

CGV TV-VIDÉO



2023





Altice Media Ads & Connect continuera à capitaliser en 2023 sur le succès de **marques uniques qui rythment le quotidien des français**. Des marques de référence articulées autour de 3 grandes thématiques : l'info (BFMTV, BFM Business, BFM Régions, Tech&Co, i24News), le sport (RMC, RMC Sport), et le divertissement (RMC Story, RMC Découverte). Altice Media poursuit le **déploiement de son offre d'information locale BFM Régions**, qui compte désormais 10 chaînes.

Chaque mois, ces marques plurimedia nous permettent ainsi de toucher **50 millions de français** et de totaliser **250 millions de vidéos vues**, tout en sortant d'une **saison 2021-2022 record en TV !**

En 2023, nous poursuivrons notre **stratégie de digitalisation** pour vous donner accès aux meilleures **capacités de ciblage**.

Notre offre de **Télévision Segmentée** est désormais **totale**, sur l'ensemble de nos chaînes TNT, pour tous les ciblage et via tous les modes d'achat, qu'ils soient en gré à gré ou en programmation garanti.

La Data est un enjeu majeur dans lequel nous avons massivement investi pour vous proposer des **ciblages pertinents**, sur **tous les environnements**, et **adaptés à un monde sans cookie**.

Le local est devenu un enjeu central pour les annonceurs, c'est pourquoi nous vous mettons à disposition notre proximité avec nos chaînes BFM Régions implantées sur tout le territoire et couvrant 50% de la population française.

En plaçant **l'environnement au cœur de la stratégie éditoriale** de BFM et RMC, le Groupe Altice souhaite aujourd'hui encore mieux informer les Français sur ces enjeux et les inciter à agir en faveur de l'environnement, grâce à une **programmation dédiée et de multiples contenus**.

En 2023, Altice Media Ads & Connect continuera donc d'innover pour vous accompagner au plus près de vos publics, de vos enjeux, de vos succès !

Raphaël Porte, directeur Général Altice Media ads & connect

UNE OFFRE TV-AUDIO-VIDÉO UNIQUE	3
NOS SOLUTIONS	8
NOS OFFRES	24
CALENDRIERS D'ACTIVATIONS	47
EASY PILOT	50
CONDITIONS COMMERCIALES	57
ANNEXES	64

UNE OFFRE TV-VIDÉO-AUDIO

UNIQUE

01

Altice Media Ads & Connect propose aux téléspectateurs et aux annonceurs une variété de supports de référence autour de 3 thématiques : l'information, le sport, et le divertissement.

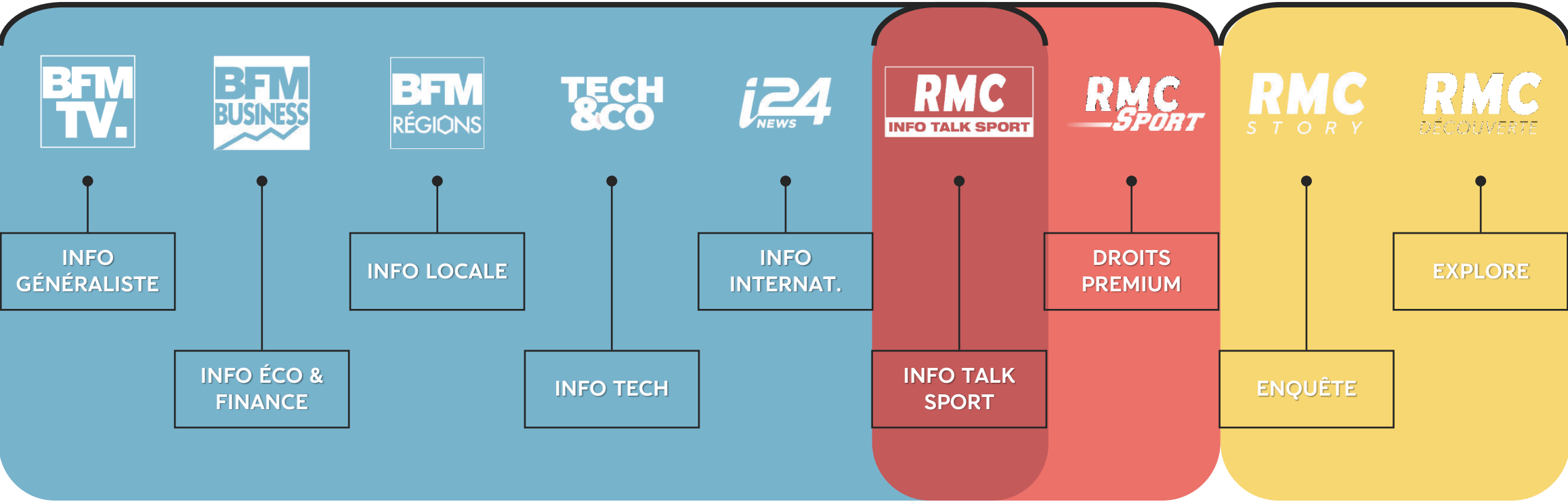
UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

AUTOUR DE 3 THÉMATIQUES

INFORMATION

SPORT

DIVERTISSEMENT



TOUS NOS CONTENUS INFO SPORT DIVERTISSEMENT

RMC BFM
play

À RETROUVER EN REPLAY ET EN LIVE SUR RMC BFM PLAY

UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

BASÉE SUR 3 LEVIERS PUISSANTS

90% de couverture mensuelle globale

À travers ses 3 leviers TV, Radio et Digital, Altice Média touche chaque mois 50 millions de français, soit une couverture mensuelle de plus de 90% des français !

50M



Saison 2021-2022
record pour le groupe à
7,7% de PDA 25-49 ans



2^{ème} radio
commerciale
Sur les **25-49 ans**
à **11,4% de PDAC**



250 millions de
vidéos / vues par
mois en moyenne



UNE OFFRE TV UNIQUE DES CHAÎNES QUI RYTHMENT LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS



Information en live, décryptage et rendez-vous de référence, portés par une rédaction de 300 journalistes et des incarnations fortes.

**1^{ÈRE} CHAÎNE INFO
DE FRANCE**

Saison historique
+ de 12M de tvsp / jour



La chaîne qui explore. Un positionnement unique dédié au documentaire autour de 3 thématiques : construction, mécanique et aventure.

**LA CHAÎNE QUI
EXPLORE !**

La chaîne TNT
préférée des français



La chaîne qui enquête. 3 grandes thématiques autour d'histoires vraies : immersion, mystère et crime.

**LA CHAÎNE QUI
ENQUÊTE !**

Saison historique
5,7M de tvsp / jour



Une offre éditoriale déployée en 360 pour chaque grande thématique éco actuelle

**L'ÉCONOMIE À LA
PORTÉE DE TOUS**

1^{ère} marque économique
en notoriété

UNE OFFRE VIDÉO UNIQUE NEWS & THÉMATIQUES SPÉCIALISÉES



NEWS
BFMTV.COM

4^{ème} marque d'actualité
18M de VU mensuels



BUSINESS
BFM BUSINESS

4^{ème} marque d'économie
3,9M de VU mensuels



TECH
TECH&CO

Le média 100% Tech



SPORT
RMC SPORT

2^{ème} marque de sport
6M de VU mensuels

NOS

SOLUTIONS

02

Altice Media Ads & Connect propose aux annonceurs différentes solutions, des offres innovantes, et des méthodes de mesure qui répondent à leurs problématiques commerciales.

RMC BFM PLAY	10
LIVESTITCHING	12
TV SEGMENTÉE	13
DATA	17
BFM RÉGIONS	19
MESURES D'EFFICACITÉ	20

NOS SOLUTIONS RMCB FM PLAY

TOUS NOS CONTENUS **LIVE & REPLAY** + **CONTENUS EXCLUSIFS**
SUR APP, WEBMOBILE ET BOX OPÉRATEURS

12 MILLIONS d'utilisateurs mensuels

+ DE 3000H DE CONTENUS



Distribution { **MULTI OPÉRATEURS**
MULTI DEVICES

Déploiement de **CHAÎNES FAST**

Accès aux contenus **AUDIO & VIDÉO**

NOS SOLUTIONS RMCB FM PLAY

DES THÉMATIQUES PUISSANTES...



...ET DES EXCLUSIVITÉS

+ de **15h de documentaires exclusifs** chaque mois

des programmes factuel entertainment **100% inédits**

des programmes originaux **MyCuisine** et **Sport**

des **corners digitaux exclusifs**

les shows RMC
RMC Crime
des chaînes éphémères



NOS SOLUTIONS LIVESTITCHING

PROFITEZ DE LA PUISSANCE DU LIVE DIGITAL DE BFMTV
EN INTÉGRANT VOS MESSAGES DANS LE FLUX



FLUX LIVE BFMTV



SPOT TV #1



SPOT TV #2



FLUX LIVE BFMTV

décrochage publicitaire du flux live sur le digital



FLUX LIVE BFMTV



SPOT DIGITAL #1



SPOT DIGITAL #2



FLUX LIVE BFMTV

#VISIBILITÉ

90% de visibilité sur le Live

#COMPLÉTION

95% de complétion

#CIBLAGE

Ciblage Géolocalisé

NOS SOLUTIONS TV SEGMENTÉE

QU'EST-CE QUE LA TÉLÉVISION SEGMENTÉE ?

C'est la possibilité de diffuser en télévision linéaire des publicités différentes selon le profil de chaque foyer de téléspectateurs

3 CADRES D'APPLICATION

Règlementaire

- ❖ 2 mn de publicité segmentée en moyenne par heure (6mn max pour 1 heure d'horloge donnée)
- ❖ Interdiction pendant et autour de programmes jeunesse
- ❖ Interdiction de préciser l'adresse du point de vente de l'annonceur
- ❖ Respect du consentement donné par les foyers (opt-in)

Technique

- ❖ Possibilité d'intégrer plusieurs spots par écran
- ❖ Diffusion sur toutes les tranches horaires (dont Prime-Time)
- ❖ Possibilité d'auto-substitution (adapter le spot sur la base d'une campagne nationale)
- ❖ 3 formats éligibles : 15", 20" et 30" (hors auto-substitution)
- ❖ Qualité de substitution à l'image près

Commercial

- ❖ 5 créations maximum par campagne d'auto-substitution
- ❖ Mode de commercialisation au CPM b. 20"
- ❖ Les spots achetés en spot à spot ne seront pas remplacés par des spots de TV Segmentée

NOS SOLUTIONS TV SEGMENTÉE

3 TYPOLOGIES DE DONNÉES

Déterministe

1. Collecte **par les FAI (fournisseurs d'accès internet)** des données contractuelles de **sociodémo** (carte d'identité)
2. **Consommation programme** (données box)
3. **Géolocalisation** (adresse d'installation de la Box)

Probabiliste

1. **Scoring réalisé sur la base de la connaissance client** : composition foyer, présence d'enfant par tranche d'âge
2. **Probabilisation au code IRIS** : CSP, niveau de revenu, type d'habitation

Ouverte

1. Exploitation **des données 1st party annonceurs (données CRM annonceurs)** et matching avec les données FAI
2. Exploitation **des données 3rd party (tierces)** d'un provider et matching des données FAI

NOS SOLUTIONS TV SEGMENTÉE

UNE OFFRE TOTALE EN 2023

Toutes
NOS CHÂÎNES

Tous
LES OPÉRATEURS

Tous
LES MODES D'ACHAT

De nouvelles
CAPACITÉS DE CIBLAGE



- ❖ Gré à gré
- ❖ Programmatique garanti

- ❖ Météo



- ❖ Zone de chalandise

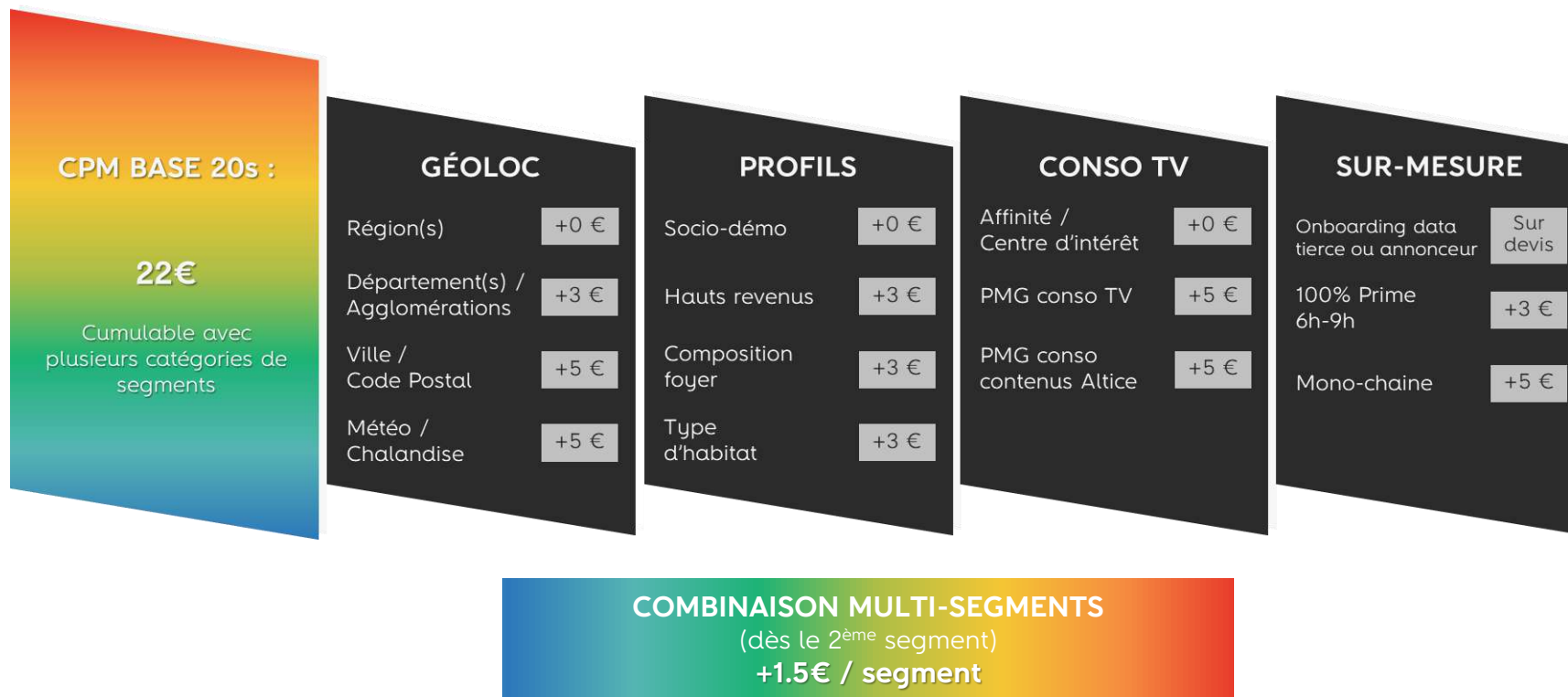


- ❖ Consommation TV Altice



NOS SOLUTIONS LA TV SEGMENTÉE

Une tarification par catégorie de segment cible



EXEMPLES DE COMBINAISON MULTI-SEGMENTS (B.20s)

Ciblage PMG TV = 22€+5€ = 27€

Ciblage région + socio-démo = 22€+0€+1.5€ = 23.5€

Ciblage ville + hauts revenus + 100% Prime = 22€+5€+1.5€+1.5€ = 29€

Gré à gré | programmation garanti

DSP : Hawk, The Trade Desk, Xandr

5 copies maximum autorisées par campagne

Majoration de 500€ par copie supplémentaire

Indices formats

Les indices formats suivants s'appliquent :

Format	15"	20"	30"
Indice	90	100	120

Seuls les formats 15", 20" et 30" sont disponibles en TV Segmentée (hors auto-substitution).

NOS SOLUTIONS LA DATA

Des **capacités de ciblage uniques** grâce à l'intégration de **nos assets data** :

Territoires de collectes puissants & affinitaires

- ❖ 20M de VU/mois
- ❖ Marques référentes sur le BtoB, le sport et la Tech

Segments socio-démo déterministes

- ❖ Issus des audiences loguées RMC BFM Play et des abonnés SFR

RMC BFM
play

SFR

Ciblage cookieless sémantique et contextuel

- ❖ Ciblage dès la 1ère impression
- ❖ Ciblage par thématique
- ❖ Respect Brand Safety / Suitability

> 150 segments disponibles



GÉOLOC



INTÉRÊT



CONSO TV



SOCIO-DÉMO



MOMENTS
DE VIE



BRAND
SAFE

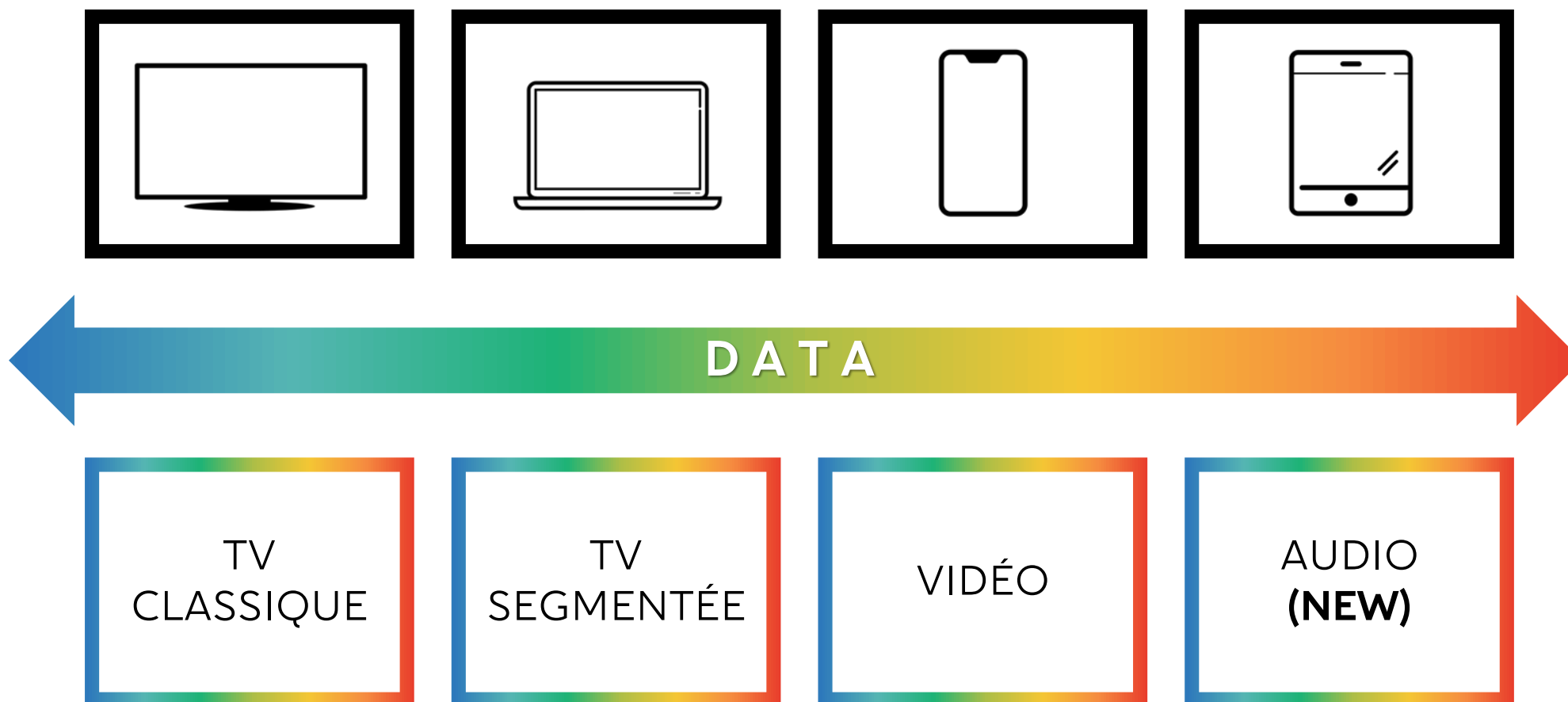


CUSTOM

NOS SOLUTIONS
LA DATA

En 2023, la data sera également **activable sur l'audio**.

Elle sera donc **disponible sur tous les écrans et pour tous les modes de consommation de nos contenus**.



NOS SOLUTIONS BFM RÉGIONS

BFM RÉGIONS, UN RÉSEAU PUISSANT DÉDIÉ À L'INFORMATION LOCALE ET LA PROXIMITÉ

INFO

Toute l'info en continu
sur les territoires

SERVICES

Des infos servicielles
de proximité (météo,
qualité de l'air, culture...)

PROXIMITÉ

Tout sur la vie pratique
et les loisirs

170

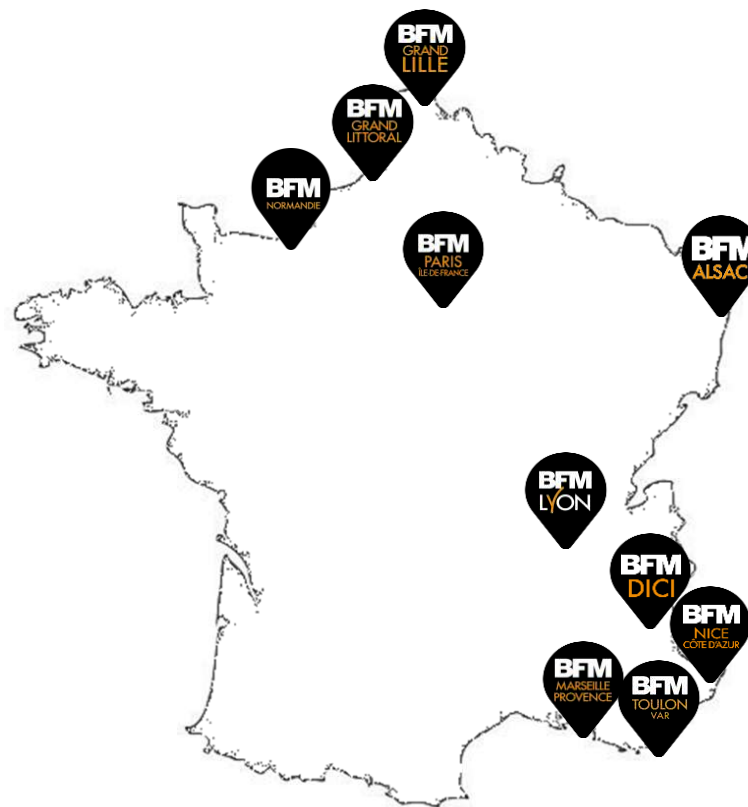
Journalistes
dédiés

10

Studios à la pointe
de l'innovation

50%

De la population
couverte par notre offre



2.7M

De téléspectateurs
par semaine



45M

De vidéos vues
site, app, réseaux

NO SOLUTIONS DE MESURE
DRIVE-TO-WEB

Le drive to web : mesurer & amplifier
l'impact publicitaire sur site web & application

1

Dépôt de tag sur le site
de l'annonceur



Nielsen | TVTY

Realytics

admo.tv

LEADSMONITOR

2

Diffusion de la publicité en TV



3

Détection de l'ensemble des spots
de la campagne TV



Nielsen | TVTY Realytics admo.tv LEADSMONITOR

4

Mesure des performances
de la campagne par levier/media



Nielsen | TVTY

Realytics

admo.tv

LEADSMONITOR

NO SOLUTIONS DE MESURE DRIVE-TO-STORE

Le drive to store : mesurer & amplifier
l'impact publicitaire en magasin

1

Diffusion de la publicité en TV



2

Mesure des foyers exposés
à la publicité via les Box SFR



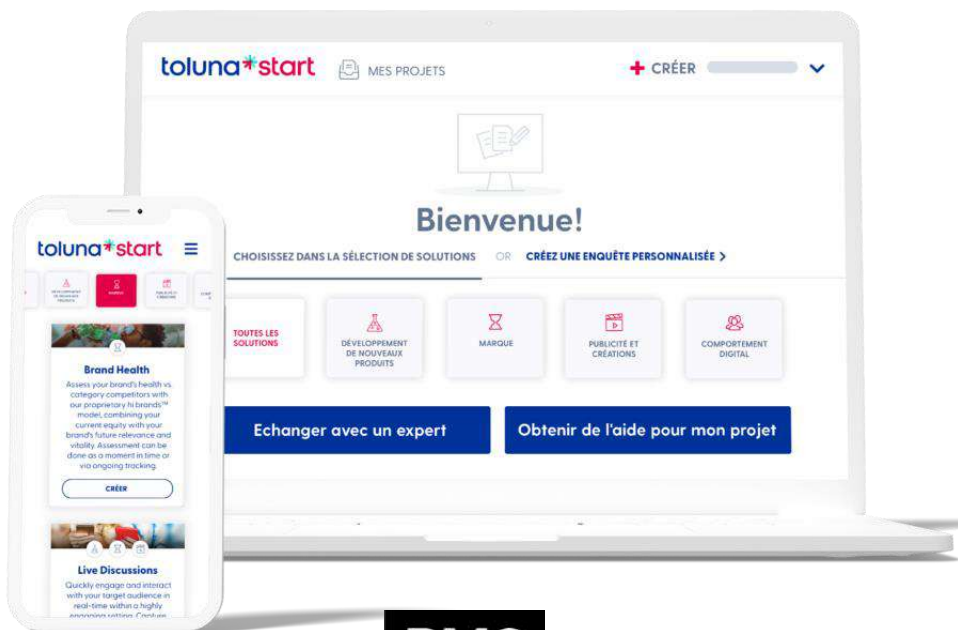
3

Mesure du trafic en magasin exposés vs
non exposés pub



NO SOLUTIONS DE MESURE BRANDING & PERCEPTION

Panel propriétaire Altice Media :
Mesurer l'impact publicitaire TV & Radio sur des items de branding et de perception



2 900 Membres inscrits dans notre panel
RMC BFM et vous



6 De nos marques représentées dans notre panel :
BFMTV, RMC Découverte, RMC Story, RMC, BFM
Business (tv/radio) et BFM Paris Ile-de-France



30 Bilans de post-tests publicitaires en partenariat
avec Harris Interactive

NO SOLUTIONS DE MESURE MESURE PGC

Mesure d'efficacité PGC :
Mesurer **l'impact publicitaire de la TV sur les ventes en magasin**
en partenariat avec les mesureurs de référence



KANTAR



OBJECTIF

Mesurer l'efficacité publicitaire d'une campagne TV sur les ventes en magasin



INTÉRÊT

Décryptage de l'efficacité de vos campagnes TV sur les ventes : ROI, efficacité par cible, niveau d'exposition, création.

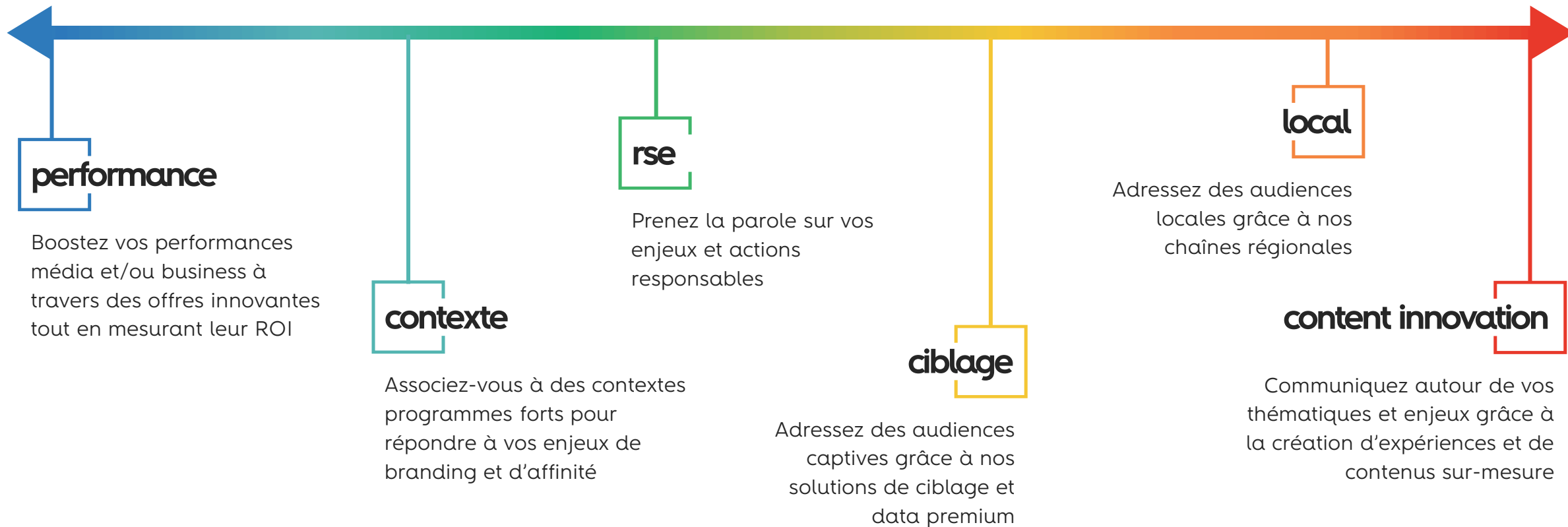
NOS

OFFRES

03

Altice Media Ads & Connect met à disposition ses supports et ses solutions afin de proposer aux annonceurs des offres qui répondent à leurs problématiques de performance, de contexte, de ciblage, rse, locales, et de contenu.

OFFRES COMMERCIALES TERRITOIRES D'OFFRES



PERFORMANCE	27
CONTEXTE	31
RSE	36
CIBLAGE	40
LOCAL	43
CONTENT INNOVATION	45

MORNING REACH

Captez plus du tiers de l'audience « pub »
grâce à nos écrans info synchronisés sur 13 chaînes différentes

L'OBJECTIF

Les écrans synchronisés de 13 de nos chaînes TV (BFMTV, RMCD, RMCS & les chaînes régionales) en contexte 100% info vous permettent de couvrir instantanément près de 40% du public 25-49 ans présent sur les chaînes pubées le matin. Une offre incontournable sur un horaire stratégique !

LE + DE L'OFFRE

Une couverture additionnelle garantie grâce à la diffusion des 13 spots à 7h15 : seulement 5 minutes d'écart maximum entre les spots pour une déduplication d'audience quasi nulle.

LES MOYENS



1 spot sur chacune des 13 chaînes suivantes à 7h15 en contexte info :
BFMTV, RMC STORY, RMC DECOUVERTE, les 10 BFM Régions.



UN ÉCRAN SYNCHRONISÉ UNIQUE EN CONTEXTE 100% INFO DANS NOS 13 MATINALES



TARIFS & CONDITIONS

Cf. Indices tranches horaires page 56

Boostez le lancement de vos campagnes
grâce à une couverture initiale puissante

L'OBJECTIF

Exploitez la **couverture quotidienne de BFMTVMAX** pour **donner un coup de boost au lancement de votre campagne TV** grâce à une **puissante couverture en J1**.

LE +
DE L'OFFRE

Ce produit intègre l'écran **MORNING REACH** pour une **couverture 25-49 ans globale estimée à 7% sur la journée**.

LES MOYENS



20 spots tout au long de la journée
(1/heure de 5h à 25h)
dont l'écran MORNING REACH
soit 33 diffusions
100% EP (A ou Z)
30% de peak (en % de GRP)



400 000 spots vidéos diffusés sur notre
inventaire in-stream live & replay
OU
900 000 spots vidéos diffusés sur notre
inventaire in-read
(capping à 1 par VU/jour)

TARIFS & CONDITIONS

Offres activables sur les campagnes déjà
programmées sur BFMTV > 30 000€ Nets

Tarifs 30s (saisonnalisés) :

01/01 au 05/03 : **24 000€**
06/03 au 16/04 : **29 000€**
17/04 au 07/05 : **27 000€**
08/05 au 09/07 : **31 000€**
10/07 au 30/07 : **16 000€**
31/07 au 20/08 : **16 000€**
21/08 au 22/10 : **33 000€**
23/10 au 31/12 : **32 000€**

SPONSORING AUGMENTÉ

Optimisez votre plan de bandes-annonces
pour augmenter l'efficacité du dispositif de sponsoring

L'OBJECTIF

Altice Media Ads & Connect repense **et enrichit son offre de sponsoring autour de la data pour proposer une meilleure association marques-programmes** et un **meilleur ciblage des communautés programmes en contexte et hors contexte.**

LE + DE L'OFFRE

Cette innovation basée notamment sur l'optimisation du plan de bandes-annonces, va permettre de dynamiser l'attention et l'émotion du téléspectateur en augmentant l'efficacité de l'ensemble du dispositif de sponsoring.

LES MOYENS



CIBLER

la communauté
du programme
hors contexte en
analysant sa
conso média

La data SFR au service de la performance des bandes-annonces

Sur la base des datas box SFR, le plan de bandes-annonces va cibler la communauté du programme dans sa consommation de nos chaînes hors contexte et maximiser ainsi son exposition et son efficacité auprès d'une cible engagée.

L'exemple Vintage Mecanic

Après optimisation du plan de BA, 84% des téléspectateurs du programme Vintage Mecanic ont été exposés aux bandes-annonces vs 30% en moyenne sur des dispositifs comparables sur les chaînes de la TNT.



SCÉNARISER

les billboards
pour accroître
l'attention et
l'émotion sur
votre message

TV + DIGITAL GEO-TARGET

Activez les meilleurs leviers publicitaires
pour un ciblage géolocalisé optimal

L'OBJECTIF	Besoin de cibler uniquement certaines zones géographiques ? Les offres geo-target vous permettent d'activer les meilleurs dispositifs de géolocalisation sur l'ensemble du funnel : reach, trafic, mesure.			
LE + DE L'OFFRE	Une activation intelligente de tous les leviers géolocalisés en mêlant assets media et assets opérateur			
LES MOYENS	 Ciblage TV en TV Segmentée ou BFM Régions	 Ciblage Digital en audio ou vidéo Format pré-roll & Mid-roll	 Ciblage SMS Push SFR	 Mesures d'efficacité SFR Géostats Drive to web Drive to Store Branding & Perception
TARIFS & CONDITIONS	OFFRE GEO-TARGET ACCESS : 50K€ Ciblage TV : 25K€ Ciblage Digital : 20K€ Push SMS : 5K€ OFFRE GEO-TARGET MAX : 100K€ Mesure SFR Geostats : 10K€ Ciblage TV : 40€ Ciblage Digital : 30€ Push SMS : 10K€ Mesure de campagne : 10K€			

BFMTVMAX

Accédez simplement aux espaces publicitaires
du premier contexte info de France

L'OBJECTIF

Accéder au **premier contexte info de France** grâce à un **mode de commercialisation simple et performant** avec une approche **content planning**.

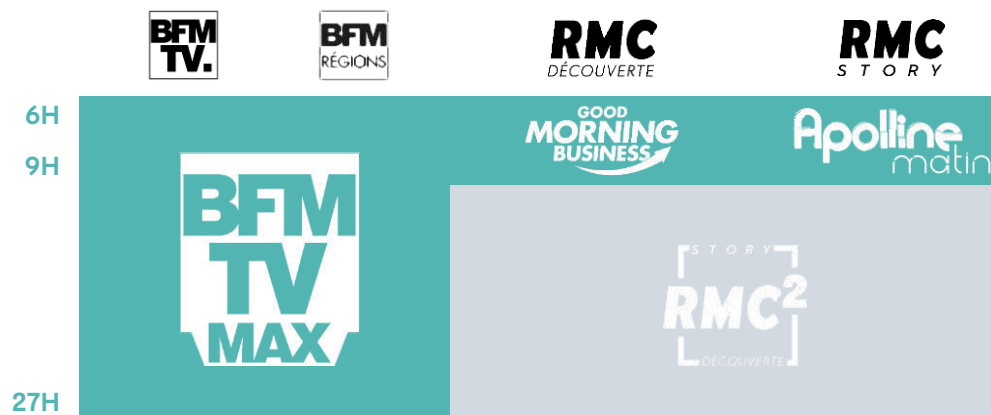
LE + DE L'OFFRE

L'assurance d'un contexte éditorial info de qualité, et un gain de couverture incrémentale pour les écrans situés dans les 13 matinales info sur la même tranche horaire.

LES MOYENS



Une offre contextuelle **100% info**, qui regroupe la commercialisation de **l'ensemble des écrans publicitaires de BFMTV et BFM Régions**, et ceux **en contexte des matinales d'information sur RMC Découverte** (Good Morning Business) **et RMC Story** (Apolline Matin).



T V RMC²

Accédez simplement aux espaces publicitaires
des contextes curiosité de référence

L'OBJECTIF

Accédez aux deux **contextes curiosité** (documentaires, enquêtes, divertissements) de référence grâce à un **mode de commercialisation simple et performant** avec une approche **content planning**.

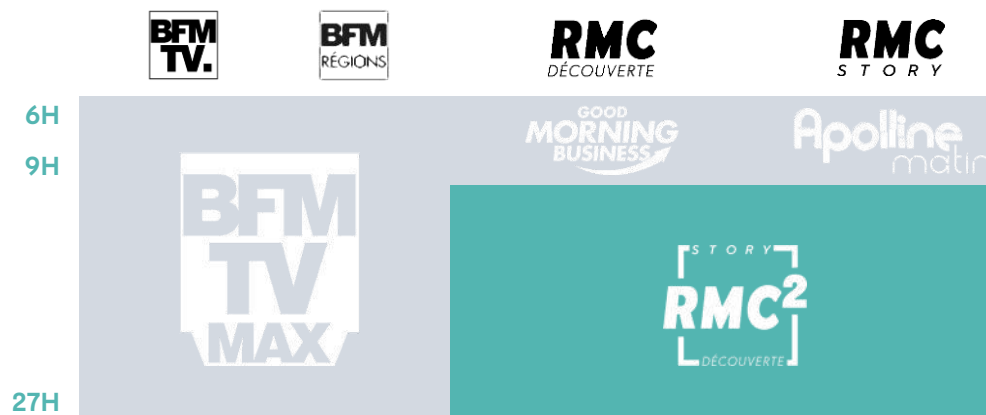
LE + DE L'OFFRE

L'assurance de communiquer au sein de deux chaînes puissantes avec un ADN commun, la curiosité, et de toucher deux publics complémentaires.

LES MOYENS



Le duo **100% curiosité**, désigne l'offre publicitaire agréant **l'ensemble des écrans (hors contexte info) des chaînes RMC Découverte, la chaîne qui explore, et RMC Story, la chaîne qui enquête.**



FOOTB'ALL-IN

Émergez dans le contexte ultra-premium des meilleures rencontres européennes de football

L'OBJECTIF

Adossez votre spot aux plus prestigieux contextes sportifs tout en profitant d'une audience hyper-affinitaire sur les hommes 25-49 ans.

LE + DE L'OFFRE

L'offre de football européen la plus complète et prestigieuse du marché avec les meilleures affiches de champions league et la quasi-intégralité de l'euroleague et de l'euroconference league

LES MOYENS



RMC
SPORT

BFM
RMC
SPORT



36 spots :

12 spots (1/match) champions league
24 spots (1/match) : europa / conference league

VERSION PREMIUM :

36 spots premium en écrans exclusifs en reprise 2^{ème} mi-temps

1 200 000

Impressions

(770 000 pour le Full Digital)

En pré-roll et en contexte 100% highlights et résumés des matchs

TARIFS & CONDITIONS

Footb'all-in : 40K€

Footb'all-in premium : 50K€

Footb'all-night : 25K€

Champions Zone : 5K€

Champions Zone Premium : 10K€

Full Digital : 10K€

DIGITAL PACKS VIDÉOS

Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo
au sein de nos contextes news, live & replay

L'OBJECTIF

Communiquez au sein des marques de référence sur la News, l'économie et le Sport.

LE + DE L'OFFRE

Des environnements puissants et complémentaires pour des activations vidéo efficaces.

LES MOYENS

GLOBAL VIDÉO

Diffusion autour de tous nos contextes
d'actualité, du Live et Replay de nos chaînes



Diffusion 4 écrans pré-roll & livestitching
Garantie taux de complétion moyen > 75%
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD

CPM 10,5 €
Base 100 (20")

RMC BFM PLAY

Diffusion autour du live & replay
de nos chaînes



Diffusion 4 écrans pré-roll Garantie
taux de complétion moyen > 90%
Diffusion IPTV >50%

CPM 13 €
Base 100 (20")

CONTEXTE

SPORT



Diffusion en
contexte sport

RMC Sport, 2^{ème} marque
de sport sur le Digital

BUSINESS



Diffusion en
contexte Eco

BFM Business, 4^{ème}
marque Eco sur le Digital

LES PACKS THÉMATIQUES

Accédez via des packs clés en main aux différentes thématiques proposées sur nos médias TV & digitaux en y associant le segment data approprié



DES PROGRAMMES / CHAÎNES



UN CIBLAGE DATA & VOL



EN LIEN AVEC LA THÉMATIQUE CHOISIE

exemples de **THÉMATIQUES** et de contextes / segments data associés **ACTIVABLES** :

tech

Contexte : *Tech&Co, De Tesla à Space X, le Génie Français...*
+ segment data
Intérêt Tech

aventure

Contexte : *Seuls face à l'Alaska, J'irai dormir chez vous...*
+ segment data
Intérêt Aventure

mécanique

Contexte : *Wheeler Dealers, Top Mechanic...*
+ segment data
Intérêt Mécanique

crime

Contexte : *Faites entrer l'accusé, Affaire suivante...*
+ segment data
Intérêt Crime

news

Contexte : *BFM Business, i24 News, BFMTV...*
+ segment data
Intérêt News

R S E
ALTICE S'ENGAGE

Face au défi climatique, encourageons ensemble les français à agir au quotidien en faveur de l'environnement !



**J'AVANCE
AVEC ALTICE**

VERS UN NUMÉRIQUE PLUS RESPONSABLE

- Améliorer la **performance environnementale** de nos produits et services
- Développer des **infrastructures écoresponsables**
- **Mobiliser et former** les équipes Altice



Démarche de soutien éditorial des dispositifs d'alerte EcoWatt et EcoGaz pour **favoriser la sobriété énergétique** par la diffusion de cartes de France dédiées à ces alertes, de reportages divers, d'interventions régulières de nos spécialistes météo et environnement sur nos plateaux, d'habillage antennes etc.



L'environnement **au cœur de la stratégie éditoriale** de BFM & RMC :

- La fiction **2050 : ouvrons les yeux**, ainsi que **Ma vie en vert** & **C'est votre planète** sur BFMTV
- **Objectif raison d'être** sur BFM Business
- **Planète locale** sur BFM Régions
- Le podcast **Objectif Terre** sur RMC
- **Engagez-vous** sur RMC Story & RMC Découverte

RESPONS'ACTES

Faites connaître vos engagements responsables
via une création de contenus sur-mesure à forte résonance

L'OBJECTIF

Mettez en lumière vos actions RSE et affirmez votre engagement à travers une série de 2 publi-reportages intégrée, diffusée en TV et sur le digital.

LE + DE L'OFFRE

Un format ultra-intégré reprenant les codes infos de BFMTV et bénéficiant d'ancrages spécifiques pour faire émerger votre discours de marque.

LES MOYENS



Diffusion d'un **teaser en EP** la veille du lancement de la campagne

Diffusion du publi 60" **en écran pub isolé et encadré par un jingle pub spécifique « Respons'actes »**

2 articles publi-rédactionnels embeddant les 2 contenus 60" pour approfondir vos engagements avec une **médiatisation spécifique** pour driver nos audiences vers ces articles.

TARIFS & CONDITIONS

Offre Socle :
31K€ nets production
à partir de 180K€ nets médiatisation

Offre 100% digital :
8K€ nets production
à partir de 15K€ nets médiatisation

INSTANT GREEN

Installez une habitude de consommation
à travers un format dédié au green

L'OBJECTIF

Faites connaître votre engagement pour l'environnement en lançant votre spot
à travers un format dynamique & contextualisant

LE + DE L'OFFRE

Un produit puissant, flexible (possibilité de choisir ses horaires sur toute la journée),
et affinitaire (assurer une présence à l'esprit à un moment clé).

LES MOYENS



Création d'un tag 5" ou 10" en lien avec la thématique RSE de
l'annonceur (environnement, société...)
+ Un nombre de spots équivalent à 20K€ nets.



TARIFS & CONDITIONS

3K€ production
20K€ médiatisation

ÉCRANS ENGAGÉS

Mettez en avant votre engagement responsable en intégrant des écrans « écrins » dédiés

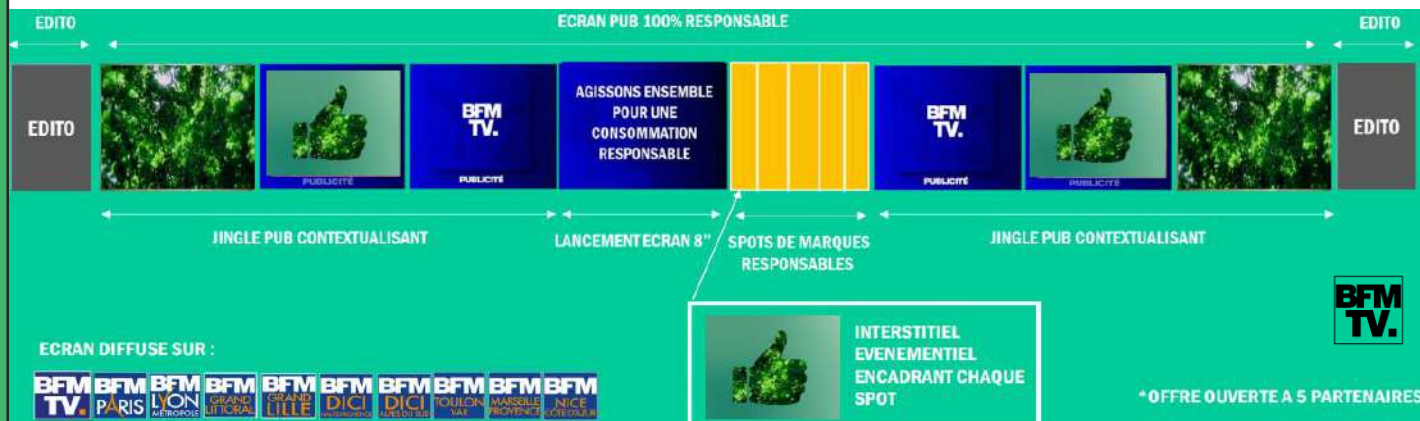
L'OBJECTIF

Intégrez l'identité visuelle de nos chaînes et bénéficiez d'un écran publicitaire pour faire émerger votre marque dans un contexte 100% responsable lors des temps-forts green ou sociétaux.

LE + DE L'OFFRE

Un écran engagé au cœur de la 1^{ère} matinale de France + au plus près des chroniques affinitaires (*C'est votre vie / C'est votre planète*) et sur les BFM Régions.

LES MOYENS



TARIFS & CONDITIONS

Activable pour les évènements suivants :

Journée internationale du droit des femmes (08/03) / Journée mondiale du recyclage (18/03) / Journée mondiale de la santé (07/04) / Journée mondiale de la Terre (22/04) / Journée mondiale de l'environnement (05/06) / Journée mondiale de l'alimentation (16/10) / Journée mondiale du climat (08/12)

à partir de 25K€ nets

TV + DIGITAL
TV SEGMENTÉE

Alliez la précision du ciblage en digital à la qualité de l'écran TV pour faire émerger votre message avec une efficacité maximale

L'OBJECTIF

Ciblez des audiences ultra-précises grâce à nos différentes solutions clés en main en géoloc (ciblage régions / villes), socio démo (ciblage familles / hauts revenus), et conso TV (ciblage sport)

LE +
DE L'OFFRE

Une activation simple et efficace avec des packs clés en main répondant à vos différents besoins de communication

LES MOYENS

**RMC RMC**
DÉCOUVERTE STORY

6 packs :

City :

Audiences géolocalisées sur les 3 plus grandes villes de France

Agglo :

Audiences géolocalisées selon la taille d'agglomération

Geo Max :

Audiences géolocalisées en TV segmentée & chaînes locales

**Affinity :**

Audiences intéressées par le sport

Family :

Audiences familles avec enfant(s)

Hauts revenus :

Audiences habitant des communes à hauts revenus

TARIFS & CONDITIONS

30K€ nets par pack
Sur une durée de 30 jours

TV + DIGITAL

LES PACKS CIBLES

Ciblez efficacement via des packs clés en main
un large éventail de cibles socio-démo & data
grâce à nos médias hyper-affinitaires

**DES ÉCRANS AFFINITAIRES****UN CIBLAGE DATA VOL**

EN LIEN AVEC LA CIBLE CHOISIE

exemples de **CIBLES** et d'écrans affinitaires / segments data associés **ACTIVABLES** :

décideurs

hommes

femmes

silver

shoppers

T V
DÉCIDEURS

Touchez les décideurs
aux moments clés de leur consommation

L'OBJECTIF

Alliez **la puissance de BFMTV, l'affinité de BFM Business et la finesse de la data** pour **toucher les décideurs** (cadres en entreprise qui interviennent dans les décisions d'achat)
aux moments clés de leur consommation média.

LE +
DE L'OFFRE

1 décideur sur 2 consomme BFMTV ou BFM Business chaque semaine. Une offre conçue sur mesure avec un médiaplanning adapté aux moments de consommation des décideurs* en fonction de votre secteur d'activité, en particulier : RH, IT, SANTÉ, TRANSPORTS.

LES MOYENS



4 spots / jour
entre 20h & 24h
soit **20 spots au global**

1 spot par heure
entre 20h & 24h



4 spots / jour
en matinée & soirée
soit **30 spots au global**

1 spot par heure
entre 6h & 8h et entre
20h & 24h



350 000
Impressions en pré-roll
segment data : intérêt business

TARIFS & CONDITIONS

Tarifs 30s (saisonnalisés) :

01/01 au 05/03 : **19 000€**
06/03 au 16/04 : **24 000€**
17/04 au 07/05 : **22 000€**
08/05 au 09/07 : **26 000€**
10/07 au 30/07 : **11 000€**
31/07 au 20/08 : **11 000€**
21/08 au 22/10 : **28 000€**
23/10 au 31/12 : **27 000€**

TV LOCALE

PACKSHOT ADRESSÉ

Communiquez auprès de vos clients & prospects
en indiquant l'adresse de votre point de vente dans votre spot TV

L'OBJECTIF

Attirez les consommateurs dans vos points de vente grâce à
un packshot adressé sur nos différentes chaînes régionales

LE +
DE L'OFFRE

Le packshot adressé vous est OFFERT
pour toute suppression de votre campagne nationale sur les chaînes BFM Régions.

LES MOYENS



Création d'un packshot de 5 secondes accolé au spot fourni par
l'annonceur, qui renverra à un point de vente selon la ville choisie :

rochebobois
PARIS**LYON 3^{ème}, 9-13 cours de la liberté**

Ouvert le lundi de 14h à 19h et du mardi au samedi de 10h à 19h

www.rocche-bobois.com**rochebobois**
PARIS**LILLE, 75 rue Esquermoise**

Ouvert le lundi de 14h à 19h et du mardi au samedi de 10h à 19h

www.rocche-bobois.com

TARIFS & CONDITIONS

Offre soumise à un engagement
d'investissement d'un minimum de
7 000 € nets sur une ou plusieurs
chaînes BFM Régions

Communiquez auprès de vos clients & prospects
en région grâce à des packs clés en main

L'OBJECTIF

Activez votre communication locale quand vous le souhaitez, sur la ou les zones de votre choix.

LE +
DE L'OFFRE

Ces packs sont éligibles à l'offre du packshot adressé OFFERT
pour toute suppression de votre campagne nationale sur les chaînes BFM Régions.

LES MOYENS



2 semaines de communication LàD
10 spots / jour entre 6h30 & 23h

Packs Capitale / Métropole / Territoire =
140 spots / chaîne
Pack Full Régions =
1 400 spots

Pack Territoire =
**35 000 pré-rolls géolocalisés sur la région
de votre choix**
Packs Capitale / Métropole =
**50 000 pré-rolls géolocalisés sur la région
de votre choix**
Pack Full Régions =
300 000 pré-rolls ciblés

TARIFS & CONDITIONS

Base 20"

Pack Capitale (Paris) : 9 750€ nets
Pack Métropole
(Lyon/Lille/Marseille/Nice/Alsace) :
7 250€ nets / chaîne
Pack Territoire (Grand
Littoral/DICI/Toulon/Normandie) :
6 000€ nets / chaîne
Pack Full Régions : 49 000 € nets

TV
BFM ON SET

Lancez votre nouvelle campagne TV
depuis le plateau de BFMTV

L'OBJECTIF

Boostez l'impact de votre lancement de campagne en intégrant votre nouvelle copie dans les écrans du plateau de BFMTV (déclinable sur plusieurs émissions).

LE +
DE L'OFFRE

Profitez d'une intégration premium pour une visibilité optimale, tout en profitant d'un transfert de valeurs avec la 1^{ère} chaîne info de France !

LES MOYENS

BFM
TV.

SORTIE ÉDITO



JINGLE PUB



PLATEAU PREMIÈRE ÉDITION APPARITION SPOT ANNONCEUR
DANS LES ÉCRANS / ARRIVÉE SUR LOGO ANNONCEUR
AVEC VOIX-OFF DE LANCEMENT 10''



SPOT ANNONCEUR



T V
FORMAT ALERTE

Interpellez le téléspectateur en démarrant votre spot
par une alerte thématisée

L'OBJECTIF

Utilisez les codes de BFMTV pour faire émerger vos copies classiques
et faire de votre actualité un évènement (déclinable en fonction de votre thématique).

LE +
DE L'OFFRE

L'alerte apparaît à un moment clé de la journée, en adéquation avec votre communication.
Vous pouvez également y joindre un bandeau informatif à la manière de BFMTV.

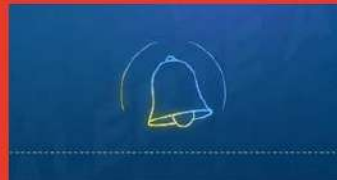
LES MOYENS



SORTIE ÉDITO



JINGLE PUB

PASTILLE ALERTE
(4" gracieuses)LOGO ANNONCEUR
(4" payantes)

SPOT ANNONCEUR





CALENDRIERS D' ACTIVATIONS

04

Altice Media Ads & Connect met à disposition à titre indicatif deux calendriers pour proposer des moments forts d'activation autour des temps-forts commerciaux et RSE de l'année 2023.

CALENDRIERS D'ACTIVATIONS

TEMPS-FORTS RSE

Pour événementialiser votre prise de parole, nous vous proposons un **calendrier des temps forts** de l'année. Vous pourrez y activer nos différents dispositifs d'urgence pour profiter de la **puissance de BFMTV** & de **son traitement de tous les grands événements RSE**.



Janv-Fév

- ❖ Journée mondiale de l'eau (22/03)
- ❖ Journée internationale des droits des femmes (08/03)
- ❖ Journée mondiale de la santé (07/04)



Mai-Juin

- ❖ Semaine Européenne du développement durable (septembre 2023)
- ❖ Journée mondiale de l'alimentation (16/10)
- ❖ Semaine du climat (octobre 2023)



Nov-Déc

- ❖ Journée internationale de l'éducation (24/01)
- ❖ Journée mondiale contre le cancer (04/02)

Mars-Avr



- ❖ Journée mondiale de la biodiversité (22/05)
- ❖ Journée mondiale de l'environnement (05/06)
- ❖ Semaine des fiertés/ Gay Pride (28/06)

Sept-Oct



- ❖ Semaine Européenne de réduction des déchets (19/11)
- ❖ Journée inter. des personnes handicapées (03/12)
- ❖ Sidaction
- ❖ COP 28 (novembre 2023)

CALENDRIERS D'ACTIVATIONS

TEMPS-FORTS COMMERCIAUX

Pour événementialiser votre prise de parole, nous vous proposons un **calendrier des temps forts** de l'année. Vous pourrez y activer nos différents dispositifs d'urgence pour profiter de la **puissance de BFMTV** & de son **traitement de tous les grands événements commerciaux**.



Janv-Fév

❖ Pâques (09/04)

Mars-Avr



Mai-Juin

- ❖ Fête des Mères (28/05)
- ❖ Fête des Pères (18/06)
- ❖ Soldes d'été (28/06 au 25/07)

- ❖ Tour de France (01/07 au 23/07)
- ❖ Fête nationale (14/07)

Juil-Août



Sept-Oct

- ❖ French Days (29/09 au 02/10)
- ❖ Halloween (31/10)
- ❖ Coupe du Monde de rugby (08/09 au 28/10)

- ❖ Black Friday (24/11)
- ❖ Cyber Monday (27/11)
- ❖ Noël & Nouvel An (25 & 31/12)

Nov-Déc



ESPACE CLASSIQUE

EASY PILOT

05

Altice Media Ads & Connect propose avec Easy Pilot un mode d'achat simple et efficace, qui s'enrichit cette année de nouveaux indices d'écrans synchronisés & d'EP.

BFMTVMAX & RMC ²	52
IMPACT DIGITAL	53
IMPACT MULTINEWS	53
CALCUL CGRP NET.....	54
INDICES	55
CIBLES GARANTIES.....	56

EASY PILOT
BFMTV MAX & RMC²

Altice Media Ads & Connect prolonge le mode de commercialisation des espaces publicitaires de ses chaînes TNT autour de deux offres contextuelles **RMC²** et **BFMTV MAX**.

Une approche Content Planning qui a pour objectif de proposer un accès simple et performant à des contextes Info et Curiosité de référence.



Une offre contextuelle 100% info, regroupe la commercialisation de l'ensemble des écrans publicitaires de BFMTV, ceux en contexte des matinales d'information de RMC Découverte (Good Morning Business) et RMC Story (Apolline Matin) et, **nouveauté 2023, des écrans publicitaires de nos 10 chaînes BFM Régions**



Le duo 100% curiosité, désigne l'offre publicitaire agréant l'ensemble des écrans (hors contexte info) des chaînes

RMC Découverte, la chaîne qui explore, et RMC Story la chaîne qui enquête.



La répartition des spots sur les chaînes composant les offres sera optimisée par Altice Media Ads & Connect selon les meilleurs écrans disponibles sur la cible d'achat. L'annonceur et/ou l'agence mandatée recevront une facture unique pour l'ensemble des spots programmés sur chaque offre (BFMTV MAX & RMC²). Tout annonceur pourra toutefois continuer à communiquer de manière indépendante sur BFM TV, BFM Régions, RMC Découverte ou RMC Story sous condition d'une majoration tarifaire de 10%.

L'achat Easy Pilot en coût GRP garanti est proposé sur une palette de 41 cibles (cf. annexes) pour les offres BFMTV MAX, RMC² et RMC Sports. En amont de la programmation, un Coût GRP net (30 s) de référence (base 100/ hors majoration tarifaire) par offre est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et les équipes commerciales de Altice Media Ads & Connect. Ce Coût GRP net base 100 sera d'abord modulé par offre selon les choix de l'utilisateur en termes d'investissement sur le digital et sur Multinews (BFM Business TV et i24 News). Une fois modulé Ce Coût GRP net base 100 est également appelé CGRP base 100 programmé.

Impact digital

Afin de suivre la mutation des usages de nos audiences, de plus en plus digitalisée, tout annonceur investissant sur Altice Media Ads & Connect se verra appliquer une modulation sur son CGRP base 100 selon son poids d'investissement en digital en fonction du barème suivant :

% VOL / Total TV + VOL	<5%	[5 - 8%[	>=8%
Modulation	+3%	0	-3%

Cette modulation ne sera pas appliquée si l'agence n'est pas mandatée sur les investissements digitaux de l'annonceur et/ou si l'annonceur n'investit pas en digital.

Impact Multinews

Les investissements sur Multinews (BFM Business TV et i24News) permettent de bonifier le CGRP net base 100 des chaînes TNT à hauteur de 40% du volume investi.

Ce Coût GRP net base 100 programmé sera ensuite modulé par offre selon les choix de l'utilisateur sur la saisonnalité, les tranches horaires et les emplacements préférentiels (EP). La régie tient à disposition des utilisateurs un simulateur pour faciliter le calcul des indices.

Calcul du Coût GRP Net Garanti indicé



= Coût GRP net (30s) Garanti indicé

Les indices de saisonnalité

Périodes CGV	01/01 - 05/03	06/03 - 16/04	17/04 - 07/05	08/05 - 09/07	10/07 - 30/07	31/07 - 20/08	21/08 - 22/10	23/10 - 31/12
Indices	95	120	110	130	55	55	140	135

Les indices tranches horaires

Tranches horaires	Adultes, Hommes, CSP+		Jeunes Adultes		Femmes, Shoppers, Silver	
	BFMTV MAX	RMC ²	BFMTV MAX	RMC ²	BFMTV MAX	RMC ²
DAY	85	85	80	90	85	90
ACCESS	105	110	110	115	125	115
PEAK	130	130	160	125	260	125
NIGHT	75	70	70	70	70	70
MORNING REACH	150	-	180	-	280	-

Les indices EP

Type EP	2 positions	4 positions	6 positions
Indices	110	106	104

EASY PILOT

LES CIBLES GARANTIES

L'achat Easy Pilot en coût GRP garanti est proposé sur une palette de 41 cibles appartenant à 3 groupes de cibles :

FEMMES, SHOPPERS, SILVER	
Femmes 25-49 ans	FRDA 25-59 ans
Femmes 25-59 ans	RDA - 60 ans
Femmes 35-49 ans	Ensemble > 35 ans
Femmes 35-59 ans	Ensemble > 50 ans
Femmes actives	Ensemble > 60 ans
FRDA & Enf < 25 ans	Ensemble 50-59 ans
FRDA & Enf < 15 ans	Femmes > 35 ans
FRDA 15+	Femmes > 50 ans
FRDA 15-49 ans	Hommes > 35 ans
FRDA 15-49 ans CSP+	Hommes > 50 ans

ADULTES, HOMMES, CSP+		
25-49 PM Conso Pub	Ensemble 25-59 ans	Hommes 25-59 ans
Actifs	Ensemble 35-49 ans	Hommes 35-49 ans
Chef Foyer CSP+	Ensemble 35-59 ans	Hommes 35-59 ans
Ensemble 15-49 ans	Ensemble 50-70 CSP+	Individus CSP+
Ensemble 25-49 ans	Hommes 15-49 ans	Prof Libérales + Cadres Sup
Ensemble 25-49 ans CSP+	Hommes 25-49 ans	

JEUNES ADULTES		
Ensemble 15-34 ans	Ensemble 25-34 ans	Hommes 15-34 ans
Hommes 25-34 ans		



CONDITIONS

COMMERCIALES

06

CONDITIONS COMMERCIALES CONDITIONS D'ACHAT

Conditions d'achat au Coût GRP net garanti

Pour des raisons d'optimisation des campagnes au planning, ce mode d'achat est réservé aux campagnes > **10 000 € net HT base 30s par semaine active sur les chaînes mesurées.**

Dans le cadre d'achat au coût GRP net garanti, Altice Media Ads & Connect décidera seule de la programmation des spots, en suivant autant que possible et selon les disponibilités du planning, la répartition des contacts demandée par le client sur l'ensemble de la journée.

Audience de référence pour le calcul du coût GRP net garanti

Pour BFMTV, la référence sera le fichier bimestriel de médiaplanning (source Médiamétrie Médiamat Bimestriel) applicable au moment de la programmation de la campagne (hors vague Médiamétrie Juillet-Août), selon le calendrier suivant :

Bimestre d'étude :	Septembre-Octobre 22	Novembre-Décembre 22	Janvier-Février 23	Mars-Avril 23	Mai-Juin 23	Septembre-Octobre 23
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	01/01/2023-31/01/2023	01/02/2023-31/03/2023	01/04/2023-31/05/2023	01/06/2023-31/08/2023	01/09/2023-30/11/2023	01/12/2023-31/12/2023

Pour les chaînes BFM Régions, RMC Sport 1 et 2, la référence sera le fichier semestriel de médiaplanning (source : Médiamat local pour les chaînes régions, Médiamat Thématik) applicable au moment de la programmation de la campagne, selon le calendrier suivant :

Vague d'étude Médiamat Thématik ou local :	Janvier-Juin 22	Septembre 22-Février 23	Janvier-Juin 23
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	01/01/2023-30/04/2023	01/05/2023-31/08/2023	01/09/2023-31/12/2023

L'étude utilisée pour RMC Découverte et RMC Story sera le Médiamat National Quotidien.

CONDITIONS COMMERCIALES

REMISES

Remise de Référence

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur **BFMTV MAX, RMC², BFM Business TV, BFM Régions, i24News et les chaînes RMC Sport** bénéficie d’une remise de 15% appliquée sur le chiffre d’affaires brut payant (à l’exclusion des frais techniques) déduction faite en cascade des remises présentées ci-après (avant cumul des mandats).

Remise Volume

Le dégressif volume s’applique sur les investissements Bruts Payants réalisés sur **BFMTV MAX, RMC², BFM Business TV, BFM Régions, i24News, et les chaînes RMC Sport** à l’exception des gracieux, des échanges et des opérations spéciales (toute action de communication hors publicité classique). Cette remise s’applique au premier euro. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers, ou fait l’objet d’un avoir de régularisation.

Investissements du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023 (en € HT)

CA Brut payant supérieur ou égal à	CA Brut payant inférieur ou égal à	Taux
99 000 €	500 000 €	15%
500 001 €	1 500 000 €	20%
1 500 001 €	4 500 000 €	25%
4 500 001 €	10 000 000 €	30%
Supérieur à 10 000 000 €	-	35%

Dans le cadre de conditions particulières négociées soumises à un volume d’investissements minimum non atteint, le barème ci-dessus s’appliquera.

CONDITIONS COMMERCIALES REMISES

La remise de **cumul de mandats est de 3%** et s'applique au premier euro investi.

Cette remise n'est appliquée que si Altice Media Ads & Connect est en possession d'une attestation de mandat conforme.

La remise de cumul de mandats s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé HT du 1er janvier au 31 décembre 2023 après déduction de toutes les primes et remises des présentes conditions de vente à tout annonceur utilisant un mandataire associant au moins 2 mandats et assurant à ses frais exclusifs la totalité des missions suivantes :

- Gestion des ordres
- Regroupement des factures à échéance
- Expertise média (médiaplanning)
- Contrôle de la diffusion

Le chiffre d'affaires net HT est égal au chiffre d'affaires brut payant HT diffusé entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023 diminué de la totalité des dégressifs, primes et remises déjà effectués.

CONDITIONS COMMERCIALES ABATTEMENTS & MAJORATIONS

Campagnes de publicité collective : -30%

Concerne les campagnes publicitaires au profit d'un organisme professionnel, d'une association, d'une marque collective, en excluant les publicités pour des marques commerciales.

La qualification « campagne collective » est laissée à l'appréciation de Altice Media Ads & Connect et sera attribuée par la régie après examen d'un dossier de demande.

Cette remise s'applique sur le CA brut Payant HT et est exclusive de toute autre remise, dégressif ou abattement à l'exception de la remise de cumul de mandats.

Campagnes SIG, grandes causes : -40%

Cette remise est exclusive de toute autre remise, dégressif ou abattement à l'exception de la remise de cumul de mandats.

Les majorations tarifaires sont appliquées au spot à spot sur le tarif brut HT en vigueur :

- Emplacement préférentiel (première / dernière position) au sein d'un écran : +25%
- Emplacement préférentiel (deuxième / avant dernière position) au sein d'un écran : +20%
- Emplacement préférentiel (troisième / antépénultième position) au sein d'un écran : +15%
- Présence ou citation de la marque d'un autre annonceur dans l'écran : +20%
- Présence ou citation de plusieurs produits d'une même marque : +15%
- Produit à codes secteur multiples : +15%

Majoration mono chaîne : +10%

Tout annonceur pourra communiquer de manière indépendante sur BFM TV, BFM Régions, RMC Découverte ou RMC Story sous condition d'une majoration tarifaire de 10%.

PROGRAMMATION & ANNULATION

Modalités de programmation :

Chaque vague Easy Pilot fait l'objet d'un brief incluant :

- Dates
- Format(s)
- Cible(s)
- Budget net
- Répartition du budget par offre
- Répartition de la pression par tranche horaire pour chaque offre
- Répartition de la pression par semaine

Les équipes planning assureront exclusivement la programmation des vagues, dans le plus strict respect des éléments transmis dans le brief.
Les contraintes de programmation sectorielles appliquées seront conformes à la nomenclature SNPTV.

Chaque brief doit nous être transmis via les outils de médiaplanning du marché (norme top) qui garantissent une réactivité et une précision optimale ou par écrit.

telmar peaktime
A Telmar Group Company

popcorn
media

PROGRAMMATION & ANNULATION

Toutes les demandes de programmations reçues seront renvoyées selon le calendrier suivant :

Date de réception du brief complet (vs date de début de diffusion)	Délai de réponse
Jusqu'à S-4	Traitement à S-3
De S-3 à J-7	Traitement en 3 jours ouvrés

Ajustements mix chaînes :

Tout ajustement de cet ordre se fera via envoi EDI, 3 semaines avant le démarrage de la campagne.
Altice Media Ads & Connect se réserve la possibilité de procéder à des ajustements de programmation.

Ces ajustements peuvent consister au transfert d'au maximum 10% du budget d'une chaîne vers une ou plusieurs autres chaînes mesurées (et exclusivement au sein du périmètre des chaînes initialement investies). Ce transfert s'effectue aux conditions de la chaîne d'où provient le budget transféré.

Annulation des Ordres :

Toute annulation d'un Ordre doit être adressée au moins vingt-huit (28) jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre de publicité.

A défaut, le ou les Messages annulés seront facturés intégralement au Client, Altice Media Ads & Connect se réservant le droit de disposer des espaces concernés.

ANNEXES

07

ANNEXES

INDICES FORMATS

Coefficients Formats :

Les indices formats sont calculés sur la base du tarif brut d'un spot au format 30 secondes :

Format	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Indice	0,29	0,35	0,39	0,43	0,48	0,53	0,56	0,58	0,61	0,64	0,68	0,73	0,76	0,8	0,81

Format	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Indice	0,86	0,88	0,89	0,92	0,93	0,93	0,94	0,95	0,96	0,97	0,97	0,98	0,99	1	1,18

Format	32	33	34	35	36	37	38	39	40	45	50	55	60
Indice	1,22	1,28	1,36	1,41	1,46	1,51	1,56	1,62	1,68	1,91	2,16	2,43	2,75

Autres formats nous consulter.

REMISES DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

La livraison des Films publicitaires se fait auprès du service Diffusion de Altice Media Ads & Connect (diffusionpub@alticemedia.com) six (6) jours ouvrés avant la première diffusion.

Chaque film doit être déposé à l'ARPP et recevoir son aval.

Toutes les instructions de diffusion des messages publicitaires, à savoir :

- La date de livraison des éléments de publicité sous forme dématérialisée,
- La confirmation du ou des films publicitaires à diffuser,
- Le plan de roulement,

Doivent être déposés sur MyDiffTV (www.mydiff.tv), la plateforme dédiée au service pour les régies souscriptrices et ce, au plus tard dix jours calendaires avant la date de première diffusion des messages publicitaires concernés.

Une solution de livraison dématérialisée est disponible et permet via les plateformes de la société Adstream (www.adstream.com/fr) et PEACH (www.peachvideo.com) de transmettre à Altice Media Ads & Connect les films publicitaires sans support physique.

Les films publicitaires livrés doivent respecter les Recommandations Techniques CST-RT018 v.3.0 et CST-RT040 et les valeurs édictées par le CSA, en application de la délibération n° 2011-29.

Le format de livraison est du 16/9ème, HD pour l'ensemble des chaînes.

Le détail des normes techniques est disponible à l'adresse suivante :

<https://www.alticemedia-adsconnect.com/tarifs-cgv>

A noter : pour toutes les campagnes IPTV / VOL / TVS, Altice Media Ads & Connect a un accès dédié sur ADSTREAM et PEACH (cf. normes digitales).

VARIO – indices de saisonnalité

Altice Media Ads & Connect se réserve la possibilité d'appliquer des modulations sur ses tarifs.

La majoration ou minoration du Vario lorsqu'il est déclenché se fera selon les modalités suivantes :

- Pour les campagnes négociées au taux : une modulation du tarif
- Pour les campagnes au CGRP : une modulation du CGRP net

Toute publication par Altice Media Ads & Connect d'une modulation tarifaire interviendra au plus tard, vingt (20) jours calendaires avant le début de la période concernée.

En cas de publication d'un vario à la hausse en 2023, celui-ci ne sera pas appliqué aux annonceurs s'étant engagés à investir au minimum 8% en VOL de leur volume total investi chez Altice Media Ads & connect en TV+VOL.

TRANCHES HORAIRES

Les tranches horaires de BFMTV MAX et RMC² sont définies de la manière suivante :

		
	LàV	WE
0300-0599	DAY	DAY
0600-0899	PEAK	
0900-1799	DAY	
1800-1999	ACCESS	
2000-2199	DAY	
2200-2699	NIGHT	

		
	LàV	WE
0300-0599	DAY	
0600-0899		
0900-1799		
1800-1999	ACCESS	
2000-2199	PEAK	
2200-2699	NIGHT	



CGV TV-VIDÉO

altice
media ads
& connect

2023

BFM
TV.

BFM
RÉGIONS

BFM
BUSINESS

RMC
INFO TALK SPORT

RMC
DÉCOUVERTE

RMC
STORY

RMC
SPORT

TECH
&CO

i24
NEWS