



**Conditions
commerciales
et générales
de vente
de la publicité**

**sur France Télévisions
et les Chaînes Thématiques**

CAMPAGNES 2016

Avenant du 9 février 2016

sommaire



P 03 Décomposition du Chiffre d’Affaires 2016

P 04 Terminologie

P 05 Conditions commerciales de vente de publicité sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

P 05 A. Les types d’accès à notre offre

P 05 B. Achat unitaire : conditions tarifaires

P 09 C. Achat de Solutions

P 14 D. Achat en Coût GRP Net Garanti

P 16 E. Achat d’EP Net

P 16 F. Cumul des mandats

P 17 G. Taux CGV

P 20 H. Informations et délais de programmation

P 21 I. Informations complémentaires

P 23 Conditions Générales de Vente de la publicité sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

Décomposition du Chiffre d'Affaires 2016 de la publicité sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

CA INITIAL

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

- Incidents
- Gracieux (*)
- Solutions

CA DE RÉFÉRENCE

Conditions tarifaires (x % du Tarif de Référence)

Majorations tarifaires

- Emplacements préférentiels
- Multi-SECODIP
- Exclusivité
- Co-branding
- Priorité Planning
- Habillage d'écran
- **SORTA**

Minorations tarifaires

- Nouvel annonceur
- Nouvel entrant TV
- Petite entreprise
- Publicité collective
- Publicité collective "charte alimentaire"
- Publicité d'intérêt général
- Publicité Culturelle
- Floating et Floating Edition
- Cumul des mandats

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

CA FACTURE

- Taux CGV

CA NET

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

Terminologie :

• Chaînes de France Télévisions (FTV)

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

• Chaînes Thématiques

Les Chaînes Thématiques regroupent 13^{ème} Rue, E! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, Nolife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, Syfy, Trace Urban, Trace Sport Stars, TV5Monde "FBS" et Vivolta (ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement). Cette liste est susceptible d'être modifiée à tout moment.

• **Les Chaînes** France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les Chaînes Thématiques sont régies par France Télévisions Publicité.

• Numérique

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

• **Nos Solutions** regroupent **SOlaunch**, **SOaffaires**, **SOthématik**, les Solutions TV Géocalisée (**SO20:15**, **SOeasy** et **SOgéoloc**) et **SOdrive** (cf. paragraphe C des présentes Conditions commerciales).

• **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 durant une période comprise entre 2 et 4 Semaines Actives par bloc de 3 jours consécutifs minimum et sans interruption de plus de 7 jours consécutifs.

• **Semaine Active** désigne la période de communication de 7 jours consécutifs durant laquelle la Vague d'un annonceur est effectivement diffusée sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô.

• **Day** désigne les intitulés d'écrans compris entre 0600 et 1799.

• **Access** désigne les intitulés d'écrans compris entre 1800 et 1999.

• **Après 20h00** désigne les intitulés d'écrans compris entre 2000 et 2699.

• 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 paragraphe H.4 des présentes Conditions commerciales).

• Tarif de Référence

Le Tarif de Référence correspond au Tarif Initial corrigé de l'indice format 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 achetés.

• Tarif Facturé

Le Tarif Facturé correspond au Tarif de Référence après application des conditions tarifaires, du cumul des mandats figurant aux paragraphes B et F des présentes Conditions commerciales.

• C.A. Facturé

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

• Tarif Net

Le Tarif Net correspond au Tarif Facturé après déduction du Taux CGV, tel que défini à l'article G des présentes Conditions commerciales.

• C.A. Net

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

Conditions commerciales de vente de la publicité sur France Télévisions et les Chaînes Thématiques

diffusion entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016

Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes. Pour toute durée différente, une table de conversion est disponible au paragraphe H.4 de ce document.

Pour France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit (Tarif Secteur 1 ou Tarif Secteur 2 base 30") sur la base des tarifs publiés par France Télévisions Publicité.

France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier la grille des écrans publicitaires et leurs tarifs.

A. Les types d'accès à notre offre

Liberté et priorité

Achat unitaire

- construction de campagne sur-mesure

Facilité et sécurité

Achat garanti ou achat de Solutions

- programmation assurée par le planning de la régie
- coût GRP économique et compétitif

Liberté et Priorité

L'achat unitaire, soit l'achat en spot à spot, permet à l'annonceur ou à son mandataire de construire ses campagnes sur-mesure en sélectionnant des espaces parmi l'ensemble des écrans publicitaires des Chaînes de France Télévisions ainsi que sur les Chaînes Thématiques.

Facilité et Sécurité

L'Achat en Coût GRP Net Garanti permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô sur les tranches en Day, Access et Après 20h00 pour les annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou la publicité d'intérêt général, en maîtrisant le "Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes" garanti par France Télévisions Publicité.

Nos Solutions permettent à l'annonceur de communiquer sur les Chaînes de France Télévisions et les Chaînes Thématiques en bénéficiant de tarifs attractifs et/ou en maîtrisant le coût de ses achats.

B. Achat unitaire : conditions tarifaires

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, calculées à partir du Tarif de Référence. Le montant des majorations ou minorations correspondantes est ajouté ou déduit du Tarif de Référence.

• Majorations tarifaires

Emplacements préférentiels dans un écran

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

Exclusivité dans un écran

+10% 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 Edition ;
- 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% pour la présentation ou la citation de plusieurs produits ou marques d'annonceurs dans un message publicitaire.

Priorité Planning

+15 % sur le Tarif de Référence 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.

A chaque ouverture de planning, les demandes de réservation d'espaces publicitaires ("Priorité Planning") seront traitées en priorité dans la limite des disponibilités du planning et donneront accès à un emplacement préférentiel (A, B, C, X, Y ou Z) dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô.

La Priorité Planning n'est valable que pour le code secteur pour lequel elle a été réservée. Toutefois, si l'annonceur souhaite changer de code secteur après la réservation, le nouveau code doit pouvoir être accepté dans tous les écrans demandés, compte tenu des disponibilités du planning. Dans le cas contraire, l'offre est maintenue en l'état ou annulée conformément au paragraphe "modification, annulation des Ordres" des Conditions Générales de vente.

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.

A compter du 12 octobre 2016 jusqu'au 11 décembre 2016, l'achat de l'offre Priorité Planning dans les écrans jeunesse (intitulés d'écrans se terminant en 03 sur France 3, France 4 et France Ô et en 05 sur France 5) est réservé aux produits de la classe sectorielle Jouets et Jeux (codes compris entre 32010104 et 32010701 de la nomenclature des codes secteurs). Les emplacements préférentiels ne peuvent être garantis sur cette période.

Habillage d'écran

+ 30 % sur le Tarif de Référence 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.

A chaque ouverture de planning, l'Habillage d'écran bénéficie d'une priorité planning et d'un emplacement préférentiel garanti en position A dans les écrans publicitaires demandés sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô dans la limite des disponibilités du planning.

L'Habillage d'écran est accessible à l'ensemble des écrans publicitaires des chaînes susvisées.

La conception et production de l'Habillage d'écran (des secondes intercalaires entre le jingle de la chaîne et le message publicitaire) sont assurées par France Télévisions Publicité Conseil. Il est précisé que les secondes intercalaires sont à réserver en sus du format du message publicitaire initial.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de l'Habillage d'écran constitue un achat d'espaces publicitaires ferme et définitif. Par dérogation au paragraphe "modification, annulation des Ordres" des Conditions Générales de Vente de la publicité, l'annulation par l'Acheteur auprès de France Télévisions publicité d'une réservation Habillage d'écran entraînera la facturation intégrale de l'espace réservé ainsi libéré.

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

SORTA

SORTA (Real Time Advertising) permet de personnaliser un message publicitaire, diffusé quelques minutes avant, pendant ou après la diffusion d'un programme, et de favoriser davantage l'association entre la marque et le programme préempté.

+ 30 % sur le Tarif de Référence 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.

Exemple de **SORTA**

Sur la base d'un scénario préétabli lors d'une compétition : encouragements et félicitations d'un sportif avec :

- la reprise du spot existant comportant un insert de 6 à 8 secondes juste avant la signature de la marque,
- la mise en avant du résultat sportif (chrono, médaillé d'or...),
- un message de l'annonceur.

3 phases en télévision:

- # Teasing : l'annonceur annonce son soutien auprès du sportif
- # Encouragement : mise en avant de tweet d'encouragement
- # Félicitations : l'annonceur félicite le sportif (record du monde, podium, qualification...)

L'annonceur devra impérativement faire parvenir à l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) une copie du message destiné à être actualisé, en précisant les paramètres d'actualisation, afin d'obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

Toute réservation d'espaces publicitaires réalisée dans le cadre de **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.

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

• Minorations tarifaires

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 2014 et 2015 (hors dotation).

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

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

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 depuis 3 ans.

Un annonceur qui changerait de dénomination sociale ou de nom commercial en 2016 ne sera pas considéré comme Nouvel entrant TV.

Cet abattement est non cumulable avec l'abattement Nouvel annonceur.

Petite entreprise

Bénéficie d'un abattement sur le Tarif de Référence, tout groupe d'annonceurs dont le budget publicitaire pluri-media national réalisé sur l'année 2015 est inférieur à **1 000 000 euros bruts** hors taxes*, selon les modalités suivantes :

Budget publicitaire pluri-media national réalisé sur l'année 2015 En euros bruts HT*		Abattement
0	499 999	-10 %
500 000	999 999	-5 %

* budget en euros bruts hors taxes hors Internet display et hors presse régionale (source Kantar Media - Traitement Pluri Explorer - données au 31 janvier 2016 - Temporis non valorisés)

La qualification de Petite entreprise est attribuée par France Télévisions Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-média national réalisé sur l'année 2015 par un groupe d'annonceurs grâce au logiciel Media-Explorer.

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

Publicité collective

Bénéficie d'un abattement de **-5%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur éligible à la publicité collective.

La publicité collective sert à promouvoir un secteur d'activité, un groupement de professionnels, une catégorie de produits ou de services présentés sous leur appellation générique (exemple : les produits laitiers).

La qualification de campagne collective est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier (cf. fiche publicité collective).

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

Publicité collective "charte alimentaire"

Bénéficie d'un abattement de **-7%** sur le Tarif de Référence, tout annonceur éligible à la publicité collective "charte alimentaire".

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

La qualification de campagne collective "charte alimentaire" est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier.

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

Publicité d'intérêt général

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

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

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

Publicité culturelle

Bénéficie d'un abattement de **-5%** sur le Tarif de Référence, les campagnes visant à promouvoir une activité culturelle ou sociale ayant un contenu pédagogique, à l'exclusion des activités à but principalement commercial.

La qualification de campagne culturelle est attribuée par France Télévisions Publicité après étude du dossier.

La présence de logotypes ou la citation de partenaires est autorisée à condition qu'elle soit discrète (moins de 3 secondes de présence et moins de 1/6 de la taille de l'écran) et que les partenaires concernés ne relèvent pas de secteurs interdits de publicité télévisuelle.

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

Floating et Floating Edition

Bénéficie d'un abattement de **-15%** sur le Tarif de Référence :

- tout annonceur (hors secteur Edition) ayant investi un budget dans les 9 jours précédant la diffusion⁽¹⁾.

Le montant de l'investissement réalisé en Floating est plafonné à 15% du chiffre d'affaires de Référence 2016 (hors Achat en Coût GRP Net Garanti et hors Solutions) sur les Chaînes de France Télévisions.

Cet abattement s'applique uniquement aux écrans des Chaînes de France Télévisions.

- tout annonceur appartenant à la famille sectorielle de l'Edition (identifiée dans la nomenclature par les codes secteurs relevant de la famille 16) ayant investi un budget dans les 8 jours précédant la diffusion⁽²⁾. La programmation est assurée par France Télévisions Publicité.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de déprogrammer tout ou partie de l'espace de cette programmation et ce jusqu'à sa diffusion.

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

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

C. Achat de Solutions

FrancetvpublicitéSOLutions est composé de 7 Solutions :

- **SOlaunch**
- **SOaffaires**
- **SOthématik**
- Tv Géolocalisée
 - **SO20:15**
 - **SOeasy**
 - **SOgéoloc**
- **SOdrive**

Une solution est indissociable et ne peut pas 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.

SOlaunch

SOlaunch associe des espaces publicitaires en TV (espace classique) et Numérique (en pré-roll) offrant à l'annonceur une visibilité maximum pour appuyer des lancements de produits et opérations événementielles.

Cette Solution permet à l'annonceur de communiquer pendant 1 semaine concomitamment sur les chaînes France 2, France 3 National, France 5 et France Ô (espace classique) et sur l'offre Numérique de France Télévisions Publicité (en pré-roll, en rotation générale).

La Solution SOlaunch offre pour 1 semaine de communication:

- une garantie de présence dans tous les écrans d'accès pendant 7 jours sur les chaînes France 2, France 3 National, France 5 et France Ô, en emplacement préférentiel dans la limite des disponibilités du planning.
- un nombre de pré-roll pour le Numérique.

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre de l'achat de la Solution **SOlaunch** est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité et bénéficie pour l'espace classique d'une priorité aux ouvertures de planning.

MÉCANIQUE

ESPACE CLASSIQUE TV

1 message publicitaire par chaîne et par soirée sur les 4 chaînes pendant 1 semaine



- + Emplacement préférentiel (libre choix)
- + Priorité aux ouvertures de planning



NUMERIQUE

1 million de pré-roll de 20h à 24h délivrés en 1 semaine rotation générale sur l'environnement francetvpublicité en replay



TARIFS

Secteur 1 : 120 000€ Net HT**

Secteur 2 : 140 000€ Net HT**

* La régie se réserve le droit de modifier l'intitulé de l'écran sur France Ô en fonction de la programmation de l'éditeur / dernière présence sur la case Access (1900-1999).

**Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes en télévision. Pour toute durée différente, contacter le service commercial de France Télévisions Publicité.

Pour France 2, France 3 National, France 5 et France Ô, le tarif de chaque espace publicitaire est déterminé en fonction du code secteur principal du produit (Tarif Secteur 1 ou Tarif Secteur 2 base 30") sur la base des tarifs publiés par France Télévisions Publicité.

Les achats **SOlaunch** s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, secteur, cible, dates de communication, format ...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique "Espace Pro".

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

SOaffairs

SOaffairs permet aux annonceurs éligibles à la qualification de Petite entreprise* de communiquer pendant 3 ou 4 semaines sur les chaînes France 2, France 3 National, France 5 et France Ô dans les écrans avant 20h. Dans le cadre de la Solution **SOaffairs**, l'annonceur bénéficie d'un certain nombre de diffusion de son message publicitaire lui garantissant un volume de contacts.

* La qualification de Petite entreprise est attribuée par France Télévisions Publicité après vérification du budget publicitaire pluri-media national réalisé sur l'année 2015 tel que défini dans la partie B- Achat unitaire /minorations tarifaires/ Petite entreprise.

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



Campagne TV sur 3 semaines

50 000€ NET HT

base format 20"

+/- 20 millions de contacts 15+
+/- 30 spots

Campagne TV sur 4 semaines

90 000€ NET HT

base format 20"

+/- 30 millions de contacts 15+
+/- 60 spots

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

Les achats **SOaffairs** s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, cible, dates de communication, format ...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité : www.francetvpub.fr dans la rubrique "Espace Pro".

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

SOthématik : Performance & Affinité contextuelle sur cible

Une sélection de chaînes alliant puissance et affinité, pour un Coût GRP Net garanti.

Les Solutions **SOthématik** sont constituées d'un ensemble de Chaînes Thématiques sélectionnées en fonction des thématiques consommées par chacune des cibles ci-dessous.

FEMMES RDA <50 ans	15-34 ans	25-49 ans	ICSP+

Elles peuvent être réservées dès l'ouverture de planning. Elles sont indissociables et ne peuvent pas être recomposées.

Les achats **SOthématik** se font soit :

- sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, cible, dates de communication, format ...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique "Espace Pro".
- **OU** par mail adressé au service Planning avec les mentions suivantes:
 - Nom du produit
 - Numéro de produit
 - Format du message publicitaire
 - Période de diffusion
 - Solution sélectionnée
 - Budget

Les Solutions **SOthématik** sont programmées à la seule discrétion de France Télévisions Publicité qui s'engage à respecter le coût GRP Net Garanti par cible négocié.

Les investissements réalisés dans le cadre des Solutions **SOthématik** ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats et du Taux CGV.

France Télévisions Publicité se réserve le droit :

- de programmer les Solutions **SOthématik** en fonction des disponibilités du planning ;
- de modifier les écrans publicitaires des Solutions **SOthématik** en cours de campagne, pour respecter au mieux l'engagement de GRP Net Garanti.

L'évaluation des bilans d'audience se fait sur la période de publication des tarifs. Les campagnes programmées dans le cadre de ces Solutions **SOthématik** ne pourront faire l'objet de demande de compensation calculée sur les vagues antérieures de Mediamat'Thematik. (Source : - Médiamétrie - Mediamat'Thematik pour les Chaînes Thématiques).

TV géolocalisée : Proximité et facilité d'achat

Il existe 3 Solutions de TV Géolocalisée :

SO20:15 (Nouveauté 2016)

SOeasy (Nouveauté 2016)

SOgéoloc

Depuis septembre 2015, France Télévisions Publicité, enrichit, avec l'expertise de Popcorn Media, les indicateurs de mediaplanning TV avec la mise à disposition du GRP Equivalent National.

Cet indicateur permet, pour la première fois, d'évaluer les performances d'une campagne TV Géolocalisée selon les mêmes référents qu'une campagne nationale. Toutes les campagnes TV nationales incluant un volet géolocalisé disposeront ainsi d'indicateurs uniques et agrégables.

Les achats des Solutions de TV Géolocalisée s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la campagne concernée par ce mode d'achat (produit, cible, dates de communication, format ...). Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité : www.francetvpub.fr dans la rubrique "Espace Pro".

La programmation des campagnes régionales est assurée par France Télévisions Publicité qui se réserve le droit de programmer les campagnes en fonction des disponibilités du planning.

L'évaluation des bilans d'audience se fait sur la base de l'étude Baromètre Régionalisé de Médiamétrie (septembre 2014-juin 2015).

SO20:15 et SOeasy

- **SO20:15** offre un accès à l'écran 20:15 de France 3 Régions pendant une semaine avec la possibilité de choisir entre les 18 régions les plus dynamiques ou l'ensemble des régions, soit les 24 régions :



- **SO20:15 18** : Paris Ile-de-France, Nord Pas-de-Calais, Aquitaine, Bretagne, Grand Rhône, Provence Alpes, Pays de la Loire, Centre, Midi-Pyrénées, Languedoc Roussillon, Picardie, Lorraine, Auvergne, Poitou-Charentes, Bourgogne, Alpes, Champagne Ardenne, Haute Normandie
- **SO20:15 24** : **SO20:15 18** + Basse Normandie, Côte d'Azur, Limousin, Alsace, Franche Comté et Corse

- **SOeasy** donne accès à l'ensemble des écrans publicitaires d'un groupe de régions prédéfinies pour une semaine.

Les regroupements régionaux sont les suivants :

- **SOeasy6** : Paris Ile-de-France, Nord Pas-de-Calais, Aquitaine, Bretagne, Grand Rhône, Provence Alpes
- **SOeasy12** : **SOeasy6** + Pays de la Loire, Centre, Midi-Pyrénées, Languedoc Roussillon, Picardie, Lorraine
- **SOeasy18** : **SOeasy12** + Auvergne, Poitou-Charentes, Bourgogne, Alpes, Champagne Ardenne, Haute Normandie
- **SOeasy24** : **SOeasy18** + Basse Normandie, Côte d'Azur, Limousin, Alsace, Franche Comté et Corse

Un couplage numérique est disponible en option sur ces 2 Solutions. La communication numérique envisagée dans le cadre des Solutions **SO20:15** et **SOeasy** sera déployée sur les sites France 3 régions uniquement en format display sur le desktop. Le périmètre choisi par l'annonceur dans le cadre de sa communication télévisée France 3 régions sera identique sur le numérique.

MÉCANIQUE	
<p>SO20:15</p> <p>Achat sur un des groupes prédéfinis : 18 ou 24 régions</p> <p>1 semaine Du lundi au vendredi</p> 	<p>SOeasy</p> <p>Achat sur un des groupes prédéfinis : 6, 12, 18 ou 24 régions</p> <p>1 semaine Du lundi au vendredi</p> 
TARIFS	
<p>18 : 85 000€ Net HT*</p> <p>24 : 100 000€ Net HT*</p>	<p>6 : 120 000€ Net HT*</p> <p>12 : 200 000€ Net HT*</p> <p>18 : 235 000€ Net HT*</p> <p>24 : 285 000€ Net HT*</p>

*Les tarifs sont communiqués sur la base d'un format 30 secondes en télévision. Pour toute durée différente, contacter le service commercial de France Télévisions Publicité.

EN OPTION

Brique numérique : campagne display sur les sites France 3 régions.
Le périmètre choisi par l'annonceur dans le cadre de sa communication télévisée France 3 Régions sera identique sur le Numérique.

PC

Les investissements réalisés dans le cadre des Solutions **SO20:15** et **SOeasy** ne peuvent bénéficier d'aucune minoration tarifaire de France Télévisions Publicité, à l'exception du cumul des mandats et du Taux CGV.

SOgéoloc





















- 10 Solutions disponibles dans chacune des 24 régions
- Achat malin : abattement **de -28% à -50%** sur le C.A. Initial
- Achat facile : réservation des espaces assurée par France Télévisions Publicité

Les Solutions **SOgéoloc** sont constituées d'un ensemble de messages publicitaires programmés sur les écrans publicitaires des décrochages régionaux de France 3.

Elles sont commercialisées du 1er janvier 2016 au 30 juin 2016 et du 1er septembre 2016 au 31 décembre 2016 à l'exception des Solutions "Été" et "Été+" qui sont commercialisées du 1er juillet au 31 août 2016.

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

France Télévisions Publicité se réserve le droit de programmer les Solutions **SOgéoloc** en fonction des disponibilités du planning.

 <p>Week-end -30%</p> <p>4 jours de diffusion TV du mercredi au samedi 16 spots (4 par jour) 2 à midi & 2 le soir</p> 	 <p>Road Block -35%</p> <p>14 jours consécutifs en TV 28 spots (2 par jour) 1 à midi & 1 le soir</p> 	 <p>Road Block + -35%</p> <p>14 jours consécutifs en TV 33 spots 14 spots à midi & 14 le soir avant 20h et 5 spots 20:15</p> 	 <p>Top chrono -45%</p> <p>21 jours consécutifs en TV 60 spots Au minimum 25 spots le soir</p> 
 <p>Top chrono + -45%</p> <p>21 jours consécutifs en TV 68 spots Au minimum 25 spots le soir avant 20h et 8 spots 20:15</p> 	 <p>Base 100 -50%</p> <p>30 jours consécutifs en TV 100 spots Au minimum 40 spots le soir</p> 	 <p>Base 100 + -50%</p> <p>30 jours consécutifs en TV 112 spots Au minimum 40 spots le soir avant 20h et 12 spots 20:15</p> 	 <p>Actifs -28% à -33%</p> <p>Au choix : 2 semaines de communication (10 spots) -28% 3 semaines (15 spots) -30% 4 semaines (20 spots) -33% Du lundi au vendredi 1 spot par jour : 19:25 et 20:15 en alternance</p> 
 <p>Été -33%</p> <p>Durée maximum de la campagne : 30 jours après la 1^{ère} diffusion 20 spots Uniquement le soir</p> 	 <p>Été + -33%</p> <p>Durée maximum de la campagne : 30 jours après la 1^{ère} diffusion 25 spots Uniquement le soir : 20 spots avant 20h et 5 spots 20:15</p> 		

SOdrive

France Télévisions Publicité contribue à apporter aux annonceurs des solutions d'optimisation de leurs campagnes publicitaires télévisées et les accompagne au travers d'une solution de service "plug and play" simple et opérationnelle.

Grâce à des partenariats conclus avec des entreprises référentes et disposant des dernières technologies, France Télévisions Publicité propose, dans le cadre de la Solution **SOdrive**, d'évaluer et de comparer l'impact de la campagne publicitaire télévisée et l'activité des internautes sur les canaux numériques de l'annonceur.

Les services proposés par France Télévisions Publicité :

- **la programmation** des campagnes publicitaires télévisées est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité pour un meilleur ROI* des dites campagnes et une meilleure maîtrise des KPI** de la Solution **SOdrive**.

* ROI: Return On Investment / retour sur investissement

** KPI: Key Performance Indicators / indicateur clé de performance

- **Bilans de campagnes avec des tableaux de bord simplifiés** et une véritable analyse des KPI :
 - Visiteurs, Pages vues, Taux de rebond, Transformation (commande, chiffre d'affaire si marquage), Terminal numérique (PC, Smartphone, tablette), Type d'accès (Direct, moteur de recherche, webmail, liens) ...
 - Analyse des individus exposés à la campagne vs non exposés sur les items précédents.
- **Conseil et expertise études/marketing/data** en vue d'une optimisation des futures vagues de communication de l'annonceur sur les chaînes de France Télévisions Publicité.
- **Modalités de programmation** : L'annonceur ou son mandataire adressera par écrit à France Télévisions Publicité, sa demande de programmation dûment complétée dans le cadre d'un brief de programmation*** au plus tard trois semaines avant la date de la première diffusion de la vague concernée. Cette programmation ne peut pas bénéficier du mode d'achat en coût GRP net garanti.

*** Les demandes de programmation en espace classique de la Solution **SOdrive** s'effectuent sous la forme d'un brief de programmation, définissant les caractéristiques de la vague concernée par ce mode d'achat (produit, secteur, cible, dates de communication, format).

Le brief de programmation devra respecter les critères suivants:

- un seul produit par brief ;
- 2 formats au plus d'une durée de 30 secondes maximum;
- une durée de vague de 1 à 4 semaines.

Un dispositif **SOdrive** type se décompose de la manière suivante :

- 4 semaines pré-campagne TV,
- 4/5 semaines de campagne TV,
- 4 semaines post-campagne TV.

- **Périmètre** : sont concernés les espaces publicitaires des chaînes nationales de France Télévisions : France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô.

• Modalités techniques :

- Pour bénéficier de la Solution **SOdrive**, l'annonceur autorise expressément le prestataire technique de France Télévisions Publicité à insérer ou faire insérer sur son ou ses propre(s) site(s) internet des outils de tracking afin de recueillir les données de connexion des utilisateurs.

A cet égard, le prestataire technique doit être autorisé à marquer le(s)dit(s) site(s) dans un délai minimum de 5 (cinq) semaines avant la date de la première diffusion de la campagne (soit 4 semaines de recueil de data pré-campagne, 1 semaine de mise en place et test).

- Conformément à la réglementation applicable en matière de protection des données, l'annonceur s'engage 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 tant que de besoin, le consentement préalable desdits utilisateurs. L'annonceur garantit France Télévisions Publicité contre toute action ou réclamation à ce sujet.

- **Création publicitaire** : Afin d'évaluer l'impact de la campagne publicitaire télévisée de l'annonceur sur l'activité générée sur son (ses) site(s), la visualisation dans le message publicitaire de l'URL du site de l'annonceur pendant au moins 3 secondes est impérative.

D. Achat en Coût GRP Net Garanti

L'Achat en Coût GRP Net Garanti permet à l'annonceur de communiquer sur les chaînes France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô sur les tranches en Day, en Access et également Après 20h00 pour les annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la Publicité d'intérêt général, **en maîtrisant le "Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes"** qui lui est garanti par France Télévisions Publicité.

La programmation des espaces publicitaires dans le cadre de l'Achat en Coût GRP Net Garanti est assurée exclusivement par France Télévisions Publicité dans le respect des modalités et des objectifs définis par l'annonceur ou son mandataire dans le brief de programmation*.

Seuls les "EP Net" pourront être positionnés et seront programmés exclusivement par France Télévisions Publicité en fonction des disponibilités du planning.

L'annonceur ou son mandataire adressera à France Télévisions Publicité son brief de programmation dûment complété à compter de la troisième semaine précédant la date de démarrage souhaitée de la Vague concernée.

A réception du brief de programmation, France Télévisions Publicité informera l'annonceur ou son mandataire, dans un délai de 48h00 à compter de la date de réception du brief, par tout moyen d'usage dans la profession, de son acceptation ou de son refus dudit brief de programmation en fonction des disponibilités du planning.

En tout état de cause, dans l'hypothèse où France Télévisions Publicité viendrait à informer l'annonceur et/ou son mandataire de son refus, ces derniers ne pourront prétendre à aucun dédommagement quel qu'il soit à ce titre.

Dans le cadre de l'acceptation par France Télévisions Publicité du brief de programmation, cette dernière adressera à l'annonceur ou son mandataire, le jour ouvré suivant, le plan de programmation de la Vague concernée. Dans l'hypothèse du refus par l'annonceur ou son mandataire du plan de programmation transmis par France Télévisions Publicité, celui-ci s'engage à en informer, par écrit, France Télévisions Publicité, le jour même et ce, au plus tard avant 18h00. L'absence de réponse dans ce délai vaut acceptation par l'annonceur ou son mandataire du plan de programmation.

** 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, cible, dates de communication, format, objectifs en nombre de GRP, ventilation des GRP, volume des EP Net...) et permettant de fixer le Coût GRP Net Garanti Indexé par période et par tranche en Day/Access et Après 20h00, format base 30 secondes, validé entre France Télévisions Publicité et l'annonceur ou son mandataire. Le brief de programmation sera saisi directement par l'annonceur ou son mandataire sur le site de France Télévisions Publicité à l'adresse suivante www.francetvpub.fr dans la rubrique "Espace Pro". La première ouverture de planning de ce mode d'achat aura lieu à compter du 11 décembre 2015 et les premiers plans de programmation transmis par France Télévisions Publicité se feront à partir du 14 décembre 2015.*

Le brief de programmation devra respecter les critères suivants :

- Un seul produit par brief ;
- 2 formats au plus d'une durée de 30 secondes maximum par format ;
- Une durée de Vague comprise entre 2 et 4 Semaines Actives de communication, composée de blocs de 3 jours consécutifs minimum et sans interruption de plus de 7 jours consécutifs ;
- incluant ou non les écrans codifiés «jeunesse» et/ou France 4 et/ou France Ô.

Une même Vague pourra faire l'objet concomitamment de deux modes d'achat : Achat unitaire et Achat en Coût GRP Net Garanti.

Un "Coût GRP Net Garanti Désindexé base 30 secondes" est fixé par cible, en amont de la première demande de programmation en Coût GRP Net Garanti et sera ainsi intégré automatiquement dans le brief de programmation de chaque Vague. Ce "Coût GRP Net Désindexé base 30 secondes" ne prend pas en compte les grilles d'indices par période et par Day, Access, Après 20h00/cible telles que définies ci-dessous.

Le "Coût GRP Net Indexé base 30 secondes" prend en compte les choix médiaplanning de l'annonceur ou de son mandataire définis au sein du brief de programmation accepté par France Télévisions Publicité, et sera calculé selon les grilles d'indices par période et par tranches Day, Access, Après 20h00/cible telles que définies ci-après.

LES CIBLES GARANTIES*

Cibles féminines	Cibles mixtes	Cibles masculines	Cibles France Télévisions Publicité
Femmes RDA < 50 ans	Responsables des achats moins de 60 ans	Hommes 25-49 ans	Insurance Selective
Femmes RDA Tanguy (avec enfants -25 ans)	Ensemble 25-49 ans		Traveler
Femmes RDA 25-59 ans	Ensemble 25-59 ans		Bankable
Femmes 35-59 ans	Ensemble 35-59 ans		Brand Lover PGC FLS
Femmes RDA 15 ans et plus	Individus CSP+		New Car Buyer
Femmes RDA avec enfants -15 ans	Ensemble 25 ans et plus		Perfume Lover - female
Femmes 25-49 ans	Ensemble 35 ans et plus		Perfume Lover - male
			E-buyer

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

INDICES PAR PÉRIODE*

Périodes	01/01-10/01	11/01-06/03	07/03-17/04	18/04-08/05	09/05-26/06	27/06-10/07	11/07-31/07	01/08-19/08	20/08-28/08	29/08-30/09	01/10-16/12	17/12-31/12
Indice	86	95	112	108	116	90	72	62	90	118	114	88

*Ces indices par période sont susceptibles d'être modifiés en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

INDICES PAR DAY ACCESS APRES 20h00 / CIBLE*

CIBLES	DAY (intitulés d'écrans 0600 à 1799)	ACCESS (intitulés d'écrans 1800 à 1999)	APRES 20h00 (intitulés d'écrans 2000 à 2699)**
Femmes RDA < 50 ans	87	135	110
Femmes RDA Tanguy (avec enfants -25 ans)	90	132	110
Femmes RDA 25-59 ans	91	122	116
Femmes 35-59 ans	91	120	122
Femmes RDA 15 ans et plus	93	100	135
Femmes RDA avec enfants -15 ans	86	142	101
Femmes 25-49 ans	88	128	108
Responsables des achats moins de 60 ans	90	120	117
Ensemble 25-49 ans	87	135	98
Ensemble 25-59 ans	88	128	102
Ensemble 35-59 ans	88	125	108
Individus CSP+	93	118	92
Ensemble 25 ans et plus	90	112	120
Ensemble 35 ans et plus	90	110	124
Hommes 25-49 ans	90	125	100
Insurance Selective	90	114	123
Traveler	90	115	118
Bankable	90	114	121
Brand Lover PGC FLS	97	100	136
New Car Buyer	92	110	113
Perfume Lover - female	95	106	133
Perfume Lover - male	91	118	105
E-buyer	90	121	110

*Ces indices par Day, Access, Après 20h00 /cible sont susceptibles d'être modifiés en cours d'année à la seule discrétion de France Télévisions Publicité.

** L'Après 20h00 est exclusivement accessible aux annonceurs éligibles à la Publicité Générique ou à la Publicité d'intérêt général.

Afin d'atteindre le "Coût GRP Net base 30 secondes", France Télévisions Publicité accordera à l'annonceur une remise et éventuellement des espaces publicitaires gracieux, à concurrence du nombre de GRP indiqué au sein du brief de programmation dûment accepté par France Télévisions Publicité.

Dans l'hypothèse de la programmation de 2 messages publicitaires au sein d'un même écran publicitaire, le nombre de GRP de chaque message publicitaire sera pris en compte pour le calcul de son Coût GRP Net (base 30 secondes).

Le prix d'achat des "EP Net" ne sera pas pris en compte dans le calcul du Coût GRP Net base 30 secondes.

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

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

- Les campagnes en exclusivité sectorielle ;
- Les campagnes de communication des familles sectorielles :
 - 16 (classe 01) : Éditions audio vidéo ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 02) : Jeux de grattage et de tirage ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 03) : Paris sportifs et hippiques (Réseaux physiques) ;
 - 32 (classe 02, secteur 06, variété 04) : Paris et jeux d'argent en ligne ;
 - 32 (classe 02, secteur 03, variété 01) : Spectacle vivant (théâtres, concerts, ...) ;
 - 20 (classe 04) les campagnes d'intérêt général (toute la journée).
- Les écrans codifiés jeunesse (pour la période du 12 octobre 2016 au 11 décembre 2016).

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

Le Taux CGV n'est pas applicable en cas d'Achat en Coût GRP Net Garanti.

Toutefois, le Chiffre d'Affaires Net réalisé participe au calcul du Taux CGV.

E. Achat d'EP Net

L'achat des "EP net" s'effectue dans le cadre de l'achat en Coût GRP Net Garanti.

A ce titre, le montant Net souhaité en emplacement préférentiel ainsi que les demandes de programmation y afférentes seront définies au sein du brief de programmation de l'achat en Coût GRP Net Garanti.

La programmation des "EP Net" sera effectuée exclusivement par France Télévisions Publicité en fonction des disponibilités du planning.

Les "EP Net" seront positionnés sur les messages publicitaires et non valorisés (notamment dans les EDI).

Le prix d'achat des "EP Net" est fixé à **10%** du Tarif Initial des messages publicitaires sur lesquels un "EP Net" est positionné, et fera l'objet d'une facture distincte (sur la base du C.A. Initial). Ce prix d'achat ne sera pas pris en compte dans le calcul du Coût GRP Net base 30 secondes.

L'achat des "EP Net" ne bénéficie d'aucune condition tarifaire de France Télévisions Publicité ni du Taux CGV mais participe au calcul des dégressifs du Taux CGV.

F. 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 de publicité et de parrainage à un mandataire ou à un sous-mandataire remplissant l'ensemble des conditions suivantes :

- avoir été titulaire de plusieurs mandats en 2015 (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.

Les investissements réalisés en 2016 sur la chaîne France 3 Régions bénéficieront d'une bonification de -1,6%, soit un cumul des mandats de **-3,2%** sur le Tarif de Référence sur France 3 Régions.

Le cumul des mandats est appliquée sur le Chiffre d'Affaires de Référence des Chaînes de France Télévisions (FTV) et des Chaînes Thématiques du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2016. Il sera versé sur facture au cours de l'année 2016.

Le cumul des mandats n'est pas applicable sur les "Solutions" et les "EP Net".

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 2016 (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.

G. Taux CGV

Le Taux CGV se compose de 8 dégressifs s'additionnant afin de déterminer le Taux CGV qui s'applique sur le Chiffre d'Affaires Facturé de l'espace TV classique des Chaînes de France Télévisions et des Chaînes Thématiques.

TAUX CGV	Dégressif Volume	+	Dégressif Périodes Creuses	+	Dégressif France 4	+	Dégressif France Ô	+	Dégressif France 3 Régions	+	Dégressif Chaînes Thématiques	+	Dégressif Numérique	+	Dégressif Progression
-----------------	------------------	---	----------------------------	---	--------------------	---	--------------------	---	----------------------------	---	-------------------------------	---	---------------------	---	-----------------------

Sont exclus du périmètre d'application du Taux CGV les Achats en Coût GRP Net Garanti et les achats des "EP Net". Cependant, ces modes d'achats participent au calcul du Taux CGV.

Dégressif Volume :

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en 2016 sur l'ensemble des supports commercialisés par France Télévisions Publicité (hors dotation) bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 Espace TV Classique - Parrainage - Numérique (hors dotation) En Euros		Dégressif Volume
0	39 999	0,00 %
40 000	99 999	- 1,00 %
100 000	199 999	- 2,00%
200 000	299 999	- 3,00 %
300 000	499 999	- 4,50 %
500 000	899 999	- 6,00 %
900 000	1 499 999	- 7,50 %
1 500 000	2 499 999	- 9,00 %
2 500 000	3 999 999	- 10,00 %
4 000 000	5 499 999	- 11,50 %
5 500 000	6 999 999	- 12,50 %
7 000 000	8 499 999	- 13,50 %
8 500 000	9 999 999	- 15,00 %
10 000 000	et au-delà	- 18,00 %

Dégressif Périodes Creuses :

Tout annonceur investissant un volume de Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2016 en périodes creuses (mois de janvier, février, juillet et août) sur les Chaînes de France Télévisions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net Périodes Creuses 2016 sur les Chaînes FTV en espace TV Classique En Euros		Dégressif Périodes Creuses
0	29 999	0,00 %
30 000	69 999	- 1,00 %
70 000	99 999	- 1,10 %
100 000	149 999	- 1,30 %
150 000	199 999	- 1,50 %
200 000	249 999	- 1,70 %
250 000	349 999	- 2,00 %
350 000	449 999	- 2,20 %
450 000	599 999	- 2,40 %
600 000	999 999	- 3,00 %
1 000 000	1 299 999	- 3,40%
1300 000	1 749 999	- 3,70%
1 750 000	2 249 999	- 4,00%
2 250 000	2 999 999	- 4,50%
3 000 000	et au-delà	- 5,00%

Dégressif France 4 :

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2016 sur France 4 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 sur France 4 investi en espace TV classique En Euros		Dégressif France 4
0	14 999	0,00%
15 000	29 999	-0,50%
30 000	59 999	-1,00%
60 000	119 999	-1,50%
120 000	179 999	-2,50%
180 000	et au-delà	-3,50%

Dégressif France Ô:

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2016 sur France Ô bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 sur France Ô investi en espace TV Classique En Euros		Dégressif France Ô
0	9 999	0,00 %
10 000	14 999	-1,50%
15 000	19 999	-1,70%
20 000	39 999	-2,00%
40 000	et au-delà	-2,50%

Dégressif France 3 Régions :

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2016 sur France 3 Régions bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 sur France 3 Régions investi en espace TV classique vs CA Net 2016 sur les chaînes FTV et les Chaînes Thématiques investi en espace TV classique En %		Dégressif France 3 Régions
0,00 %	1,99 %	0,00 %
2,00 %	4,99 %	- 2,00 %
5,00 %	9,99 %	- 2,50 %
10,00 %	19,99 %	- 3,00 %
20,00 %	49,99 %	- 4,00 %
50,00 %	69,99 %	- 5,00 %
70,00 %	89,99 %	- 8,00 %
90,00%	100,00 %	- 10,00 %

Dégressif Chaînes Thématiques :

Tout annonceur investissant un Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique en 2016 sur les Chaînes Thématiques bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 sur les Chaînes Thématiques investi en espace TV classique vs CA Net 2016 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 %	6,99%	- 2,50%
7,00%	7,99%	- 3,20%
8,00%	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* en 2016 bénéficie d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net Numérique* 2016 CA Net Classique 2016 + CA Net Numérique* 2016 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 %	et au-delà	-3,50 %

* Hors CA Net Numérique issus du parrainage

Dégressif de Progression :

Tout annonceur dont le Chiffre d'Affaires Net en espace TV classique investi en 2016 est supérieur à 1 000 000 € sur les chaînes de France Télévisions Publicité (hors régions) peut bénéficier d'un dégressif, selon le barème suivant :

CA Net 2016 sur Chaînes FTV et sur les Chaînes Thématiques investi en espace TV classique En Euros		CA Net* 2016 – CA Net* 2015 CA Net* 2015 * CA Net sur Chaînes FTV et sur les Chaînes Thématiques investi en espace TV classique En %	Dégressif de Progression
0	999 999	0	0,00%
1 000 000	1 999 999	A partir de +5%	-2,00%
2 000 000	et au-delà	A partir de +3%	-3,00%

H.4. Indices tarifaires par format

Les indices tarifaires par format pour 2016 sont les suivants :

Secondes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Indice	0	22	29	33	36	39	42	45	48	51	54	58	62	65	68
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	71	74	77	80	82	85	88	90	93	95	96	97	98	99	100
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
	110	115	120	125	133	137	141	145	149	155	159	163	167	171	175
	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
	179	183	187	191	195	199	203	207	211	215	219	223	227	231	250

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

I. Informations complémentaires

I.1. 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.

I.2. Périmètre

Les investissements publicitaires réalisés par des sociétés appartenant à un même groupe peuvent être retenus comme périmètre d'application des Conditions commerciales de France Télévisions Publicité 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 1^{er} janvier de l'année N ou au plus tard un mois avant la date de première diffusion d'un message pour le compte d'une société appartenant au groupe d'annonceurs demandeur.

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

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

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

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

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

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

I.3. Applications des conditions tarifaires

Les conditions tarifaires seront appliquées sur chaque message publicitaire.

I.4. 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%.

I.5. 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

Conditions Générales de Vente des espaces publicitaires sur France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les Chaînes Thématiques

applicables aux messages publicitaires diffusés entre le 1^{er} janvier 2016 et le 31 décembre 2016

1. Les présentes conditions (ci-après “Conditions Générales de Vente”) sont applicables à la vente des espaces publicitaires diffusés sur :

- **les chaînes de France Télévisions** : France 2, le réseau national de France 3 (ci-après “France 3 National”), le réseau régional de France 3 (ci-après “France 3 Régions”), France 4, France 5, France Ô ;
- **les chaînes thématiques** : 13ème Rue, E! Entertainment, Extreme Sports Channel, France 24 (signal France), Melody, Nolife, Planète+ Crime Investigation, Sport 365, Syfy, Trace Urban, Trace Sport Stars, TV5 Monde “FBS” et Vivolta (ci-après “Chaînes Thématiques”) ;
**ou toute autre dénomination que les Chaînes Thématiques adopteraient ultérieurement. Cette liste est susceptible d’être modifiée à tout moment.*

dont France Télévisions Publicité, société anonyme au capital de 38 100 euros, ayant son siège social à Boulogne-Billancourt (92641), 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément, SIREN 332 050 038 R.C.S. Nanterre, assure la régie publicitaire exclusive et est seule habilitée à recevoir les ordres de publicité.

2. France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et les Chaînes Thématiques sont ci-après dénommées “les Supports” ou “le Support” chacune pour leur part.

Dans le cadre des présentes Conditions Générales de Vente, on entend par :

- **“Acheteur”** tout Annonceur ou Mandataire agissant au nom et pour le compte de l’Annonceur en vertu d’un mandat écrit et souscrivant un Ordre de publicité.
- **“Ordre de publicité”** ou **“Ordre”** l’accord pour la diffusion d’un message publicitaire, auquel sont parvenus France Télévisions Publicité et l’Acheteur en fonction des demandes de réservations émises par ce dernier et acceptées par France Télévisions Publicité compte tenu des disponibilités de son planning, et conclu conformément aux présentes. Les éléments constitutifs de l’Ordre sont le Support, l’écran publicitaire concerné (date de diffusion et “intitulé de l’écran”), la durée du message, le code secteur auquel le produit ou service promu se rattache, le Tarif Initial sous réserve de l’application des Conditions commerciales de vente, l’emplacement préférentiel acheté dans l’écran publicitaire concerné. L’exécution de l’Ordre de publicité consiste en la diffusion du message fourni par l’Annonceur dans l’emplacement réservé à cet effet dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente.
- **“Code secteur”** le code à huit chiffres composé du numéro de famille, du numéro de classe, du numéro de secteur et du numéro de variété permettant le rattachement du produit ou service que l’Acheteur souhaite promouvoir à une variété de produit ou service de la grille “nomenclature des codes secteurs” publiée par France Télévisions Publicité.
- **“Annonceur”** la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire.
- **“Mandataire”** toute agence ou tout intermédiaire agissant au nom et pour le compte d’un Annonceur, dûment mandaté par un contrat écrit.

3. Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les Ordres de publicité exécutés du 1^{er} janvier 2016 au 31 décembre 2016. Seule la version publiée sur le site Internet de France Télévisions Publicité, accessible à partir de l’adresse URL “<http://www.francetvpub.fr>”, fait foi. Toute publication des Conditions Générales de Vente sur un autre support n’est effectuée qu’à titre indicatif.

France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier à tout moment les stipulations des présentes Conditions Générales de Vente, étant précisé que les modifications ne seront applicables qu’à compter de leur publication sur le site Internet de France Télévisions Publicité. En cas de modification des Conditions Générales de Vente, les Ordres valablement conclus avant lesdites modifications continueront à produire leurs effets jusqu’à leur terme.

4. La conclusion d’un Ordre de publicité par l’Acheteur implique l’acceptation des présentes Conditions Générales de Vente, des usages et de la réglementation afférents à la publicité télévisée, ainsi que des règles d’éthique publicitaire applicables dans la zone de diffusion des Supports telles qu’elles ressortent du Code consolidé de la Chambre de Commerce Internationale, des recommandations déontologiques de l’Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ci-après dénommée “ARPP”), et des avis du Jury de Déontologie Publicitaire.

5. Les présentes Conditions Générales de Vente ne s’appliquent pas aux opérations de parrainage, ni aux espaces publicitaires du numérique qui font l’objet de Conditions Générales de Vente spécifiques.

achat par l'intermédiaire d'un Mandataire

6. Les Ordres de publicité peuvent être conclus directement par l'Annonceur ou, en son nom et pour son compte, par l'intermédiaire d'un Mandataire.

Tout achat d'espace publicitaire par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le Mandataire représente l'Annonceur auprès de France Télévisions Publicité, les obligations contractuelles s'établissant directement entre l'Annonceur et France Télévisions Publicité. L'Annonceur atteste de l'existence du mandat de son Mandataire en fournissant à France Télévisions Publicité l'attestation de mandat conforme au modèle publié par France Télévisions Publicité pour une année civile.

En cas de pluralité de mandats, l'intermédiaire doit impérativement respecter le principe de gestion séparée des comptes pour chaque Annonceur.

L'Annonceur qui mandate un intermédiaire aux fins de passation de ses Ordres, s'interdit d'intervenir parallèlement à son Mandataire dans toute passation, confirmation, modification ou annulation d'Ordres, sauf dérogation écrite expressément accordée au préalable par France Télévisions Publicité.

L'Annonceur s'engage à informer France Télévisions Publicité de toute modification relative au mandat qu'il a confié à son Mandataire et ce, sans délais, par lettre recommandée avec avis de réception.

Au titre des présentes Conditions Générales de Vente, les stipulations relatives au Mandataire s'appliquent, le cas échéant, au sous-mandataire.

caractéristiques des Ordres

7. Chaque Ordre de publicité est strictement personnel à l'Annonceur. Il ne peut en aucun cas être cédé sous quelque forme et à quelque titre que ce soit.

8. France Télévisions Publicité se réserve le droit de diffuser, dans un même écran publicitaire, plusieurs messages, quel qu'en soit l'Annonceur, portant sur des produits ou services similaires ou relevant du même code secteur.

9. France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô ne diffusent pas de messages publicitaires en faveur de produits ou de services d'horoscope, d'astrologie, de numérologie, de voyance, de tarots, de produits ou services de prédiction ainsi que de tous services SMS ou de téléphonie dont ils estimeraient qu'ils ne respectent pas la réglementation en vigueur.

France Télévisions Publicité et les Supports sont libres de refuser l'exécution d'un Ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment :

- lorsqu'un message est susceptible de porter atteinte à leur image ou à leurs intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux,
- lorsqu'un message est susceptible d'engager leur responsabilité,
- lorsqu'un message est susceptible de heurter la sensibilité des téléspectateurs,
- ou encore en raison des missions de service public des Supports.

Les Ordres non-exécutés à ce titre ne seront pas facturés à l'Annonceur, ce dernier ne pouvant prétendre à aucune compensation ou indemnité à quelque titre que ce soit.

Les Supports se réservent le droit de limiter totalement ou partiellement et à tout moment l'accès de leurs écrans publicitaires à certaines catégories d'Annonceurs compte tenu :

- de leurs obligations légales ou réglementaires,
- de leurs obligations inhérentes à la Charte de l'antenne du groupe France Télévisions,
- ou encore pour des raisons d'image ou de déontologie.

10. Les intitulés d'écrans mentionnés dans les Ordres ou tous autres documents correspondent à des références d'emplacements insérés entre ou à l'intérieur des émissions, et non à des horaires de diffusion des messages publicitaires, ce que l'Acheteur reconnaît et accepte. Quelle que soit la façon dont sont libellés les intitulés d'écrans, ils ne constituent en aucun cas un engagement de diffusion d'un message à un horaire précis. L'exécution de l'Ordre consiste en la diffusion d'un message publicitaire dans un écran publicitaire donné tel qu'il est programmé entre ou à l'intérieur des émissions de la grille des programmes des Supports. De ce fait, l'Acheteur ne peut se prévaloir d'un droit à diffusion de ses messages à un horaire précis ou d'une quelconque similitude ou différence entre les intitulés d'écrans figurant dans les Ordres et un horaire de diffusion. L'Acheteur ne peut en aucun cas prétendre à une quelconque indemnité au titre des horaires de diffusion des messages publicitaires.

procédure d'achat

11. Préalablement à toute demande de réservation, l'Acheteur doit faire parvenir à France Télévisions Publicité :

- la "fiche d'identification Annonceur",
- le cas échéant, le formulaire "Acceptation des échanges de données informatisées" tel que publié par France Télévisions Publicité, pour obtenir l'agrément de France Télévisions Publicité en vue de l'utilisation de l'E.D.I. (Echange de Données Informatisées),
- l'attestation de mandat, dûment complétée, conforme au modèle publié par France Télévisions Publicité en cas d'achat par un intermédiaire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur.

L'Acheteur informera impérativement France Télévisions Publicité, par écrit, de toute modification des données ainsi renseignées, sans délai et avant exécution de ses Ordres. A défaut, les modifications demandées par l'Acheteur ne seront pas opposables à France Télévisions Publicité.

12. L'Acheteur peut faire parvenir ses demandes de réservation d'espaces publicitaires par E.D.I., par télécopie, par courrier électronique, par téléphone ou par tous moyens écrits à France Télévisions Publicité pour la période ouverte à la commercialisation, auprès du service planning de France Télévisions Publicité. Cette demande vaut pollicitation, aux conditions des présentes.

13. L'enregistrement informatique par France Télévisions Publicité de la demande reçue, en fonction des disponibilités du planning, vaut acceptation de la pollicitation aux Conditions Générales de Vente et Conditions commerciales de France Télévisions Publicité et constitue l'Ordre de publicité et la vente ferme de l'emplacement publicitaire sous réserve des stipulations des présentes Conditions Générales de Vente.

Les Ordres de publicité commandés au lancement des campagnes sont confirmés à l'Acheteur soit par l'envoi d'un relevé des Ordres commandés par E.D.I., en cas d'achat par E.D.I. ou à défaut, par l'envoi d'un bon de commande sur support papier.

Pour chaque Ordre, et quel que soit le mode de confirmation de commande, par E.D.I. ou bon de commande sur support papier, France Télévisions Publicité communique à l'Acheteur les informations suivantes :

- le(s) Support(s) et la date de diffusion de l'écran publicitaire concerné,
- l'intitulé de l'écran publicitaire concerné,
- le format du ou des message(s) publicitaire(s) acheté(s),
- le montant des Options souscrites dans le cadre de l'Ordre.

Toute modification ultérieure d'un élément quelconque de l'Ordre de publicité effectuée conformément aux stipulations des présentes Conditions Générales de Vente donne lieu à l'envoi dans les 24 heures d'un relevé des Ordres commandés par E.D.I., en cas d'achat par E.D.I. ou à défaut, par l'envoi d'un bon de commande sur support papier, une fois par semaine.

14. L'état des Ordres enregistrés au service planning pour le compte de chaque Acheteur est accessible à ce dernier, par code produit, sur le site extranet de France Télévisions Publicité dont l'adresse est www.francetvpub.fr sous réserve de l'attribution d'un mot de passe et d'un code d'accès qui sont strictement personnels et confidentiels.

Pour obtenir son code d'accès et son mot de passe 2016, l'Acheteur doit indiquer au service planning de France Télévisions Publicité les noms et prénoms des personnes habilitées à confirmer et à consulter les Ordres, ainsi que leurs codes utilisateurs 2015 et ce, en remplissant le formulaire de demande de code d'accès tel que publié par France Télévisions Publicité.

France Télévisions Publicité préconise la remise en main propre à l'Acheteur, sous pli scellé contre décharge, de ses codes d'accès et mots de passe. Tout autre mode de transmission des codes et mots de passe à l'Acheteur (téléphone, courrier, courriel, télécopie) est mis en oeuvre à la demande exclusive de l'Acheteur sous la seule responsabilité de ce dernier.

Les codes d'accès et mots de passe pourront être modifiés périodiquement à la seule initiative de France Télévisions Publicité ou sur demande écrite et motivée de l'Acheteur.

L'Acheteur assumera seul l'entière responsabilité de la transmission de ses codes et mots de passe confidentiels ainsi que l'entière responsabilité de tout usage qui sera fait desdits codes et mots de passe.

L'Acheteur informera France Télévisions Publicité, par lettre recommandée avec avis de réception, des changements de représentants signataires ou de sa volonté de ne plus utiliser ses codes et mots de passe étant précisé que toute demande ne pourra prendre effet qu'à l'issue d'un délai d'un jour ouvré suivant la date de réception de la lettre recommandée avec avis de réception.

L'Acheteur ayant accès au site extranet de France Télévisions Publicité s'engage à consulter ses Ordres dans les 48 heures de chaque enregistrement ou modification et à formuler expressément, dans les 48 heures, toute réclamation en cas de désaccord sur les Ordres enregistrés par France Télévisions Publicité.

15. L'Acheteur s'engage à valider ses commandes soit :

- en adressant à France Télévisions Publicité une impression signée de ses Ordres enregistrés sur le site extranet, ou
- en retournant le bon de commande papier signé en cas d'achat hors E.D.I. et hors accès à l'extranet.

A défaut, l'Acheteur sera réputé accepter les Ordres, dans l'état où ils étaient enregistrés informatiquement au planning sauf réclamation formulée par écrit :

- sous 48 heures à compter de l'envoi E.D.I. ou de la mise à jour du site extranet de France Télévisions Publicité pour les Acheteurs bénéficiant d'un accès à l'extranet et/ou utilisant l'E.D.I., le délai le plus favorable étant retenu dans l'hypothèse où l'Acheteur a accès à l'extranet et utilise l'E.D.I.,
- dans les 5 jours suivant la date d'édition du bon de commande, pour les Acheteurs n'ayant pas d'accès à l'extranet et n'utilisant pas l'E.D.I.

A défaut de réclamation expresse, l'Acheteur s'interdit de contester les Ordres qui auront été enregistrés informatiquement selon la procédure décrite ci-dessus.

16. L'Acheteur accepte la procédure d'achat auprès de France Télévisions Publicité telle que définie ci-dessus et s'interdit de contester au-delà du délai prévu les Ordres qui auront été enregistrés selon les procédures décrites ci-dessus. En toute hypothèse, la production par France Télévisions Publicité des documents informatiques ayant enregistré les Ordres, vaudra preuve irréfutable de la formation des contrats de vente d'espaces publicitaires souscrits par l'Acheteur.

France Télévisions Publicité ne peut être tenue pour responsable de toute action frauduleuse ou malveillante opérée sur le réseau informatique ou téléphonique utilisé.

modification, annulation des Ordres

17. Toute annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être adressée par écrit au plus tard 31 jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre.

À défaut, le ou les messages annulés seront facturés intégralement à l'Annonceur, France Télévisions Publicité se réservant la faculté de disposer des espaces concernés.

18. A moins de 31 jours calendaires de la diffusion (période "hors délai"), les éléments constitutifs des Ordres peuvent être modifiés sous réserve d'une reprogrammation immédiate des Ordres au service planning, en fonction des disponibilités, en vue d'une diffusion dans un délai de 31 jours à compter de la demande de modification, et pour un budget égal au budget affecté par les Ordres ainsi modifiés.

A défaut de reprogrammation immédiate compte tenu des disponibilités du planning d'un budget au moins équivalent à celui investi avant le "hors-délai", les Ordres initialement réservés seront facturés intégralement à l'Annonceur, France Télévisions Publicité se réservant la faculté de disposer des espaces publicitaires libérés.

19. Par dérogation aux articles 17 et 18, toute annulation par l'Annonceur d'une campagne de communication globale dite "opération spéciale" ou "cross média", combinant un dispositif média et hors-média, entraînera, à la charge de l'Annonceur, le paiement d'un dédit dans les conditions suivantes :

- 30% du montant net hors taxes total dû par l'Annonceur au titre de l'opération spéciale annulée, si l'annulation intervient plus de 4 semaines avant le démarrage des prestations inhérentes à cette opération ;
- 100% du montant net hors taxes total dû par l'Annonceur au titre de l'opération spéciale annulée, si l'annulation intervient moins de 4 semaines avant le démarrage des prestations inhérentes à cette opération.

Il est entendu que France Télévisions Publicité se réserve le droit de disposer des espaces ainsi libérés.

20. Aucune modification des Ordres ne pourra plus être effectuée par l'Acheteur moins de 7 jours avant la diffusion d'un message publicitaire.

tarif, prix et modifications tarifaires

21. Les tarifs sont indiqués en euros hors taxes et les facturations sont donc majorées de la TVA applicable.

22. Les tarifs publiés par France Télévisions Publicité lors de chaque ouverture de planning sont susceptibles d'être modifiés, à la hausse ou à la baisse, en fonction de la programmation.

Modifications de tarifs à la hausse :

Les modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs par France Télévisions Publicité au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans le "flash programme" ou le "flash spécial" publiés par France Télévisions Publicité.

Exceptionnellement et notamment, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes notamment en raison d'événements ou de l'actualité, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier les tarifs des écrans publicitaires dans un délai inférieur à 10 jours de la diffusion.

Dans cette hypothèse, ces modifications de tarifs à la hausse sont communiquées aux Acheteurs dans le "flash programme", le "flash spécial" publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai.

En cas de modification de tarif à la hausse, l'Acheteur peut :

- soit maintenir son Ordre au nouveau tarif communiqué ;
- soit demander à France Télévisions Publicité la reprogrammation immédiate dans la même période et dans d'autres écrans d'un budget équivalent à celui du ou des messages annulés, dans la limite des disponibilités du planning ;
- soit choisir d'annuler, sans indemnité, ses Ordres affectés par la hausse de tarifs.

L'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit impérativement être notifiée par écrit, au plus tard le premier jour ouvré suivant la date de publication des hausses tarifaires dans le "flash programme" ou le "flash spécial" ou la date d'information de l'Acheteur.

Par dérogation au paragraphe précédant, l'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit être notifié par écrit dans les 48 heures suivant la hausse tarifaire pour les écrans régionaux de France 3.

À défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les Ordres enregistrés par France Télévisions Publicité affectés par une hausse de tarif seront réputés acceptés et l'Annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

Un Ordre modificatif est adressé à l'Acheteur sous forme papier ou par fichier EDI conformément aux dispositions de l'article 13.

Modifications de tarifs à la baisse :

Les modifications de tarifs à la baisse sont communiquées aux Acheteurs par l'intermédiaire du "flash programme", du "flash spécial" publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié, et entrent en vigueur dès leur publication, sans préavis.

L'Acheteur doit alors impérativement reprogrammer auprès de France Télévisions Publicité le budget issu desdites baisses de tarifs.

modifications de la programmation des écrans publicitaires

23. France Télévisions Publicité se réserve la faculté de modifier à tout moment la programmation des écrans publicitaires. Les modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs au moins 10 jours calendaires avant la date de diffusion des messages publicitaires, dans le "flash programme" ou le "flash spécial" publiés par France Télévisions Publicité.

Exceptionnellement et notamment, en cas de diffusion d'émissions spéciales ou d'évolution des contextes programmes notamment en raison d'événements ou de l'actualité, France Télévisions Publicité se réserve la possibilité de modifier la programmation des écrans publicitaires dans un délai inférieur à 10 jours de la diffusion.

Dans cette hypothèse, ces modifications de programmation sont communiquées aux Acheteurs dans le "flash programme", le "flash spécial" publiés par France Télévisions Publicité ou par tout autre moyen approprié compte tenu du délai.

En cas de modification de programmation des écrans publicitaires, l'Acheteur peut :

- soit maintenir son Ordre au nouvel intitulé d'écran communiqué ;
- soit choisir d'annuler, sans indemnité, ses Ordres affectés par la modification de programmation.

L'annulation d'un Ordre par l'Acheteur doit impérativement être notifiée par écrit au plus tard le premier jour ouvré suivant la date de notification à l'Acheteur de la modification de programmation.

A défaut d'annulation notifiée dans les formes et délais ci-dessus, les Ordres enregistrés par France Télévisions Publicité affectés par une modification de programmation seront réputés acceptés et l'Annonceur sera redevable de leur paiement intégral à l'échéance.

24. France Télévisions Publicité et les Supports se réservent, notamment en cas de force majeure, de grève, de toute cause tenant aux obligations issues du cahier des missions et des charges ou des conventions conclues par les Supports avec le CSA, de nécessité de l'antenne ou encore en cas de perturbation dans l'organisation et/ou la diffusion des programmes, le droit de modifier ou d'annuler en tout ou en partie les dates et heures des émissions ou les conditions de diffusion des écrans publicitaires et des Ordres de publicité programmés, sans que l'Acheteur ne puisse faire valoir auprès de France Télévisions Publicité et des Supports aucune réclamation ni demander de dommages et intérêts de quelque nature que ce soit.

facturation et conditions de paiement

25. Les factures et avoirs sont établis par France Télévisions Publicité au nom de l'Annonceur.

Leur original est adressé à l'Annonceur et un duplicata est adressé le cas échéant à son Mandataire chargé du contrôle de la facturation, conformément à l'attestation de mandat.

L'Annonceur est toujours le débiteur du paiement de l'Ordre de publicité, y compris en cas de mandat de paiement confié à son Mandataire.

Tout paiement ou toute avance effectué par l'Annonceur à son Mandataire n'est pas opposable à France Télévisions Publicité et ne libère pas l'Annonceur vis-à-vis de France Télévisions Publicité.

L'Annonceur peut, sous sa seule responsabilité, donner mandat au Mandataire d'encaisser en son nom et pour son compte le montant des avoirs émis par France Télévisions Publicité. Le paiement par France Télévisions Publicité du montant des avoirs au Mandataire libère France Télévisions Publicité vis-à-vis de l'Annonceur qui assume seul les risques de défaillance ultérieure du Mandataire.

La facture vaut compte-rendu et justificatif des conditions de diffusion des Ordres de publicité qui y sont mentionnés.

26. Les factures sont payables à France Télévisions Publicité par chèque ou par virement, à 30 jours date de facture, le 10 du mois (ou le premier jour ouvré suivant si le 10 du mois n'est pas un jour ouvré), avant 16 heures, dans les conditions suivantes :

Mois Facture	Date indicative d'émission de la facture	Date d'échéance (date limite de réception du paiement)
Janvier	29/01/16	10/03/16
Février	29/02/16	11/04/16
Mars	31/03/16	10/05/16
Avril	29/04/16	10/06/16
Mai	31/05/16	11/07/16
Juin	30/06/16	10/08/16
Juillet	29/07/16	12/09/16
Août	31/08/16	10/10/16
Septembre	30/09/16	10/11/16
Octobre	31/10/16	12/12/16
Novembre	30/11/16	10/01/17
Décembre	30/12/16	10/02/17

France Télévisions Publicité doit être en possession des fonds de l'Annonceur au plus tard à la date d'échéance figurant sur la facture.

Les factures de régularisation émises par France Télévisions Publicité sont payables à l'échéance mentionnée sur la facture.

Les traites ne sont pas acceptées.

27. Chaque Solution est constituée d'un ensemble d'espaces publicitaires et est proposée à un prix unique. En aucun cas les éléments constitutifs des Solutions ne peuvent faire l'objet d'une réclamation ou d'un avoir, France Télévisions Publicité s'engageant sur l'ensemble de la Solution, et non sur chacun de ses éléments.

28. France Télévisions Publicité peut exiger le paiement intégral d'avance ou le paiement direct par l'Annonceur des Ordres de publicité ou une caution bancaire, notamment dans les cas suivants :

- nouvel Acheteur (nouveau client pour France Télévisions Publicité) ;
- acheteur pour lequel France Télévisions Publicité a constaté des incidents ou retards de paiement ou un litige né ou à naître ;
- Acheteur dont la solvabilité lui paraîtrait incertaine compte tenu de sa situation.

Le paiement d'avance signifie que France Télévisions Publicité doit être en possession des fonds de l'Annonceur au moins 10 jours avant la première diffusion d'un message. Dans ce cas, une facture proforma est envoyée à l'Annonceur, avec duplicata au Mandataire, le cas échéant. La facture définitive est envoyée à l'Annonceur à la fin du mois au cours duquel la diffusion a eu lieu.

29. En cas de non-respect des conditions de paiement, les Ordres non encore exécutés peuvent être annulés de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préavis ni indemnité et sans préjudice de toute autre voie d'action.

En outre, des pénalités de retard d'un taux de 15% (quinze pour cent), seront exigibles sur les sommes non réglées à la date d'échéance mentionnée sur la facture, à compter du premier jour suivant cette date, sur une base annuelle de 360 jours, au prorata du nombre de jours de retard.

Si le taux de 15% devenait inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal, le taux de pénalité appliqué serait de trois fois le taux d'intérêt légal, arrondi au nombre entier supérieur.

Conformément aux dispositions de l'article L 441-6 du Code de commerce, une indemnité de quarante (40) euros pour frais de recouvrement sera exigible de plein droit par France Télévisions Publicité, sans préjudice d'une indemnisation complémentaire.

France Télévisions Publicité se réserve aussi le droit de refuser la prise en compte des factures qui n'auront pas été réglées à échéance pour le calcul des remises consenties dans le cadre de ses Conditions commerciales.

Le calcul des remises en fin d'ordre ne sera effectué par France Télévisions Publicité qu'après réception d'une demande écrite émanant de l'Acheteur au plus tard le 30 juin de l'année N+1.

En outre, France Télévisions Publicité se réserve le droit de ne pas rembourser les sommes dues à l'Annonceur au titre de la liquidation des remises en fin d'Ordre et/ou de compenser le montant des remises de fin d'Ordre avec toutes sommes dont l'Annonceur resterait débiteur à son égard, y compris les pénalités de retard, ce que l'Annonceur reconnaît et accepte.

30. France Télévisions Publicité ne pratique aucun escompte en cas de paiement d'avance.

incidents de diffusion

31. Le paiement des messages non diffusés pour des motifs tels que force majeure, grève, ou événements exceptionnels perturbant leur diffusion et imputables au(x) Support(s) ou à France Télévisions Publicité n'est pas dû, l'Acheteur ou des tiers ne pouvant prétendre en toute hypothèse à aucune compensation ou indemnité à ce titre.

Néanmoins, les incidents de diffusion ou même les interruptions de fonctionnement d'un ou de plusieurs émetteurs de télévision donnent droit à une compensation ou réduction de prix dans les conditions suivantes :

• Concernant les chaînes France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 4, France 5 et France Ô

Les interruptions ou les incidents reconnus par France 2, France 3 National, France 3 Régions, France 5, France 4 et France Ô ou TDF intervenant dans les centres d'émission indiqués ci-dessous donnent droit à une réduction proportionnelle du prix dû par l'Annonceur :

AMIENS (Bouvigny) 5%	PARIS (Tour Eiffel) 25%	LILLE (Bouvigny) 5%
NIORT (Maisonny) 4%	MARSEILLE (Grande Etoile) 6%	TOULOUSE (Pic du Midi) 5%
		LYON (Mont Pilat) 6%

Le remboursement effectué dans le cadre du présent article est exclusif de toute autre compensation, ou indemnité au profit de l'Acheteur ou de tout tiers intéressé

• Concernant les autres Supports

Les interruptions ou les incidents reconnus par l'un de ces Supports, et attestés par leur(s) diffuseur(s) (opérateurs de satellite, câblo-opérateurs) donneront droit à une réduction du prix dû par l'Annonceur, proportionnelle au nombre de foyers pouvant recevoir le (ou les) support(s) concerné(s) et n'ayant pas été techniquement en mesure de recevoir tout ou partie du (ou des) message(s) publicitaire(s).

Cette réduction, effectuée dans le cadre du présent article, est exclusive de toute autre compensation, ou indemnité au profit de l'Acheteur ou de tout tiers intéressé.

publicités pour des chaînes payantes

32-1. A titre exceptionnel, France Télévisions Publicité se réserve – dans le respect de la ligne éditoriale et des missions de service public de France Télévisions – le droit d'ouvrir l'accès aux espaces publicitaires de France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô, à des chaînes non directement concurrentes de ces dernières sur le marché de l'audience télévisée, pour autant que les conditions suivantes soient cumulativement remplies :

- 1 Les programmes de la chaîne (ci-après la Chaîne) sollicitant la diffusion de messages publicitaires sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô sont majoritairement diffusés par voie de télévision payante ;
- 2 La diffusion de la Chaîne ne s'intègre pas dans le cadre d'une quelconque offre de base de services de télévision distribuée par satellite, par câble ou par TNT. Dans un souci de clarté, l'offre de base est entendue comme l'offre commune à l'ensemble des abonnés auprès d'un même distributeur de services de télévision par satellite, par câble ou par TNT ;
- 3 La Chaîne est exclusivement accessible en option par l'abonné aussi bien sur le satellite, sur le câble que sur la TNT.

32-2. La diffusion de messages publicitaires sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô en faveur de la Chaîne est soumise aux présentes Conditions Générales de Vente, le cas échéant modifiées.

Elle sera également régie par un accord individuel conclu entre France Télévisions Publicité et la Chaîne, ayant notamment pour objet de préciser les modalités de diffusion des messages publicitaires de la Chaîne, en particulier les conditions suivantes :

- Absence de promotion directe ou indirecte de programmes à accès gratuit ;
- Absence de référence expresse ou tacite aux programmes des chaînes du groupe France Télévisions ou de toute chaîne tierce ;
- Absence de promotion directe ou indirecte d'un ou plusieurs programmes ou émissions individualisés, notamment accompagnés de leur date et de leur horaire de diffusion ; et
- Engagement de réciprocité de la Chaîne admise à diffuser un message publicitaire sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô permettant à ces dernières de diffuser, individuellement ou collectivement, des messages publicitaires sur cette Chaîne.

32-3. France Télévisions Publicité se réserve le droit de mettre fin à tout moment à la faculté pour les Chaînes remplissant les conditions précitées, de diffuser des messages publicitaires sur France 2, France 3 National, France 4, France 5 et France Ô par retrait des présentes dispositions de ses Conditions Générales de Vente.

conditions de diffusion

33. Tout Annonceur souhaitant diffuser dans les écrans un message publicitaire doit impérativement faire parvenir à l'ARPP une copie de chacun des messages au format H264 (aussi dénommé mpeg4 ou AVC part 10) prêts à être diffusés afin d'obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion.

L'ARPP est l'organisme d'autodiscipline de la publicité en France. Il a pour but de mener une action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine dans l'intérêt des professionnels de la publicité, des consommateurs et du public. Il a en charge l'examen systématique et avant diffusion de l'intégralité de la production publicitaire télévisuelle.

L'avis favorable de l'ARPP ne comporte aucun engagement, même tacite, des Supports quant à la diffusion desdits messages publicitaires.

Concernant les messages publicitaires dont la diffusion est envisagée dans le cadre de la Solution So RTA, l'Annonceur, afin d'obtenir l'avis favorable de l'ARPP préalablement à toute diffusion, doit impérativement lui faire parvenir une copie du message destiné à être actualisé, en précisant les paramètres d'actualisation.

Enfin, certains Supports étant soumis à des réglementations relatives à la publicité télévisée autres que la réglementation française, l'Annonceur qui souhaite diffuser un message publicitaire dans des écrans desdits Supports, s'engage à ce que ledit message respecte la réglementation à laquelle est soumis le Support concerné.

Ces Supports se réservent à tout moment le droit de refuser ou d'interrompre la diffusion de tout message qui ne respecterait pas la réglementation relative à la publicité télévisée à laquelle ils sont soumis.

34. Pour être diffusé, le support de diffusion doit être remis à France Télévisions Publicité, avec un numéro d'Ordre et l'avis favorable de l'ARPP, au plus tard six (6) jours ouvrés avant la date de la première diffusion prévue à l'adresse suivante : 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92641 BOULOGNE-BILLANCOURT CEDEX.

Passé ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'Annonceur, comme si la diffusion avait eu lieu.

Le calendrier des diffusions des messages publicitaires sur les espaces réservés doit être remis à France Télévisions Publicité en même temps que le support de diffusion, soit au plus tard six (6) jours avant la date de première diffusion prévue, sur papier à en-tête du Mandataire ou de l'agence de création.

Il doit être daté, signé et comporter le cachet de l'Annonceur ou de son Mandataire. Il est considéré comme accepté par le Mandataire et son Annonceur.

Si ce délai n'est pas respecté et si le message publicitaire peut être, à titre exceptionnel, diffusé sur indication téléphonique, sous réserve d'une confirmation immédiate par télécopie de la part de l'Annonceur ou de son Mandataire, les erreurs ou omissions éventuelles dans la diffusion de ce message publicitaire engageront la seule responsabilité de l'Annonceur, ainsi que celle, éventuellement, du Mandataire.

Si le calendrier de diffusion n'est pas fourni de manière écrite par courrier, par télécopie ou par mail, les erreurs ou omissions éventuelles de diffusion relèveront de la responsabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire.

Dans l'hypothèse où plusieurs calendriers de diffusion seraient fournis soit par le Mandataire, soit par l'agence de création, soit par l'Annonceur, seul le dernier calendrier reçu dans les délais de montage mentionnés en tête des présentes sera pris en compte.

les supports et formats

35. Livraison des messages publicitaires à France Télévisions Publicité.

Tous les Acheteurs ont la possibilité, sans supplément de prix, de déposer sur le site Internet www.francetvpub.fr leurs messages publicitaires, via un accès personnel sécurisé.

Chaque Acheteur devra au préalable adresser à France Télévisions Publicité un bordereau de demande de code d'accès dûment complété afin de recevoir un code d'accès et un mot de passe lui permettant l'accès sécurisé au site Internet www.francetvpub.fr et préservant ainsi la confidentialité de ses messages publicitaires.

Les codes d'accès et mots de passe ainsi attribués aux Acheteurs sont strictement personnels, et exclusivement réservés aux personnes physiques dûment autorisées et désignées nominativement sur le bordereau de demande de code d'accès.

En conséquence et afin de préserver la qualité de service et la sécurité des accès, France Télévisions Publicité se réserve le droit, en cas d'utilisation des codes d'accès et mots de passe par des tiers qu'elle n'aurait pas expressément autorisés, de désactiver lesdits codes d'accès et mots de passe et, sur leur demande, d'en attribuer de nouveaux aux Acheteurs concernés. Par ailleurs, l'Acheteur s'engage à tenir informée France Télévisions Publicité, sans délai, de toute modification relative à l'un des éléments figurant au bordereau visé au paragraphe précédent. En cas de modification de la situation professionnelle de l'une des personnes physiques ainsi dûment autorisées, France Télévisions Publicité procédera à la désactivation des codes d'accès et mots de passe qui lui auront été attribués.

Les messages publicitaires pourront être fournis sur les deux supports suivants :

- Fichier média numérique P.A.D haute définition
- Cassette HD CAM 1080i/50

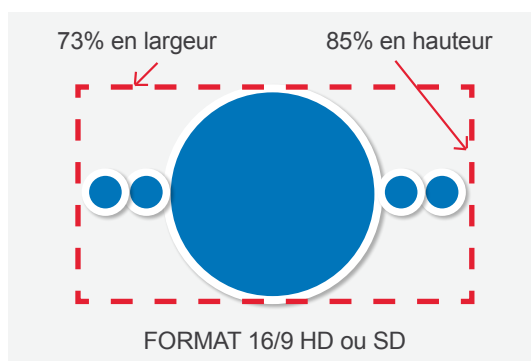
Ces deux supports permettent d'aborder, de manière optimale, tous les modes de diffusion (télévision, Internet, mobiles,...) et d'offrir, à la fois des nouveaux écrans publicitaires donnant plus d'impact aux marques, tout en conservant une diffusion sans perte sur les anciens modes de diffusion en définition standard et 4/3.

Le support de diffusion doit être remis à France Télévisions Publicité au plus tard six (6) jours avant la date de première diffusion. Dans l'hypothèse d'un changement de calendrier de diffusion, France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier le délai de livraison.

Le service diffusion de France Télévisions Publicité se réserve le droit de demander aux Acheteurs la livraison d'un même message publicitaire sur différents supports de diffusion.

35.1 Normes communes à l'ensemble des P.A.D (quelque soit le type de support) :

- **Ratio de l'image** : Il doit être impérativement en 16/9 (natif ou anamorphosé suivant les formats vidéo).
- **Zones de sécurité** : La lecture des supports sur un équipement vidéo doit impérativement respecter les consignes en matière de zones de sécurité (ci-après "safe area") suivantes :



Il faut donc prévoir sur l'élément 16/9 une "safe area" de 85% en hauteur de 73% en largeur (en rouge sur le schéma) pour être sûr que l'ensemble des éléments "texte et logo" du message sera diffusé sur tous les types d'écrans.

- Niveau sonore :

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a adopté le 19 juillet 2011 une délibération relative "aux caractéristiques techniques de l'intensité sonore en diffusion des programmes et des messages publicitaires de télévision".

L'intensité sonore, mesurée selon la recommandation ITU-R BS-1770-2, des séquences publicitaires et de chacun des messages qu'elles comportent, est paramétrée selon les modalités suivantes :

- l'intensité sonore moyenne mesurée doit être inférieure ou égale à -23 LUFS.
- l'intensité sonore courte durée mesurée doit être inférieure ou égale à -20 LUFS.

Dans le cas où ces valeurs ne seraient pas respectées : France Télévisions Publicité pourra ajuster le niveau sonore pour le rendre conforme à la norme imposée.

35.2 Fichier media numérique P.A.D. haute définition

Le fichier P.A.D. HD sera transmis via internet à partir du site : www.francetvpub.fr

Une liste exhaustive des formats de fichiers est disponible sur ce site.

Les formats suivants sont acceptés :

- XDCAM HD 422 50Mb/s (.mov ou. mxf)
- DVCPRO HD 100Mb/s (.mov ou. mxf)
- XDCAM HD 35Mb/s (.mov ou. mxf)

Bien que non conseillés en raison de leur qualité plus faible (visible par les téléspectateurs et internautes), les fichiers non HD, au format standard SD suivants sont acceptés :

- IMX 50Mb/s (.mov ou. mxf)
- DVCPRO50 (.mov ou. mxf)
- MPEG2 50Mb/s CBR (.mov ou. mxf)
- DV 25Mb/s (.mov ou. mxf)

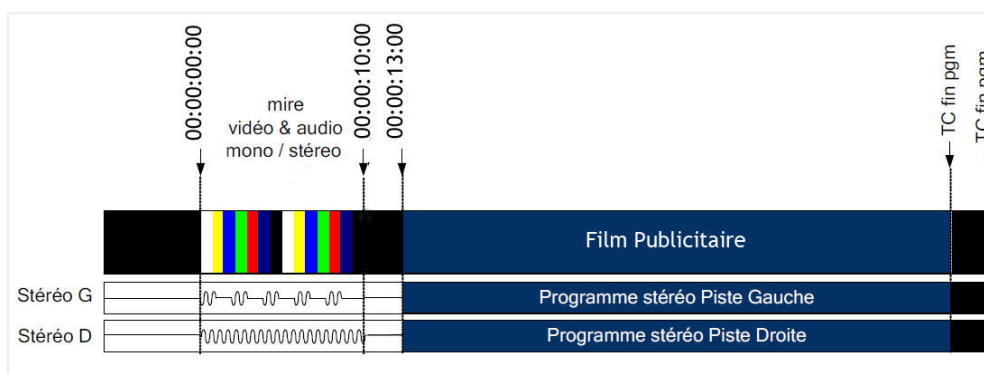
Quel que soit le type de fichier choisi, celui-ci doit contenir un code temporel continu et croissant et être structuré comme suit :

00 :00 :00 :00 Mire de barre 75% 1VCC intégrant un son de 1000Hz = -18 dBFS sur pistes 1,2

00 :00 :10 :00 Noir codé

00 :00 :13 :00 Film publicitaire (durée : X secondes)

00 :00 :13+X :00 Noir Codé (durée : 3 secondes)



35.3 Casette HDCAM 1080i/50 (Le HDCAM SR n'est pas accepté).

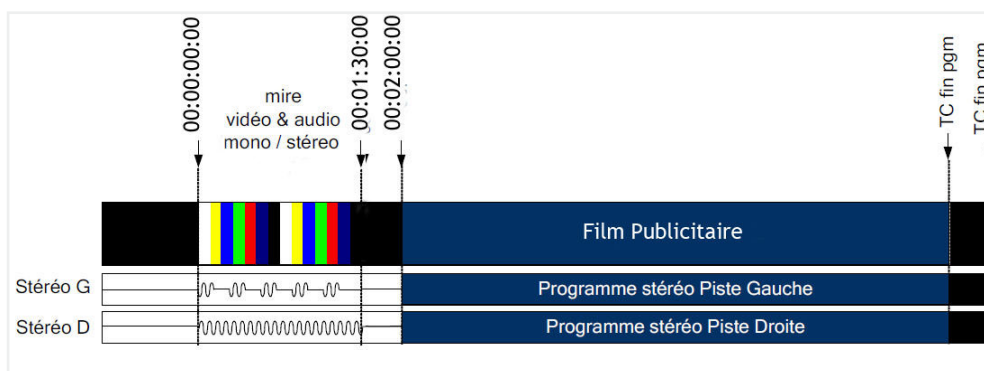
L'image fournie sur ce support doit être nativement en HD.

Son stéréo sur piste 1 et 2 (AES1).

Bien que non conseillée en raison de sa qualité plus faible (visible par les téléspectateurs et les internautes), la cassette Digital Betacam norme PAL 16/9 anamorphosé est acceptée.

L'image vidéo doit être présente sur toute la largeur disponible, sauf en cas de volonté créative.

Son stéréo sur piste 1 et 2 (AES1).



A partir de ces éléments 16/9 (HD ou SD) France Télévisions Publicité réalisera une copie pour les diffusions sur les Supports qui seront encore en 4/3. Ce changement de format se fera avec un ratio de 14/9. Dans le cas d'une remise d'un support physique (cassette petit format), France Télévisions Publicité demande la remise d'éléments fabriqués avec le minimum de générations (deux au maximum), étant entendu que le support fourni sera numérisé et compressé à son arrivée après vérification et acceptation.

36. L'Annonceur donne tous pouvoirs à France Télévisions Publicité pour effectuer toutes modifications sur les messages publicitaires reçus dans le but d'assurer leur adaptation aux conditions de diffusion des Supports en vue de l'exécution de ses Ordres de publicité. L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les Supports contre toute action ou réclamation de tout tiers et notamment des auteurs, compositeurs, artistes-interprètes ou exécutants, éditeurs, producteurs et, plus généralement, de toute personne qui estimerait avoir un droit quelconque à faire valoir sur tout ou partie desdits messages publicitaires en raison de leur diffusion par les Supports.
37. France Télévisions Publicité vérifiera que la durée effective du message publicitaire livré correspond strictement à celle de l'espace réservé. Le message publicitaire sera refusé si cette vérification révèle que la durée du message livré ne correspond pas à celle de l'espace réservé conformément aux stipulations de l'Ordre de publicité.
38. Tous les frais notamment de production, de copie, de droits d'auteurs, de droits voisins et autres sont à la charge de l'Annonceur.
39. Passé un délai de 3 jours calendaires après la première diffusion d'un message publicitaire, aucune réclamation d'ordre technique concernant la qualité de production, de diffusion ou de calendrier de diffusion du message publicitaire ne sera retenue.
40. Un "service dernière minute", qui a pour vocation de permettre à l'Annonceur ou son Mandataire de procéder au plus près de l'heure de diffusion à des modifications importantes de dernière minute, est accessible.
- Seuls les messages publicitaires ayant reçu un avis favorable de l'ARPP, et en possession de France Télévisions Publicité, peuvent se substituer aux messages publicitaires prévus pour la diffusion.
- Pour toute modification intervenant dans une période allant de deux jours ouvrables avant le jour de la diffusion jusqu'au jour ouvrable, veille du jour de la diffusion, un montant de 1 500 euros HT par écran publicitaire modifié sera facturé. Le montant maximum facturé par France Télévisions Publicité pour des modifications faites simultanément sur plusieurs écrans pour un même produit, objet du message publicitaire, sera plafonné à 15 000 euros HT. Ce "service dernière minute" ne peut être mis en œuvre pour les diffusions d'écrans régionalisés de France 3 ainsi que les diffusions prévues sur les Chaînes Thématiques. La facturation de ces modifications de dernière minute sera adressée à l'Annonceur avec duplicata au demandeur de la modification.
- En fonction du calendrier des jours fériés, France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier les délais du "service dernière minute". France Télévisions Publicité se réserve le droit de suspendre ce service sans préavis, sans qu'aucune réclamation ne puisse être formulée à son encontre, ni donner lieu à versement d'indemnité d'aucune sorte.
41. Dans la mesure ou à titre tout à fait exceptionnel, un message publicitaire serait monté sans avis de l'ARPP, le fait de recevoir un avis ARPP "à ne pas diffuser" ou "cessation de diffusion" ou "à modifier" entraînera le versement par l'Acheteur d'une pénalité de 1 500 euros HT par écran publicitaire modifié dans la limite de 15 000 euros HT.
- France Télévisions Publicité ainsi que les Supports ne peuvent être tenus responsables des pertes ou dommages subis par les bandes vidéo ou documents à l'occasion de l'exécution de l'Ordre de publicité, avant leur arrivée à France Télévisions Publicité.
42. Tous les supports magnétiques doivent être retirés par l'Acheteur auprès de France Télévisions Publicité, dans un délai de six mois après la première diffusion.
- Passé ce délai, les supports magnétiques seront détruits à l'initiative de France Télévisions Publicité.
- De manière générale, l'Acheteur informera par écrit France Télévisions Publicité et ce, dans les meilleurs délais, de tout arrêt définitif de diffusion d'un message publicitaire.

dispositions générales

43. Les antennes régionales de France 3 sont organisées sur la base du découpage administratif de la France. Toutefois, il est précisé que les zones de diffusion couvertes par les émetteurs hertziens de TDF ne permettent pas de respecter l'exact découpage administratif, compte tenu du relief, ce que l'Annonceur reconnaît et accepte.
- Il est rappelé par ailleurs que les programmes de France 3 sont soumis au régime du "Must Carry", conformément aux dispositions législatives et réglementaires. La reprise et la distribution de ces programmes relevant donc de la seule responsabilité des opérateurs concernés, France Télévisions Publicité ne saurait se voir reprocher par les Annonceurs l'absence de visualisation de leurs messages publicitaires au sein des programmes ainsi distribués.
- Les tarifs tenant compte de ces particularités régionales, les Annonceurs ne peuvent prétendre à une quelconque indemnité à ce titre.

44. L'Annonceur certifie que ses messages publicitaires n'utilisent pas de techniques subliminales, que leur contenu ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et qu'ils ne comportent aucune imputation ou allusion diffamatoire ou, plus généralement, dommageable à l'égard de tiers.

L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les Supports contre toute action ou réclamation à ce sujet.

En particulier et sans que cette liste soit limitative, l'Annonceur garantit France Télévisions Publicité et les Supports contre tout recours ou réclamation de tiers fondé sur la méconnaissance d'un droit de propriété intellectuelle (droit d'auteur, marque, dessins et modèles, etc.) ou d'un droit de la personnalité quel qu'il soit et notamment du droit à l'image et/ou au respect de la vie privée.

45. En outre, l'Annonceur reconnaît et accepte expressément que la conclusion d'un Ordre de publicité confère à France Télévisions Publicité le droit :

- de reproduire, de représenter et, le cas échéant, d'adapter les messages publicitaires qui lui sont remis, pour une communication au public, autant de fois que France Télévisions Publicité le souhaitera, sur tout support et particulièrement sur les sites Internet ou extranet de France Télévisions Publicité et des Supports, y compris sur l'application pour smartphone intitulée "Télépub™", en vue notamment d'actions de communication et/ou de promotion des activités de l'Annonceur ;
- de représenter lesdits messages suivant tous procédés en usage dans le secteur d'activité, d'en réaliser des copies en tel nombre qu'il plaira à France Télévisions Publicité, en vue d'une communication pour un usage professionnel et, notamment, en vue de l'information des Annonceurs et de leurs intermédiaires ;
- de diffuser les messages sur les sites Internet des Supports compte tenu de la reprise intégrale du signal de certains programmes.

L'Annonceur s'engage à obtenir toutes les autorisations nécessaires et garantit France Télévisions Publicité et les Supports contre tout litige lié à ces utilisations.

46. L'Annonceur qui mentionne dans ses messages publicitaires des noms et/ou des adresses de sites Internet, des noms et/ou des numéros de services téléphoniques ou télématiques, certifie que le contenu des sites et services téléphoniques ou télématiques ne peut, directement ou indirectement, contrevir à aucun droit, sans préjudice des stipulations de l'article 9 ci-avant, ni, plus généralement, à la législation en vigueur.

L'Annonceur garantit France Télévisions Publicité à cet effet.

En cas de mise en cause de l'Annonceur et/ou de France Télévisions Publicité au titre de la promotion de ces sites ou services téléphoniques ou télématiques, France Télévisions Publicité pourra interrompre immédiatement la diffusion des messages publicitaires en cause, sans que l'Annonceur puisse formuler à l'égard de France Télévisions Publicité ou des Supports la moindre réclamation à ce sujet.

47. France Télévisions Publicité s'interdit de divulguer les informations confidentielles auxquelles elle pourrait avoir accès dans le cadre des Ordres de publicité. Seront considérées comme confidentielles, toutes les informations, quels qu'en soient la nature, le support, qui auront été préalablement signalées par écrit comme confidentielles par les Acheteurs. France Télévisions Publicité s'engage à conserver la confidentialité desdites informations jusqu'à la date de première diffusion ou de mise en ligne sur le(s) Support(s) / le(s) Site(s) du (des) message(s) publicitaire(s).

48. L'Acheteur reconnaît que les fichiers électroniques échangés avec France Télévisions Publicité à l'occasion de l'exécution des Ordres de Publicité sont susceptibles de faire l'objet d'intrusions ou de contaminations par un tiers, notamment à l'occasion des transmissions par Internet. A ce titre, France Télévisions Publicité ne pourra être tenue pour responsable des dommages directs et/ou indirects qui résulteraient pour l'Acheteur de virus informatiques ou de tout autre programme malveillant ou nuisible ayant entraîné des dysfonctionnements, blocages et/ou altérations de données dans les systèmes informatiques ou lors de la diffusion des messages publicitaires sur les Supports.

litiges

49. Toute contestation ou tout litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, et plus généralement de la formation et de l'exécution des Ordres de publicité relève de la compétence des tribunaux de Paris, y compris en cas de connexité, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

francetvpublicité



tél .: +33(0)1 56 22 62 00
fax : +33(0)1 56 22 62 01
www.francetvpub.fr
www.twitter.com/francetelepub

FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE,
S.A au capital de 38 100 Euros,
SIREN 332 050 038 RCS Nanterre,
64/70, avenue Jean-Baptiste Clément
92641 Boulogne Billancourt cedex