

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

Version consolidée au  
11/07/2023



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

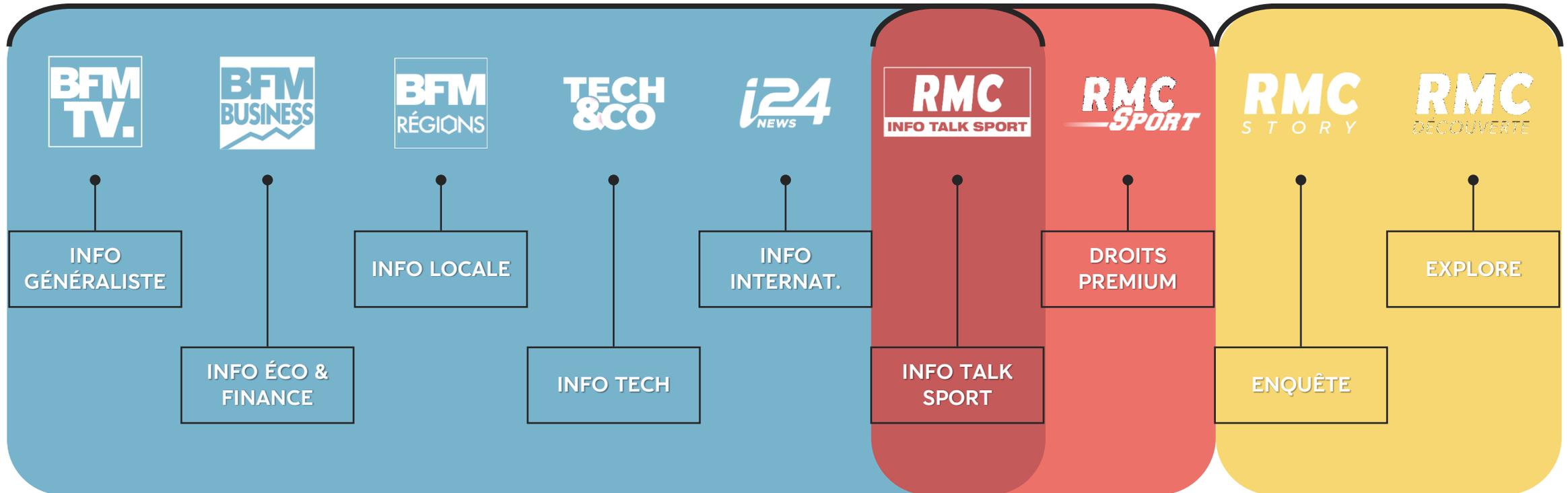
Altice Media Ads & Connect propose aux téléspectateurs et aux annonceurs une variété de supports de référence autour de 3 thématiques : l'information, le sport, et le divertissement.

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<sup>ème</sup> 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.

**1ÈRE 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**

*1ère marque économique*  
en notoriété

UNE OFFRE VIDÉO UNIQUE  
**NEWS & THÉMATIQUES SPÉCIALISÉES**



**NEWS**  
**BFMTV.COM**

*4<sup>ème</sup> marque d'actualité*  
18M de VU mensuels

**BUSINESS**  
**BFM BUSINESS**

*4<sup>ème</sup> marque d'économie*  
3,9M de VU mensuels

**TECH**  
**TECH&CO**

*Le média 100% Tech*

**SPORT**  
**RMC SPORT**

*2<sup>ème</sup> 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.

N O S  
SOLUTIONS

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

# NOS SOLUTIONS RMCBFM 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 RMCBFM PLAY

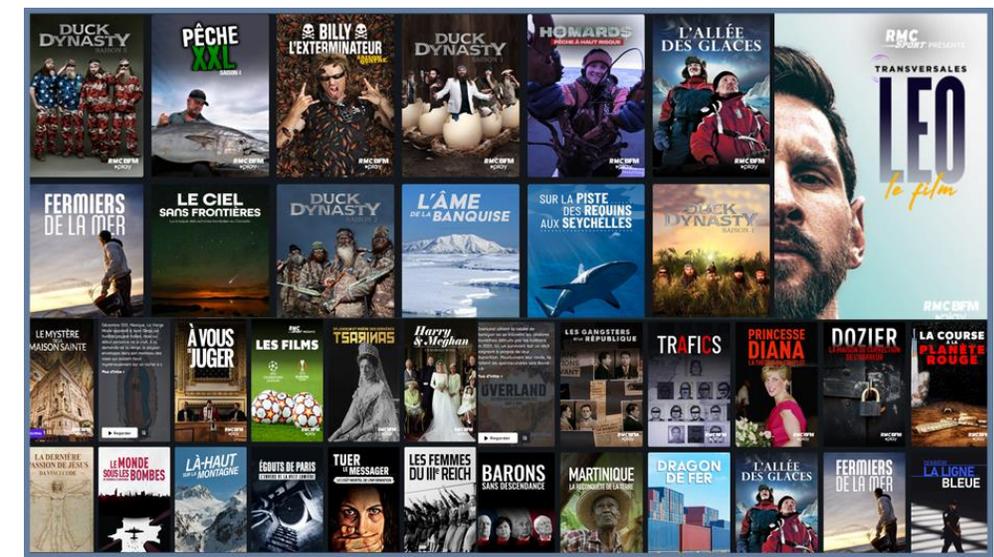
DES THÉMATIQUES PUISSANTES...



...ET DES EXCLUSIVITÉS

- + de **15h de documentaires exclusifs** chaque mois
- des programmes factual 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

**CPM BASE 20s :**

22€

Cumulable avec  
plusieurs catégories de  
segments

GÉOLOC

Région(s) +0 €

Département(s) / Agglomérations +3 €

Ville / Code Postal +5 €

Météo / Chalandise +5 €

PROFILS

Socio-démo +0 €

Hauts revenus +3 €

Composition foyer +3 €

Type d'habitat +3 €

CONSO TV

Affinité / Centre d'intérêt +0 €

PMG conso TV +5 €

PMG conso contenus Altice +5 €

SUR-MESURE

Onboarding data tierce ou annonceur Sur devis

100% Prime 6h-9h +3 €

Mono-chaine +5 €

COMBINAISON MULTI-SEGMENTS

(dès le 2<sup>ème</sup> segment)

+1.5€ / segment

### 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€ = 30€

### 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"
<b>Indice</b>	<b>90</b>	<b>100</b>	<b>120</b>

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**

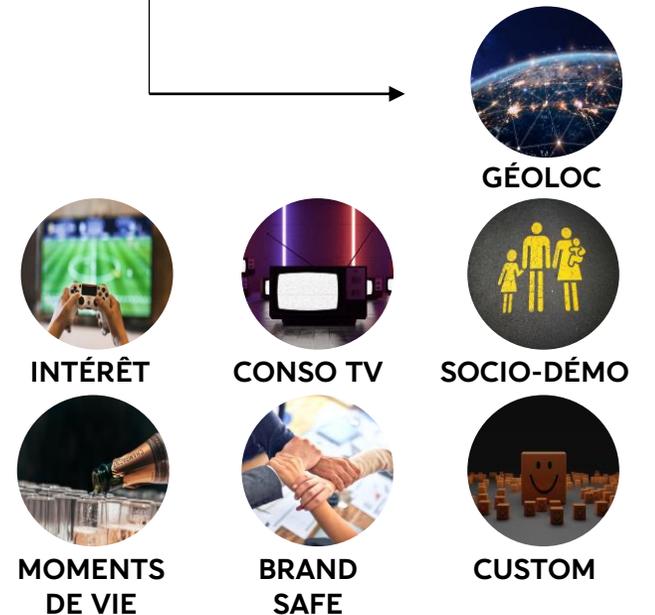
- ❖ Issus des audiences loguées RMC BFM Play et des abonnés SFR



**Ciblage cookieless sémantique et contextuel**

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

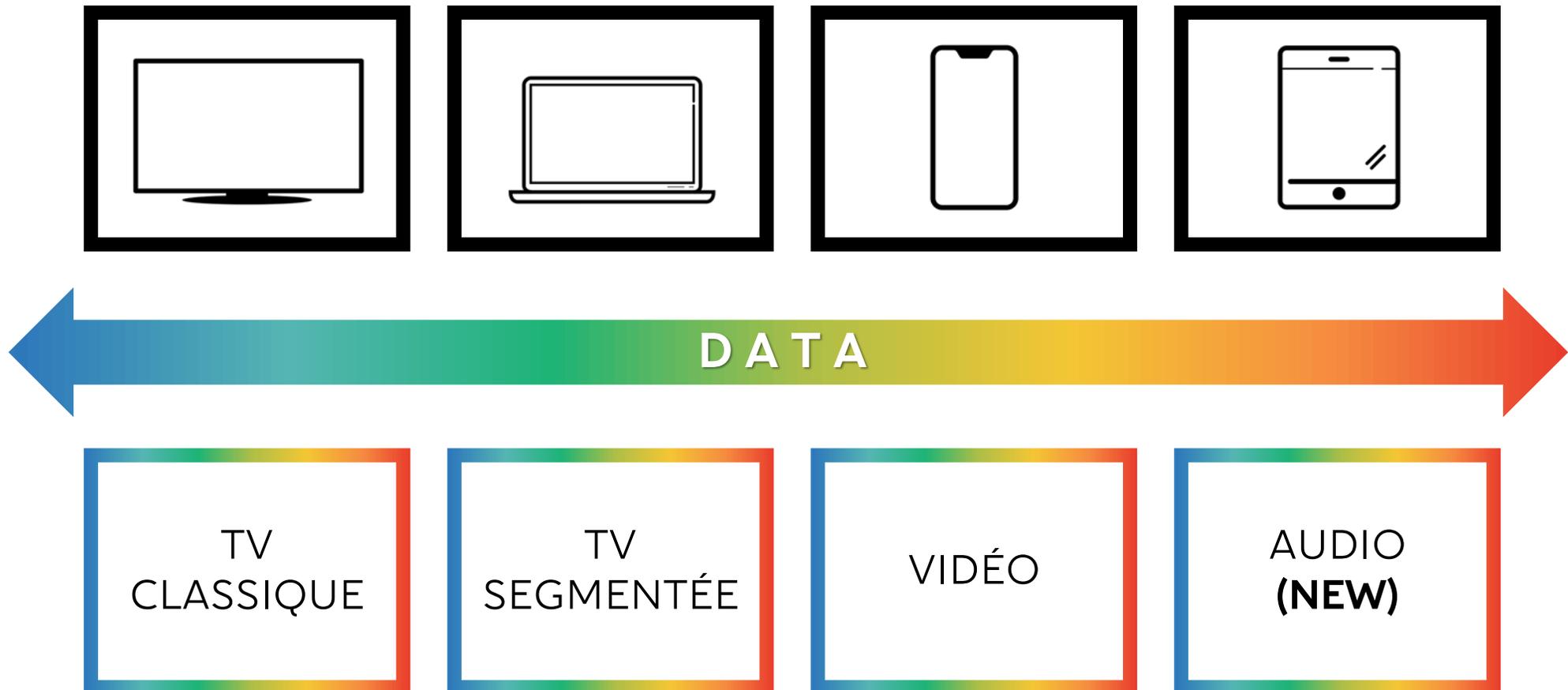
**> 150 segments disponibles**



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

170

Journalistes dédiés

SERVICES

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

10

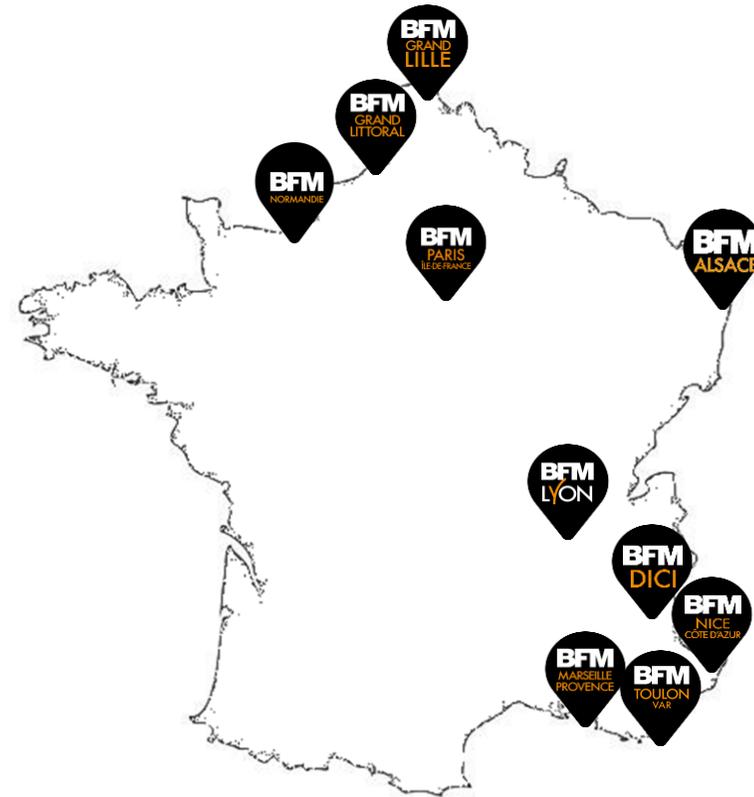
Studios à la pointe de l'innovation

PROXIMITÉ

Tout sur la vie pratique et les loisirs

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



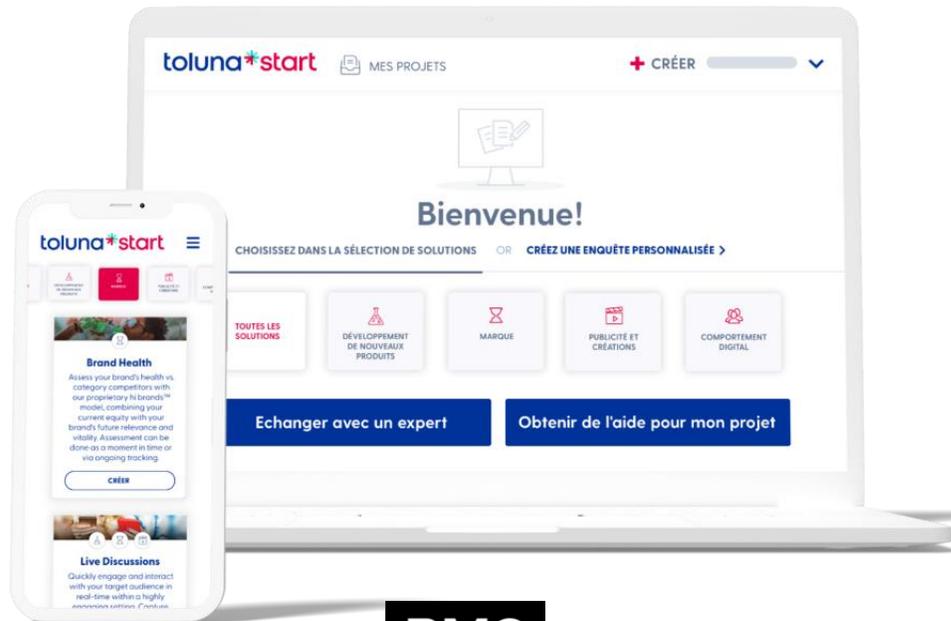
3

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



**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.

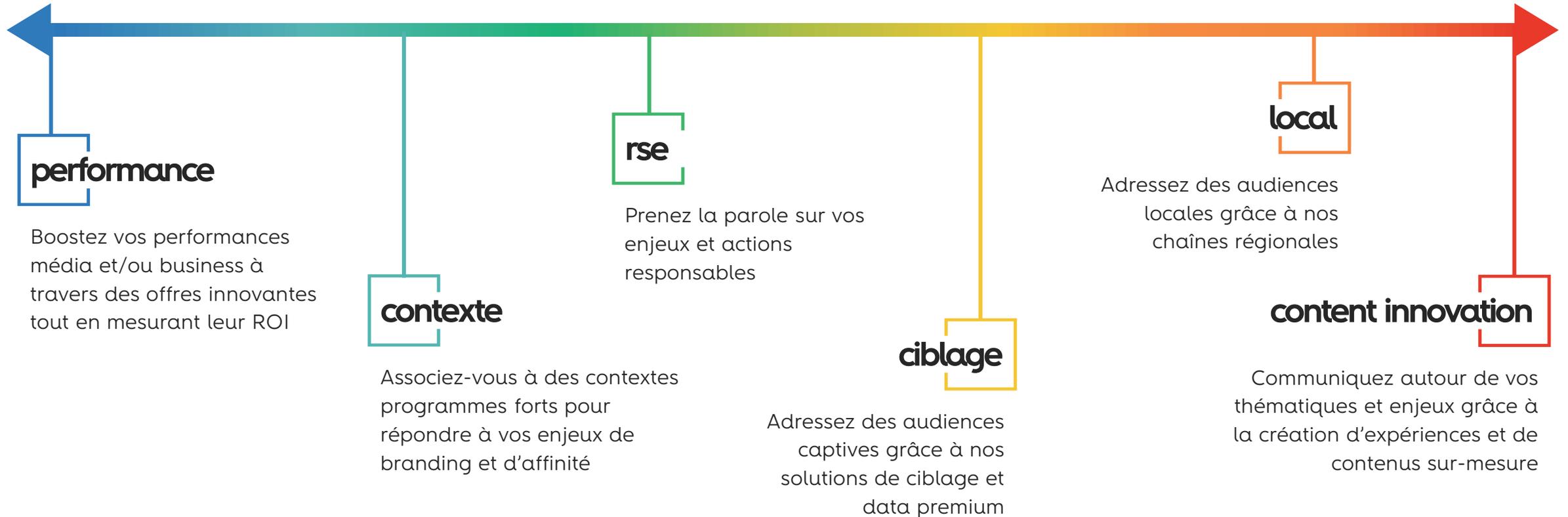
NOS

# 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 publiées 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 55

## 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 32 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

<b>LES MOYENS</b>	<p><b>Ciblage TV en TV Segmentée ou BFM Régions</b></p>	<p><b>Ciblage Digital en audio ou vidéo</b></p> <p>Format pré-roll &amp; Mid-roll</p>	<p><b>Ciblage SMS</b></p> <p>Push SFR</p>	<p><b>Mesures d'efficacité</b></p> <p>SFR Géostats                  Drive to web                  Drive to Store                  Branding &amp; Perception</p>	<b>TARIFS &amp; CONDITIONS</b>	<p><b>OFFRE GEO-TARGET ACCESS : 50K€</b></p> <p>Ciblage TV : 25K€                  Ciblage Digital : 20K€                  Push SMS : 5K€</p>	<p><b>OFFRE GEO-TARGET MAX : 100K€</b></p> <p>Mesure SFR Geostats : 10K€                  Ciblage TV : 40€                  Ciblage Digital : 30€                  Push SMS : 10K€                  Mesure de campagne : 10K€</p>
-------------------	---	---	---	---	--------------------------------	---	---

TV  
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).

				
6H				
9H				
27H				

# T V RMC<sup>2</sup>

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**

**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<sup>ème</sup> mi-temps



**BFM RMC SPORT**

**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	RMC BFM PLAY	CONTEXTE	
Diffusion autour de tous nos contextes d'actualité, du Live et Replay de nos chaînes	Diffusion autour du live & replay de nos chaînes	<b>SPORT</b>	<b>BUSINESS</b>
Diffusion 4 écrans pré-roll & livestitching Garantie taux de complétion moyen > 75% Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD	Diffusion 4 écrans pré-roll Garantie taux de complétion moyen > 90% Diffusion IPTV >50%	Diffusion en contexte sport	Diffusion en contexte Eco
<b>CPM 10,5 €</b> Base 100 (20")	<b>CPM 13 €</b> Base 100 (20")	RMC Sport, 2 <sup>ème</sup> marque de sport sur le Digital	BFM Business, 4 <sup>ème</sup> marque Eco sur le Digital

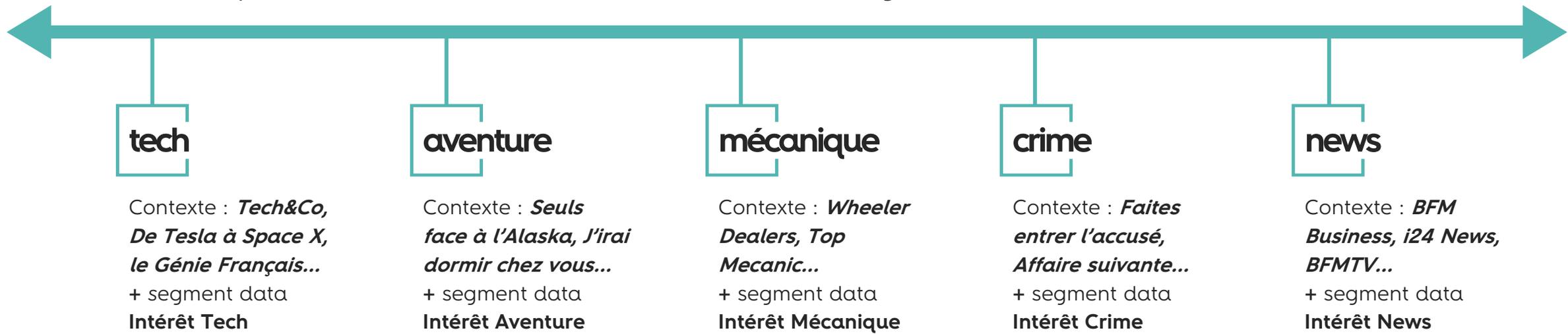
# LES PACKS THÉMATIQUES

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



EN LIEN AVEC LA THÉMATIQUE CHOISIE

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



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 publrédactionnels 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**

TV + DIGITAL

# 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.

**PUB**    **TAG INSTANT GREEN**    **(5" GRACIEUSES)**    **SPOT ANNONCEUR**    **JINGLE PUB**    **REPRISE ÉDITO**



**TARIFS & CONDITIONS**

3K€ production  
20K€ médiatisation

TV + DIGITAL

# 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<sup>ère</sup> matinale de France + au plus près des chroniques affinitaires (*C'est votre vie / C'est votre planète*) et sur les BFM Régions.

**LES MOYENS**

ECRAN PUB 100% RESPONSABLE

ECRAN DIFFUSE SUR :

- BFM TV. PARIS
- BFM TV. LYON METROPOLE
- BFM TV. GRAND LITTORAL
- BFM TV. GRAND LILLE
- BFM TV. DICI
- BFM TV. DICI
- BFM TV. TOULON VAR
- BFM TV. MARSEILLE PROVENCE
- BFM TV. NICE COTE D'AZUR

INTERSTITIEL EVENEMENTIEL ENCADRANT CHAQUE SPOT

\* OFFRE OUVERTE A 5 PARTENAIRES

**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 :**

<b>City :</b> Audiences géolocalisées sur les 3 plus grandes villes de France	<b>Agglo :</b> Audiences géolocalisées selon la taille d'agglomération	<b>Geo Max :</b> Audiences géolocalisées en TV segmentée & chaînes locales	<b>Affinity :</b> Audiences intéressées par le sport	<b>Family :</b> Audiences familles avec enfant(s)	<b>Hauts revenus :</b> Audiences habitant des communes à hauts revenus
--	---	---	---	--	---



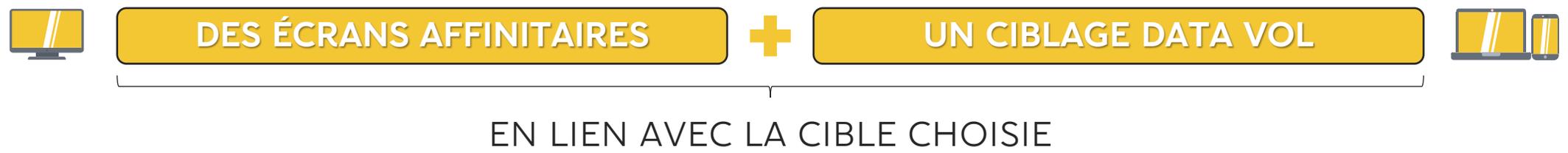
**TARIFS & CONDITIONS**

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

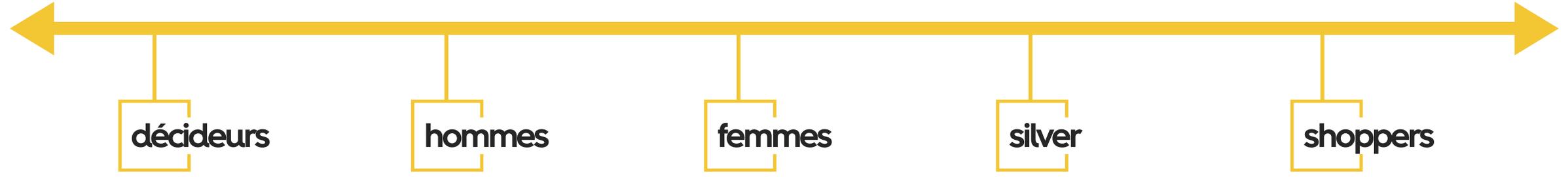
TV + DIGITAL

# 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



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



# 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**

**Illustration du dispositif sur le secteur IT**



**BFM TV.**

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€**

\*Source : ACPM OneNext Influence 2021

# 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<sup>ème</sup>, 9-13 cours de la liberté**

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

[www.roche-bobois.com](http://www.roche-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.roche-bobois.com](http://www.roche-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<sup>ère</sup> chaîne info de France !



# TV FORMAT ALERTE

Interpellez le téléspectateur en démarrnant 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.





# 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'émergence pour profiter de la **puissance de BFMTV** & de **son traitement de tous les grands évènements RSE**.



### Janv-Fév

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

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

### Mars-Avr



### Mai-Juin

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

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

### Sept-Oct



### Nov-Déc

- ❖ 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'émergence pour profiter de la **puissance de BFMTV** & de **son traitement de tous les grands évènements commerciaux**.



## Janv-Fév

❖ Pâques (09/04)



## Mai-Juin

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



## Sept-Oct

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

## Mars-Avr

- ❖ Soldes d'hiver (11/01 au 07/02)
- ❖ Saint-Valentin (14/02)
- ❖ Salon de l'agriculture (25/02 au 05/03)



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

## Juil-Août



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

## 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 <sup>2</sup> .....	52
IMPACT DIGITAL .....	53
IMPACT MULTINEWS .....	53
CALCUL CGRP NET.....	54
INDICES .....	55
CIBLES GARANTIES.....	56

# EASY PILOT BFMTV MAX & RMC<sup>2</sup>

Altice Media Ads & Connect prolonge le mode de commercialisation des espaces publicitaires de ses chaînes TNT autour de deux offres contextuelles **RMC<sup>2</sup>** 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 agrégeant 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 & RMC<sup>2</sup>). 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, RMC<sup>2</sup> 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.

## Booster digital

Afin de suivre la mutation de nos audiences, de plus en plus digitalisées, tout annonceur investissant sur Altice Media Ads & Connect se verra appliquer une modulation selon son poids d'investissement en digital (VOL+TVS) en fonction du barème suivant :

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

Pour tout investissement digital strictement inférieur à 3000€, la modulation de +3% sera appliquée.

Ces ajustements tarifaires seront appliqués :

- sur le CGRP base 100 pour les achats Easy Pilot
- sur le brut payant pour les achats au spot à spot.

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	120	55	55	150	135

## Les indices tranches horaires

Tranches horaires	Adultes, Hommes, CSP+		Jeunes Adultes		Femmes, Shoppers, Silver	
	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>
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 40 cibles appartenant à 3 groupes de cibles :

FEMMES, SHOPPERS, SILVER		ADULTES, HOMMES, CSP+		
Femmes 25-49 ans	FRDA 25-59 ans	25-49 PM Conso Pub	Ensemble 25-59 ans	Hommes 25-59 ans
Femmes 25-59 ans	RDA - 60 ans	Actifs	Ensemble 35-49 ans	Hommes 35-49 ans
Femmes 35-49 ans	Ensemble > 35 ans	Chef Foyer CSP+	Ensemble 35-59 ans	Hommes 35-59 ans
Femmes 35-59 ans	Ensemble > 50 ans	Ensemble 15-49 ans	Ensemble 50-70 CSP+	Individus CSP+
Femmes actives	Ensemble > 60 ans	Ensemble 25-49 ans	Hommes 15-49 ans	Prof Libérales + Cadres Sup
FRDA & Enf < 25 ans	Ensemble 50-59 ans	Ensemble 25-49 ans CSP+	Hommes 25-49 ans	
FRDA & Enf < 15 ans	Femmes > 35 ans	<b>JEUNES ADULTES</b>		
FRDA 15+	Femmes > 50 ans	Ensemble 15-34 ans	Ensemble 25-34 ans	Hommes 15-34 ans
FRDA 15-49 ans	Hommes > 35 ans	Hommes 25-34 ans		
	Hommes > 50 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, RMC<sup>2</sup>, 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, RMC<sup>2</sup>, 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<sup>er</sup> 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.

# 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

# 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](mailto: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](http://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](http://www.adstream.com/fr)) et PEACH ([www.peachvideo.com](http://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 RMC<sup>2</sup> sont définies de la manière suivante :



	LàV	WE
0300-0599	<b>DAY</b>	<b>DAY</b>
0600-0899	<b>PEAK</b>	
0900-1799	<b>DAY</b>	
1800-1999	<b>ACCESS</b>	
2000-2199	<b>DAY</b>	
2200-2699	<b>NIGHT</b>	
Code 711	<b>MORNING REACH</b>	



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

CGV TV-VIDÉO

 altice  
media ads  
& connect

2023

