposition un catalogue de NOUVELLES CIBLES afin de vous accompagner dans cette évolution/transformation des consommateurs.

MÉCANIQUE

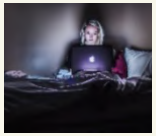
Activez nos solutions de ciblage sur ces nouveaux segments comportementaux :

Les cooks : Le confinement leur a donné le temps de (re)découvrir le plaisir de cuisiner et de mieux manger.

Sweet Home : Suite au confinement, avoir un intérieur confortable, paisible et un jardin luxuriant est devenu un loisir indispensable pour eux.

Take a break : Après une journée / semaine de télétravail ils veulent (re)profiter pleinement de la vie.

Nouveaux shoppers : Les nouveaux shoppers favorisent de plus en plus les achats en ligne. Fervents utilisateurs d'internet, ils y font tous leurs achats.



Big/Binge watchers : Ce sont de fervents amateurs de contenus vidéos en ligne. Ils sont très fidèles, réguliers et ne loupent jamais un épisode de leurs programmes préférés.

Green Spirit : Les green spirit pensent « environnement », et ont intégré cette dimension dans leur mode de vie et leur consommation.

Made in France : La crise sanitaire leur a montré l'importance du local et acheter français est devenu une priorité.

Feel Good : Se sentir bien dans son corps et dans sa tête est désormais une priorité pour beaucoup.

Family School : Le suivi éducatif est un enjeu important et désormais plus intense de la part des familles.

Bio attentifs : En quête de sens dans leur mode de vie, les bio-attentifs font attention aux produits qu'ils achètent et qu'ils consomment.

Bien Manger : Soucieux de préserver leur santé et l'environnement, les adeptes du « bien manger » font attention à leur alimentation. Ils regardent à la loupe la composition des produits et leur provenance.

EFFICACITÉ DATA

Data IPTV

FranceTV Publicité 1ère régie à vous proposer du ciblage data opérateurs en IPTV

BÉNÉFICES

Grâce à nos accords avec les Fournisseurs d'Accès Internet bénéficiez d'une capacité de ciblage inédite pour vos campagnes en replay IPTV, et profitez d'une qualité de data qui vous garantit puissance et performance.

MÉCANIQUE

Activez la data opérateurs en IPTV :

[Depuis 2018] SFR

[en 2020] orange™

BASE OPT-IN / RGPD COMPLIANT

PRÉ-ROLL / MID-ROLL

GÉOLOCALISATION

- Régions
- Départements
- Code postal
- Zone IRIS
- (...)

SOCIO-DÉMO

- Genre (homme, femme)
- Âge (18-24, 25-34, 35-49, 50-64, 65+)
- (...)

CSP

- CSP+
- CSP++
- CSP-
- (..)

COMPOSITION DU FOYER

- Célibataire
- Famille sans enfant
- Famille avec enfants
- Famille nombreuse
- (...)

GÉOLIFE

- Urbain dynamique
- Pavillon familial aisé
- Rural dynamique
- Périurbain en croissance
- (...)

Également disponible dans SYGMA DATA · VIDEO · ACCESS

EFFICACITÉ DATA

GRP Data

Nouveautés dans le ciblage data en TV linéaire

5 cibles data enriching disponibles dans les outils de médiaplanning

BÉNÉFICES

Optimisez votre ciblage sur vos cibles stratégiques grâce au GRP Data.

MÉCANIQUE

Data enriching permet d'intégrer au médiaplanning TV des cibles data crées à partir de comportements digitaux récents.
Observé dans les usages du panel internet de Médiamétrie ou à partir d'une data externe.

Cibles disponibles

- Acheteurs e-commerce (9.8 M)
- Intérêt (intentionnistes) achat automobile (7.8 M)
- Intérêt (intentionnistes) souscription assurances (13.9M)
- Intérêt (intentionnistes) placements financiers (6.5 M)
- Intérêt (intentionnistes) voyages (13.4 M)

Cibles disponibles au Médiamat tenant compte des données de search et d'intentions d'achat.

Disponible dans P&R TV dès janvier 2021.

Mediametrie

Exemple constitution de cible : Intérêt achat automobile

Internautes ayant effectué des requêtes comportant les mots-clés suivants : achat véhicule, achat voiture, achat véhicule neuf, achat voiture neuve, ...

Internautes ayant visité les sous-domaines liés aux 30 constructeurs principaux : concessions.peugeot.fr, contact.bmw.fr, configurateur.seat.fr, ...

Internautes ayant visité les url suivantes, sélection de sites mandataires automobiles et magazines auto pour les guides achat : autoplus.fr/prix-neuf, caradisiac.com/guide-achat-auto, ...

À partir de cette population d'internautes, découpage en «PMG» basé sur le temps passé et ne sont conservés que les internautes les plus engagés.

EFFICACITÉ
E-SERVICE

ADspace

La plateforme d'achat en 1 clic d'espaces publicitaires de FranceTV Publicité

Une plateforme personnalisée d'achat direct et d'optimisation en temps réel, qui accompagne les mutations marché

Lancée en avril 2019, ADspace propose une offre unique sur le marché avec l'intégralité de l'inventaire TV classique, le parrainage et le digital.

Une ambition forte de faciliter et fluidifier toujours plus les relations avec les acheteurs, et un succès incontestable :

- Déjà près de 80M€/an gérés à travers la plateforme
- Près de 200 acheteurs l'utilisent au quotidien
- Plus de 40 agences sont connectées

BÉNÉFICES

- AUTOMATISATION : accompagne l'automatisation de l'achat média.
- SIMPLIFICATION : s'inscrit dans l'évolution métier des acheteurs (optimisation du temps, des étapes et des outils).
- PRODUCTIVITÉ : développe la productivité des agences grâce à un service d'achat optimisé et en temps réel.

UNE OFFRE UNIQUE

Une offre 360°, qui ne cesse de s'étoffer :

- TV CLASSIQUE : tous les espaces y compris les plus premiums
- PARRAINAGE : SOreach+ SOreachpeak
- DIGITAL : HOME PRIME

Une plateforme évolutive destinée à accompagner les mutations marché à court et long terme :

- CONVERGENCE : proposer une offre globale TV-Digital
- TV SEGMENTÉE : accompagner le marché dans cette nouvelle opportunité et faciliter l'achat à tous les acteurs
- OPEN PLATEFORME : ouvrir l'accès à l'ensemble des outils d'achat d'espace à travers des API Planning . Achat . Reporting
  => Dès à présent dans PopTV : vos achats ADspace y sont directement rapatriés et accessibles

ADspace API

EFFICACITÉ
E-SERVICE

ADspace
La plateforme d'achat en 1 clic d'espaces publicitaires de FranceTV Publicité

Des offres exclusives uniquement disponibles dans ADspace

MÉCANIQUE

Tous les mercredis, retrouvez des offres exclusives pour une diffusion à partir du samedi jusqu'au vendredi suivant.
Ces opportunités en net sont **directement accessibles au sein de la grille de disponibilités** (code couleur OR), à **un taux spécifique par écran et par jour*.**

Les 1ers arrivés seront les 1ers servis!
Passé le mercredi, ces offres (sous réserve d'écrans encore disponibles) restent accessibles jusqu'au montage.

Détail des conditions :

Un seul abattement est appliqué écran par écran (non cumulable avec les minorations tarifaires, le cumul des mandats et le taux CGV).

Le prix varie par écran en fonction du nombre de jours avant bouclage et de la demande. Tous les acheteurs ont accès à la même offre, au même moment, et au même prix.

La plateforme affiche le taux exclusif par écran et l'achat est ferme, aucune optimisation/annulation n'est possible.

*Conditions « on top de la négo »

EFFICACITÉ
E-SERVICE

Programmatic.tv

FranceTV Publicité donne accès à l'ensemble de ses inventaires TV linéaire en programmatique

Une nouvelle opportunité d'achat sur un mass-media statutaire qui vous offre reach & simplicité.

MÉCANIQUE

- Un inventaire premium et des écrins éditoriaux •2 •3 •4 •5
  TOUTES nos chaînes et TOUS nos écrans éligibles de J-28 à J-4
- Une offre puissante :
  - Près de 50M de téléspectateurs France Télévisions chaque semaine
  - Couverture hebdo : 87 % de 25-49 ans / 87 % FRDA<50 ans / 88 % CSP+...
- Un achat au **sein d'un DSP, xandr au CPM garanti sur 8 cibles activables :**

-> 15+, 35-59, 25-49, F 25-49, FRDA<50, H 25-49, 15-34, CSP+

- Un ticket d'entrée accessible : 20 K€ minimum/campagne
- Un périmètre de diffusion optimisé par le module ADKYMIA

Un parcours d'achat simple, ouvert et transparent au service de votre productivité : le trader choisit au sein d'un périmètre ouvert, visualise son plan et achète en quelques clics.

Une offre qui réunit tous les KPI d'efficacité et de qualité :
VISIBILITÉ . ATTENTION . BRAND SAFETY . TRANSPARENCE .
AUDIENCE PLANNING . CPM GARANTI SUR CIBLE

Inventaires TV disponibles : J-28 à J-4 de la diffusion
Source : Médiamétrie – Médiamat – Couverture hebdo - Ensemble journée - Juillet 2020

EFFICACITÉ
E-SERVICE

Adressable.tv

La puissance de la TV combinée au ciblage du digital

Soyez au cœur de l'innovation TV et exploitez dès maintenant les nouvelles opportunités business offertes par la TV segmentée

MÉCANIQUE

La TV segmentée permet le ciblage et la personnalisation au niveau foyer des messages publicitaires diffusés en direct sur la TV.

BÉNÉFICES

De nouvelles opportunités business pour de très nombreux annonceurs sur l'ensemble du marché Français :

- Les annonceurs locaux
- Les nouveaux annonceurs TV
- Les annonceurs actifs TV

Découvrez de nouvelles mécaniques publicitaires TV :

- **Ciblage du spot TV** linéaire selon une géolocalisation ou une qualification au niveau du foyer
- **Spot unique ciblé** ou « **multi-versions** » avec plusieurs cibles
- **Insertion simple ciblée** ou « **auto-substitution** » (remplacement d'un spot tv linéaire du même annonceur)
- **Mesure et tracking** des KPIs TV selon les standards du digital (CPM, impressions, complétion par quartiles, capping ...)

De nombreux gains attendus, avec notamment :

- La **performance de campagne** liée au ciblage
- La **baisse du ticket d'entrée TV**
- Sur certaines cibles tactiques/pointues la **réduction de la déperdition inhérente à la TV linéaire**
- La **complémentarité** possible entre campagnes **TV linéaires et TV segmentées**

PLANNING DE LANCEMENT

adressable•tv

Pilote Nov-20 (lancement)

MVP Janv-21 (6-9 mois)

Partenariats bases 3rd party / bases annonceurs (courant 2021)

EFFICACITÉ
E-SERVICE

Adressable.tv

Une innovation très attendue par le marché publicitaire et plébiscitée par nos téléspectateurs

La TV segmentée ouvre de nouvelles opportunités de performance TV et une proposition de valeur pour l'audience avec des spots publicitaires plus affinitaires

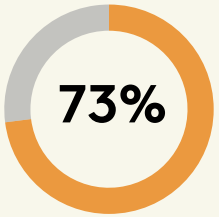
ÉTUDE FranceTV Publicité avec iligo

En Septembre 2019, FranceTV Publicité a mesuré la performance des POC (Proof of Concepts) TV segmentée auprès de 1 249 répondants âgés de 18 à 64 ans représentatifs de la population française.

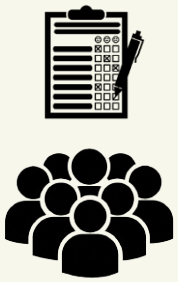
BÉNÉFICES

Une innovation TV qui suscite l'intérêt de par la plus grande pertinence des publicités proposées.

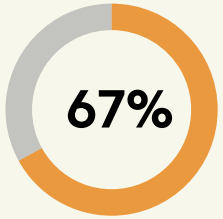
Perception positive



jugent le dispositif TV segmentée intéressant



Pertinence de la pub



d'adhésion au concept TV segmentée

ÉTUDE Oliver Wyman

94% des annonceurs attendent une proposition de **ciblage DATA**

90% des annonceurs éprouvent un intérêt pour la publicité segmentée

68% des annonceurs intéressés par la data souhaitent enrichir ce ciblage avec un critère géographique

EFFICACITÉ
E-SERVICE

Adressable.tv

Des offres publicitaires TV innovantes avec un catalogue de données activables qui s'enrichit avec le temps

Activez la TV segmentée selon un planning de lancement commun au marché

adressable•tvpilote

adressable•2 adressable•3 adressable•5

CIBLAGES DISPONIBLES PHASE PILOTE (novembre à décembre 2020)

Géolocalisation :
Région, département, code postal, zone IRIS

Composition du foyer
Célibataire, famille avec enfant(s), famille nombreuse, famille sans enfant

Consommation TV
Petit-Moyen-Gros consommateur TV

Conditions spécifiques de la phase pilote :

- Pas de croisements data possibles
- Pas d'engagement de parc technique éligible par les FAI
- Seules les impressions livrées sont facturées
- Nombre de packs tv segmenté limité
- Spots éligibles : 20 ou 30 sec. à l'image près, indice format base 20 sec.

Conditions spécifiques dès MVP (2021) :

- Diffusion Pack Vidéo 100 % data TV segmentée + Replay VOD
- Spots éligibles : 15, 20 ou 30 sec. à l'image près, indice format base 20 sec.

Conditions spécifiques globales liées à la tv segmentée :

- Soumission obligatoire à l'avis TV avant diffusion (ARPP)
- Les messages destinés à être diffusés en TV segmentée devront également comporter le moyen d'identification prévu par le décret du 5 août 2020.

adressable•tv

adressable•2 adressable•3 adressable•3 adressable•5 + france•tv

PHASE MVP (à partir de janvier 2021)

Géolocalisation : Région, département, code postal, zone IRIS, zones personnalisées

Socio-démo : Genre : homme, femme / Tranches d'âge : 18-24 ans, 25-34 ans, 35-49 ans, 50-64 ans, +64 ans

Catégorie socio-professionnelle : CSP ++, CSP +, CSP-

Composition du foyer : Célibataire, famille avec enfant(s), famille nombreuse, sans enfant

Consommation TV : Petit-Moyen-Gros consommateur TV

Geolife : Urbain dynamique, pavillonnaire familial aisé, rural dynamique, périurbain en croissance

À VENIR COURANT 2021

- Centres d'intérêts : ciné-séries, sport, actu, fans d'émissions ...
- Type d'habitat : appartement, maison, jardin
- Taille d'agglomération
- Bases externes « 3rd party » d'acteurs de la grande distribution, distribution spécialisée, automobile...
- Bases annonceurs marketing direct (segments clients/prospects base CRM)

2

2.2 RESPONSABILITÉ : RENDRE LA PUBLICITÉ ACCESSIBLE À TOUS

© Romain Rigal

Territoire Responsable

Valorisez votre responsabilité sociétale

Communiquez de manière inédite sur vos engagements en faveur de l'environnement

BÉNÉFICES

- Apportez des preuves à vos engagements en bénéficiant de spots produit sur mesure.
- Bénéficiez d'un écrin de diffusion en communiquant au sein d'un contexte premium.
- Capitalisez sur la qualité d'exposition publicitaire et l'engagement des internautes en communiquant en digital avec le format « Time ».

MÉCANIQUE

- Production sur-mesure de vos spots de 50'' par FranceTV Publicité Conseil. Chaque spot sera diffusé au sein de l'écran 7.21 de Télématin du lundi au vendredi sur France 2.
- Diffusion complémentaire de vos spots au sein des écrans 19.51 (lundi, mercredi et vendredi) sur France 2 et 18.56 (lundi à vendredi) sur France 5.
- Ces spots seront encadrés par un jingle thématisé IN et OUT.
- Communication sur la base de 5 jours consécutifs (5 spots multidiffusés du lundi au vendredi).

Exemple de Découpage de l'écran 7.21 sur F2

- Reprise de votre spot de 50'' sur TV5 et France 24.
- Dispositif Digital : Time (6 250 heures vues).

160K€*
Net HT

*Tarifs susceptibles d'évoluer en cours d'année
Conditions commerciales : cf. La minute p.107

Territoire Respons@ble

Transmettez vos valeurs et engagements en 100 % digital

Communiquez sur vos actions responsables et accompagnez les consommateurs dans une démarche de « mieux consommer »

MÉCANIQUE

Un format enrichi et interactif pour une prise de parole contextualisée.

Jingle contextuel de 5 secondes diffusé en amont de votre spot afin d'annoncer l'engagement de votre marque.

Player enrichi :
2 formats enrichis au sein du player au choix :

Format vidéo-selector
L'utilisateur peut choisir parmi plusieurs pastilles vidéos* illustrant vos actions/engagements.

Format pré-roll enrichi
- Habillage : un habillage interactif vient entourer votre spot et permet à l'utilisateur de cliquer afin d'en apprendre davantage sur vos actions et engagements.
- Split-Screen : l'écran se partage en 2 pour vous offrir un espace
- d'expression supplémentaire/complémentaire.
- Skin-Content : un habillage en forme de « L » s'affiche en complément de votre spot pour mettre en lumière vos actions et engagements.

BÉNÉFICES

Faites émerger vos actions responsables (RSE, composition des produits, bien consommer...) au sein d'un écrin vidéo premium et interactif, et engagez les utilisateurs autour de vos valeurs.

VIDÉO-SELECTOR

SPOT ENRICHI

format enrichi au choix :
Skin-Content/Habillage/Split-Screen

*Vidéos fournies par l'annonceur / Formats enrichis dispo en Web PC et Mobile uniquement / Critère d'éligibilité annonceur soumis à validation du Comité d'éthique FranceTV Publicité/ Maquettes fictives non contractuelles présentées à titre d'exemple pouvant être modifiées / Disponible en gré à gré et en deal programmatique

Spotlight Responsable

Communiquez autour d'évènements en faveur du développement durable

Partagez vos engagements dans un écran contextualisé avant 20h

MÉCANIQUE

Création d'un écran spécial de 100 secondes au sein du 19.51 de France 2 et France 3.
En introduction, un spot de 10'' produit par FranceTV Publicité Conseil explique l'initiative responsable et associe les 3 annonceurs à ce projet.
Les spots suivants sont les 3 publicités des annonceurs participant à cette opération.

Détail du dispositif TV :

Présence via un spot 30'' diffusé avant 20h | 3 fois par semaine les lundis, mercredis et vendredis.
Ecran 19.51 sur F2, F3 + TV5 et National Geographic
→ **12 spots au total**

Prolongement en digital

Pré-roll + display + IPTV dans contexte info + programmes éco, environnement et bien-être : **190 000 impressions** sur **Desktop | Tablette | Mobile** via ciblage Green Spirit, Bio Attentifs et Feel Good.

650 000 impressions IPTV via pack cible Ind 25-65.

BÉNÉFICES

- Communiquez sur vos engagements à une heure de grande écoute
- Une contextualisation de votre message expliquant la démarche responsable dont le coût est partagé entre les 3 annonceurs de l'écran

*Tarifs susceptibles d'évoluer en cours d'année

CONDITIONS COMMERCIALES

Périmètre :
Sont concernés par la présente offre certains espaces publicitaires des chaînes France 2, France 3, National Geographic et TV5 en TV ainsi que des espaces publicitaires sur l'environnement numérique dont FranceTV Publicité, sous réserve de disponibilités planning. Elle sera exclusivement programmée par FranceTV Publicité et sous réserve de l'accord de l'antenne. Une majoration sur l'achat d'espace est intégrée (cf p. 44).

Tout annonceur souhaitant diffuser un message publicitaire dans les écrans de France 2, France 3, National Geographic et TV5 doit obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

La facturation
La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de publicité 2021.
Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

90K€*
Net HT

RESPONSABILITÉ

Cinéma

France Télévisions premier partenaire du cinéma

Une offre unique qui soutient et favorise l'accès à tous les cinémas

MÉCANIQUES

Bénéficiez d'une exposition unique pour accompagner le lancement de vos films sur les antennes et les sites de France Télévisions.
4 gammes de solutions pour le secteur du cinéma avec activation en tv classique, parrainage, digital, solutions créatives, placement de produit, tv segmentée accessibles à tous et qui soutiennent et favorisent l'accès à tous les films de cinéma :

GRAND ÉCRAN

Optimisez votre **visibilité** grâce à des dispositifs premium adaptés :

- La minute Cinéma
- Time Cinéma
- Home ciné

SCÉNARIO

Bénéficiez de **contextes** de qualité afin de faire émerger votre film :

- sponSOpower Cinéma
- Collections Digitales 100% Cinéma
- Box office
- Brut. Cinéma
- Mirriad Cinéma

CINÉPHILE

Ciblez les publics les plus en **affinité** avec votre film :

- Passion Cinéma
- Data Ciné
- Adressable.tv
- C2C Cinéma

PROJECTEUR

Communiquez de manière **puissante** en amont de la sortie :

- Blockbuster
- SOreach
- Ciné Reach by Météo France
- First View sur France.tv

RESPONSABILITÉ

Région(s) 360

Une activation simultanée de tous les formats vidéo

Gagnez en visibilité grâce à la puissance d'un dispositif 360°

BÉNÉFICES

Impacter sa prise de parole : emparez-vous de tous les formats publicitaires de FranceTV Publicité Régions en même temps (Spots Classiques, Parrainages Météo, Pré-roll, ...).
Simple et rapide à mettre en place. Des formats accessibles habituellement au mois ... mobilisable à la semaine (parrainage...).

MÉCANIQUE

Votre spot de pub 20'' décliné en billboard parrainage 12'', pré-roll 20'' durant 1, 2 ou 3 semaines.
Périmètre France 3 Régions et France.tv.

Région(s) 360
1 semaine

SPOTS CLASSIQUES
14 spots
L à D : 12.35 – 19.05 – 19.25 – 20.12
+
PARRAINAGE MÉTÉO SOIRÉE
14 présences – L à D
Météos de 18.57 ou 20.10*
+
DIGITAL
Reprise du spot en pré-roll Géolocalisé sur les contenus de France.tv

Région(s) 360
2 semaines

SPOTS CLASSIQUES
28 spots
L à D : 12.35 – 19.05 – 19.25 – 20.12
+
PARRAINAGE MÉTÉO SOIRÉE
28 présences – L à D
Météos de 18.57 ou 20.10*
+
DIGITAL
Reprise du spot en pré-roll Géolocalisé sur les contenus de France.tv

Région(s) 360
3 semaines

SPOTS CLASSIQUES
42 spots
L à D : 12.35 – 19.05 – 19.25 – 20.12
+
PARRAINAGE MÉTÉO SOIRÉE
42 présences – L à D
Météos de 18.57 ou 20.10*
+
DIGITAL
Reprise du spot en pré-roll Géolocalisé sur les contenus de France.tv

*Positionnement sur la météo Access (vers 18.57) ou Prime (vers 20.10) selon les disponibilités. Possibilité de panachage sur la durée du dispositif.

2

2.3 UTILITÉ :
FAIRE CHANGER LES CHOSES DANS LE BON SENS

© Christophe Lartige

AKOUO Connect

Des connections pertinentes avec vos cibles

Une garantie de progression des items d'image en TV classique

UTILITÉ

BÉNÉFICES

FranceTV Publicité avec AKOUO se positionne comme partenaire de ses clients en les accompagnant dans leur connexion pertinente avec leurs cibles en s'engageant dans l'efficacité branding.

MÉCANIQUE

Par le biais de post-tests d'efficacité réalisés par un institut indépendant, FranceTV Publicité mesurera l'uplift sur 3 items de branding (Classique).

Garantie d'un uplift moyen :

- **+10 %** sur 2 items d'image sur la cible 15+ entre les exposés vs non exposés.
- **+20 %** sur l'item de l'intention (d'achat, de se renseigner...) sur la cible 15+ entre les exposés vs non exposés.

Incentive sur les items choisis et l'intention :

- Différentiel réalisé < 3 points : pas d'incentive
- Différentiel réalisé entre 3 points et 5 points : 3 % gracieux programmés par FranceTV Publicité sur une prochaine vague
- Différentiel réalisé > 5 points : 5 % gracieux programmés par FranceTV Publicité sur une prochaine vague

Incentive limitée à 80K€

CONDITIONS COMMERCIALES

Offre sous réserve de validation de la direction commerciale
Cette offre s'adresse à tous les secteurs

Le plan FranceTV Publicité classique doit être de minimum 300K€ net avec une PDM brute de 20 % (base ensemble journée sur les chaînes historiques + TNT sur la cible 15+).

Exemple calcul du différentiel :

Item image non exposés : 79 %
Item image exposés : 88 %
➔ Uplift = (88 % /72 % -1) = +11,4 %

Mode de calcul pour les incentives
Si cette garantie n'est pas atteinte, l'annonceur se verra proposer une incentive sur sa prochaine campagne.
Gain item d'image 1 : +8 %
Gain item d'image 2 : +8 %
Moyenne 2 items d'image : +8 % vs +10 % attendus
Gain intention d'achat ou renseignement : +18 % vs 20 % attendu

Moyenne des gains des 2 indicateurs (image et intention) = (8+18)/2 = 13 % d'uplift au global vs 15 % attendu, soit -2 pts

AKOUO Connect

Des connections pertinentes avec vos cibles

Une garantie de progression des items d'image et de la notoriété assistée en Parrainage

UTILITÉ

BÉNÉFICES

FranceTV Publicité avec AKOUO se positionne comme partenaire de ses clients en les accompagnant dans leur connexion pertinente avec leurs cibles en s'engageant dans l'efficacité branding des dispositifs de parrainage.

MÉCANIQUE

Par le biais de post-tests d'efficacité réalisés par un institut indépendant, FranceTV Publicité mesurera l'uplift sur 2 items de branding et sur la notoriété assistée d'un dispositif de parrainage (TV et billboard Digital)

Garantie d'un uplift moyen :

- **+10 %** sur 2 items d'image sur la cible 15+ entre les exposés vs non exposés.
- **+15%** sur la notoriété assistée assistée sur la cible 15+ entre les exposés vs non exposés.

Incentive:
Incentive proposée post-campagne à la discrétion de la direction commerciale

CONDITIONS COMMERCIALES

Offre sous réserve de validation de la direction commerciale
Cette offre s'adresse à tous les secteurs

Les marques devront avoir une notoriété assistée de 60% maximum (cible 15+)
Le dispositif de parrainage doit avoir au moins 8 semaines de durée et 500 GRP 15+
Pour les clients FranceTV Publicité, sous réserve d'un engagement TV et digital en progression d'au moins 10% vs 2020
Pour les nouveaux clients, sous réserve d'un engagement TV et digital de 300 K€ nets

Exemple calcul du différentiel :

Notoriété assistée non exposés : 50 %
Notoriété assistée exposés : 58 %
➔ uplift = (58%/50%-1) = 16 %

Item image non exposés : 79 %
Item image exposés : 88 %
➔ Uplift = (88 % /72 % -1) = +11,4 %

AKOUO Trends & Diagnostic
Vous accompagner dans une connexion pertinente

UTILITÉ

Enrichir votre connaissance des publics dans une démarche d'écoute active

MÉCANIQUE

AKOUO est une **plateforme IA, exclusive et propriétaire**, véritable outil d'écoute, qui fait converser différents types de data de connaissance des publics avec l'offre publicitaire **large**, **diversifiée**, et **qualitative** de FranceTV Publicité.

Cette plateforme utilisant l'Intelligence Artificielle connecte, par les champs sémantiques, **4 sources de données complémentaires**. En leur permettant de dialoguer entre elles, la plateforme établit en quelques instants des corrélations. Les sources de données référentes et anonymisées sont :

- les data conversationnelles issues des données publiques du web,
- les data marques collectées par Yougov,
- les data comportementales provenant de Kantar,
- les data programmes issues du Quali TV d'Harris Interactive.

AKOUO Trends : Notre nouveau département de Marketing Services vous accompagne dans la connaissance des publics sur les grands changements sociétaux, les nouveaux cadres narratifs et les imaginaires via des analyses de décryptage sur les connexions existantes entre les publics et les secteurs économiques. Par exemple : Le Mieux Manger, La Voiture de Demain, La Naturalité.

AKOUO Diagnostic : Un service sur mesure pour une meilleure compréhension des affinités, des attentes et des centres d'intérêt des publics, en constante évolution. Un scoring de connexion de votre marque par rapport aux marques de son secteur.

Dans les deux services proposés, FranceTV Publicité propose ainsi à ses annonceurs et à leurs conseils des recommandations pour **une audience planning intelligente, contextuelle au cœur de son offre de programmes TV et numérique.**

BÉNÉFICES

- **Une meilleure connaissance holistique de vos publics**
- **Des connexions pertinentes aux sujets des Français**
- **Médiaplanning intelligent basé sur une approche contextuelle**
- **Relation confiance marque – public**

CONDITIONS COMMERCIALES

Cette offre est éligible à la discrétion de l'équipe commerciale, sous réserve de l'acceptation de FranceTV Publicité.

UTILITÉ

Goodvertising

Donnez du sens à vos campagnes publicitaires

Engageons nous à rendre la publicité plus utile et responsable à travers un dispositif solidaire et participatif

MÉCANIQUE

L'offre Goodvertising vous permet d'effectuer un don à des associations tout en engageant les utilisateurs au travers d'un format interactif. Les internautes ont ainsi la possibilité de choisir au clic une association qui se verra attribuer une part du don grâce à un spot enrichi et participatif.

La mécanique se déroule en 3 étapes :

Étape 1
Un jingle contextuel annonce l'engagement de votre marque et informe l'utilisateur qu'il pourra faire un choix parmi 2 associations proposées.

Étape 2
Votre spot est diffusé dans un format enrichi au sein du player permettant à l'utilisateur de cliquer sur l'association de son choix.

Étape 3
Un message de remerciement apparaît suite au clic de l'internaute.

BÉNÉFICES

Donnez du sens à vos campagnes publicitaires en faisant un don à des associations et engagez votre audience au travers d'un format enrichi premium et participatif.

CONDITIONS COMMERCIALES

Un engagement commun : Le don sera d'un montant de 10% du budget net de la campagne digital dont 5% reversé par l'annonceur et 5% par FranceTV Publicité. Le reversement du don se fera au prorata du nombre de clics sur chacune des associations.
2 associations partenaires de l'annonceur et/ou de FranceTV Publicité seront proposées par campagne en digital.
Critère d'éligibilité annonceur soumis à validation du Comité d'éthique FranceTV Publicité.

Format enrichi disponible en 2021 sur Web PC et Mobile uniquement / Maquette fictive non contractuelle pouvant être modifiée

3

LES CONDITIONS COMMERCIALES

- PUBLICITÉ
- PARRAINAGE
- NUMÉRIQUE

© Delphine Ghosarossian – FTV

3

3.1 LES CONDITIONS COMMERCIALES DE LA PUBLICITÉ

Diffusion entre le 1er janvier 2021 et le 31 décembre 2021

- Décomposition du CA 2021 41
- Terminologie 42
- Conditions tarifaires 43
- Cumul des mandats 47
- Taux CGV 48
- Informations et délais de programmation 51

© Nathalie GUYON – FTV

PUBLICITÉ

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2021 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
- Spotlight Responsable

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
- Publicité secteur cinématographique
- Publicité responsable
- 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

C.A. NET

PUBLICITÉ
Terminologie

Chaînes de France Télévisions (FTV)
Les chaînes de France Télévisions (FTV) regroupent France 2, le réseau national de France 3 (ci-après France 3 National), le réseau régional de France 3 (ci-après France 3 Régions), France 4 et France 5.

Chaînes Thématiques
Les chaînes Thématiques regroupent 13ème Rue, Boing, Boomerang, Boomerang+1, Cartoon Network, E! Entertainment, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, MyZen TV, Melody, Museum TV, National Geographic, National Geographic Wild, National Geographic Channel, Syfy, Toonami, Trace Latina, Trace Urban, TV5 monde « FBS » 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 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 52).

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 45 à 47).

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 48).

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

PUBLICITÉ
Conditions tarifaires

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion est disponible à la page 49. Pour France 2, France 3 National, France 4 et France 5. Le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit (Tarif secteur 1, Tarif secteur 2 ou Tarif secteur 3 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 et France 5. La priorité planning n'est valable que pour le code secteur pour lequel elle a été réservée.

PUBLICITÉ
Conditions tarifaires

Toutefois, si l'annonceur souhaite changer de code secteur après la réservation, le nouveau code doit pouvoir être accepté dans tous les écrans demandés, compte tenu des disponibilités du planning. Dans le cas contraire, l'offre est maintenue en l'état ou annulée conformément au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité.
Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de la priorité planning constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de 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 et France 5 dans la limite des disponibilités du planning.
L'Habillage d'écran est accessible à l'ensemble des écrans publicitaires des chaînes susvisées. La conception et production de l'Habillage d'écran (des secondes intercalaires entre le jingle de la chaîne et le message publicitaire) sont assurées par 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 **SOrta** entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

Spotlight Responsable

+ 30 % sur le Tarif Initial Corrigé de chaque espace publicitaire réservé pour la diffusion du message publicitaire dans le cadre de l'offre Spotlight Responsable. Les frais techniques de production feront l'objet d'une facturation distincte.

PUBLICITÉ
Conditions tarifaires

Minorations tarifaires

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

Nouvel annonceur

Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité, en 2019 et 2020 (hors dotation). Toutefois les annonceurs ayant bénéficié, en 2019 et/ou 2020, 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 2021 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2021 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019 et 2020 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 01/01/2018 et le 31/12/2020. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2021 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 2020 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 2020 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 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 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 et le cumul des mandats.

*Budget en euros bruts hors taxes hors Internet display et hors presse régionale
(Source : Kantar Media – Traitement Pluri Explorer – données au 31 janvier 2021)

PUBLICITÉ
Conditions tarifaires

Publicité d'intérêt général
Bénéficient 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 et le cumul des mandats.

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

Pure Player
Bénéficie d'un abattement de **-60 %** sur le Tarif de Référence, sur les périodes creuses (janvier, février, mai, juillet et du 1er au 20 août 2021), 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 des mandats) et non cumulable avec le taux CGV.

Publicité Secteur cinématographique
Bénéficient d'un abattement sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir un film cinématographique.

	CHAÎNES FTV		CHAÎNES THÉMATIQUES
Budget production du film	Ouvertures de planning	À 2 semaines	Sans contrainte de programmation
< 5M€	-60%	-70%	-75%
Entre 5M€ et 7 M€	-55%	-65%	-70%
≥ 7 M€	-50%	-60%	-65%

La qualification de campagne Secteur cinématographique est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. Attestation Publicité Secteur cinématographique).
Cet abattement est non cumulable avec les minorations tarifaires et le taux CGV (hormis le cumul des mandats).

Publicité Responsable
Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence tout annonceur dont 100% des produits ou services répondent à l'une des normes suivantes :
- **Mieux Manger :** Nutriscore (score A) / Bleu Blanc Cœur;
- **Bio :** AB Agriculture Biologique, Cosmébio;
- **Environnement :** Ecocert, 1 % for the Planet;
- **Commerce équitable / Responsabilité :** Fairtrade/Max Havelaar, B Corp.

La qualification de campagne responsable est attribuée à l'annonceur par France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. Attestation Publicité Responsable).
Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV et le cumul des mandats.

PUBLICITÉ
Conditions tarifaires

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.

Les offres programmatic.tv commercialisées au CPM (...) ne bénéficient pas des conditions tarifaires, du cumul des mandats et du taux CGV.

Cumul des mandats

Bénéficie d'un abattement cumul des mandats de **-1,6 %** tout annonceur ou groupe d'annonceurs ayant confié l'achat d'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 2020 (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 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2021. 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 2021 (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.

PUBLICITÉ
Taux CGV

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

TAUX CGV	Dégressif Volume	Dégressif périodes creuses	Dégressif France 3 Régions	Dégressif chaînes Thématiques	Dégressif numérique

Sont exclus du périmètre d'application du Taux CGV les achats bénéficiant de l'abattement « Publicité secteur cinématographique », les achats des solutions SOgaranty ,SOgaranty+, les achats de programmatic.tv et adressable.tv.

Cependant, les achats des solutions SOgaranty, SOgaranty+, programmatic.tv et adressable.tv participent au calcul du Taux CGV.

Dégressif Volume

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2021 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2021 - 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 %

PUBLICITÉ
Taux CGV

Dégressif périodes creuses

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2021 en périodes creuses (mois de janvier, février, mai, juillet et du 1er au 20 août) sur les Chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET PÉRIODES CREUSES 2021 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 3 Régions

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2021 sur France 3 Régions – hors investissement en SOprime - bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2021 SUR FRANCE 3 RÉGIONS (HORS SOPRIME) INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2021 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 %

PUBLICITÉ
Taux CGV

Dégressif Chaînes Thématiques

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2021 sur les Chaînes Thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2021 SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES INVESTI EN ESPACE TV CLASSIQUE VS CA NET 2021 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 2021 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET NUMÉRIQUE* 2021 CA NET CLASSIQUE 2021 + CA NET NUMÉRIQUE* 2021 EN %		DÉGRESSIF NUMÉRIQUE
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

PUBLICITÉ
Informations et délais de programmation

Ouvertures de planning des achats unitaires pour les Chaînes de France Télévisions :

PÉRIODES DE DIFFUSION	PUBLICATION DES TARIFS	OUVERTURE DE PLANNING	
		OUVERTURE	RETOUR
Janvier - février 2021	13/10/20	06/11/20	23/11/20
Mars - avril 2021	08/12/20	08/01/21	25/01/21
Mai - 20 août 2021	09/02/21	12/03/21	29/03/21
21 août - 31 octobre 2021	11/05/21	04/06/21	21/06/21
Novembre - Décembre 2021	29/06/21	10/09/21	27/09/21

Calendrier des délais de programmation :

		semaine 1							semaine 2							semaine 3							semaine 4							semaine 5							semaine 6							semaine 7						
		L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
Achat unitaire		PROGRAMMATION DÈS LES OUVERTURES DE PLANNING																																																
SOgaranty	J-4 sem	P																											VAGUE SUR LA PÉRIODE D'OUVERTURE DE PLANNING																							
SOgaranty+		PROGRAMMATION DÈS LES OUVERTURES DE PLANNING																																																

Programmation Jour glissant de programmation Jour fixe de programmation

PUBLICITÉ
Informations et délais de programmation

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 2021 sont les suivants :

SECONDES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INDICE	0	22	33	37	41	45	50	52	54	57	60	64	68	71	75
	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
	112	116	121	128	133	138	143	148	153	159	165	169	173	177	181
	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	189	193	197	201	205	209	213	217	221	230	231	233	237	241	260

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

3

3.2 LES CONDITIONS COMMERCIALES DU PARRAINAGE

Diffusion entre le 1er janvier 2021 et le 31 décembre 2021

- Décomposition du CA 2021 54
- Terminologie 55
- Conditions tarifaires 56
- Cumul des mandats 57
- Taux CGV 58

PARRAINAGE

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2021 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 Sept-Déc
- Exclusivité Sectorielle
- Emplacement Préférentiel

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Publicité responsable
- Saisonnalité Eté
- 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

C.A. NET

PARRAINAGE
Terminologie

Chaînes de France Télévisions (FTV)
Les Chaînes de France Télévisions (FTV) regroupent France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4 et France 5.

Chaînes Thématiques
Les chaînes Thématiques regroupent 13ème Rue, Boing, Boomerang, Boomerang+1, Cartoon Network, E! Entertainment, France 24 (signal Monde), La Chaîne Météo, MyZen TV, Melody, Museum TV, National Geographic, National Geographic Wild, National Geographic Channel, Syfy, Toonami, Trace Latina, Trace Urban, TV5 monde « FBS », 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 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 58.

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

PARRAINAGE
Conditions tarifaires

Achat unitaire

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

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
+35 % pour la présentation ou citation de plusieurs marques d'un même annonceur dans une même Opération de parrainage.

Multi-annonceurs
+35 % pour la présentation ou citation de plusieurs annonceurs dans une même Opération de parrainage.

Saisonnalité Sept-Déc
+10 % pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions durant la période Septembre / Décembre.

Exclusivité Sectorielle
+30 % pour exclure les autres variétés d'un même secteur (correspondant au deux derniers chiffres du code secodip) sur un dispositif en co-partenariat.

Emplacement Préférentiel
France Télévisions Publicité garde la maîtrise de la programmation et du plan de roulement de l'ordre de passage des parrains. L'emplacement préférentiel permet à l'annonceur de choisir le positionnement de son dispositif.
+15 % pour choisir l'emplacement d'un dispositif de parrainage en co-partenariat (hors Offres **SOreach**)

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 2019 et 2020 (hors dotation). Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2021 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2021 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019 et 2020 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

Publicité Responsable
Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence tout annonceur dont 100% des produits ou services répondent à l'une des normes suivantes :
- **Mieux Manger :** Nutriscore (score A) / Bleu Blanc Cœur;
- **Bio :** AB Agriculture Biologique, Cosmébio;
- **Environnement :** Ecocert, 1% for the Planet;
- **Commerce équitable / Responsabilité :** Fairtrade/Max Havelaar, B Corp.

La qualification de campagne responsable est attribuée à l'annonceur par France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. Attestation Publicité Responsable).
Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV et le cumul des mandats.

Saisonnalité Eté
-10 % pour l'ensemble des dispositifs parrainage réalisés sur les chaînes de France Télévisions en juillet-août.

PARRAINAGE
Conditions tarifaires

Achat de solution

Les solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs de parrainage qui sont proposés à un prix unique. Tout achat réalisé sous forme de solutions ne pourra être modifié a posteriori. Les achats de solutions bénéficient d'une modulation tarifaire afin d'atteindre le prix de la solution. Ils bénéficient du Taux CGV mais ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par France Télévisions Publicité, à l'exception de l'abattement 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 2020 (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 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021. 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 2021 (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.

PARRAINAGE
Taux CGV

Le Taux CGV se compose d'un dégressif : le Dégressif Volume.
Le dégressif obtenu s'applique sur le Chiffre d'Affaires Net Avant Remise des Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques.

Dégressif Volume
Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2021 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation), bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2021 - 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

3.3 LES CONDITIONS COMMERCIALES DU NUMÉRIQUE

Diffusion entre le 1er janvier 2021 et le 31 décembre 2021

- Décomposition du CA 2021 60
- Terminologie 61
- Conditions tarifaires 62
- Cumul des mandats 64
- Taux CGV 65
- Informations 66

© FTV/ GTV

NUMÉRIQUE
Décomposition du Chiffre d'Affaires 2021 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

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Nouveau partenaire numérique
- Publicité responsable

C.A. NET Avant Remise

- Taux CGV

C.A. NET

NUMÉRIQUE
Terminologie

Sites Internet*
france.tv, france3-regions.francetvinfo.fr, ludo.fr, francetvsport.fr, francetvinfo.fr, education.france.tv, la1ere.fr, leclub.francetv.fr, plusbellelavie.fr, tv5monde.com, mytaratata.com, allodocteurs.fr, france24.com/fr, 13emerue.fr, syfy.fr, fr.eonline.com, france.tvslash, lamaisondesmaternelles.fr, Brut., Radio France (pour les formats vidéo uniquement) : fipradio.fr, francebleu.fr, franceculture.fr, franceinter.fr, francemusique.fr, mouv.fr, radiofrance.fr, ina.fr et meteofrance.com.

Sites mobiles et Applications mobiles*
France Télévisions (site mobile et applications mobiles : france.tv, francetvsport, francetvinfo.fr, C à Vous, 4ème duel, Harry, Slam, 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, Outremer 1ère), TV5 (site mobile et application mobile), Allo Docteurs (site mobile), Brut., 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.

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 (1 000) Pages Vues avec Publicité telles que définies ci-après ou en pratique de mille (1 000) impressions.

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

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

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

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

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

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

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.

NUMÉRIQUE
Conditions tarifaires

Les tarifs font l'objet de modulations saisonnières et peuvent être revus pour tenir compte de l'évolution des données d'audience. France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier la grille des tarifs à l'occasion d'évènements exceptionnels et le droit d'accorder des abattements sur les tarifs après diffusion en raison d'évènements exceptionnels. Les tarifs sont disponibles sur notre site Internet www.francetvpub.fr. Une table de conversion des indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo est disponible à la page 66.

Nos modes de commercialisation

FranceTV Publicité propose plusieurs modes de commercialisation:

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

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 la dite 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 ≤ à 3 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
+20 % pour la diffusion de formats rich média (expand, HTML 5, spot enrichi).

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

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

NUMÉRIQUE
Conditions tarifaires

Minorations tarifaires

Nouvel annonceur
Bénéficie d'un abattement de **-8 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité en 2019 et 2020 (hors dotation).
Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2021 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2021 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019 et 2020 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement le Nouveau Partenaire Numérique.

Nouveau partenaire Numérique
Bénéficie d'un abattement de **-8 %** sur le Tarif de Référence, tout annonceur qui n'a pas communiqué (en gré-à-gré) sur le Numérique commercialisé par France Télévisions Publicité en 2019 et 2020. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2021 ne sera pas considéré comme Nouveau partenaire Numérique. Un annonceur qui communique en 2021 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019 et 2020 par l'intermédiaire d'un autre annonceur ne sera pas considéré comme nouveau partenaire Numérique. Cet abattement est non cumulable avec l'abattement le Nouvel Annonceur..

Publicité Responsable
Bénéficie d'un abattement de **-5 %** sur le Tarif de Référence tout annonceur dont 100% des produits ou services répondent à l'une des normes suivantes :
- **Mieux Manger :** Nutriscore (score A) / Bleu Blanc Cœur;
- **Bio :** AB Agriculture Biologique, Cosmébio;
- **Environnement :** Ecocert, 1 % for the Planet;
- **Commerce équitable / Responsabilité :** Fairtrade/Max Havelaar, B Corp.

La qualification de campagne responsable est attribuée à l'annonceur par France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. Attestation Publicité Responsable).
Cet abattement est non cumulable avec les autres minorations tarifaires hormis les abattements nouvel annonceur, nouvel entrant TV et le cumul des mandats.

NUMÉRIQUE
Conditions tarifaires

Achat de solution

Les solutions sont constituées d'un ensemble de dispositifs du Numérique qui sont proposés à un prix unique (Tarif de Référence). Aucun achat de solutions ne pourra être modifié a posteriori. Les achats réalisés sous la forme de solutions bénéficient d'une minoration afin d'atteindre le prix de la solution. Ils bénéficient du Taux CGV, mais ne peuvent bénéficier d'aucune 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 2020 (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 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2021. 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 2021 (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.

NUMÉRIQUE
Taux des 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 (adressable.tv inclus) en 2021 par Ordre d'insertion bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA NET 2021 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 %

NUMÉRIQUE
Informations

Les indices tarifaires de durée applicables au flux vidéo pour 2021 sont les suivants :

DURÉE EN SECONDES	INDICE FORMAT
15	**90**
16	92
17	94
18	98
19	99
20	**100**
21	102
22	104
23	106
24	109
25	**110**
26	112
27	114
28	116
29	119
30	**120**

DURÉE EN SECONDES	INDICE FORMAT
31	143
32	149
33	155
34	161
35	**168**
36	175
37	182
38	188
39	195
40	**201**
41	206
42	211
43	216
44	221
45	**226**

DURÉE EN SECONDES	INDICE FORMAT
46	231
47	236
48	243
49	248
50	**253**
51	258
52	265
53	271
54	278
55	**284**
56	292
57	300
58	308
59	315
60	**323**

Pour les indices formats > 60 sec. : nous consulter

4 NOS INCONTOURNABLES

© GUYON Nathalie

Nos incontournables
Offres, Produits et Services

EFFICACITÉ

ROI
- DRIVE TO SALES
- C2C
- BRAND PERF

REACH
- SOREACH + SOREACH PEAK
- SPONSO POWER
- SPONSO EVENT
- SOPRIME
- STORY ADS

QUALITÉ
- SPONSOAFFINITY
- SO PLACEMENT
- SO DOTATION
- HOME PRIME
- SKIN CONTENT
- TIME
- AVANT PREMIÈRE
- SHORT AMPLIFY
- BRUT.
- PACKS DIGITAUX

GARANTIE
- SOGARANTY SOGARANTY+
- SOTARGET THEMATIK
- SPONSOMULTY

DATA
- FRANCE TV DATA
- GEO 4
- DATA PARTNER

SERVICE
- STUDIO
- EXCHANGE

RESPONSABILITÉ
- DON SOLIDAIRE
- LA MINUTE'
- SO REGIONS
- EASY PACK

4

4.1 L'EFFICACITÉ :
VOUS AIDER DANS LA REPRISE

© Jean-philippe BALTEL pour FTV

Drive to Sales
FranceTV Publicité s'engage sur les ventes

BÉNÉFICES

Fort de son succès sur l'efficacité du ciblage Shoppers, FranceTV Publicité se positionne comme partenaire de ses clients en démontrant son efficacité sur les ventes et élargit le périmètre des secteurs concernés.

MÉCANIQUE

Via l'étude BehaviorScan de MarketingScan, nous comparerons la différence d'impact sur les ventes en volume d'un plan TV (ou TV et Digital) national accroissant la PDM de France Télévisions et d'un plan test sur lequel France Télévisions est moins investi sur cible sociodémographique. Ces 2 plans seront construits à iso budget net. En fonction de la différence d'impact sur les ventes en volume une incentive en faveur de FranceTV Publicité (si plan renforçant France Télévisions plus efficace) ou une compensation pour l'annonceur (si plan où France Télévisions est moins présent plus efficace) sera activée.

Système d'incentive

Si la différence d'impact 0 < x < 3% : aucune incentive /compensation.
Si la différence d'impact < 0%, mise à disposition de gracieux basés sur la différence d'impact entre les 2 plans.

Exemple calcul de l'impact sur les ventes

Impact volume plan national renforçant France Télévisions :
indice d'efficacité = 118

Impact volume plan test diminuant France Télévisions :
indice d'efficacité = 107

Différence d'impact = 118/107 = 10 %

CONDITIONS COMMERCIALES

- Cette offre s'adresse aux annonceurs des secteurs suivants : alimentation, boissons, entretien, hygiène beauté, distribution alimentaire, beauté circuits spécialisés (parfums, soins), santé pharmacie (médicaments, OTC, beauté, soins), électroménager, cuisine (accessoires de cuisine), bricolage jardin, mode (textile)
- Les 2 plans seront réalisés à iso budget net (hors Digital)
- La campagne TV nationale devra être d'une puissance d'au moins 300 GRP minimum sur une cible pendant 3 semaines
- La part de GRP de France Télévisions devra être augmentée de +20pts vs investissements habituels
- Les plans seront réalisés conjointement avec FranceTV Publicité / l'annonceur / agence
- Les échanges autour de la mise en place du produit se feront à minima 4 semaines avant le début de la campagne
- L'incentive ne pourra être étudiée que 8 à 10 semaines après la fin de la campagne (délais liés à la production des résultats par MarketingScan)
- La prise en charge du coût de l'étude sera partagée entre FranceTV Publicité et l'annonceur à hauteur de 50% chez les 2 parties
- Cette offre est soumise à une analyse de faisabilité de la part de MarketingScan et à l'accord préalable de FranceTV Publicité

Conversation to Conversion

Un bot pour générer des leads !

C2C conversion 2 conversion

EFFICACITÉ ROI

Avec Conversation to Conversion, vous générez, à partir de vos campagnes vidéos des leads sur un bot Whatsapp/Messenger/On site

MÉCANIQUE

Nous retravaillons le cut de fin de votre campagne vidéo, lui ajoutons un call-to-action qui redirige vers un bot créé par nos soins, en partenariat avec levia.ia. Ce bot interactif va au travers de conversations automatisées entre votre client et votre bot vous permettre d'approfondir la connaissance de vos clients, de générer des leads, de créer du drive-to-store. Les scénarios de conversations sont travaillés afin de correspondre à vos problématiques marketing.

1

Spot TV Classique
adaptation de votre spot &
intégration d'un call-to-action vers votre bot sur-mesure

2

Bot Messenger
déploiement de votre bot interactif adapté en fonction de vos objectifs business

BÉNÉFICES

- Connaissance client
- Dynamique conversationnelle
- Relation confiance marque - client

CONDITIONS COMMERCIALES

- Option 1 : ajout d'un CTA Chatbot 4'' à la fin d'un spot 10K€, +0,4 € par conversation(1) hors achat média + hors achat 4'' supplémentaires.
- Option 2 : intégration CTA Chatbot 4'' en remontage** de spot BUDGET FRAIS PRODUCTION 14K€ +0,4 € par conversation* hors achat média.

La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente numérique 2021.
Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

*Périmètre 3 écrans (PC, mobile, tablette) / Visiteurs uniques, base 2 ans et +- Internet global Mediametrie- Mai 2020
*Coûts par conversation dégressifs en fonction du nombre de conversation générées
**Pour le remontage de spot, l'annonceur devra fournir à FranceTV Publicité Conseil : film clean non compressé (format Apple ProRes), musique seule (sans voix), charte graphique (logo/typo), coordonnées comédiennes/comédien

EFFICACITÉ
ROI

Brand X Perf

Une solution publicitaire TV pour combiner le branding et la performance

Une mécanique simple à activer pour accélérer votre trafic sur site et renforcer l'efficacité de vos campagnes TV grâce au drive-to-web

MÉCANIQUE

Bénéficiez de l'accompagnement de FranceTV Publicité pour booster votre trafic en confiant la programmation et l'optimisation de votre campagne à nos équipes.

- **Programmation** réalisée par le planning de FranceTV Publicité
- **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 avec des enseignements et des recommandations

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 et France 5.

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).

EFFICACITÉ
ROI

Br@nd X Perf

Nos solutions publicitaires digitales pour combiner le branding et la performance

MÉCANIQUE

Pré-roll enrichi :
Faites émerger votre message au sein d'un écrin vidéo interactif et combinez :
- La scénarisation, l'émergence, la visibilité… = branding
- L'interaction, l'incitation, le drive to… = performance

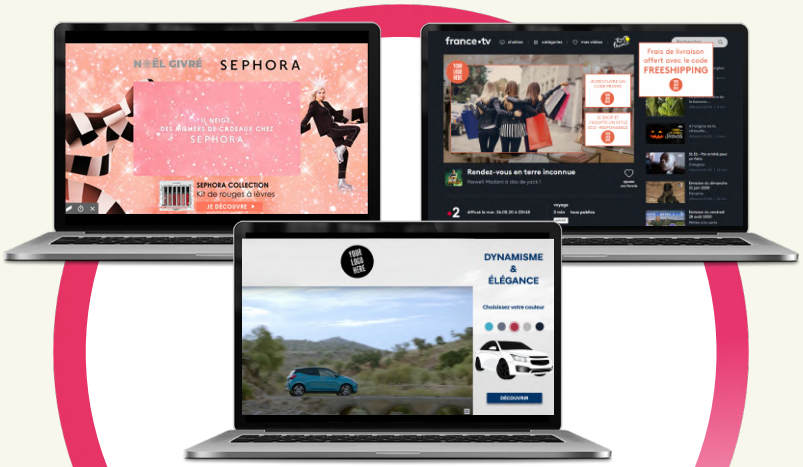
Grâce à « l'habillage drive to », l'utilisateur est incité à cliquer pour se renseigner sur votre marque, pour personnaliser vos produits ou pour se diriger vers votre site e-commerce…

Retargeting :
Votre campagne publicitaire est divisée en deux volets :
1. Faire connaître
2. Favoriser la mémorisation

Nous créons des poches d'exposés publicitaires au volet n°1 (premier spot vidéo) pour un retargeting optimal maximisant la mémorisation et le « drive to » en volet n°2 (second spot vidéo, différent et complémentaire).

BÉNÉFICES

Combinez les deux piliers fondamentaux d'une communication réussie grâce à nos solutions « brand perf » et assurez la visibilité, l'émergence et la performance de vos campagnes.



Formats vidéos enrichis

RETARGETING SUR UNE POCHE D'EXPOSÉ PUBLICITAIRE

Retargeting possible en spot classique ou Short-Roll / Format enrichi disponible en Web PC et Mobile uniquement / Maquette fictive non contractuelle pouvant être modifiée

SOreach+ et SOreach peak

Boostez votre reach !

SOreach

EFFICACITÉ REACH

Optimisez la couverture de votre plan TV classique autour de nos contenus premium d'après 20h

MÉCANIQUE

SOreach+ •2 •3 •5

+/-18 présences en 12''
27 GRP 25-59*
50K€ Net HT*
base 1 semaine 3 places/semaine

SOreachpeak •2 •3 •5

+/-18 présences en 12''
39 GRP 25-59*
60K€ Net HT*
base 1 semaine 2 places/semaine

Performances constatées et extrapolées disponibles dans PPR

CONDITIONS COMMERCIALES

Dispositif / base 1 semaine / 1 place disponible
1. Réservations aux ouvertures de planning
2. Programmation et position de l'annonceur définies par la régie
3. Frais de production du billboard et frais de mise à l'antenne non inclus
4. Annulation possible jusqu'a 6 semaines avant la première diffusion

SEMAINE -10	SEMAINE -8	SEMAINE -6	SEMAINE -4	SEMAINE -2
Publication par FranceTV Publicité des tarifs et des dispositifs SOreach+, SOreach kids et SOreach peak	Demandes sur ADspace à partir des ouvertures de planning	Retours planning FranceTV Publicité en fonction des exclusivités sectorielles et sous réserve de la validation des antennes	Possibilité de production du billboard à partir d'un spot classique	Envoi de la programmation définitive

Dispositifs et nombre de présences théoriques, données à titre indicatif et sous réserve de la programmation
*Tarifs et performances janvier-février 2021 susceptibles d'évoluer en cours d'année

sponSOpower
Parrainez les programmes les plus puissants

EFFICACITÉ
REACH

Avec la gamme sponSOpower, touchez le plus grand nombre

MÉCANIQUE

sponSOpower c'est notamment les Offres :
- Un si grand soleil ;
- N'oubliez pas les paroles ;
- Plus belle la vie ;
- Les soirées Séries & Fictions ;
- Les soirées Cinéma ;
- Les Météos...

BÉNÉFICE

Associez-vous aux programmes récurrents les plus puissants de France Télévisions et maximisez les retombées sur les cibles commerciales.

DISPOSITIF

- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaine(s) de France Télévisions.
- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaine(s) Thématique(s).
- Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, pré-roll, etc.).
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes.

sponSOevent
Parrainez les plus grands évènements

Avec la gamme sponSOevent, associez-vous aux contenus les plus premium

MÉCANIQUE

sponSOevent ce sont des solutions créatives et globales autour :
- du Sport avec les Jeux Olympiques de Tokyo 2020, le Tournoi des VI Nations 2021, Roland-Garros 2021, le Tour de France 2021...
- des Divertissements avec l'Eurovision, Fort Boyard, Boyard Land...
- de la Fiction avec Dix pour cent
- des Documentaires et Magazines évènementiels avec Rendez-vous en Terre Inconnue, Sur le Front...

BÉNÉFICE

Associez-vous à un évènement marquant et prestigieux diffusé sur France Télévisions pour partager ses valeurs et augmenter votre notoriété.

DISPOSITIF

- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, pré-roll, etc.).
- Des dispositifs créatifs et innovants proposés par Le Lab.
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes.

SOprime

Bénéficiez d'un accès privilégié en prime

Positionnez-vous dans les écrans régionaux les plus puissants

SOprime

EFFICACITÉ REACH

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.

MÉCANIQUE

CONDTITIONS COMMERCIALES

Avec **SOprime**, FranceTV Publicité met à disposition dans les outils de médiaplanning national 2 écrans France 3 Régions intitulés 20.12 et 20.15, 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 et 20.15 sur le décrochage Ile-de-France.
Les investissements **SOprime** comme tous les investissements sur les décrochages régionaux ne sont pas pigés par Kantar Media.

Source : Restit TV, janvier-juin 2020

EFFICACITÉ
REACH

Story Ads

Communiquez au cœur des stories Brut.

Embarquez vos audiences dans une expérience engageante et immersive

MÉCANIQUE

1. Story on Demand
Création et production de votre story par Brut. x Le LAB pour votre marque

- Story de 6 à 10 snaps
- Diffusion sur Snapchat Discover
- Amplification sur Instagram possible

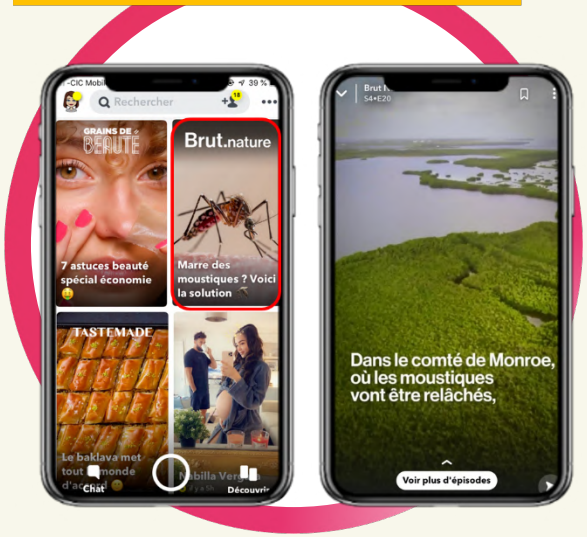
2. Snap Ad
Création d'un Snap Ad par Brut. x Le LAB pour votre marque

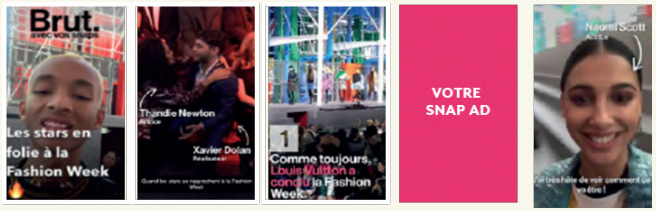
- Snap Ad intégré au sein des contenus Brut. : Stories et Shows
- Snap Ad qui apparaît tous les 3 à 4 Snaps
- Format idéal de 10'' ne pouvant excéder 20''*

BÉNÉFICES

- Un format 100 % vertical pensé pour rendre l'expérience encore plus immersive
- Intégré nativement sur les plateformes les plus consommées par les 18-35 ans à travers un média crédible et engageant
- Une prise de parole idéale pour couvrir un évènement de marque, culturel ou sportif

STORY ADS
BRUT. x SNAPCHAT





SNAP SNAP SNAP SNAP AD SNAP

* Si format supérieur à 20'' nous consulter.

sponSOaffinity

Parrainez les programmes les plus affinitaires

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Avec la gamme sponSOaffinity, créez du lien entre un contenu de référence et votre marque

MÉCANIQUE

sponSOaffinity c'est notamment :

- La Maternité avec La Maison des Maternelles
- La Parentalité avec La Maison des Parents
- La Déco avec la Maison France 5
- La Gastronomie avec Les Carnets de Julie
- Le Jardin avec Silence ça pousse
- La Santé avec le Pack Santé
- La Découverte avec le Pack Evasion

BÉNÉFICE

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

DISPOSITIF

- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) de France Télévisions.
- Des espaces de parrainage sur une (des) Chaîne(s) Thématique(s).
- Des espaces publicitaires et de parrainage Numérique (display, billboard, pré-roll, etc.).
- En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes.

SOplacement
Votre marque au cœur de nos contenus

SOplacement

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Contextualisez votre message en intégrant vos produits dans nos fictions

MÉCANIQUE

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 dans l'écriture) pour une efficacité optimale.
Votre prise de parole sera étendue sur France.tv par un dispositif pré-roll, en amont des fictions concernées et en retargeting auprès des publics déjà exposés pour compléter votre message.

BÉNÉFICES

- Le placement de produit, un format clair et contextualisé
- Un format d'une efficacité redoutable* : **+15 %** gain de notoriété de la marque ou du produit, +21 % gain d'intention de se renseigner, +28 % gain d'intention de recommander à des proches
- Un format apprécié par le public** : +61 % des spectateurs pensent que le placement de produit influence l'image de la marque, +39 % des spectateurs ont réalisé un acte d'achat après avoir été exposés
- Une synergie TV/digital pour toucher des cibles complémentaires
- Une extension en pré-roll pour enrichir votre message

TYPES DE PROGRAMMES

Le dispositif est possible dans les programmes de fictions:
- Plus belle la vie
- Candice Renoir
- Un si grand soleil
- Alex Hugo
- Tandem ...

*Étude Publicis Media Analytics & Insight / « Les Français et le placement de produit » - 2016
**Product Placement Impact base 200 études

CONDITIONS COMMERCIALES

Les opérations de Placement de Produit 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.

SOdotation

Faites émerger vos produits dans nos jeux et divertissements

SOdotation

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Capitalisez sur une visibilité unique et développez votre image de marque

MÉCANIQUE

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.
Votre produit sera visible sur le ou les jeux & divertissements en multi-écrans à travers les diffusions linéaires et replay.
Votre prise de parole sera étendue sur France.tv par un dispositif pré-roll, en amont des jeux & divertissements concernés et en retargeting auprès des publics déjà exposés pour compléter votre message.

BÉNÉFICES

- La dotation : une mise en avant de vos produits originale et qualitative
- Un format qui a fait ses preuves* : +12 pts de notoriété assistée pour la marque, 72 % des téléspectateurs souhaitent se renseigner sur les produits de la marque
- Une synergie TV/digital pour toucher des cibles complémentaires
- Une extension en pré-roll pour enrichir votre message

TYPES DE PROGRAMMES

Le dispositif est possible dans les programmes de jeux :
Tout le monde veut prendre sa place, Questions pour un champion, Slam, Des chiffres & des lettres, Les Z'amours...

CONDITIONS COMMERCIALES

Les opérations de dotation donnent lieu à un achat d'espace, nommé Droit d'Asile (certaines opérations sont possibles en échange marchandise, notamment pour le secteur tourisme et automobile).
Le packshot est réalisé par FranceTV Publicité. Cette mini-séquence présente le produit offert à partir d'images libres de droit fournies par le partenaire. Sa durée est de 8'' ou 12'' avec une incrustation logo de 5''+ un lien URL et un texte descriptif non promotionnel énoncé par la voix off de l'émission.
Un logo de 2'' est visible dans le générique de fin d'émission.
La dotation est cumulable avec le parrainage d'un programme.
Un annonceur **SOdotation** bénéficie d'un abattement de 5 % sur l'achat d'espace Parrainage du même programme.

*Source: Post test dotation Jeff de Bruges et Goliath sur septembre-décembre 2019- Iligo & France Télévisions Publicité

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Home Prime

Préemptez le prime time sur l'écran digital le plus premium

L'IPTV, c'est la qualité du cinéma à la maison

MÉCANIQUE

Préemptez tous nos programmes après 20h en replay sur l'écran de TV principal du foyer. Votre présence est assurée dans un contexte de diffusion très premium (70 % des vidéos vues en replay IPTV france.tv sont des séries-fictions).

BÉNÉFICES

- Un dispositif **100 % visible, 100 % brand safe**
- La garantie d'une **puissance et d'une couverture** (18,4 % de couverture mensuelle pop.FR, 1h04 de durée d'écoute quotidienne)
- Un plus **grand nombre de contacts touchés**, grâce à un écran qui favorise **l'écoute conjointe** (1,44 sur IPTV) : +44 % de contacts offerts
- Un écran **très engageant** : **97 % de complétion publicitaire, +10 points d'attention** vs les autres écrans digitaux

Médiamétrie – Médiamat (seuil : 10 sec consécutives) – Durée d'écoute IPTV – Année 2019 / Restit TV – écoute conjointe FTV IPTV de 20h à Minuit – année 2019 – moyenne constatée / FreeWheel – complétion IPTV – août 2020/ Etude SNPTV et Harris Interactive – Mars 2019 / % temps de fixation oculaire dans la publicité / Disponible en gré à gré et en deal programmatique

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Skincontent

Accompagnez l'expérience live des évènements sportifs grâce à un format interactif et émergent

MÉCANIQUE

- Apparition périodique du format interactif affichant la promesse du dispositif choisi (quiz, jeu-concours, géolocalisation, shopping...).
- Présence d'un call-to-action permettant au skin content de se déployer (sous la forme d'un L inversé) pour que l'internaute puisse interagir avec le dispositif sans interruption du contenu live.
- Le module disparait une fois l'interaction terminée ou à l'écoulement de la durée d'apparition du format.

BÉNÉFICES

Engagement
Une expérience interactive et qualitative sans coupure du contenu en cours de diffusion.

Impact
Une intégration optimale de votre marque qui habille et accompagne le contenu au sein du player.

Efficacité
Une expérience au service de la visibilité de votre campagne :
Surface x Temps d'exposition.

Exemple :
Engie & Roland Garros 2019

LES TROPHÉES DE L'INNOVATION PUBLICITAIRE

Le prix OR dans la catégorie « TIPs Créa & UX »

Dispositif disponible sur environnement web desktop & mobile

Time

Ne payez plus à l'impression mais au temps d'exposition visible

time par france•tvpublicité

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Une expérience publicitaire adaptée aux spots longues durées

MÉCANIQUE

Ce format, 100 % UX, permet de rendre l'utilisateur acteur de sa consommation. Il décide ou non de passer la publicité au bout de 17 secondes de visionnage. Si l'utilisateur souhaite interrompre la publicité, un carton de 3 secondes apparait à l'écran. Dans le cas contraire il pourra visionner l'intégralité de la publicité (durée max 90 secondes).

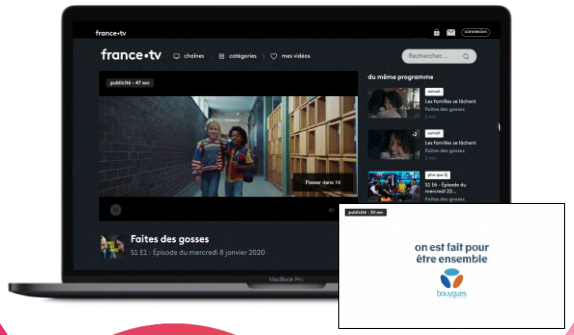
La monnaie d'échange Coût Par Heure Visible (CPHV) consiste à acheter un temps d'exposition visible cumulé à la publicité certifié par le tiers Integral Ad Science.

BÉNÉFICES

L'offre Time propose une expérience publicitaire adaptée aux spots longues durées. Grâce au CPHv, vous ne payez plus à l'impression mais au temps d'exposition visible. Cette nouvelle monnaie d'échange est couplée à un format vidéo spécifique qui propose de donner à l'utilisateur la maîtrise de sa consommation publicitaire.

Un format efficace :

- 43 % des exposés ont choisi de regarder la publicité en intégralité
- 75 % d'attribution à la marque dans le modèle 17 sec de vidéo + 3 sec de packshot



LES TROPHÉES DE L'INNOVATION PUBLICITAIRE
Le prix BRONZE dans la catégorie « TIPs TV & Vidéo »

Disponible en Web PC et Mobile uniquement / Durée du format vidéo : 30 secondes min et 90 secondes max / Minimum de budget : 10K€ / Post-test Ipsos et bilan adserving Adways sur une campagne Bouygues Telecom

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Avant-Première

Communiquez au cœur des nouveaux usages Preview

Bénéficier d'un contexte de consommation premium auprès d'une audience particulièrement engagée avec son contenu

MÉCANIQUE

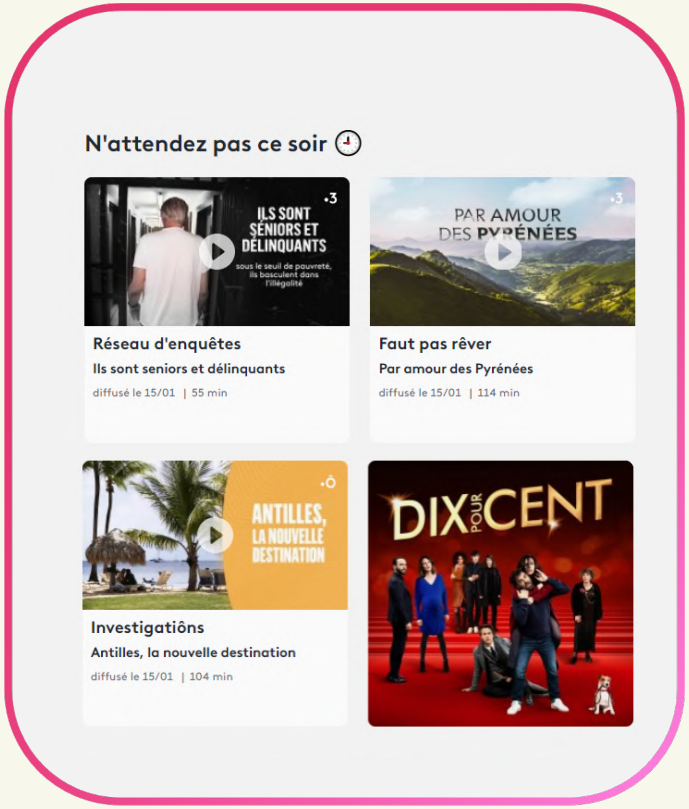
Diffusez votre spot publicitaire sur les contenus disponibles en preview dès 6h du matin sur france.tv.

Cette fonctionnalité, qui permet aux utilisateurs de découvrir les programmes de soirée en avant-première de leur diffusion TV, vous garanti de toucher une audience ultra engagée au sein d'un contexte vecteur d'efficacité.

BÉNÉFICES

Cette offre vous permet d'être au cœur d'une nouvelle fonctionnalité à valeur qui répond aux nouveaux usages de consommation et qui est indispensable pour beaucoup d'utilisateurs :

- 60 % regardent régulièrement un ou plusieurs programmes en preview
- 80 % se disent particulièrement attachés au service, qui leur manquerait si ils n'y avaient pas accès



Étude sur le service Preview FTV / Médiamétrie, février – mars 2020
Disponible en gré à gré et en deal programmatique

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Short-Amplify

Un format au service de la mémorisation de votre message publicitaire

Maximisez la performance de votre spot en l'amplifiant et en travaillant la présence à l'esprit

MÉCANIQUE

L'offre Short-Amplify est une expérience qui permet de lier le format classique Pré-roll et le format 6'' Short-Roll. Cette combinaison amplifie le spot publicitaire pour une meilleure mémorisation du message.

BÉNÉFICES

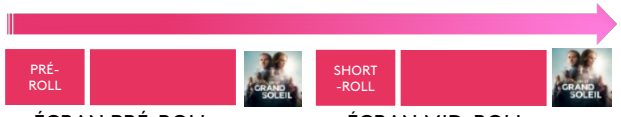
Combinez la qualité de l'expérience avec l'efficacité publicitaire en 4 écrans. Un format efficace pour maximiser la performance de votre spot :

- Ad Impact
  Reconnaissance : 84 % *(vs 81 % pré-roll seul)*
  Attribution : 60 % *(vs 54 % pré -roll seul)*
  Attire l'attention : 81 % *(vs 77 % pré-roll seul)*
  Appréciation : 84 %

- Brand Impact
  Intérêt fort pour la marque : 56 % *(vs 53 % pré-roll seul)*
  Différenciation de la marque : 67 % *(vs 61 % pré-roll seul)*

FORMAT LIÉ
PRÉ-ROLL <> SHORT-ROLL 6''

AMPLIFICATION X PRÉSENCE À L'ESPRIT



Étude Ipsos, mai 2019 / Minimum d'investissement : 20K€

Brut. Engaging ads

Clamez votre différence partout où sont les jeunes

Brut.

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Engagez sur vos initiatives avec le media social crédible auprès des jeunes

MÉCANIQUE

Production et publication sur les pages Facebook et Twitter d'une vidéo Brut. D'environ 3 minutes en partenariat avec votre marque. Possibilité de remontage sur le feed Instagram de Brut. de votre contenu.

BÉNÉFICES

- Bénéficier du transfert de valeur et de la crédibilité d'un média légitime sur les sujets qui intéressent la jeune génération.
- Un traitement éditorial unique à Brut. pour faire résonner vos actions/votre entreprise.
- Une charte graphique et un format séduisant qui épousent les codes des plateformes et mobile first.
- Une offre toute inclus production et diffusion facturé en frais technique.
- Cession des droits sur les canaux propriétaire de l'annonceur pendant une période de 1 an à compter de la diffusion du contenu.
- Engagement de 550K vues à 3 secondes sur le cumul des vues Facebook et Twitter.

CONDITIONS COMMERCIALES

La facturation est effectuée par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente du numérique 2021.

Un dégressif s'applique pour l'achat d'un pack de 3 vidéos produites et diffusées sur 1 trimestre.

Les packs digitaux contenus et cibles

Diffusez votre spot au sein de packs « ultra » affinitaires

EFFICACITÉ
QUALITÉ

Communiquez au sein de contextes ou auprès de cibles en lien avec votre objectif

MÉCANIQUE

Notre volonté : toucher l'ensemble des publics avec une offre de programmes large et variée pour mieux répondre à vos objectifs de ciblage.
Via nos packs « contenus », ciblez les contextes programmes que vous souhaitez.
Via nos packs « cibles » *, touchez une audience en affinité avec vos objectifs de campagne.

BÉNÉFICES

- Garantissez à votre marque un contexte de diffusion selon les contenus ou le ciblage désiré
- Optimisez votre prise de parole autour de contexte brand-safe et premium

CONDITIONS COMMERCIALES

Sont concernés par les présentes l'espace publicitaire sur l'environnement numérique dont FranceTV Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning.

La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente du numérique 2021.

NOS PACKS DE RÉFÉRENCE

PACKS CONTENUS

- Séries et Fictions: 100 % séries françaises, séries quotidiennes...
- Infos et société: Au cœur de l'actu, 100 % magazines, santé & bien-être...
- Jeux et divertissement
- Documentaires: voyages, découvertes
- Art de vivre: Home, Food
- Culture : 100 % culture, 100 % musique
- Sport

PACKS CIBLES

- Ensemble: CSP+, 15-34 ans, 25-49 ans, 25-34 ans, 35-59 ans...
- Femmes: 25-34 ans, 25-49 ans, FRDA 15-49 ans, 35-59 ans...
- Hommes: 25-34 ans, 25-49 ans, 35-59 ans....
- Intentionnistes: Green spirit, Bio attentifs et Made in France

Sur la base des indices d'affinité de Médiamétrie
* Périmètre France.tv et éditeurs externes

SOgaranty et SOgaranty+
Une garantie de diffusion au service de l'efficacité

SOgaranty

EFFICACITÉ GARANTIE

Une présence dans les contextes à forte implication

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* ».

MÉCANIQUE

L'achat des solutions **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 a ce dispositif, tout en maitrisant le « Coût GRP Net Desindicé base 30 secondes » garanti par FranceTV Publicité.

148

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

2 3 5

*5 critères de notation de l'implication programme : intérêt, appréciation, plaisir, fidélité et concentration.
Source : Etude Iligo France TV Publicité - contexte programme et efficacité publicitaire - juillet 2017

SOgaranty et SOgaranty+

Une garantie de diffusion au service de l'efficacité

SOgaranty

EFFICACITÉ GARANTIE

Une présence dans les contextes à forte implication

CONDITIONS COMMERCIALES

L'achat des solutions **SOgaranty** permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4 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 Desindicé base 30 secondes » garanti par FranceTV Publicité.

SOgaranty

1er janv / 31 déc 2021

2 3 4 5

et les chaînes Thématiques

Exclusion de F4 à la demande

CONTEXTE :

Toute la grille à l'exception des écrans suivants :
F2 19.51 du lundi au dimanche
F2 13.21 le samedi et le dimanche
F3 19.51 du lundi au dimanche
F5 19.41 du lundi au dimanche
F5 19.51 du lundi au vendredi

Délai de programmation : S-4 du démarrage

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

SOgaranty+

1er janv / 31 déc 2021

2 3 5

et les chaînes Thématiques

PROGRAMMES À FORTE IMPLICATION

INFOS et MAGAZINES - Télématin -
F2-F3 : 12.00 à 13.99
F2 : 19.50 à 19.99
F5 : 17.00 à 19.99
F3 : 19.00 à 19.99

Délai de programmation : Ouvertures de planning

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

- 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**

SOgaranty et SOgaranty+
Une garantie de diffusion au service de l'efficacité

SOgaranty

EFFICACITÉ GARANTIE

Une présence dans les contextes à forte implication

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

L'annonceur ou son mandataire adressera à FranceTV Publicité son brief de programmation dument complète.
À réception du brief de programmation, FranceTV 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 et/ou de son aménagement ou de son refus dudit brief de programmation en fonction des disponibilités du planning. En tout état de cause, dans l'hypothèse ou FranceTV Publicité viendrait à informer l'annonceur et/ou son mandataire de son refus, ces derniers ne pourront prétendre à aucun dédommagement quel qu'il soit à ce titre.

Dans le cadre de l'acceptation par FranceTV Publicité du brief de programmation, cette dernière adressera à l'annonceur ou son mandataire, le jour ouvre suivant, le plan de programmation de la vague concernée. Dans l'hypothèse du refus par l'annonceur ou son mandataire du plan de programmation transmis par FranceTV Publicité, celui-ci s'engage a en informer, par écrit, FranceTV Publicité, le jour même et ce, au plus tard avant 18h. L'absence de réponse dans ce délai vaut acceptation par l'annonceur ou son mandataire du plan de programmation.

Une même Vague pourra faire l'objet concomitamment de deux modes d'achat : achat unitaire et achat des différentes solutions **SOgaranty**.

Un « Coût GRP Net Garanti Desindicé base 30 secondes » est fixe par cible, en amont de la première demande de programmation en Coût GRP Net Garanti et sera ainsi intègré automatiquement dans le brief de programmation de chaque vague. Ce « Coût GRP Net Desindicé 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 Indice 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 FranceTV 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, des GRP, budget thématiques a hauteur d'au moins 10% du brief global ...) et permettant de fixer le Coût GRP Net Garanti Indice par période et par tranche Day/Access et Après 20h, format base 30 secondes, valide entre FranceTV Publicité et l'annonceur ou son mandataire. Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de FranceTV Publicité a l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique « ADspace ».
Le début des programmations pour le produit SOgaranty commencera le 04/12/20. Les produits SOgaranty+ sont programmables des les 1ères ouvertures de planning du 06/11/20.

SOgaranty et SOgaranty+
Une garantie de diffusion au service de l'efficacité

SOgaranty

EFFICACITÉ GARANTIE

Une présence dans les contextes à forte implication

Afin d'atteindre le « Coût GRP Net base 30 secondes » a plus ou moins 5 %, FranceTV Publicité accordera a l'annonceur une remise et éventuellement des espaces publicitaires gracieux. Dans l'hypothèse de la programmation de 2 messages publicitaires au sein d'un même écran publicitaire, le nombre de GRP de chaque message publicitaire sera pris en compte pour le calcul de son Coût GRP Net (base 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.
FranceTV Publicité se réserve le droit de modifier la programmation de la Vague jusqu'au jour de la diffusion afin d'atteindre le Coût GRP Net base 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 réalises dans le cadre de l'Achat en Coût GRP Net Garanti ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV 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 réalise 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 les chaînes thématiques.
- **Day** désigne les intitules d'écrans compris entre 06.00 et 17.99.
- **Access** désigne les intitules d'écrans compris entre 18.00 et 19.99.
- **Après 20h** désigne les intitules d'écrans compris entre 20.00 et 26.99.

SOgaranty et SOgaranty+

Une garantie de diffusion au service de l'efficacité

SOgaranty

EFFICACITÉ GARANTIE

Une présence dans les contextes à forte implication

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 de -15 ans	GRP DATA E-buyer
Resp. achats <60 ans	Femmes RDA Tanguy	GRP DATA Auto
	(avec enfants de -25 ans)	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 Shoppers

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

SOgaranty et SOgaranty+

Une garantie de diffusion au service de l'efficacité

SOgaranty

EFFICACITÉ GARANTIE

Une présence dans les contextes à forte implication

INDICES PAR PÉRIODES*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	01/01/21 au 07/02/21	08/02/21 au 28/02/21	01/03/21 au 11/04/21	12/04/21 au 16/05/21	17/05/21 au 11/07/21	12/07/21 au 01/08/21	02/08/21 au 22/08/21	23/08/21 au 19/12/21	20/12/21 au 31/12/21
SOGARANTY	90	85	108	100	115	70	60	120	75

INDICES PAR DAY PART & PAR CIBLE 2021

	DAY	ACCESS	APRÈS 20H00**
CIBLES MIXTES ET MASCULINES	92	117	116
CIBLES FÉMININES	90	122	116
CIBLES + & CIBLES COMPORTEMENTALES	93	114	133

* 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

EFFICACITÉ GARANTIE

SOtarget thématik

Accédez à l'ensemble de nos chaînes

Une présence sur des thématiques puissantes et ciblées

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.

MÉCANIQUE

Les packs SOtarget thématik sont constitués d'un ensemble de chaînes séléctionnées en fonction des thématiques consommées par chacune des cibles : Women, Premium, Millennials, Kids.

WOMEN

13 RUE, E!, Melody Vintage forever, SYFY, WB TV, TRACE URBAN, my zen TV, TV5MONDE, NATIONAL GEOGRAPHIC, MUSEUM, BOOMERANG

PREMIUM

13 RUE, Melody Vintage forever, SYFY, WB TV, TOONAMI, TV5MONDE, NATIONAL GEOGRAPHIC, MUSEUM, NATIONAL GEOGRAPHIC WILD, FRANCE 24

MILLENNIALS

SYFY, TOONAMI, WB TV, TRACE URBAN, BOOMERANG

KIDS

BOOMERANG, CN CARTOON NETWORK, BOING

EFFICACITÉ GARANTIE

SOtarget thématik
Accédez à l'ensemble de nos chaînes

Une présence sur des thématiques puissantes et ciblées

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 FranceTV Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans votre espace professionnel « ADspace ».
- OU par mail adressé au service Planning avec les mentions suivantes :
  - nom du produit ;
  - numéro de produit ;
  - format du message publicitaire ;
  - période de diffusion ;
  - pack sélectionné ;
  - budget.

Les packs **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 FranceTV Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

FranceTV 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.

sponSOmulty
Le parrainage garanti et multi-chaînes

sponSOmulty

EFFICACITÉ GARANTIE

Avec la gamme sponSOmulty, bénéficiez d'un dispositif multi-chaînes aux performances garanties

BÉNÉFICE

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

MÉCANIQUE

sponSOmulty c'est notamment :

- La fiction
- Le sport
- L'actu
- La culture
- Le divertissement
- Les jeux
- La météo
- Etc...

DISPOSITIF

Un nombre de GRP sur une cible déterminée sur une (des) chaînes de France Télévisions.
Un volume d'espaces de parrainage sur une (des) Chaînes thématiques.
Un volume d'espaces publicitaires et de parrainage Numérique (billboard, display, etc.).
En option : création d'un player enrichi sur mesure afin d'augmenter l'efficacité de vos campagnes.

*Source: Post test dotation Jeff de Bruges et Goliath sur septembre-décembre 2019- Iligo & France Télévisions Publicité

EFFICACITÉ DATA

France.tv data

Optimisez l'efficacité et le ROI de vos campagnes

Des segments premiums en 4 écrans

BÉNÉFICES

FranceTV Publicité 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 les règles RGPD.

MÉCANIQUE

Activez nos solutions de ciblage data auprès de cibles médias digitales constituées à partir de critères sociodémographiques, de géolocalisation, de comportements, de moments de vie et d'intention d'achat.

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

Une diffusion en 4 écrans : PC, mobile, tablette, IPTV

SOCIO-DÉMO

- Sexe : Hommes, Femmes
- Age : 25-49 ans, 18-34 ans
- CSP : CSP+, CSP++
- …

GÉOLOC

- Régions
- Département
- Ville
- Code postal/IRIS
- …

NEW : 1ÈRE OFFRE DATA OPÉRATEUR EN IPTV

COMPORTEMENTALES

- Petits consos TV
- Bio attentif
- Green spirit
- Fan de sport
- Gamers
- Tech addict
- Fan de musique
- Handies
- …

NEW : 11 NOUVELLES CIBLES À ACTIVER

MOMENTS DE VIE

- Young mum
- Propriétaire de son logement
- Intention crédit immobilier
- Intention assurance
- Déménagement
- …

SHOPPERS

- Acheteurs en ligne
- Acheteurs responsables*
- Acheteurs e-drive*
- Intentionniste par type de secteur/produit (boisson, café)*
- …

LOG OBLIGATOIRE COURANT 2021
INCITATIF DÈS OCTOBRE 2020

Activation 4 écrans selon segment
* Segments disponibles courant 2021

EFFICACITÉ DATA

Geo4
Diffusez vos campagnes géolocalisées

Une présence sur tous les devices dont l'IPTV grâce au ciblage data opérateurs

BÉNÉFICES

L'offre de ciblage géoloc la plus qualitatives en 4 écrans : PC, mobile, tablette et IPTV grâce à des marques fortes (France.tv, France 3 régions.fr, Météo France) et à la data opérateurs.

MÉCANIQUE

Ciblage **Géolocalisation**
(granularité 24 régions)

Campagne **4 écrans**
(IPTV, PC, Mobile, Tablette)

Formats **100 % vidéos**
(in-stream / out-stream)

Inventaire **Premium**
(france.tv, France 3 Régions, Météo France)

Data Partner
Améliorez vos connaissance client

Et maximisez votre efficacité publicitaire

EFFICACITÉ DATA

BÉNÉFICES

Avec sa DMP Mediarithmics, 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 et nous vous accompagnons dans la connaissance de vos clients.

MÉCANIQUE

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
- Insights data via l'apport de connaissance sur la consommation média de vos clients et prospects
- Extension de votre prospection avec la création de jumeaux statistiques à vos clients

Studio

Faites émerger votre message au sein d'un écrin interactif, premium et engageant

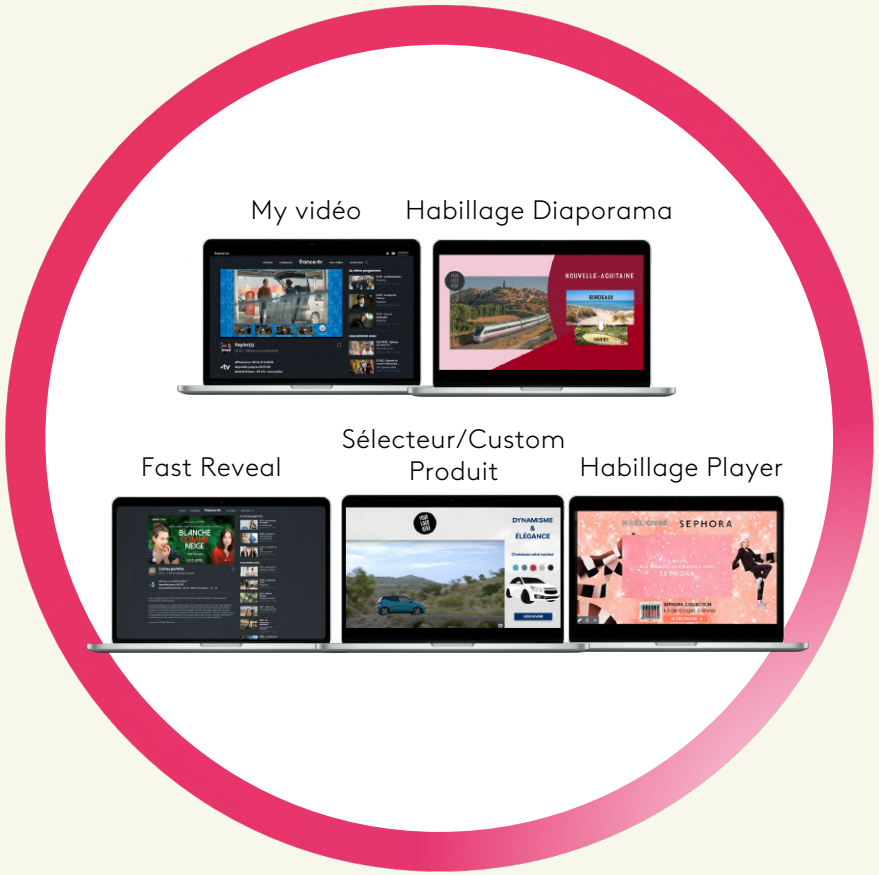
Des créations sur-mesure pour augmenter l'efficacité de vos campagnes vidéos

MÉCANIQUE

Nous adaptons et enrichissons votre pré-roll « classique » par une création sur-mesure en fonction de vos objectifs de campagne.

Exemple d'enrichissement possible :

- My Vidéo : jouez la personnalisation et laissez le choix à l'utilisateur des séquences qu'il souhaite regarder
- Habillage Player : un écrin vidéo interactif, premium, cliquable et performant
- Fast Reveal : l'utilisateur choisit de visionner le spot en intégralité ou bien de cliquer sur le bouton « passer vite » afin d'arriver à un packshot final récapitulant le message principal à retenir
- Sélecteur / Custom Produit : l'utilisateur peut choisir l'aspect de votre produit qu'il souhaite découvrir grâce à un module de choix (couleur, modèle, style...)
- Habillage Diaporama : un diaporama apparaît en parallèle de votre spot pour vous permettre de mettre en avant vos plus beaux visuels



BÉNÉFICES

L'offre Studio s'inscrit dans une démarche de qualité, de personnalisation et de scénarisation du message publicitaire. Travaillez votre discours de marque qui sera valorisé et mis en avant dans un cadre interactif, venant soutenir l'attention portée à votre spot, tout en laissant la liberté à l'utilisateur de gérer sa consommation publicitaire.

Format enrichi disponible en Web PC et Mobile uniquement / Production des formats incluse / Maquette fictive non contractuelle pouvant être modifiée / Disponible en gré à gré et en deal programmatique

EFFICACITÉ
SERVICE

FranceTV Exchange
Une offre programmatique unique

Bénéficiez de tous nos inventaires premiums en programmatique
et combinez qualité et performance

EXchange
france•tvpublicité

VIDÉO
SSP FREEWHEEL
A COMCAST COMPANY

SYGMA
DATA · VIDEO · ACCESS
desktop + mobile

HOME PRIME
short-roll
AVANT-PREMIÈRE

DISPLAY
SSP Google Ad Manager

Brut. · METEO FRANCE · franceinfo: · france•tv sport · Allodocteurs.fr · TV5MONDE · LA MAISON DES MATERNELLES · PLUSBELLELAVIE · MYTARATATA · FRANCE 24 · E!ONLINE · SYFY · (...)

Disponible avec : Adobe Advertising Cloud · Google Marketing Platform Display & Video 360 · MediaMath · verizon Oath: · xandr · theTradeDesk · et autres...

FranceTV Exchange
Une offre programmatique unique

EXchange
france•tvpublicité

EFFICACITÉ
SERVICE

Des solutions pour répondre à l'ensemble de vos besoins : vidéo & display

	VIDÉO	DISPLAY
« Je souhaite un inventaire garanti pour ma campagne vidéo & display	**1. Deal Prog.Garanti** inventaires FranceTV Publicité & MCN france.tv YouTube	**1. Deal Prog.Garanti**
« Je souhaite accéder aux inventaires vidéo & display france.tv Exchange	**2. Deal Floor**	**2. Deal Floor**
	3. Deal Fixe IPTV only	**3. Deal Fixe**
		4. Open Auction

4

4.2 RESPONSABILITÉ : VOUS ACCOMPAGNER DANS UN MONDE QUI CHANGE

© GUYON Nathalie

Don solidaire

FranceTV Publicité innove et s'engage en matière de RSE

Une opération au profit d'associations œuvrant dans les domaines sociaux, éthiques et environnementaux

MÉCANIQUE

En complément d'une campagne active sur nos supports l'annonceur a la possibilité de faire un don solidaire auprès des associations sélectionnées par le comité d'éthique de France TV Publicité.

1. Sélection d'un groupement d'associations

Don environnement :

- France Nature Environnement
- Office National des Forêts

Don global :

- Bayes Impact
- Cékedubonheur
- France Nature Environnement
- Office National des Forêts

2. Sélection d'un montant (multiple de 500 €)

500	1000	1500	...

3. Appel au don :

Matérialisation de la promesse de don envoyée par FranceTV Publicité. Versement de la part de l'annonceur du don à FranceTV publicité qui le reverse aux associations correspondantes.

LES ASSOCIATIONS*

France Nature Environnement fédère 3 500 associations de protection de la nature et de l'environnement, unies pour défendre un monde vivable sur tout le territoire.

Le Fonds ONF-Agir pour la forêt soutient des projets de préservation et de mise en valeur des forêts publiques appartenant à l'Etat et aux collectivités territoriales.

Bayes Impact utilise la technologie pour créer un futur plus juste et inclusif avec une plateforme pour les demandeurs d'emploi et un laboratoire R&D pour aider les citoyen à agir sur le climat.

Cékedubonheur améliore la qualité de vie des enfants à l'hôpital. L'association aide au maintien du lien social et contribue, en partenariat avec le personnel médical et éducatif, à la lutte contre l'isolement.

*La liste des associations est susceptible d'être modifiée à tout moment

La minute'

Partagez votre savoir-faire et valorisez les hommes et les femmes qui font votre entreprise

BÉNÉFICES

- Une opportunité de communiquer sur un format long événementiel et multi-devices (TV,radio & Digital) produit sur-mesure.
- Une offre clé-en main qui inclut les frais de production.

MÉCANIQUE

150K€
Net HT

2 7.50 TÉLÉ MATIN

3 12.35 12/13

5 19.51

5 films de 50'' sur chaque chaîne du lundi au vendredi au cœur de l'actualité du matin au soir

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

100 % IPTV
contexte actualité
900K impressions
3 semaines de diffusion

5 films
1 jour de tournage
1 lieu

*Tarifs susceptibles d'évoluer en cours d'année

La minute' et Territoire Responsable

CONDITIONS COMMERCIALES

Dans le cadre de la présente offre, l'accès prioritaire au planning et à la programmation du message publicitaire format 50'' pour La minute' & Territoire Responsable 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 La minute' et Territoire Responsable, (pour tout autre format nous consulter).
FranceTV Publicité Conseil se charge exclusivement de la réalisation des spots.

Le contenu de la prestation comprend exclusivement :
Élaboration d'un concept créatif sous forme de scripts ; 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 les présentes offres certains espaces publicitaires des chaînes France 2, France 3, France 5, TV5 Monde, France 24 en TV et France Info en radio (pour La minute') ainsi que des espaces publicitaires sur l'environnement numérique dont FranceTV Publicité assure la régie, sous réserve de disponibilités planning.

La facturation sera effectuée distinctement par FranceTV Publicité conformément aux Conditions Générales de Vente de Publicité 2021 et par Radio France Publicité (pour La minute'). Les frais de production feront l'objet d'une facturation distincte.

Les investissements réalisés dans le cadre de la solution La minute' ou Territoire Responsable ne peuvent bénéficier d'aucune autre condition tarifaire proposée par FranceTV Publicité.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de **La minute'** ou **Territoire Responsable** constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif.

Par dérogation au paragraphe « modification, annulation des Ordres » des Conditions Générales de Vente de la Publicité, l'annulation par l'acheteur auprès de FranceTV Publicité d'une réservation **La minute'** ou **Territoire Responsable** 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.

SOrégions

Communiquez sur votre territoire en toute simplicité

Une solution clé en main pour mieux cibler vos clients en TV et digital

BÉNÉFICES

- Un achat facile : une réservation des espaces assurée par FranceTV Publicité
- Un achat malin : un abattement de -30 % à -45 % sur le C.A. Initial
- Un achat digitalisé : un dispositif pensé pour toucher vos cibles sur votre zone de chalandise

MÉCANIQUE

- Visibilité journée + soirée : assurez la visibilité maximum de votre marque sur l'ensemble des écrans France 3 Régions
- Visibilité soirée + weekend : ciblez les tranches horaires les plus propices pour toucher les Actifs

Journée & soirée du Lundi au Dimanche

SO régions 2 semaines (-35%)	SO régions 3 semaines (-40%)	SO régions 4 semaines (-45%)
14 jours* consécutifs en TV **46 spots** Dans le 12/13, le 19/20 et après 20h + Digital	21 jours* consécutifs en TV **70 spots** Dans le 12/13, le 19/20 et après 20h + Digital	30 jours* consécutifs en TV **90 spots** Dans le 12/13, le 19/20 et après 20h + Digital

Soirée + Week-end

SO régions soirée + weekend 2 semaines (-25%)	SO régions soirée + weekend 3 semaines (-27%)	SO régions soirée + weekend 4 semaines (-30%)
14 jours* consécutifs en TV **20 spots** L à D : 19.25 - 20.12 - 20.15 Weekend 12.10 – 12.35 + Digital	21 jours* consécutifs en TV **30 spots** L à D : 19.25 - 20.12 - 20.15 Weekend 12.10 – 12.35 + Digital	30 jours* consécutifs en TV **40 spots** L à D : 19.25 - 20.12 - 20.15 Weekend 12.10 – 12.35 + Digital

*En cas d'encombrement sur nos écrans et pour assurer la bonne diffusion de votre campagne, nous pouvons être amenés à prolonger d'1 semaine maximum ces durées.

Easypack

Renforcez votre visibilité avec une campagne clé en main multi-device et un nombre de contacts garantis

easypack

RESPONSABILITÉ

BÉNÉFICES

Cette offre destinée aux Petites Entreprises permet de renforcer votre visibilité multi-écrans, et garantit un nombre de contacts et de messages publicitaires. Une solution simple intégrant les frais de production.

MÉCANIQUE

•2 •5

NATIONAL GEOGRAPHIC

TV5MONDE

NATIONAL GEOGRAPHIC WILD

370 spots TV
Format 15''

31 MILLIONS
de contacts 4+
en TV et digital

+250 000 Pré-Roll
En digital

50K€
Net HT*

*Frais de production inclus

Easypack

Renforcez votre visibilité avec une campagne clé en main multi-device et un nombre de contacts et dispositif garantis

RESPONSABILITÉ

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 chaines France 2, France 5, National Geographic et National Geographic Wild 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 FranceTV Publicité en fonction des disponibilités du planning.

Les tarifs incluent les frais de production des spots (sur la base d'un spot de 15 secondes) à partir d'images déjà existantes.

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 15 secondes en télévision. Pour toute durée différente, contacter le service commercial de FranceTV 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 FranceTV 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 FranceTV Publicité, à l'exception du cumul des mandats.

En cas d'annulation par l'annonceur, celui-ci restera tenu à l'égard de FranceTV 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-media national réalisé sur l'année 2019 tel que défini dans la partie 3-1 des Conditions Commerciales de la publicité du présent document (minorations tarifaires/Petite entreprise).

5

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

© Jean-philippe BALTEL FTV

Informations complémentaires
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.

Informations complémentaires
À noter

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

ADspace
france•tvpublicité

- CONTACTS -

Tél. : +33 (0)1 56 22 62 00
Fax : +33 (0)1 56 22 62 01
www.francetvpub.fr
https://twitter.com/francetvpub

FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ
S.A. au capital de 38 100 euros
Siren 332 050 038 RCS Nanterre
64-70, avenue Jean-Baptiste Clément
92641 Boulogne-Billancourt Cedex

CAP 2021