

# CGV TV-VIDÉO

**altice**  
media ads  
& connect

## 2024

**BFM**  
**TV.**

**BFM**  
**BUSINESS**

**BFM**  
**RÉGIONS**

**TECH**  
**&CO**

**i24**  
**NEWS**

**RMC**  
**INFO TALK SPORT**

**RMC**  
**SPORT**

**RMC**  
**STORY**

**RMC**  
**DÉCOUVERTE**



# CGV 2024 : CONSTRUISONS, GRANDISSONS, VOYONS PLUS LOIN



Altice Media continuera d'entretenir en 2024 **ce lien unique avec les Français** et d'apporter sa contribution à la **compréhension des enjeux du pays et du monde**, grâce à des **marques uniques qui rythment le quotidien des français**.

**BFM** BFM est devenue la **plateforme Info de référence** grâce à sa position de leader sur **la TV, le digital, le local, l'audio, les événements et les réseaux sociaux**. Plus que jamais 1<sup>ère</sup> chaîne d'info de France, **BFMTV poursuit sa dynamique d'innovation grâce à un nouveau studio**, l'un des plus avancés technologiquement en Europe. **L'arrivée de Laurent Ruquier sur la tranche 20h-21h** aux côtés de la prometteuse Julie Hammett, démontre une fois de plus la capacité de BFMTV **à conquérir de nouveaux publics**.

**RMC** RMC via ses marques **RMC Story, RMC Découverte et RMC Sport**, poursuit le **développement de ses verticales thématiques** pour s'adresser à tous les passionnés : Moteur, Construction, Real Life, Immersion et Sport.

Chaque mois, ces marques plurimedia nous permettent ainsi d'adresser **50 millions de français** et de **totaliser plus de 400 millions de vidéos vues** sur le digital.



En 2024, Altice Media se positionnera en tant que **pionnier sur la Connected TV (CTV)**. **Broadcast, FAST, Replay** : tous nos contenus seront accessibles sur l'univers CTV (Smart TV, Plateformes, Réseaux Sociaux, etc.).



**La Data sera également au cœur de nos offres**, disponible sur l'ensemble des écrans et des environnements. L'arrivée de **la Data retail** grâce à un **partenariat avec Unlimitail** viendra **consolider notre offre de segments Premium**, notamment auprès des cibles shoppers.



Placé au cœur de la vie numérique des français, **Altice France agit sur sa propre consommation énergétique et celle de ses services** tout en amplifiant la résonance médiatique de cet enjeu plus que jamais fondamental auprès de ses publics, partenaires et fournisseurs.

En 2024, Altice Media Ads & Connect continuera donc d'innover pour construire ensemble votre performance de demain.



*Raphaël Porte,*  
Directeur Général  
Altice Media ads & connect



UNE OFFRE TV-VIDÉO-AUDIO UNIQUE .....	4
NOS SOLUTIONS.....	12
NOS OFFRES .....	29
CALENDRIERS D'ACTIVATIONS.....	63
EASY PILOT .....	67
CONDITIONS COMMERCIALES .....	75
ANNEXES .....	82

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 les documentaires/real life.



UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

# PRODUCTEUR & DIFFUSEUR DE CONTENU

À travers ses 4 leviers **TV, Radio, Digital et nos événements**, Altice Media adresse chaque mois 50 millions de français, soit une **couverture mensuelle de plus de 90% des français !**



-  Saison 2022-2023 record **7.6% de PDA 25-49 ans**
-  2<sup>ème</sup> radio commerciale sur les **25-49 ans à 11.4% de PDAC**
-  **400 millions de vidéos vues** en moyenne par mois
-  **Plus de 150 événements organisés par an**





UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

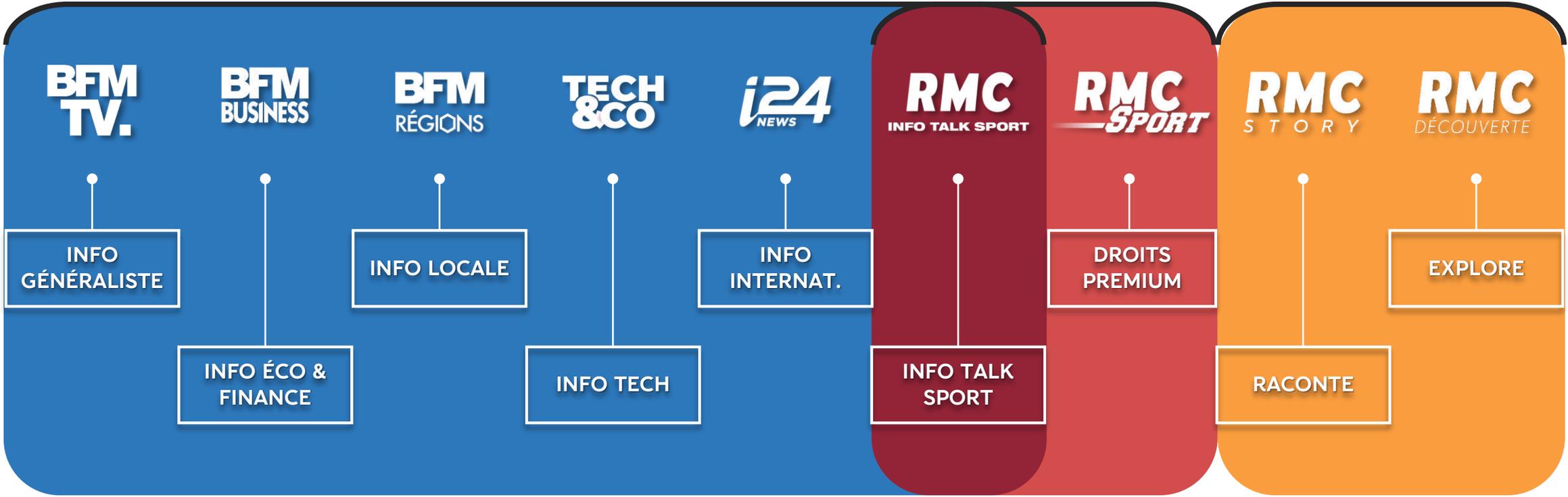
# AUTOUR DE 3 THÉMATIQUES



## INFORMATION

## SPORT

## DOCS & REAL LIFE



TOUS NOS CONTENUS INFO SPORT REAL LIFE & DOCS

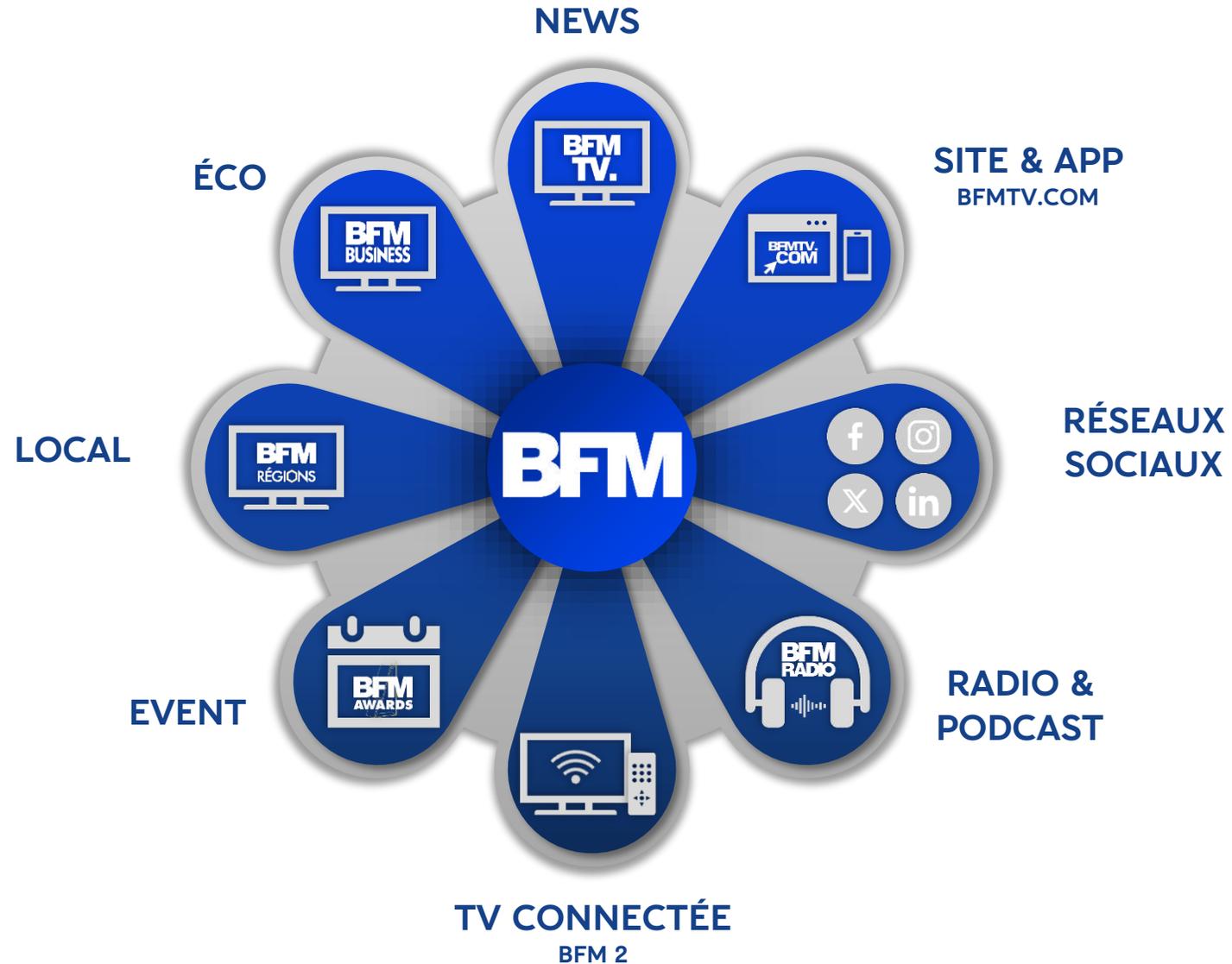


À RETROUVER EN REPLAY ET EN LIVE SUR RMC BFM PLAY



UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

# BFM, LA PLATEFORME INFO DE RÉFÉRENCE





UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

# BFM, LA PLATEFORME INFO DE RÉFÉRENCE



## 1<sup>ÈRE</sup> MARQUE INFO DE FRANCE

+ de **12M** de tisp / jour  
**1<sup>ère</sup> chaîne de France**  
de 4:30 à 12:00

**1<sup>ère</sup> marque digitale**  
**d'actualité**



## L'ÉCONOMIE À LA PORTÉE DE TOUS

**1<sup>ère</sup> marque économique**  
en notoriété

**6.9M** de consommateurs  
chaque mois  
TV/Radio/Digital



## L'OFFRE D'INFORMATION LOCALE N°1

10 Chaînes locales  
**6M** de tisp/saison

+ de **14M** de visites/mois  
(sites & apps)



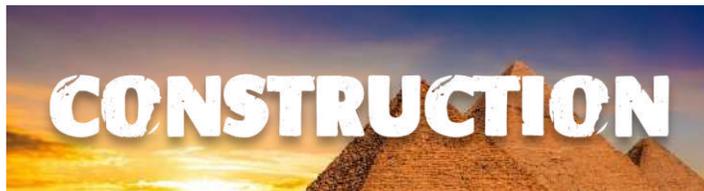
UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

# RMC ET SES VERTICALES THÉMATISÉES

**RMC**  
DÉCOUVERTE

**RMC**  
STORY

**RMC**  
SPORT





UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

# RMC ET SES VERTICALES THÉMATISÉES

**RMC**  
DÉCOUVERTE



6.1M de t1sp par jour

**RMC**  
STORY



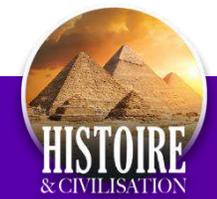
5.9M de t1sp par jour

**RMC**  
SPORT

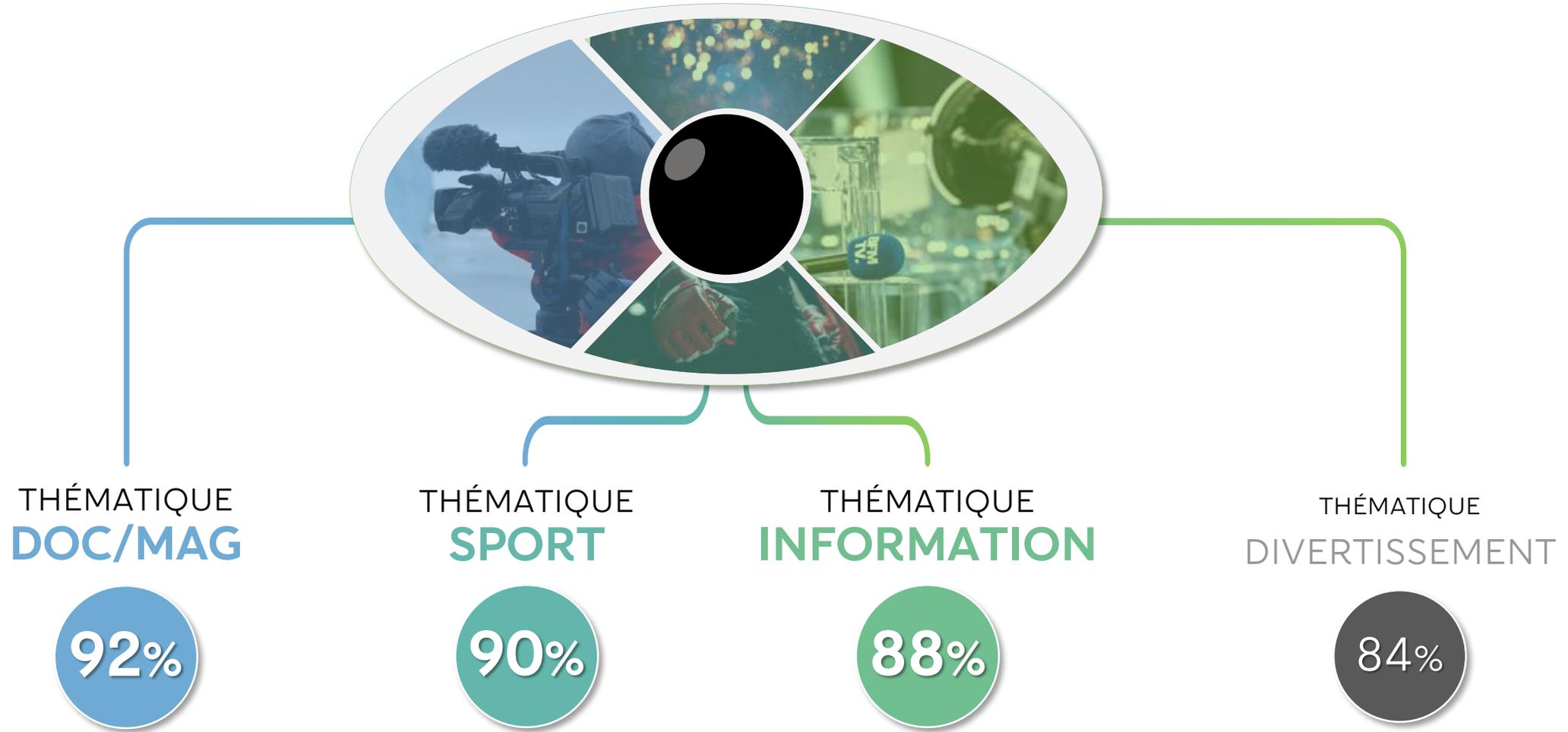


2<sup>ème</sup> marque  
sur l'information sportive  
en digital

**RMC BFM**  
play



# UNE OFFRE DE CONTENUS QUI GÉNÈRE DE L'ATTENTION





# NOS SOLUTIONS

## 02

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



# LE TÉLÉVISEUR : L'ÉCRAN LE PLUS PERFORMANT



75%

des contenus vidéo  
sont consommés  
sur le téléviseur

TAILLE  
DE L'ÉCRAN

ATTENTION

ÉCOUTE  
CONJOINTE

VISIBILITÉ

REACH  
INSTANTANÉ



NOS INNOVATIONS

# LA CONNECTED TV : DÉFINITIONS

## CONNECTED TV (CTV)

### IPTV / CTV FAI

**Connexion via box opérateur**

**Décodeur FAI**

- SFR
- Orange
- Bouygues
- Free

### CTV OTT - Hors FAI

**Connexion via device tiers**

- Smart TV**  
(Samsung, LG, etc.)
- Appareil connecté**  
(Chromecast, Apple TV, Amazon stick...)
- Console de jeu**  
Playstation, Xbox, etc.
- Plateformes AVOD**  
Molotov TV  
Rakuten TV  
Pluto TV  
...



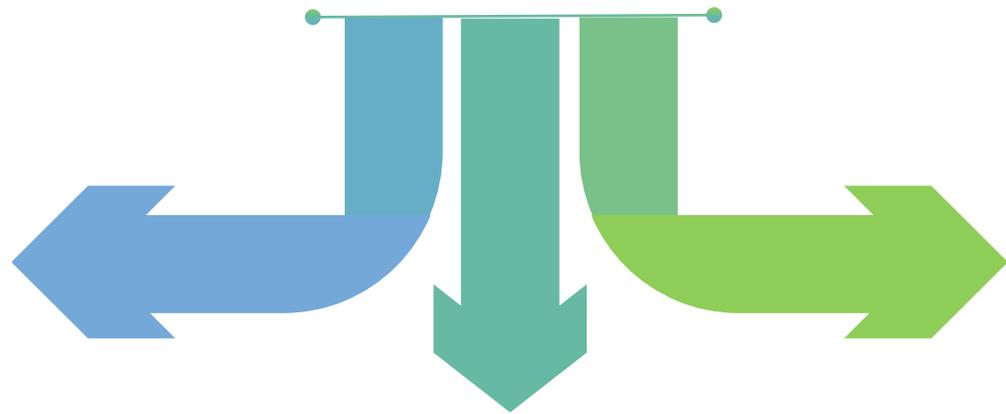
# NOS INNOVATIONS

## UNE OFFRE CTV MULTI-DISTRIBUÉE

**BROADCAST**



**4 CHAINES BROADCAST**  
MULTI-DISTRIBUÉES EN CTV



**FAST**

≈ 10 chaines FAST  
DISPONIBLES EN CTV



**REPLAY**



**L'APPLICATION RMC BFM PLAY**  
DÉPLOYÉE EN CTV





NOS INNOVATIONS

# UNE OFFRE CTV MULTI-DISTRIBUÉE

## BROADCAST



## FAST



## REPLAY



OS TÉLÉVISEUR | APP NATIVES CONSTRUCTEURS | SOCIAL | APPLICATIONS TIERCES | AUTO-DISTRIBUTION

SAMSUNG



NOS INNOVATIONS

# UNE OFFRE PUBLICITAIRE CTV « AD-SWITCHABLE » SUR TOUT L'UNIVERS LIVE



TV SEGMENTÉE

via FAI



OTT SEGMENTÉE

Hors FAI



# UNE OFFRE PUBLICITAIRE CTV « AD-SWITCHABLE » SUR TOUT L'UNIVERS LIVE



FLUX LIVE BFMTV

**ÉCRAN PUBLICITAIRE TV BROADCAST**

SPOT #1      SPOT #2



FLUX LIVE BFMTV

décrochage publicitaire du flux live en CTV



FLUX LIVE BFMTV

**ÉCRAN PUBLICITAIRE CTV**

SPOT #1      SPOT #2



FLUX LIVE BFMTV



# NO 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



NO SOLUTIONS  
**TV SEGMENTÉE**

UNE OFFRE TOTALE

Toutes  
**NOS CHÂÎNES**

Tous  
**LES OPÉRATEURS**

Tous  
**LES MODES D'ACHAT**

Tous  
**LES TYPES DE CIBLAGE**



- Gré à gré
- Programmatique garanti



- **MÉTÉO**
- 

- **ZONE DE CHALANDISE**
- 

- **EXCLUSIFS CONSO TV ALTICE**
- ✓ Tech Viewer **NEW**
  - ✓ Investisseurs immobilier **NEW**
  - ✓ Turf **NEW**
  - ✓ BFM Business – Banque Finance
  - ✓ Émissions BFM Business

# NO SOLUTIONS TV SEGMENTÉE



## Une tarification par catégorie de segment cible

CPM DE BASE 20s : **22€**  
**Inclus : 1 segment « Access » au choix**  
*Segments Access : région / sociodémo\* / intérêt TV*  
\* Age, genre, CSP

**MULTI-ACCESS**  
 Cumul 2 segments Access : **+1.5€**  
 Cumul 3 segments Access : **+3€**

### SEGMENTS « PREMIUM »

**PROFILS : +3€**

- Haut revenus
- Composition foyer
- Type d'habitat
- Petit pro

**GÉOLOC : +4€**

- Département(s) / Agglomérations
- Zone à faibles émissions (ZFE)
- Zone urbaine / zone rurale
- Ville / Code Postal
- Météo / Chalandise

**Usage TV : +5€**

- Petits conso TV
- Audiences exclu contenus Altice
- BFM Business
- Banque Finance
- BFM Patrimoine
- Quinté +

**SUR-MESURE : +5€**

- Onboarding data tierce
- Onboarding data CRM annonceur
- 100% Prime 6h - 9h
- Mono-chaîne

**MULTI-PREMIUM\***  
 (inter-intra catégorie)  
 Cumul 2 segments Premium: **+7€**  
 Cumul 3 segments Premium: **+9€**  
 4 segments Premium et + : **Nous contacter**

\* Hors sur-mesure

## 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).

### EXEMPLES DE COMBINAISON (B.20s)

- Ciblage région + 25-49 ans = 22€ + 1.5€ = 23.5€
- Ciblage sociodémo + 100% Prime = 22€+5€ = 27€
- Ciblage région + hauts revenus + Petits conso TV = 22€+7€ = 29€
- Ciblage ville + petits pro + mono-chaîne = 22€+9€ = 31€

**Gré à gré | programmation garanti**  
 DSP : Hawk, The Trade Desk, Xandr, Beeswax  
**5 copies maximum autorisées par campagne**  
 Majoration de 500€ par copie supplémentaire



NOS SOLUTIONS

# RMC BFM play

NOTRE PLATEFORME ÉCRIN

UNE OFFRE DE **CONTENUS RICHE**  
AVEC UNE **EXPÉRIENCE UTILISATEUR PREMIUM**



**+ DE 3000 HEURES DE CONTENUS**  
TOUTES NOS CHAINES, THÉMATIQUES ET  
CONTENUS EXCLUSIFS

**LIVE & REPLAY SUR APP, WEBMOBILE ET BOX  
OPÉRATEURS**

**14.7M**  
**D'UTILISATEURS EN REPLAY**

NOS SOLUTIONS

# RMC BFM ▶play

UN PANORAMA COMPLET DE THÉMATIQUES

UNE AUDIENCE PUISSANTE EN REPLAY



## TOP 3 PROGRAMMES REPLAY

jusqu'à  
**+42%**

jusqu'à  
**+42%**

jusqu'à  
**+52%**

d'apport d'audience replay au S1 2023



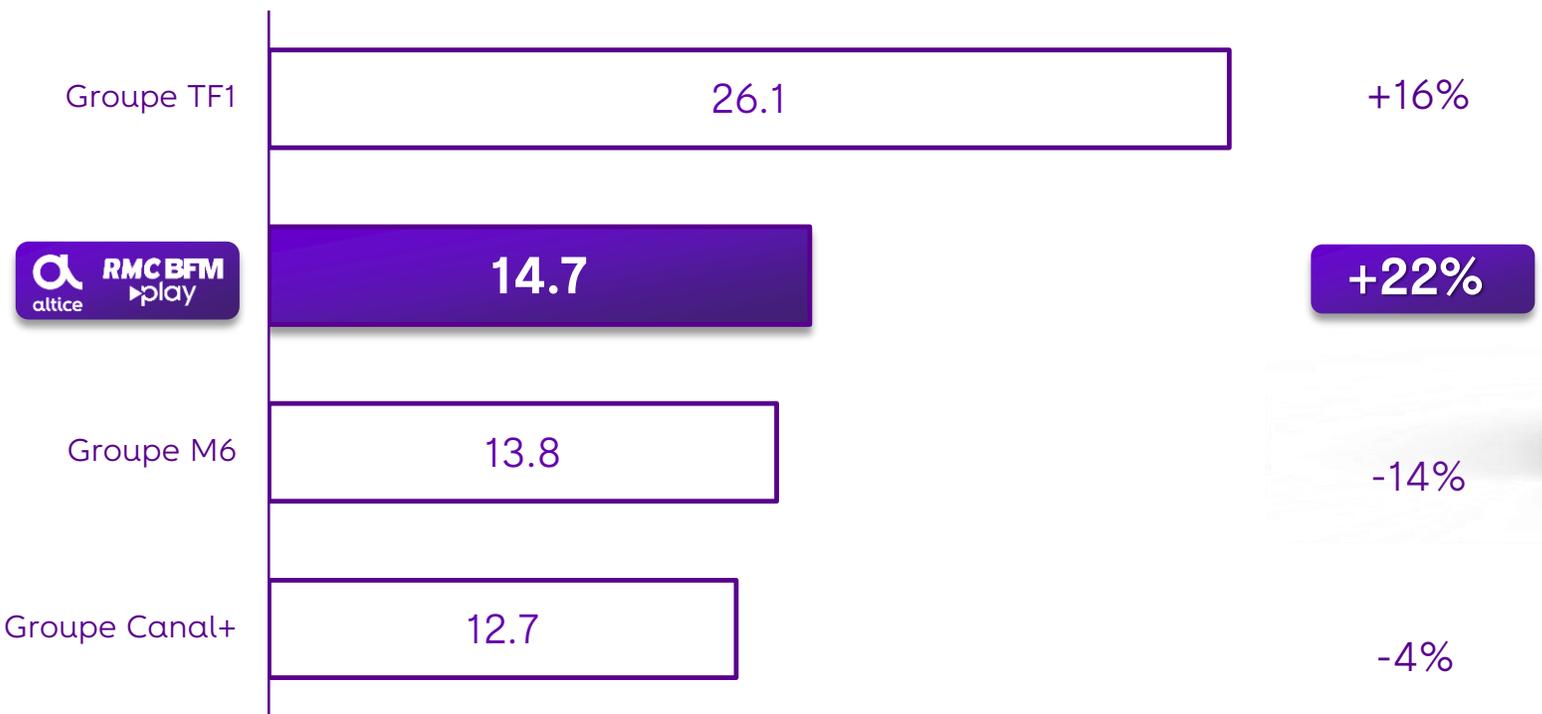
NOS SOLUTIONS

# RMC BFM play



Audiences Replay 4 Ecrans en million  
Juillet 2023

Evolution  
vs Juillet 2022





DATA

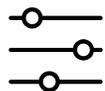


# UNE OFFRE PREMIUM

4 CATÉGORIES DE CIBLAGE

NOUVEAUX SEGMENTS RETAIL

PLUS DE 150 SEGMENTS PREMIUM  
DATA MÉDIA | DATA OPÉRATEUR | DATA RETAIL



GÉOLOCALISATION

PROFILS

CONSOMMATION MEDIA

SUR-MESURE



Accès aux segments Data Retail de Carrefour via Unlimitail

1 Md de transactions / an

14 M d'encartés

40 segments disponibles

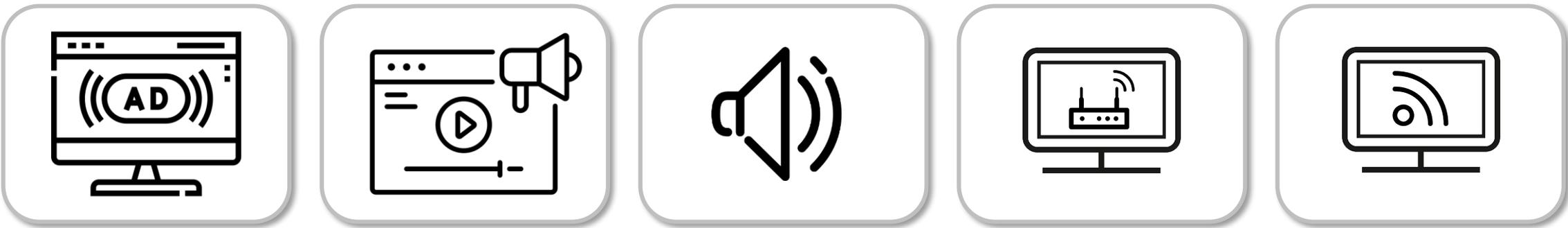


SOCIO-DÉMO	B TO B	AUTO	HIGH TECH	ENTERTAINMENT
MOMENTS DE VIE	FINANCE	SPORT	TRAVEL	SAISONNALITÉ
MODE	RETAIL	EDUCATION	SITUATION DU FOYER	SANTÉ



NOS SOLUTIONS  
**LA DATA**

Disponible sur tous les écrans et pour tous les modes de consommation de nos contenus



**DISPLAY**

**VOL**

**AUDIO**

**CTV IPTV/FAI**

**CTV OTT**



# 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

**10**

Chaînes régionales

**SERVICES**

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

**175**

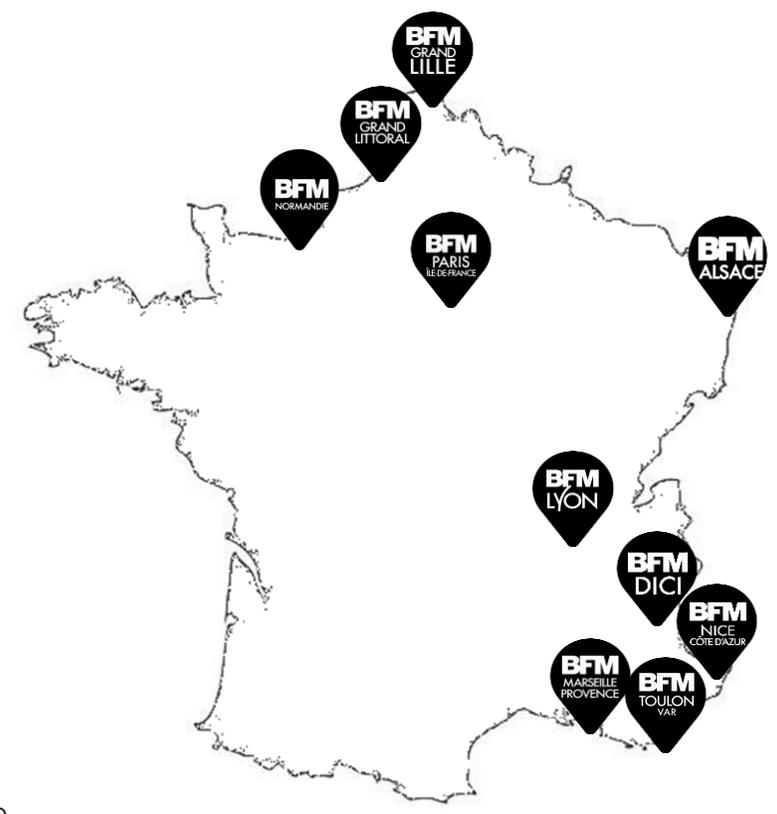
Journalistes dédiés

**PROXIMITÉ**

Tout sur la vie pratique et les loisirs

**50%**

De la population couverte par notre offre



**6M**

De téléspectateurs sur la saison



**14.6M**

De visites en moyenne par mois sur le digital (sites & applications)



MESURE DE RÉFÉRENCE

# LA MESURE D'AUDIENCE ÉVOLUE



## LES USAGES EVOLUENT, LA MESURE AUSSI 3 CHANGEMENTS MAJEURS

Dans un contexte de profonde mutation de la consommation de vidéo (délinéarisation, plateformes, multiplication des modes d'accès aux contenus), Médiamétrie fait évoluer en profondeur la mesure de l'audience vidéo des acteurs TV. Une mesure plus exhaustive de ces consommations, un premier pas vers une mesure unifiée totale vidéo.

FRANCE ENTIÈRE



ECRANS DIGITAUX A DOMICILE



A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, l'audience de la TV consommée sur les écrans digitaux à domicile sera intégrée à la mesure

MESURE PUB CTV



Industrialisation de la mesure de l'audience publicitaire TV du délinéaire et de son apport vs linéaire

# 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 contenus.



# N O S OFFRES

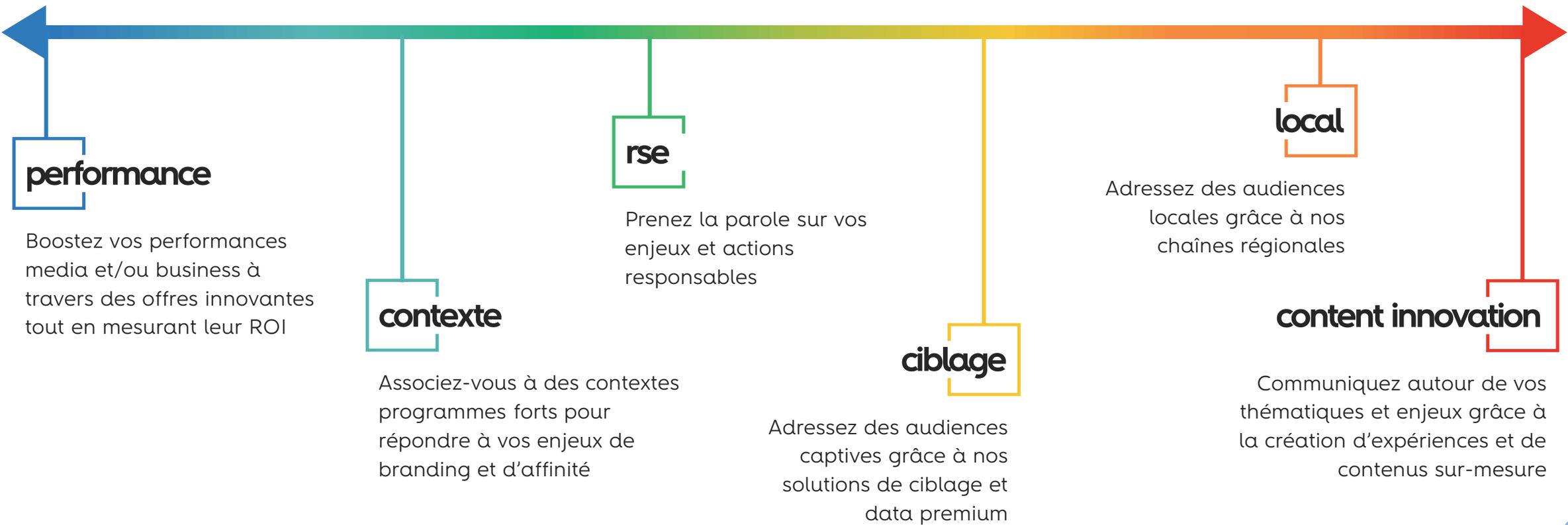


PERFORMANCE .....	<a href="#">32</a>
CONTEXTE .....	<a href="#">38</a>
RSE .....	<a href="#">44</a>
CIBLAGE .....	<a href="#">51</a>
LOCAL .....	<a href="#">57</a>
CONTENT INNOVATION .....	<a href="#">59</a>



OFFRES COMMERCIALES

# TERRITOIRES D'OFFRES



# GOLDEN WEEK

Bénéficiez de plus d'un tiers de l'audience publiée le matin grâce à nos écrans info synchronisés sur nos 14 chaînes différentes

LE +

Une couverture instantanée garantie grâce à la diffusion de 14 spots synchronisés chaque jour du lundi au vendredi autour de 7h30 en contexte info

LES MOYENS

70 diffusions synchronisés sur BFMTV, RMC STORY, RMC DECOUVERTE, les 10 BFM Régions et BFM2



MORNING REACH

UN ÉCRAN SIMULTANÉ EN CONTEXTE 100% INFO DANS NOS 14 MATINALES DU LUNDI AU VENDREDI



TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (30s)  
base 100 :  
**18 000€**

Consultez nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs & conditions de cette offre

# D-ONE

Profitez de la puissance instantanée de BFMTVMAX pour donner un coup de boost au lancement de votre campagne TV

LE +

Exploitez la **couverture quotidienne de BFMTVMAX** en **TV + Digital** pour votre communication vidéo. Ce produit intègre l'écran **MORNING REACH** pour une **couverture 25-49 ans optimisée**

LES MOYENS

**20 spots** tout au long de la journée  
(1/heure de 5h à 25h)  
**dont l'écran MORNING REACH**  
soit 32 diffusions

**VOL**

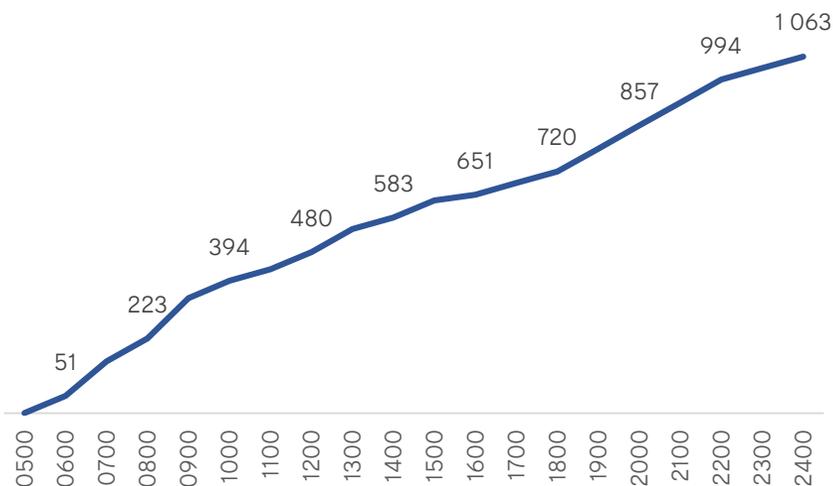
**400 000**  
impressions diffusées

**TV segmentée / OTT segmentée**

**200 000**  
impressions diffusées

**Cible data :**  
Petits conso TV

Exemple de progression de la couverture (000)



TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (30s)  
base 100 :  
**24 000€**

Consultez nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs & conditions de cette offre

# D-ONE TARGET

Profitez de la puissance instantanée de BFMTV MAX à des horaires stratégiques combinée à un ciblage data précis pour maximiser l'efficacité de vos campagnes

D-CIDEUR	D-LIVERY	D-FILM	D-MATCH	D-SILVER	
<b>10 spots</b> programmés sur des créneaux stratégiques					
<b>200 000</b> Impressions diffusées en VOL		<b>OU</b>			<b>100 000</b> Impressions diffusées en TVS / OTT segmentée
Segment data <b>Intérêt Business</b>	Segment data <b>Urbains</b>	Segment data <b>Gros conso Cinéma</b>	Segment data <b>Intérêt Foot</b>	Segment data <b>Socio-démo 50+</b>	
<b>15 000€</b>	<b>12 000€</b>	<b>12 000€</b>	<b>10 000€</b>	<b>10 000€</b>	

Tarif net (30s)  
base 100 :

Consultez nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs & conditions de ces offres

# D-LIVERY

Exploitez la couverture de BFMTV pour émerger avec un médiaplanning stratégique autour des repas combiné à un ciblage data précis pour maximiser l'efficacité de vos campagnes

**LE +** Une approche médiaplanning réfléchie couplée à un ciblage data (VOL ou TV Segmentée / OTT segmentée)

**LES MOYENS**

**VOL**

**200 000**  
impressions diffusées

**TV segmentée / OTT segmentée**

**100 000**  
impressions diffusées  
Cible data : Urbains

**10 spots**  
de 10:00 à 14:00 et de 17:00 à 21:00

de 10:00 à 14:00	}	<b>5 spots</b>
<b>DEJEUNER</b>		
de 17:00 à 21:00	}	<b>5 spots</b>
<b>DINER</b>		

**TARIFS & CONDITIONS**

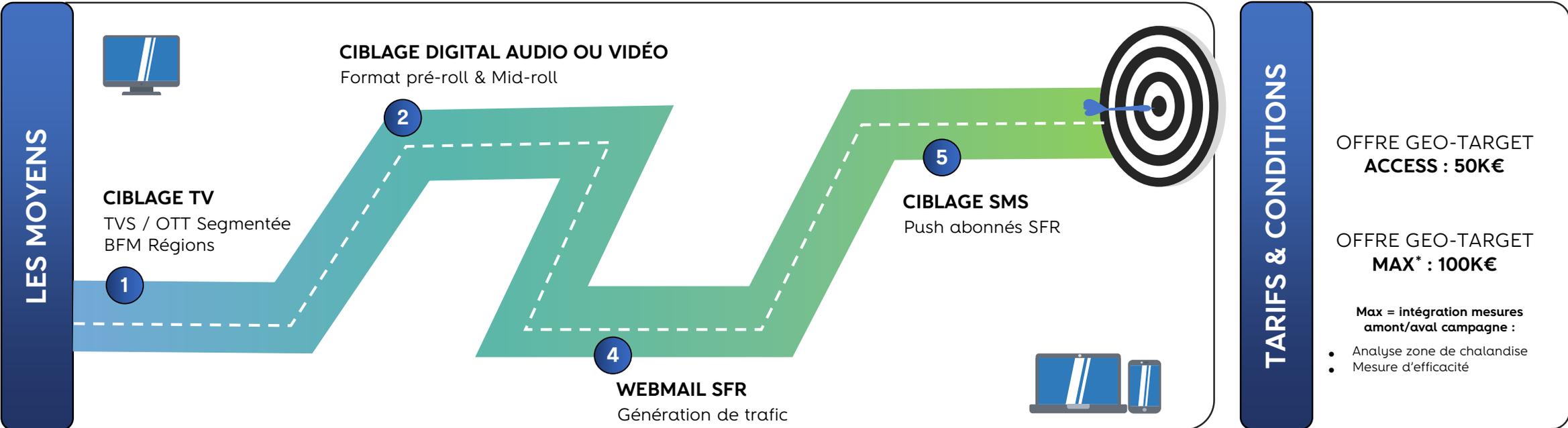
Tarif net (30s)  
base 100 :  
**12 000€**

*Consultez nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs & conditions de cette offre*

# GEO-TARGET

Activez les meilleurs leviers publicitaires pour un ciblage géolocalisé optimal

**LE +** Les **offres geo-target** vous permettent d'activer les **meilleurs dispositifs de géolocalisation** sur l'ensemble du funnel : **reach, trafic, mesure**.  
 Profitez d'une **activation intelligente** qui **mêle assets media et assets opérateur**



Consultez nous pour avoir plus d'informations concernant les volumes & conditions de cette offre

# POST TEST PUBLICITAIRE

Mesurez et identifiez l'impact publicitaire d'une campagne TV/Radio sur les items de marque (branding et perception) grâce à notre panel propriétaire



LES MOYENS

## UNE MÉTHODOLOGIE



**MODE DE RÉPONSE :**  
100% digitales et RGPD compliant



**LES RÉPONDANTS :**  
Représentatifs de nos médias & issus de notre **panel propriétaire** avec Toluna



**L'ANALYSE :**  
Comparaison des résultats des individus ayant **reconnu vs non-reconnu la campagne**



**LES RÉSULTATS :**  
Le **traitement** est réalisé par **Harris Interactive** et le rapport en interne

## DES RÉSULTATS

Les **gains moyens** générés par la campagne (reconnu vs non-reconnu)

**+25**  
POINTS

**VALEUR INCITATIVE**

**+24**  
POINTS

**APPRÉCIATION**

**+18**  
POINTS

**NOTORIÉTÉ ASSISTÉE**

# BFM TV MAX

Accédez simplement aux espaces publicitaires du 1<sup>er</sup> contexte info de France grâce au content planning

LE +

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).



# RMC<sup>2</sup>

Accédez simplement aux espaces publicitaires de nos contextes curiosité de référence grâce au content planning

LE +

L'assurance de communiquer au sein de **deux chaînes puissantes avec un ADN commun, la curiosité** (documentaires, real life et immersion), et de **toucher deux publics complémentaires.**

LES MOYENS



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 raconte le réel.**



# FOOTB'ALL-IN

Émergez dans le contexte premium des meilleures rencontres européennes de football

LE +

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

LES MOYENS



6 SEMAINES DE COMPÉTITIONS ULTRA PREMIUM



12 matchs  
2 par semaine



24 matchs  
4 par semaine

36 matchs  
6 par semaine



36 SPOTS

2 FORMULES

FOOTB'ALL-IN



1ÈRE MI-TEMPS

2ÈME MI-TEMPS

ÉCRAN AVANT MATCH

ÉCRAN MI-TEMPS

1 SPOT PARI MI LES 2 ÉCRANS

FOOTB'ALL-IN PREMIUM



1ÈRE MI-TEMPS

2ÈME MI-TEMPS

ÉCRAN PREMIUM

ÉCRAN 100% EXCLUSIF EN REPRISE 2ÈME MI-TEMPS



1 000 000 pré-roll

En contexte 100% highlights et résumés des matchs



TARIFS & CONDITIONS

Footb'all-in : 40K€

Footb'all-in premium : 50K€

# FIGHT-IN

Soyez au plus près de l'action dans notre contexte MMA exclusif regroupant le meilleur des 6 ligues

LE +

Saisissez l'exclusivité de nos droits MMA pour diffuser vos spots en ciblant l'audience grandissante des passionnés

LES MOYENS



**+130 spots en TV**

Avec une présence sur 39 événements dont 7 soirées UFC numérotées



**3 à 5 spots par soirée  
soit un spot sur chaque combat**



**350 000 pré-roll**

En contexte 100% highlights & résumés des combats



TARIFS & CONDITIONS

**Pack FIGHT-IN :  
40K€**

# PACKS VIDÉOS

Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans au sein de nos contextes news, live et replay,

LE +

Des environnements puissants et complémentaires pour des activations vidéo efficaces.

LES MOYENS

## GLOBAL VIDÉO

CTV - DESKTOP - MOBILE - TABLETTE



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

**CPM 10.5 €**  
Base 100 (20")

## REPLAY

CTV - DESKTOP - MOBILE - TABLETTE



Diffusion 4 écrans pré-roll ou mid-roll  
Garantie taux de complétion moyen > 90%  
Diffusion IPTV >50%  
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD

**CPM 13 €**  
Base 100 (20")

## TÉLÉVISEUR

CTV



Diffusion écran téléviseur  
Pré-roll & Adswitching

**CPM 17 €**  
Base 100 (20")

## THEMA

DESKTOP - MOBILE - TABLETTE

### SPORT



Diffusion en contexte sport

RMC Sport, 2<sup>ème</sup> marque de sport sur le Digital

**CPM 11 €**  
Base 100 (20")

### BUSINESS



Diffusion en contexte Eco

RMC Sport, 4<sup>ème</sup> marque de Eco sur le Digital

**CPM 13 €**  
Base 100 (20")

# LES PACKS THÉMATIQUES

Communiquez sur des thématiques fortes en TV et digital en y associant le segment data approprié



DES PROGRAMMES / CHÂÎNES



UN CIBLAGE DATA & VOL



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



# ALTICE S'ENGAGE

Altice France s'engage avec la mobilisation de tous  
**à faire**



## Du numérique un allié de la transition écologique

Placé au cœur de la vie numérique des Français, Altice France agit sur sa propre consommation énergétique et celle de ses services tout en amplifiant la résonance médiatique de cet enjeu plus que jamais fondamental auprès de ses publics, partenaires et fournisseurs.



## Du numérique une chance pour tous au service de l'inclusion

Altice France croit en la nécessité de donner à chacun les moyens de s'émanciper et de s'épanouir. Ce combat pour l'égalité des chances qu'il mène de façon concrète se concentre autour de l'inclusion numérique, de l'insertion professionnelle des jeunes et de la solidarité.



## Du numérique un accélérateur pour les talents

Les politiques mises en places par Altice France en faveur de l'alternance, de l'égalité femmes et hommes, du handicap au travail ou de la lutte contre les stéréotypes créent un environnement diversifié et ouvert permettant à chacun de révéler ses pleins potentiels.



## De l'information un moyen de développement de l'esprit critique

Les médias d'Altice France ont une responsabilité, celle de partager leur expérience et de donner les clés de compréhension de l'information, pour que chacun puisse s'informer, utiliser les réseaux sociaux avec discernement et exigence, aiguïser son esprit critique et être un citoyen éclairé

# ALTICE S'ENGAGE

Dans un programme d'actions complet pour l'éducation à l'information



Alice Media, à travers ses marques emblématiques RMC et BFM, est un **acteur majeur de l'information nationale comme régionale.**

Ses équipes sont mobilisées **chaque jour sur le terrain pour vérifier, décrypter et contextualiser l'actualité** afin d'offrir aux Français une information **fiable et de qualité.**

Altice Media a une **responsabilité, celle de partager son expérience et de donner les clés de compréhension de l'information**, pour que chacun puisse s'informer de manière critique et utiliser les réseaux sociaux avec discernement et exigence. C'est l'ambition du nouveau programme **l'Info en Vrai lancé par Altice Media.** Sous forme de différents dispositifs, ce programme **s'adresse à tous, partout sur le territoire.**

## LES MOYENS



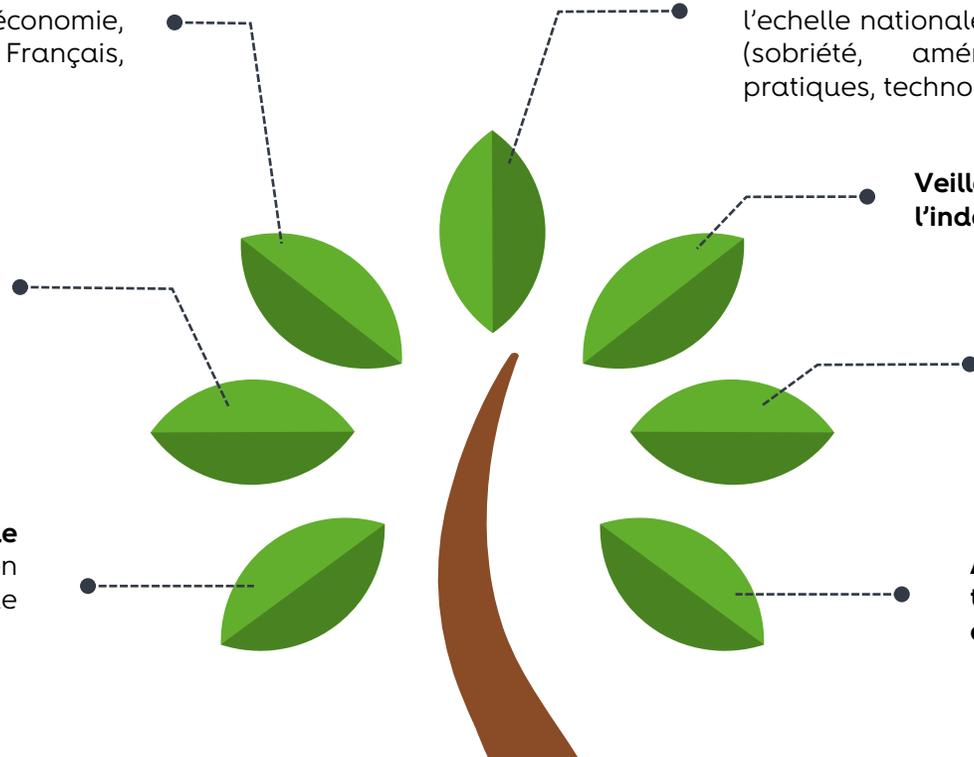
# ALTICE S'ENGAGE

**ALTICE MEDIA amplifie son engagement pour accompagner le traitement des enjeux environnementaux et climatiques et se dote d'une Charte éditoriale**

**Adopter un traitement transversal des enjeux climatiques ; bien mettre en perspective cette question sur toutes ses facettes** : science, économie, politique, pouvoir d'achat, quotidien des Français, approche systémique

**Faire preuve de pédagogie sur les questions climatiques et environnementales sur la forme pour apporter du fond** : aller sur le traitement de questions complexes et avoir recours aux expertises indispensables pour expliquer, rapporter à l'échelle du quotidien

**Assurer la transparence des sources dans le traitement des enjeux climatiques** : en conformité avec la Charte déontologique Altice Media



**Encourager le traitement des solutions apportées aux défis climatiques et environnementaux**, à l'échelle nationale et locale, individuelle et collective (sobriété, aménagements urbains, solutions pratiques, technologies)

**Veiller à la préservation de l'indépendance des rédactions**

**Déployer des formations spécifiques aux équipes éditoriales dans une démarche d'amélioration continue**

**Accompagner et sensibiliser toutes les équipes aux questions climatiques et environnementales**

# MESURE D'IMPACT CARBONE

Les régies publicitaires du SNPTV lancent une calculette carbone commune pour la diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire et replay

## LES MOYENS

En juin 2023, le SNPTV, accompagné par BL évolution, a publié son référentiel méthodologique pour la mesure de l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire.

Ce référentiel **synthétise l'état de l'art d'une réflexion de fond sur l'empreinte carbone de la diffusion TV** qui sera amené à être complété et approfondi à l'avenir.

Dans cette démarche de développement d'une mesure coordonnée, ce référentiel sera intégré d'ici fin 2023 dans un calculateur commun à l'ensemble des régies membres du SNPTV développé par DK.

Les données utilisées pour ce calculateur sont issues de données de marché et de données moyennisées validées par le groupe de travail, ainsi que par des experts comme Médiamétrie.



# 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

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

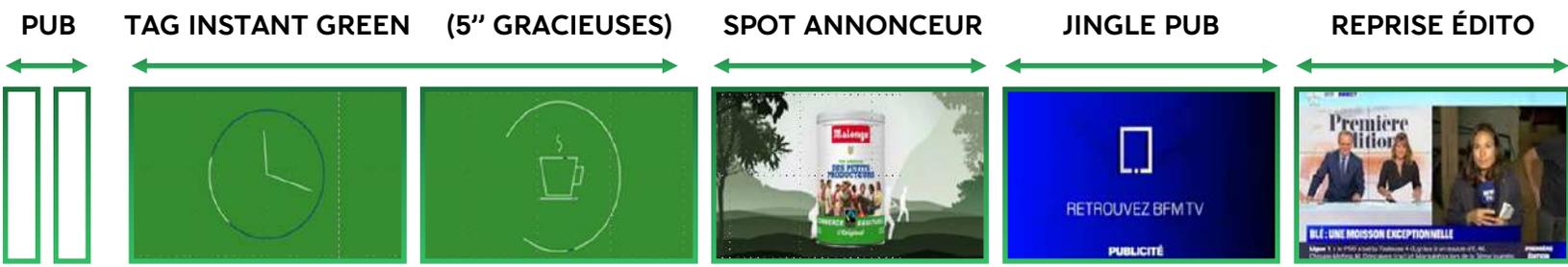
LE +  
DE L'OFFRE

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

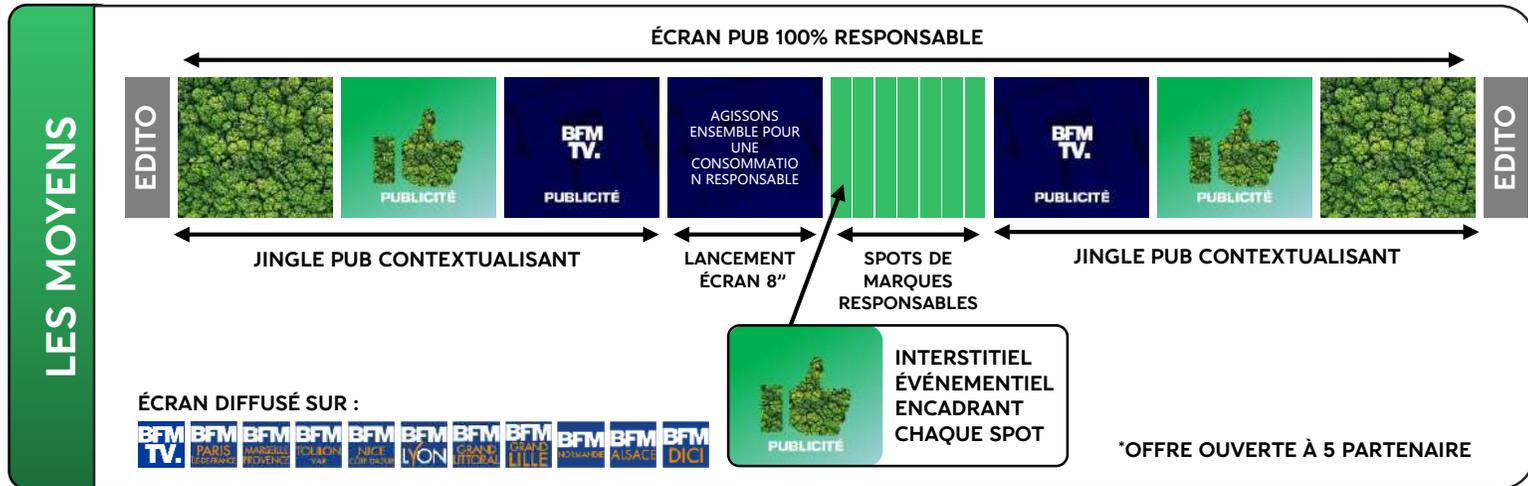
3K€ production  
20K€ médiatisation

# 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<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.



**TARIFS**

**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 SEGMENTÉE

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

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

LES MOYENS



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 avec centre d'intérêt TV identifié (sport, business, cinéma, etc.)



**Family :**  
Audiences familles avec enfant(s)



**Hauts revenus :**  
Audiences habitant des communes à hauts revenus

TARIFS & CONDITIONS

À partir de 5K€ nets

Sur une durée de 14 jours

# PERSONA

Fort de ses capacités de ciblage étendues et d'un accès à des études de référence, en 2024 Altice media Ads & Connect met en place de nouvelles possibilités de ciblage via une approche de « persona ». L'objectif : donner à nos clients de nouvelles clefs de compréhension de sa cible marketing pour construire ensemble une stratégie media et de contenus adaptée à ses comportements et en activant les segments data les plus pertinents.

## UNE DÉMARCHE EN 3 ETAPES CLEFS

DÉFINITION ET  
ETUDE DE LA CIBLE  
MARKETING

CRÉATION DE  
LA PERSONA

SOLUTIONS  
MEDIA ET  
CONTENUS



# PERSONA

Contactez les équipes d'Altice Media Ads & Connect pour une présentation personnalisée de nos 7 persona et touchez dès maintenant des centaines de milliers de profils sur nos inventaires digitaux\* grâce à un ciblage data précis.

**600k**  
**AUTO-ENTREPRENEURS**

**8M**  
**ECO-SENSIBLES**

**3M**  
**FAMILY**

**6M**  
**EARLY-ADOPTERS**

**10M**  
**SPORT PASSION**

**7M**  
**PROMO-ADDICTS**

**2M**  
**JEUNES ADULTES**

\* Estimation de volume en nombre de profils activables sur les inventaires digitaux hors CTV d'Altice sur 30 jours

# LES PACKS CIBLES

Communiquez efficacement via une approche audience planning et data sur notre large éventail de cibles enrichi en 2024 de nos persona



DES PROGRAMMES / CHAÎNES



UN CIBLAGE DATA & VOL



Early adopters

Décideurs

Femmes

Shoppers

Family

Sport passion

Eco-sensibles

Promo-addicts

Auto-entrepreneurs

# PACK FAMILY

Émergez sur la cible FAMILY via une offre clé en main 100% affinitaire et data

LE +

Bénéficiez de nos écrans **les plus affinitaires sur la cible FAMILY** et d'un ciblage data précis

Indice d'affinité moyen de l'offre  
**122**

LES MOYENS




**15 spots en TV**  
répartis sur les écrans **les plus affinitaires** sur cible FAMILY sur une semaine




**VOL**

**200 000**  
impressions diffusées



**TV segmentée / OTT segmentée**

**100 000**  
impressions diffusées

Cible data :  
Foyer avec enfant(s)

Médiaplanning type

Chaîne	Spots	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
	08:00		30"			30"
	12:30	30"	30"		30"	30"
	13:00	30"		30"		30"
	14:30					30"
	15:00		30"			
	15:30			30"		
	17:00			30"		
	21:00		30"			
	21:30				30"	

TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (30s)  
base 100 :  
**13 000€**

Consultez nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs & conditions de cette offre

# PACK AUTO-ENTREPRENEURS

Émergez auprès des auto-entrepreneurs via une offre clé en main  
100% affinitaire et data

LE +

Bénéficiez de nos écrans **les plus affinitaires sur les auto-entrepreneurs et d'un ciblage data précis**

Indice d'affinité moyen de l'offre  
**139**

LES MOYENS




**20 spots en TV**  
répartis sur les **écrans les plus affinitaires**  
sur **cible Auto-entrepreneur** au sein de  
notre offre sur une semaine




**VOL**

**200 000**  
impressions diffusées



**TV segmentée / OTT segmentée**

**100 000**  
impressions diffusées

**Cible data :  
Auto-entrepreneur**

Médiaplanning type

Chaîne	Spots	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
	09:00	30"	30"	30"	30"	30"
	10:00		30"			
	12:30				30"	
	13:30	30"		30"		30"
	14:00	30"	30"	30"	30"	30"
	19:00				30"	
	19:30					30"
	2200	30"	30"			
	2230			30"		

TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (30s)  
base 100 :  
**19 000€**

Consultez nous pour  
avoir plus d'informations  
concernant les tarifs &  
conditions de cette offre

# PACKSHOT ADRESSÉ

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

LE +

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

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 &amp; CONDITIONS

Engagement d'investissement minimum :

**7 000 € nets**

sur une ou plusieurs chaînes BFM Régions

# OFFRES RÉGIONS+

Communiquez localement auprès de vos clients & prospects grâce à des packs BFM Régions clés en main

LE +

Adressez une **campagne locale ciblée** sur la ou les régions de votre choix en TV et digital et profitez d'une **flexibilité optimale pour répondre à tous vos besoins**

LES MOYENS

## OFFRE SUR - MESURE

**2 semaines de communication LàD en TV**  
sur la ou les chaînes de votre choix

 **± 170 spots par chaîne\***

+

**130 000 pré-rolls géolocalisés par régions**



## OFFRE FULL RÉGIONS



**2 semaines de communication LàD en TV**  
sur toutes les BFM Régions

**1900 spots / ± 190 spots par chaîne**

+

**1.3M pré-rolls géolocalisés** répartis sur  
toutes nos marques régionales



TARIFS & CONDITIONS

Base 20"

Offre sur - mesure  
**10 000 € nets**  
par chaîne

\*Consultez-nous pour le nombre de spots auxquels vous avez droit en fonction de la région choisie.

Offre full régions  
**60 000 € nets**

# BFM ON SET

Lancez votre nouvelle campagne TV depuis le plateau de BFMTV

LE +

Boostez l'impact de votre lancement de campagne en profitant d'une intégration premium dans les écrans du plateau de BFMTV !

LES MOYENS



SORTIE EDITO



JINGLE PUB



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



SPOT ANNONCEUR



# CONFÉRENCE BtoB

Créez votre conférence sur-mesure  
en s'adressant à vos clients et vos prospects

LE +

Profitez de la **garantie d'image** de **BFM Business** et des ses incarnants.  
Cette solution est associée à un **plan de communication en TV, Digital et Social**  
pour faire parler de cette conférence et de votre marque.

LES MOYENS



Conférence en direct sur **LinkedIn**  
avec replay disponible

Communication post-conférence sur  
les intervenants de l'évènement



### Campagne TV

BFM Business  
et/ou BFMTV



### Digital

Vidéos sur  
nos univers

### Social

Facebook et  
LinkedIn



# JINGLE CUSTOMISÉ

Intégrez l'identité visuelle de nos chaînes pour bénéficier d'un tremplin de communication

LE +

Détournez un élément éditorial en interpellant nos téléspectateurs et booster votre émergence en tête d'écran.

LES MOYENS



# BUSINESS 2024

Prenez la parole avec des contenus sur mesure autour d'ancrages éditoriaux forts sur l'ensemble de l'écosystème BFM Business

LE +

Avec ces 3 packs personnalisés, soyez un acteur des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 en tirant parti d'une opportunité de sponsoring avec BFM Business

LES MOYENS

## PACK OLYMPE

Associez-vous à la nouvelle émission BFM Business dédiée aux Jeux Olympiques & Paralympiques



## PACK HÉRITAGE

Faites rayonner vos engagements et vos enjeux autour des Jeux Olympiques

- **Chroniques sur mesure au sein de l'une des émissions en fonction du thème choisi**

## PACK ÉPOPÉE

Donnez la parole à vos experts et garantisiez un réel transfert de valeurs auprès de nos audiences

- **Une émission spéciale et sur mesure co-animée par un journaliste référent choisi par la rédaction**

**SPONSORING TV - MEDIATISATION EN AVAL SUR LE DIGITAL - RELAIS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

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 2024.



# 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 événements RSE**.



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

### Janv-Fév

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

### 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**
- **Sidaction**
- **COP 28** (novembre 2024)
- **Journée inter. des personnes handicapées** (03/12)



# 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 (31/03)

- Soldes d'hiver (10/01 au 06/02)
- Saint-Valentin (14/02)
- Salon de l'agriculture (24/02 au 03/03)

## Mars-Avr



## Mai-Juin

- Fête des Mères (26/05)
- Fête des Pères (16/06)
- Soldes d'été (28/06 au 25/07)
- Euro 2024 (26/06 au 23/07)

- Tour de France (29/06 au 21/07)
- Fête nationale (14/07)
- Jeux Olympiques de Paris 2024 (26/07 au 11/08)

## Juil-Août



## Sept-Oct

- French Days (27/09 au 30/09)
- Halloween (31/10)

- Black Friday (22/11)
- Cyber Monday (02/12)
- Noël & Nouvel An (25 & 31/12)

## Nov-Déc



# LE GROUPE ALTICE SE MOBILISE POUR PARIS 2024



## La voix des événements

## 10 antennes au plus près des événements



BFMTV couvrira quotidiennement les sujets relatifs aux JO de Paris 2024



Podcast natif

Radio digital

Emission hebdo

Podcast natif

Emission hebdo

RDV autour des JO

## Radio Officielle



## La voix des entrepreneurs et des décideurs



ESPACE CLASSIQUE

# EASY PILOT

05

Altice Media Ads & Connect propose avec Easy Pilot un mode d'achat simple et efficace



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.

## BFMTV MAX

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) ainsi que les **écrans publicitaires de nos 10 chaînes BFM Régions**

## RMC<sup>2</sup>

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 raconte le réel.



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%.



# ESPACE CLASSIQUE

## EASY PILOT

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 d'impact suivants : digital, Multinews (BFM Business TV et i24 News), couplage et Pack.

### Calcul du Coût GRP Net base 100 programmé



➡ = Coût GRP net (30s) programmé



# ESPACE CLASSIQUE

## EASY PILOT



### 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 - 10%[	>=10%
Modulation	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>98</b>

Pour tout investissement digital strictement inférieur à 3000€, l'impact 102 sera appliqué.

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 selon le barème suivant :

% Multinews / Total TV	<5%	[ 5 - 10%[	>=10%
Modulation	<b>100</b>	<b>98</b>	<b>96</b>



## Impact Couplage

En 2024, pour tout investissement au CGRP supérieur à 60k€ net, le CGRP net base 100 sera modulé en fonction du choix des offres selon le barème suivant :

	BFMTV MAX <u>ET</u> RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX <u>OU</u> RMC <sup>2</sup>
Modulation	<b>100</b>	<b>102</b>

## Impact Pack

Afin d'encourager l'accès de nos clients à nos packs à forte valeur, en 2024 Altice Media ads & connect met en place un bonus permettant de moduler le CGRP net base 100 des chaînes TNT selon le barème suivant :

% Packs / Total TV	<10%	>=10%
Modulation	<b>100</b>	<b>99</b>



# ESPACE CLASSIQUE EASY PILOT



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



# ESPACE CLASSIQUE EASY PILOT



## Les indices de saisonnalité

Périodes CGV	01/01 - 03/03	04/03 - 07/04	08/04 - 12/05	13/05 - 07/07	08/07 - 21/07	22/07 - 18/08	19/08 - 20/10	21/10 - 22/12	23/12 - 31/12
Indices	95	125	115	135	85	75	155	135	80

## Les indices tranches horaires

Tranches horaires	Adultes, Hommes		CSP+		Femmes, Shoppers		Silver		Jeunes Adultes	
	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>	BFMTV MAX	RMC <sup>2</sup>
DAY	85	85	85	90	90	80	90	70	85	80
ACCESS	105	110	100	120	110	130	100	140	100	100
PEAK	130	130	130	120	140	135	170	140	180	140
NIGHT	75	70	70	70	85	70	80	90	70	100
MORNING REACH	150	-	150	-	160	-	190	-	200	-

## 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 plus de 41 cibles réparties en 5 groupes :

FEMMES, SHOPPERS		ADULTES, HOMMES+	
Femmes 25-49 ans	FRDA & Enf < 15 ans	25-49 PM Conso Pub	Hommes 25-59 ans
Femmes 25-59 ans	FRDA 15+	Actifs	Hommes 35-49 ans
Femmes 35-49 ans	FRDA 15-49 ans	Ensemble 15-49 ans	Ensemble 35-59 ans
Femmes 35-59 ans	RDA - 60 ans	Ensemble 25-49 ans	Hommes 15-49 ans
Femmes actives	FRDA 25-59 ans	Ensemble 25-59 ans	Hommes 35-59 ans
FRDA & Enf < 25 ans	Shoppers	Ensemble 35-49 ans	Hommes 25-49 ans

CSP+	SILVER		JEUNES ADULTES
Individus CSP+	Ensemble > 35 ans	Femmes > 35 ans	Ensemble 15-34 ans
Prof Libérales + Cadres Sup	Ensemble > 50 ans	Femmes > 50 ans	Hommes 25-34 ans
Ensemble 50-70 CSP+	Ensemble > 60 ans	Hommes > 35 ans	Ensemble 25-34 ans
Chef Foyer CSP+	Ensemble 50-59 ans	Hommes > 50 ans	Hommes 15-34 ans
Ensemble 25-49 ans CSP+			

# 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 23	Novembre-Décembre 23	Janvier-Février 24	Mars-Avril 24	Mai-Juin 24	Septembre-Octobre 24
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	<b>01/01/2024-31/01/2024</b>	<b>01/02/2024-31/03/2024</b>	<b>01/04/2024-31/05/2024</b>	<b>01/06/2024-31/08/2024</b>	<b>01/09/2024-30/11/2024</b>	<b>01/12/2024-31/12/2024</b>

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 23	Septembre 23-Février 24	Janvier-Juin 24
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	<b>01/01/2024-30/04/2024</b>	<b>01/05/2024-31/08/2024</b>	<b>01/09/2024-31/12/2024</b>

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

Pour l'ensemble des chaînes mesurées, les GRP appliqués du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024 seront calculés sur une base France entière.



# 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 2024 (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 2024 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 2024 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



# CONDITIONS COMMERCIALES

# 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
<b>Jusqu'à S-4</b>	<b>Traitement à S-3</b>
<b>De S-3 à J-7</b>	<b>Traitement en 3 jours ouvrés</b>

### **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.



LES  
**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.



# REMISE 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 Connect ([www.peach.me](http://www.peach.me)) 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 CONNECT (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 2024, celui-ci ne sera pas appliqué aux annonceurs s'étant engagés à investir au minimum 10% en VOL de leur volume total chez Altice Media Ads & connect en TV+VOL avant le 30 juin.



# ANNEXES

## TRANCHES HORAIRES



DAY	Lundi à Vendredi (LàV) : 0300-0599 / 0900-1799 / 2100-2199 Samedi-dimanche : 0300-2699	Lundi à Dimanche (LàD) : 0300-1799
ACCESS	LàV : 1800-1999	LàD : 1800-1999
PEAK	LàV : 0600-0899 & 2000-2099	LàD : 2000-2199
NIGHT	LàV : 2200-2699	LàD : 2200-2699
MORNING REACH	LàV : Code 711	-

**ADVERTISING-BASED VIDEO ON DEMAND (AVOD) :**

Service vidéo financé par la publicité.

**AD-SWITCHING :**

Décrochage publicitaire d'un flux live.

**AUTO-SUBSTITUTION :**

Adaptation d'un spot lors d'une campagne en TV  
Segmentée sur la base d'une campagne nationale.

**BILLBOARD (BB) :**

Vidéo publicitaire courte (+/- 8 secondes) avant et/ou après un programme TV.

**CAPPING :**

Technique publicitaire consistant à limiter le nombre d'exposition d'un internaute à une même campagne publicitaire sur le digital.

**CONNECTED TV (CTV) :**

Téléviseur connecté à Internet par l'intermédiaire d'un opérateur (IPTV FAI) ou bien directement (OTT).

**COUVERTURE / REACH :**

Nombre de personnes touchées par un programme ou une chaîne sur une période donnée.

**DURÉE D'ÉCOUTE PAR INDIVIDU (DEI) :**

Moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par l'ensemble des individus (y compris ceux des non-téléspectateurs) d'une cible donnée.

**DURÉE D'ÉCOUTE PAR TÉLÉSPECTATEUR (DET) :**

Moyenne du temps passé par les téléspectateurs à regarder une émission, une chaîne, la télévision, pendant une tranche horaire ou l'ensemble de la journée.

**FOURNISSEUR D'ACCÈS INTERNET (FAI) :**

Société proposant une connexion Internet et des services TV grâce à un décodeur spécifique (SFR, Bouygues, Orange).

**FREE AD-SUPPORTED STREAMING (FAST CHANNEL) :**

Chaîne de télévision linéaire digitale financée par la publicité.

**GROSS RATING POINT (GRP) :**

Indicateur de performance d'un plan média. Le nombre moyen de contacts à une campagne publicitaire pour 100 personnes d'une cible donnée.

**INSTREAM :**

Message publicitaire vidéo intégré à un player vidéo.

**INREAD :**

Format publicitaire intégré nativement dans le flux éditorial d'un site web.

**MID-ROLL :**

Vidéo publicitaire insérée au cours la visualisation d'un contenu éditorial sur le digital.

**OVER THE TOP (OTT) :**

Contenu diffusé depuis une application sur un appareil connecté à Internet.

**PART D'AUDIENCE (PDA) :**

Pourcentage d'audience d'une chaîne de télévision calculé par rapport à l'audience du média TV.

**PRÉ-ROLL :**

Vidéo publicitaire insérée avant la visualisation d'un contenu éditorial sur le digital.

**SMART TV :**

Téléviseur permettant une connexion Internet utilisé pour diffuser du contenu vidéo.

**TAUX DE VISIBILITÉ :**

Part de fois où le message a été visible à l'écran pour cent diffusions de la publicité.

**TAUX DE COMPLÉTION :**

Part de personnes exposées à un message publicitaire, qui le visualise jusqu'au bout.

**TAUX MOYEN EXTRAPOLÉ (TME) :**

Audience moyenne obtenue à chaque seconde, exprimée en nombre de téléspectateurs, pour un moment donné.

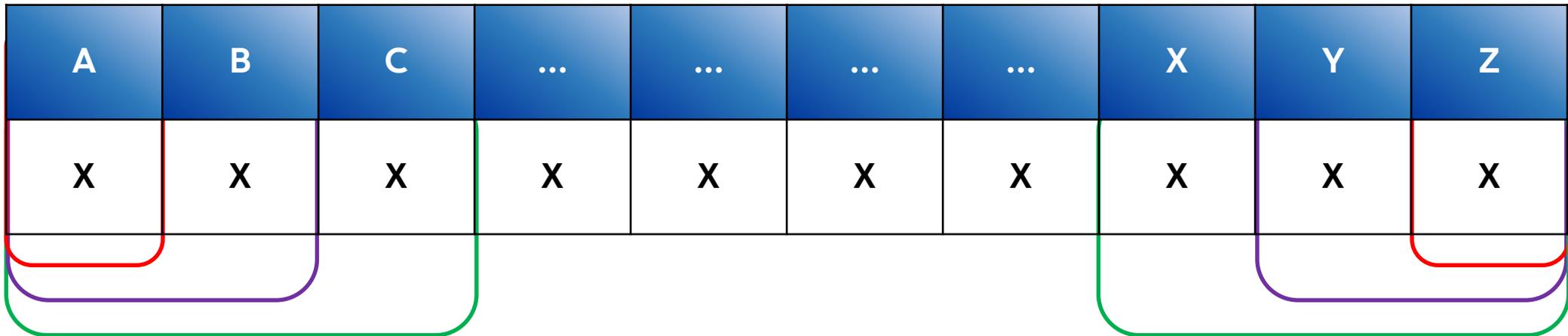
**VISITEUR UNIQUE (VU) :**

Un unique internaute qui visite un site web sur une période donnée.



## EMPLACEMENT PRÉFÉRENTIEL (EP) :

Les emplacements préférentiels au sein d'un écran publicitaire sont ceux situés au début et à la fin de l'écran. Ils bénéficient d'une plus grande audience et attention de la part des individus exposés et donc d'une meilleure efficacité publicitaire.



Note :

EP2 = AZ

EP4 = ABYZ

EP6 = ABCXYZ

# CGV TV-VIDÉO

**altice**  
media ads  
& connect

## 2024

**BFM**  
**TV.**

**BFM**  
**BUSINESS**

**BFM**  
**RÉGIONS**

**TECH**  
**&CO**

**i24**  
**NEWS**

**RMC**  
**INFO TALK SPORT**

**RMC**  
**SPORT**

**RMC**  
**STORY**

**RMC**  
**DÉCOUVERTE**