

Next Régie

Conditions Commerciales

&

Conditions Générales de Vente TV
2017

Applicables à partir du 1^{er} janvier 2017

INFO



DOC

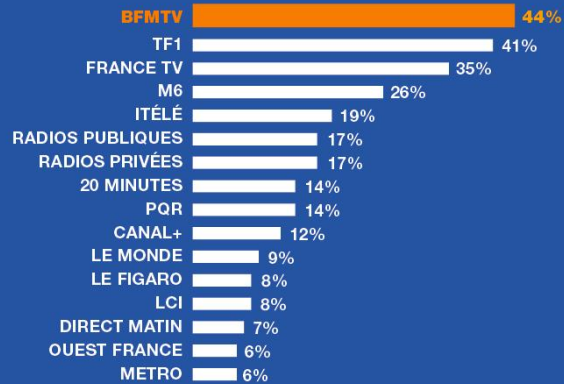


SPORT



PRÉSENTATION DES SUPPORTS	3	CONDITIONS TARIFAIRES	30
BFMTV	3	Campagnes SIG, grandes causes	30
BFM Paris	6	Campagnes de publicité collective	30
BFM Business TV	9	Campagnes de marketing direct	30
BFMTV.COM	11	Modulations tarifaires	31
RMC Découverte	15	MODES DE COMMERCIALISATION	32
Discovery / Discovery Science	17	Commercialisation par modules	32
Nat Geo Channel / Nat Geo Wild / Voyage	18	Présentation des modules de programmation	33
Multidoc	19	Conditions d'achat au CGRP net garanti	35
Numéro 23	21	Achat au spot à spot	36
BFM Sport	22	Commercialisation de packages publicitaires	36
SFR Sport	23	SOLUTIONS CLÉS EN MAIN	37
Eurosport 1 / Eurosport 2	25-26	ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE	52
NextSport Digital	27	CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2016	53
CONDITIONS COMMERCIALES	28	ANNEXE AUX CGV	69
Remise de Référence	28	Annexe 1 Regroupements de cibles	70
Remise Volume	28	Annexe 2 Coefficients par formats	71
CUMUL DE MANDATS	29		

BFMTV, 1^{ER} MÉDIA D'INFO TOUS MÉDIAS CONFONDUS



44%
DES FRANÇAIS S'INFORMENT
CHAQUE SEMAINE SUR BFMTV



Next Régie

Source : Reuters Institute Digital News Report 2016 – Consommation hebdomadaire des marques d'infos TV, Radio et Print en France. Questionnaire online réalisé par Yougov, de fin Janvier à début Février 2016 sur un panel de 2 162 interrogés. Même en intégrant les médias digitaux, BFMTV reste leader

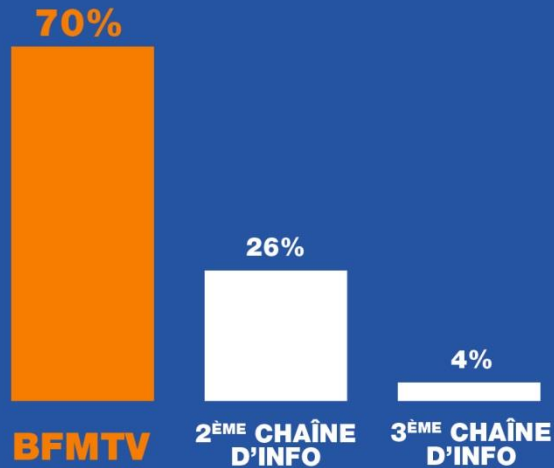
Next Régie @NextRegie

1^{ère} chaîne d'info sur 100% des cibles d'achat

Seule chaîne à progresser pour
la 9^{ème} saison consécutive

20h de direct par jour



PARTS D'AUDIENCE
DES CHAÎNES INFO

1ÈRE CHAÎNE D'INFO DE FRANCE

Next Régie

Source : Médiamétrie Médiamat -
Part d'audience sur cible Individus 25-49 ans - du 2 mai au 24 août 2016.

Next Régie @NextRegie

BFMTV conserve son **leadership**
dans un écosystème de plus en
plus **compétitif** !



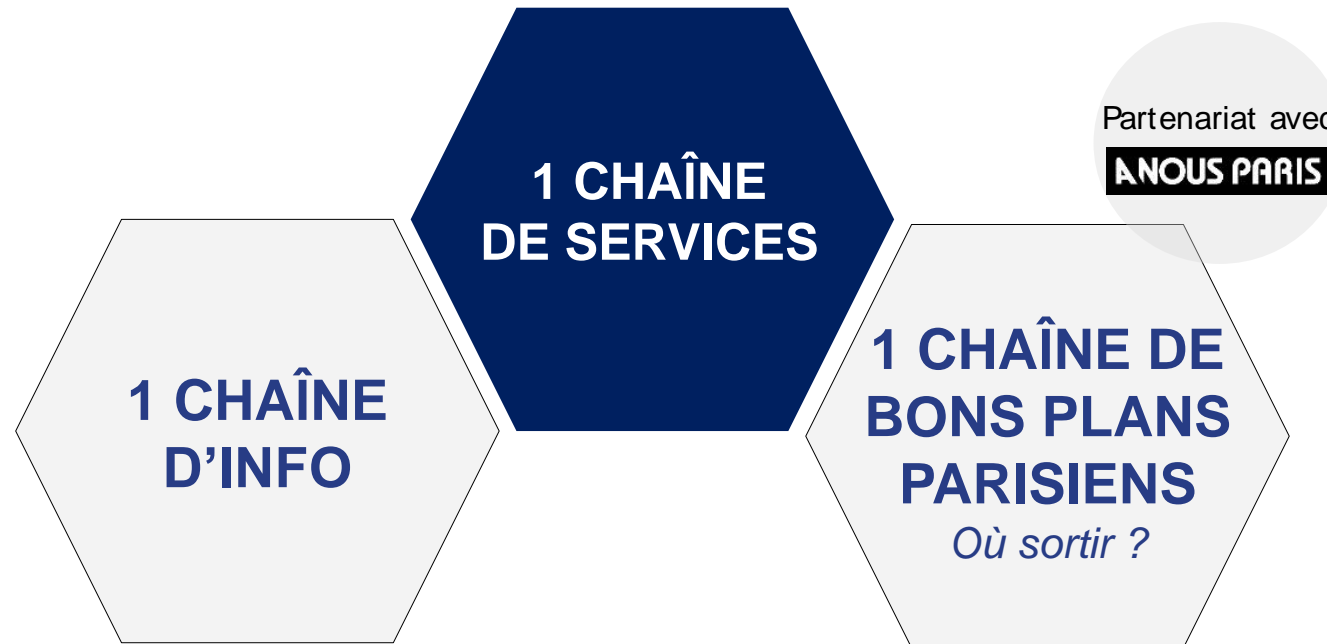
Les téléspectateurs de plus en plus nombreux ont fait de BFMTV la **1^{ÈRE} matinale de France** sur les **25-49 ans** et les **moins de 50 ans**

Seule matinale à commencer **dès 4h30**

3 Millions de français s'informent chaque matin

19,3% de PDA **ICSP+** sur la matinale

Les 3 piliers de la ligne éditoriale



1^{ère} chaîne d'info locale en île de France disponible dès le 7 novembre 2016 sur le canal 30 TNT IDF | Numéricâble et SFR

3 AXES POUR SOUTENIR SES AMBITIONS

UNE EQUIPE DE PROFESSIONNELS

1

**< 40 JOURNALISTES**

Parés dès le lancement !

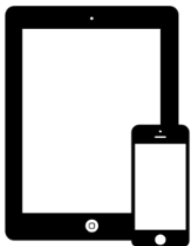
UNE EXPERTISE DE LEADER

2

**1 MODÈLE DÉJÀ RODÉ PAR BFMTV**Convergence avec les équipes de BFMTV
10 ans de succès !

DES INNOVATIONS AU SERVICE DU DIRECT

3

**1 CHAÎNE-LABORATOIRE**1^{ère} chaîne d'info qui utilise le smartphone comme principal outil de tournage

Un ADN commun avec sa grande sœur BFMTV : l'info en continu

TOUTE L'INFO SUR PARIS ET SA RÉGION

L'information en continu en IDF

INFO SERVICE

Prévisions météo dans l'heure et points trafic routier & transports en commun présentés 2 fois/heure

UNE MATINALE 6/9h EN DIRECT : Debout Paris

Présentée par Maxime Cogny et Aurélie Blonde (BFMTV)

TOUT EN IMAGE : Paris Express

Séquences en direct et reportages

PARIS EST UNE FÊTE

Où sortir, les plaisirs parisiens, où partir

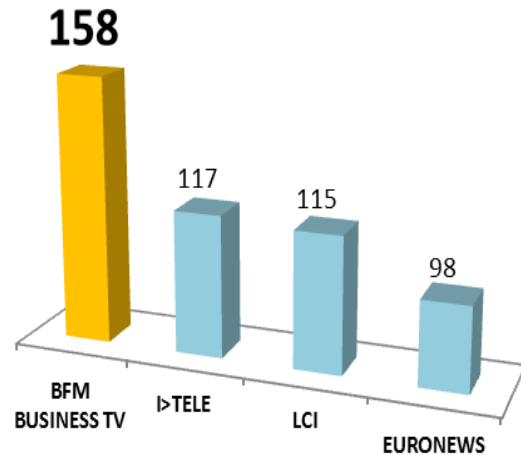


261 000 TÉLÉSPECTATEURS PREMIUM RÉGULIERS

LA CHAÎNE DES HAUTS POUVOIRS DE DÉCISION & HAUTS POUVOIRS D'ACHAT

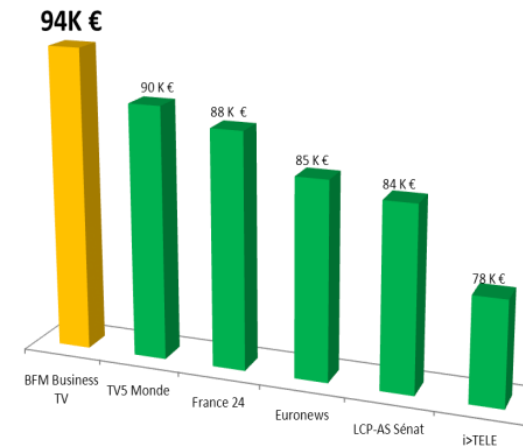
N°1 en affinité auprès des cadres et dirigeants aisés*...

Indice affinité – base 100 : ensemble population Premium



...et un public à plus fort pouvoir d'achat**

(revenu moyen total TV base population Française : 32 700 €)



Premium 2014 – audience régulière (tous les jours ou presque) – TV LâD – *base 955 000 individus Cadres et Dirigeants Revenus annuels foyer >65K€ - IA – audience régulière (tous les jours ou presque)
 ** Revenus médian par foyer – annuel

LA CHAÎNE QUI CRÉE DES ÉVÈNEMENTS RÉFÉRENTS

Des événements uniques qui mettent en avant la réussite des acteurs économiques français.



BFM AWARDS 12^{ème} EDITION – 3 novembre 2016

L'Event incontournable de la sphère Business, avec plus de 2 000 acteurs du monde économique : les plus grands dirigeants, les entrepreneurs les plus innovants, les créateurs les plus performants.



01 BUSINESS FORUM – 2 février 2016

L'Event qui accompagne la transformation numérique en présence de plus de 400 chefs d'entreprises.



GRANDS PRIX BFM BUSINESS

L'Event qui récompense les plus belles réussites et défis économiques , avec 300 dirigeants et spécialistes par secteur. **Février 2017** Les Grands Prix de la Bourse / **Mars 2017** Les Grands Prix de l'Export / **Juin 2017** Les Grands Prix des Services



BFM ACADEMIE – Juin 2017

Le concours référent des créateurs d'entreprises , avec plus de 550 entrepreneurs candidats en 10 ans.





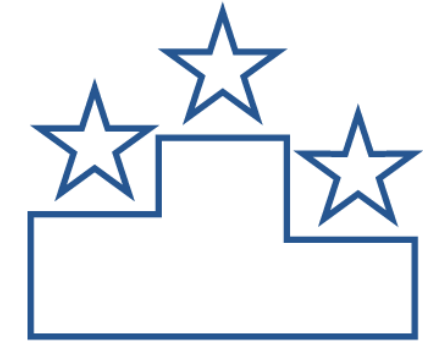
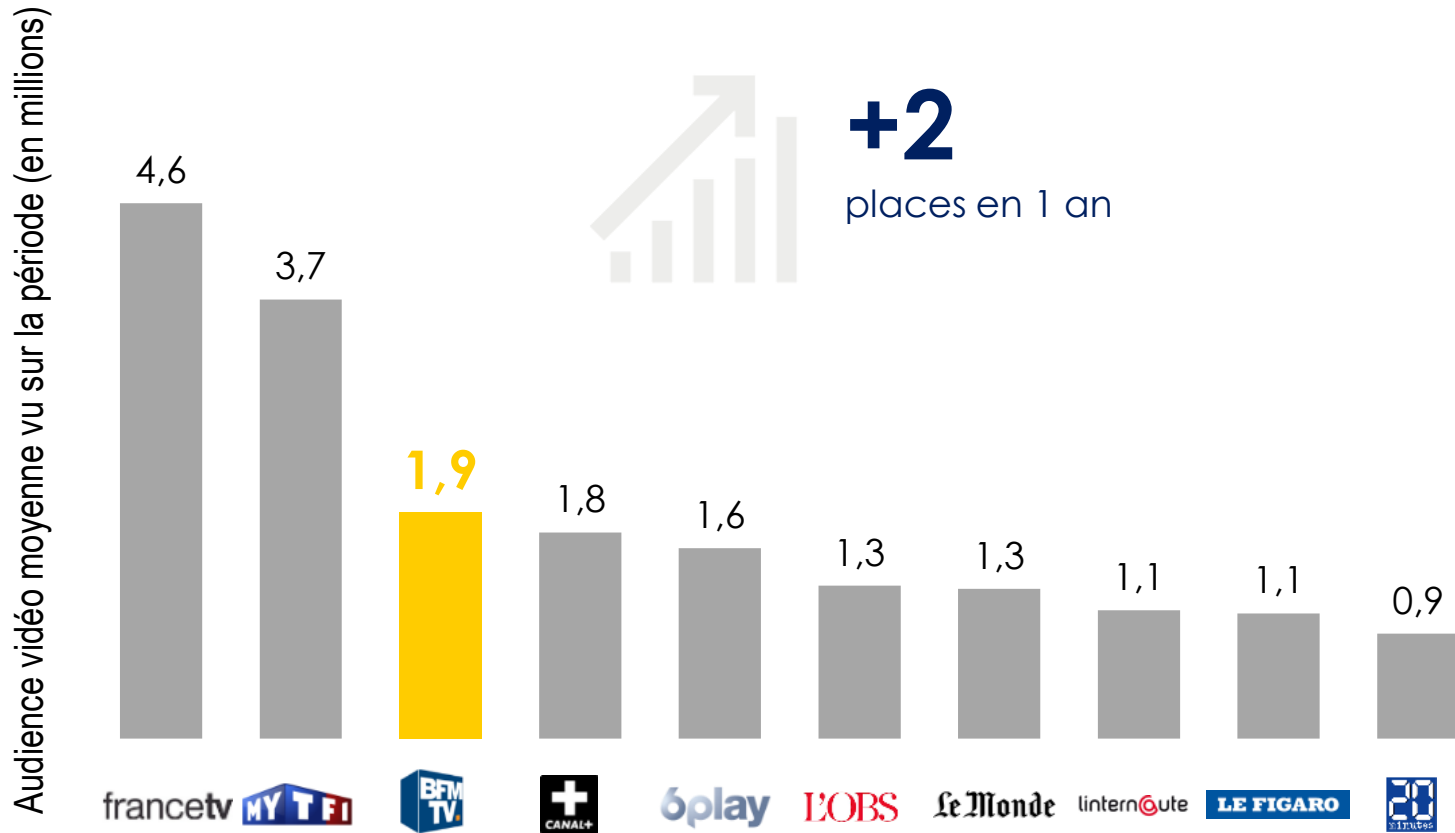
FLUX LIVE / REPLAY / EXCLUS WEB

Leader des sites d'info
en vidéo depuis 2 ans

45 millions
de vidéos vues par mois
toutes plateformes

45% du temps passé
sur les vidéos d'info
se fait sur BFM TV.com

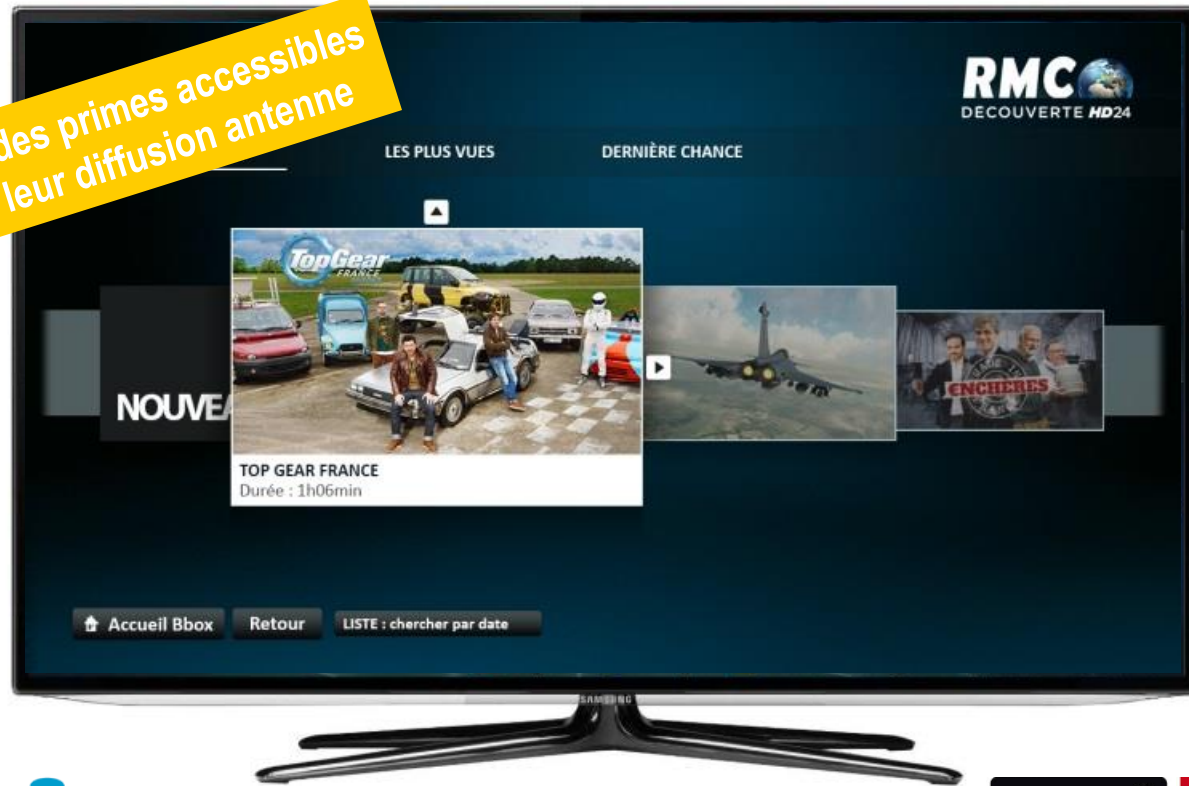
3ÈME SITE EN AUDIENCE PARMIS LES SITES DE CATCH-UP TV ET INFOS



BFMTV ENTRE ET CONFIRME SA PLACE DANS LE TOP 10 DES SITES DE VIDÉOS EN LIGNE EN FRANCE SUR LE S1 2016

Sources : Médiamétrie – Panel MNR Vidéo Moyenne Jan – Juil 2016 vs. Janv Juil 2015 – Brand Site Support

Déploiement de RMC Découverte sur IPTV



UN NOUVEAU DEVICE PREMIUM
POUR VOS COMMUNICATIONS CATCH-UP

UNE OFFRE QUALITATIVE



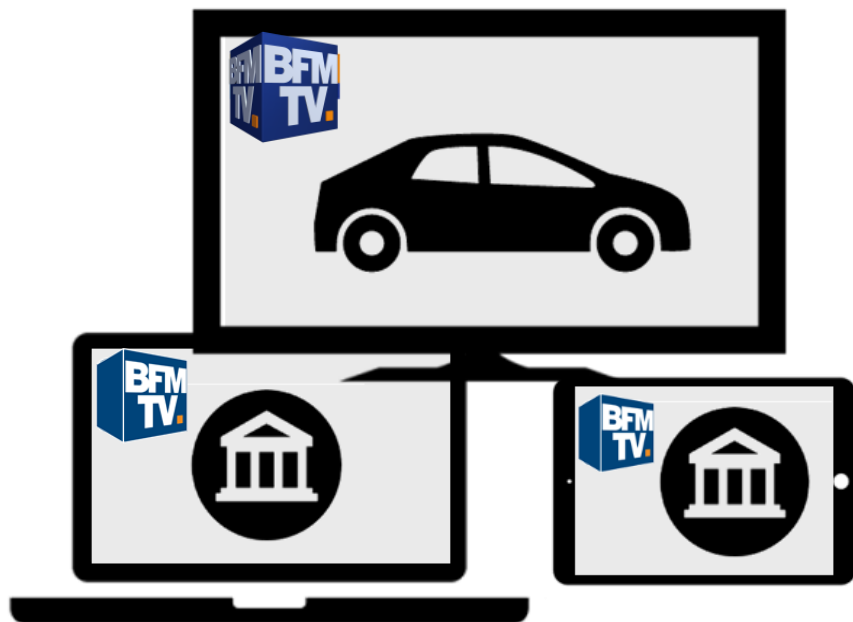
2 pré-rolls maximum

100% de visibilité plein écran

Un **engagement fort** avec le contenu
qui se traduit par un **taux de complétion élevé**

Lancement de la saison 3 de TOP GEAR FRANCE
le 21 décembre sur RMC Découverte
Accessible en replay sur tous les écrans

Succès pour le livestitching BFMTV
avec plus de 35 campagnes par mois



Déploiement du livestitching
sur les applications BFMTV et BFM Business

LE PREMIER DECROCHAGE PUBLICITAIRE
SUR UN FLUX LIVE 24/7

33mn

= temps moyen par session

78%

des coupures publicitaires
dans un **intervalle inférieur à 30 mn** :
exposition quasi assurée

97%

de **taux de complétion moyen**
sur les spots diffusés en mid-roll

RMC DÉCOUVERTE, LEADER DE LA TNT HD SUR LA SAISON 15/16

Forte progression: +90% en 2 saisons

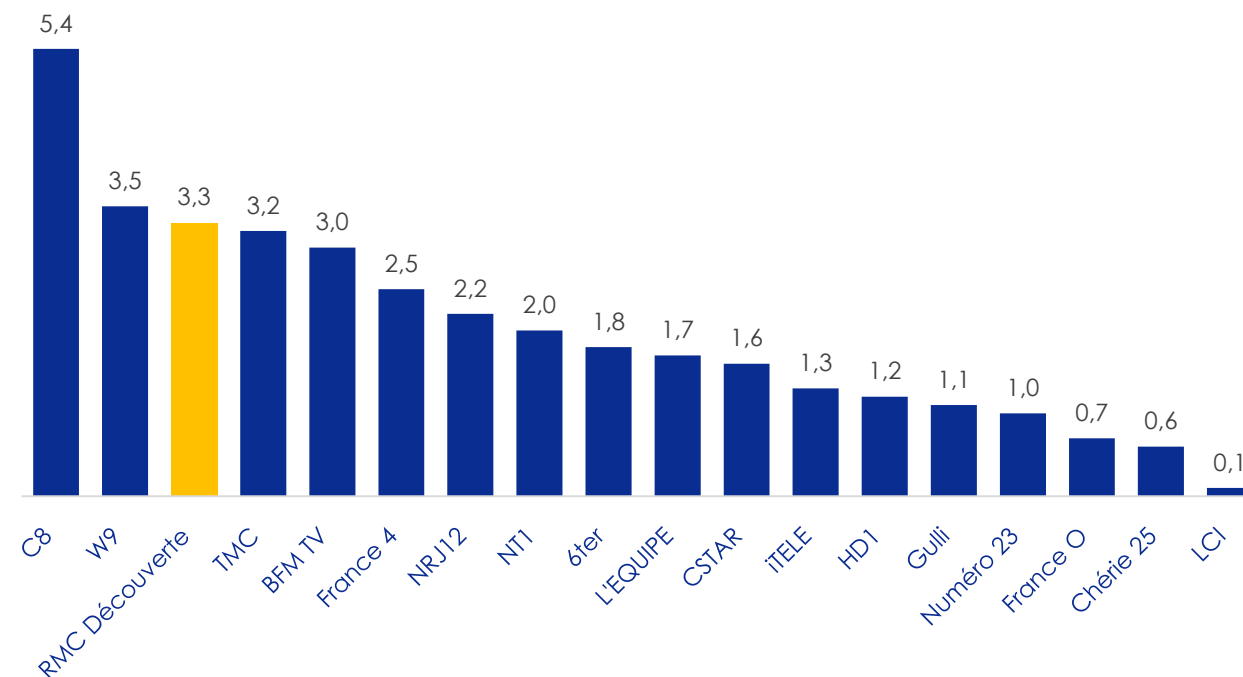
3^{ème} chaîne toutes TNT confondues sur les Hommes 25-49 ans

Record historique d'audience avec 995 000 téléspectateurs lors du 1^{er} épisode de *Top Gear France* le 18/03/15

Des productions originales qui réalisent régulièrement des audiences moyennes à plus de de 500 000 téléspectateurs

RMC Découverte, élue nouvelle chaîne la plus originale*

PDA Hommes 25-49





Après le succès des 2 premières saisons, Philippe Lellouche, Bruce Jouanny et Le Tone reviennent en Décembre 2016 pour une 3^{ème} saison inédite.



VINTAGE GARAGE

Après le succès de la saison 1, la saison 2 est en cours de production. François Allain, spécialiste auto, achète des voitures de collection et fait appel à un pool de garagistes pour les rénover au meilleur prix afin de les revendre,



WHEELER DEALER FRANCE

1^{ère} adaptation mondiale de la célèbre série de Discovery Channel. Gerry & Aurélien redonnent vie aux plus grandes icônes du monde automobile!



SOIRÉES SPÉCIALES THÉMATIQUES

HORS DE CONTROLE: World Trade Center
Quinze ans de terreur: décryptage de 15 ans d'histoire du terrorisme
Lascaux IV
L'évolution de nos gènes

LES AMBASSADEURS DU FACTUAL ENTERTAINMENT ET DE LA POP SCIENCE !



LE PLUS GROS PRODUCTEUR MONDIAL DU FACTUAL !

Des Histoires vraies passionnantes sur 

La Science vue autrement grâce à



LABEL DE QUALITÉ EN MATIÈRE DE DÉCOUVERTE



LA RÉFÉRENCE MONDIALE DU DOCUMENTAIRE

National Geographic invite à l'aventure et raconte des histoires passionnantes autour de 3 piliers : SCIENCE, HISTOIRE et INVESTIGATION



LA CHAÎNE DU MONDE SAUVAGE ET DE LA NATURE

Née du plébiscite pour les documentaires animaliers Nat Geo Wild est dédiée au monde sauvage et à la nature, *Du Wild Life à l'état pur, images époustouflantes et frissons garantis !*



L'ÉVASION SOUS L'ANGLE DE L'EXPÉRIENCE

Voyage est le terrain de rencontre et de partage d'expérience entre tous les voyageurs. Sa programmation s'organise autour des voyages en immersion, risqués, « on the road » et gastronomiques.

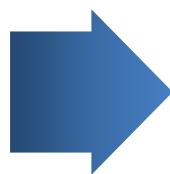
MULTIDOC, LE MULTIPLEX DU DOCUMENTAIRE

DES CHAÎNES RÉUNIES AUTOUR D'UN MÊME GENRE :
LE FACTUAL ENTERTAINMENT

MULTIDOC



**1 spot
programmé**



**Jusqu'à 6 diffusions,
sur 6 chaînes,
simultanément**



MULTIDOC EN 3 POINTS

cohérence

Une même thématique:
le **factual entertainment**
Un même public :
jeune, actif et masculin

complémentarité

De la télévision **payante et gratuite**
pour maximiser la couverture

fiabilité

« L'agrégation de l'audience d'une chaîne nationale et de chaînes thématiques ne fait pas perdre de précision au Taux moyen de E (E étant l'écran publicitaire) »



Philippe Tassi

Directeur Général Adjoint Médiamétrie



Dès le 1^{er} janvier 2017, Numéro 23 intègre l'offre NextRégie

information



L'année 2017 sera riche en actualité politique, Numéro 23 propose de nombreux rendez-vous d'information avec notamment les *Grandes Gueules* en simultané sur RMC. Au programme également des magazines d'information comme *Révélations*.

docu du réel



Retrouvez sur la chaîne des documentaires du réel et parcourez le monde : *Les bâtisseurs de l'impossible*, *River monsters*, *Les aventuriers : Globe painters* etc. Autant de séries documentaires qui nous emmèneront aux quatre coins du monde.

sport



Numéro 23 est le diffuseur TNT officiel de la Pro A, la 1^{ère} division de basket-ball masculin : 13 grandes affiches seront diffusées en simultané avec SFR Sport. Au programme également la ligue Féminine, championnat de basket-ball féminin et les matchs de l'équipe de France féminine.

grandes fictions



Numéro 23, c'est aussi de grandes fictions : des séries à succès avec notamment *Orange is the New Black*, nominée aux Golden Globes et récompensée aux Emmy Awards ou *Racines*, nominée aux Emmy Awards 2016. Egalement de nombreux films à succès y seront diffusés.

LA PREMIÈRE CHAÎNE D'INFO EN CONTINU EXPERTE SUR LE SPORT

Le **savoir faire** de RMC Sport et la **culture** BFM TV pour un **traitement en profondeur** de l'information sportive

Des rencontres, des coulisses, des enquêtes, des décryptages, des exclusivités, de l'interactivité et un JT de 7 min, à chaque demi-heure, pour ne rien rater des dernières infos sportives

Plus de 2,3 M de téléspectateurs par mois

Les rendez-vous en direct



tous les soirs dès 22h*

La Dream Team de « L'After » débarque en télévision pour analyser et commenter les derniers résultats de la planète foot. Discours sans concession, expertise, bonne humeur, interactivité avec les auditeurs/téléspectateurs, la formule de la radio ne change pas... seul le format évolue pour une émission enrichie!

*21h pour les jours sans match sinon directement après le match

En **simultané** sur **RMC**
INFO TALK SPORT



du lundi au vendredi à 19h

Le SEUL magazine quotidien de 60 minutes sur le sport ! A base d'enquêtes, de débats, nos chroniqueurs en plateau décryptent l'actu sport et abordent tous ses aspects : société, économie, santé...

NOUVEAUTÉ !



Samedi et Dimanche de 9h à 12h

3 heures de direct consacrées à tous les événements sportifs avec priorité donnée aux interviews, aux invités et aux interventions de la Dream Team Omnisports





SFR SPORT 1

LA CHAÎNE DE LA  Premier League



L'élite du foot Anglais en **EXCLUSIVITÉ**



SFR SPORT 1

La Dream Team



100%
des matchs

SFR **SPORT1**La chaîne **Premium** de SFR SportPLUS DE **100** DISCIPLINESPLUS DE **1 000** ÉVÉNEMENTSPLUS DE **3 000** HEURES DE DIRECTSFR **SPORT2**Les compétitions **Omnisports**SFR **SPORT3**La chaîne des **Sports Extrêmes**SFR **SPORT4K**La chaîne du meilleur des contenus de SFR Sport en **Ultra-HD**SFR **SPORT5**La chaîne des **Arts Martiaux**

EUROSPORT 1

LA CHAÎNE DES GRANDS ÉVÈNEMENTS INTERNATIONAUX

Les Grands Chelems de tennis



Les Grands Tours cyclistes



Les sports mécaniques



L'intégralité des sports d'hiver



1^{ère} chaîne de sport en notoriété

78% de notoriété globale auprès des 15+

3^{ème} chaîne payante 100% sport

télespectateurs 4+

Près de 3 millions

de téléspectateurs par mois

EUROSPORT 2

LA CHAÎNE EXCLUSIVE DES GRANDS FEUILLETONS DE SPORT FRANÇAIS

Les plus grands événements du sport français



D1 FEMININE
FFF



Un focus sur les équipes et les sportifs-clés français lors des grands événements internationaux



Johann Zarco
champion du monde
de Moto2



Gael Monfils, en 1/2
finales de l'US Open



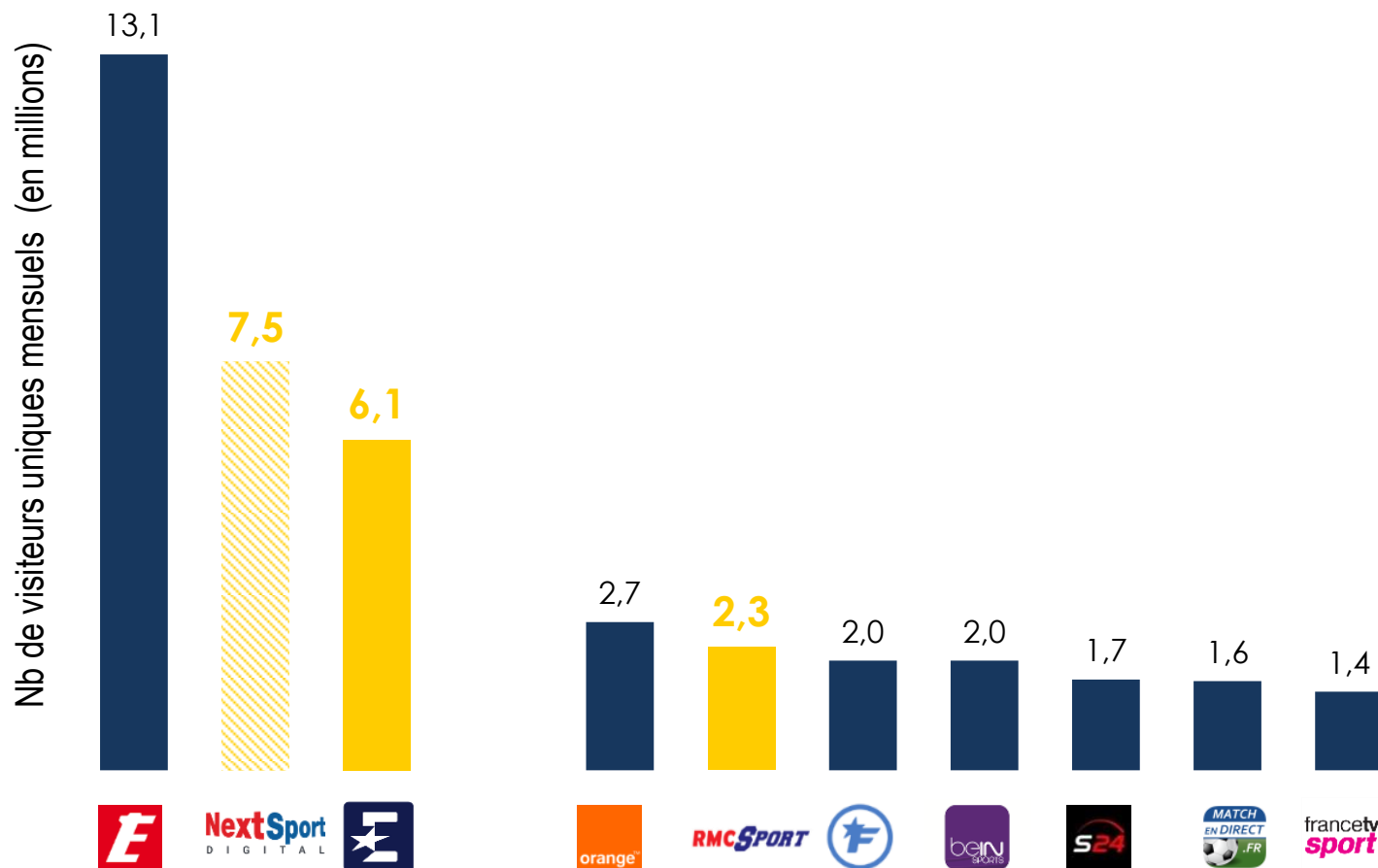
Paris-Levallois, en 1/4 de
finales de l'EuroCoupe de
basket



Richard Gasquet, en 1/4
de finales de Roland
Garros

Des magazines et talk shows dédiés





DES MARQUES PREMIUM ET PUISSANTES
sur l'univers de l'information sportive



DES CONTENUS VIDÉO EXCLUSIFS
replay des émissions, résumés de
matches, bonus...

UNE DREAM TEAM PRESTIGIEUSE
les personnalités de nos antennes

Remise de Référence

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur **BFMTV**, **BFM Business TV**, **Multidoc**, **les chaînes Eurosport** ou **SFR Sport** bénéficie d'une remise de 15% appliquée sur le chiffre d'affaire 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**, **BFM Business TV**, **Multidoc**, **les chaînes Eurosport** et **SFR Sport** à l'exception des gracieux, des échanges et des opérations spéciales (toute action hors publicité classique).

Cette remise s'applique au premier euro. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers, ou fait l'objet d'un avoir de régularisation.

Investissements du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017 (en €)

CA Brut payant supérieur à	CA Brut payant Inférieur à	Taux	CA Brut payant supérieur à	CA Brut payant Inférieur à	Taux	CA Brut payant supérieur à	CA Brut payant Inférieur à	Taux
99 000 €	220 000 €	7%	1 380 000 €	1 950 000 €	11%	4 830 000 €	5 520 000€	16%
220 000 €	415 000 €	8%	1 950 000 €	2 415 000 €	12%	5 520 000 €	6 670 000 €	17%
415 000 €	980 000 €	9%	2 415 000 €	2 760 000 €	13%	6 670 000 €	7 940 000 €	18%
980 000 €	1 380 000 €	10%	2 760 000 €	4 025 000 €	14%	7 940 000 €	9 660 000 €	19%
			4 025 000 €	4 830 000 €	15%	CA supérieur à 9 660 000 €		20%

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

Cette remise n'est appliquée que si NextRégie 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 2017 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 1^{er} janvier et le 31 décembre 2017 diminué de la totalité des dégressifs, primes et remises déjà effectués.



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.

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 NextRégie et sera attribuée par la régie après examen d'un dossier de demande.

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

Campagnes de Marketing direct -40%

Concerne les campagnes dont les messages sont d'une durée minimum de 20 secondes comportant une visualisation du numéro de téléphone et / ou du site internet pendant une durée minimum équivalente à au moins 30% du temps global avec pour unique objectif de provoquer un appel téléphonique immédiat, à seul but informatif.

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

Modulations tarifaires

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

Emplacement préférentiel (première / dernière position) au sein d'un écran	+25%
Emplacement préférentiel (deuxième / troisième / antépénultième position / avant dernière position) au sein d'un écran	+20%
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%

1- Commercialisation par modules

NextRégie offre la possibilité d'acheter l'espace qu'elle commercialise dans les écrans publicitaires de **BFMTV, Multidoc, Numéro 23** en coût GRP net garanti.

Comme en 2016, des modules par cible sont proposés afin de fournir la meilleure qualité de programmation.

En 2017, NextRégie propose 7 modules de programmation ciblés regroupant une sélection affinitaire de supports

Le module programmé correspond à celui de la cible communiquée (cf annexe 1 : « Regroupements de cibles »).

Une répartition du net investi par chaîne est définie pour chacun des modules (cf « détail de programmation des modules »). Selon les disponibilités planning, NextRégie se réserve le droit de faire évoluer cette répartition de +/- 10 points (<10) (sans impact sur les conditions contractuelles).

Garantie de servi du poids de Prime

Afin d'assurer une meilleure qualité des programmations, NextRégie vous garantit selon vos cibles un poids de pression Prime minimum.

Le Prime s'entend comme :

- la tranche du lundi au vendredi 6h-9h pour BFMTV ;
- la tranche du lundi au dimanche 20h-24h pour **Multidoc et Numéro 23**.

Par défaut, les modules servis auront un poids de prime standard (cf : détail des modules de programmation).

2 Options supplémentaires :

Par défaut, les modules servis seront standards. Les annonceurs auront l'opportunité de choisir deux options :

- Augmenter le poids de Prime.
- Modifier le poids de BFMTV dans le module.

(Plus de détail dans « Modules de Programmation »).

Détail des modules de programmation standards

		Répartition par support			
		BFM TV	BFM BUSINESS	MULTIDOC RMC + National Geographic + Discovery	NUMERO 23
CSP+	Poids du net investi	44%	8%	32%	16%
	Poids de prime standard	35%		30%	
Hommes	Poids du net investi	42%	-	44%	14%
	Poids de prime standard	30%	-	35%	
Adultes	Poids du net investi	44%	-	39%	17%
	Poids de prime standard	25%	-	30%	
Femmes / Femmes RDA	Poids du net investi			62%	38%
	Poids de prime standard			25%	
Femmes / Femmes RDA*	Poids du net investi	46%		33%	21%
	Poids de prime standard	5%		25%	
Seniors	Poids du net investi	100%			
	Poids de prime standard	5%			
Jeunes adultes	Poids du net investi			67%	33%
	Poids de prime standard			30%	

Le détail des cibles concernées par chaque module se trouve en *Annexe 1 - Regroupements de cibles*.

Modules accessibles aux annonceurs dont le montant investi en 2017 sur BFMTV est au moins équivalent au montant investi en 2016

Intégration de la VOL lors de l'achat par modules

Sur les modules CSP+, Hommes et Adultes, un volume net de 8k€ minimum (base 30'') est à ajouter à chaque campagne TV

*Accessible uniquement aux annonceurs investissant au minimum 60% de leur budget net sur les périodes suivantes : 9 janvier au 5 mars 2017 / 3 avril au 1er mai 2017 / 10 juillet au 27 août 2017 Module réservé aux annonceurs communicant uniquement sur des produits des secteurs suivants : Alimentation / Boisson, Hygiène-Beauté hors parfumerie, Entretien.

Détail des options supplémentaires

Déplafonnement de la part de BFMTV

Déplafonnement de la part de Prime

	-10 pts	Standard	+10 pts	+20 pts
-10 pts	91	97	104	111
Standard	93	100	107	114
+10 pts	96	103	110	118
+20 pts	99	106	114	121

Pour plus de souplesse, il est possible de modifier la part de BFMTV dans le volume net investi ainsi que la part de prime par chaîne.

Exemple :

Un **annonceur X ayant sélectionné le module adulte** peut choisir d'investir 54% du net sur BFMTV (soit 10 points de plus par rapport au module adulte standard).

Par ailleurs, il peut bonifier sa part de Prime de +10 points sur les chaînes investies :

- Soit 35% sur BFMTV (vs 25% pour le module standard)
- Et 40% de Prime sur Multidoc et Numéro 23 (vs 30% pour le module standard)

Le coût GRP net de l'annonceur X sera alors, dans ce cas précis, majoré de +10%

Conditions d'achat au Coût GRP Net garanti

Pour des raisons d'optimisation des campagnes au planning, ce mode d'achat n'est proposé que pour des campagnes supérieures à :

- **10 000 € Net base 30s. par semaine active sur BFMTV.**

Dans le cadre d'achat au coût GRP net garanti, NextRégie décidera seule de la programmation des spots, en suivant autant que possible et selon les disponibilités du planning, la répartition naturelle des contacts sur l'ensemble de la journée.



Audience de référence pour le calcul du coût GRP

- Pour BFMTV, BFM Paris, Eurosport 1, Eurosport 2, la référence sera le fichier bimestriel de mediaplanning (source Médiamétrie Mediamat Bimestriel) applicable au moment de la programmation de la campagne (hors vague Médiamétrie Juillet-Aout), selon le calendrier suivant :

Bimestre d'étude	Dates de publication des audiences bimestrielles*	Application des audiences comme base des CGRP estimés
Septembre - Octobre 2016	17/11/2016	01/12/2016 au 31/01/2017
Novembre-Décembre 2016	19/01/2017	01/02/2017 au 31/03/2017
Janvier-Février 2017	16/03/2017	01/04/2017 au 31/05/2017
Mars -Avril 2017	18/05/2017	01/06/2017 au 31/08/2017
Mai - Juin 2017	20/07/2017	01/09/2017 au 30/11/2017

Vague d'étude Médiamat Thématik'	Application des audiences comme base des CGRP estimés
Vague 31 - Janv-Juin 2016	01/01/2017 au 30/04/2017
Vague 32 - Sept 16-Fév 17	01/05/2017 au 31/08/2017
Vague 33 - Janv-Juin 2017	01/09/2017 au 31/12/2017

- Pour SFR Sport 2, SFR Sport 3 ainsi que les audiences constitutives du support Multidoc (à l'exception de celles délivrées par RMC Découverte) la référence sera le fichier semestriel de mediaplanning (source Médiamétrie Mediamat Thématik). applicable au moment de la programmation de la campagne, selon le calendrier suivant ci-contre :
- l'étude utilisée pour RMC Découverte sera le Médiamat National Quotidien

2- Achat au spot à spot

NextRégie propose dorénavant pour BFMTV, **ainsi que pour les chaînes Eurosport 1 et Eurosport 2** l'achat au spot selon les modalités suivantes :

- Pour toute campagne inférieure à 10 spots : remise forfaitaire accordée → -50%
- Pour toute campagne supérieure à 10 spots : remise forfaitaire accordée → -60%

3- Commercialisation de packages publicitaires

NextRégie propose aux annonceurs et aux agences média des produits packagés.

Ces solutions clés en main permettent de programmer simplement et avec peu de contraintes des campagnes adaptées aux différentes problématiques des annonceurs.

Elles font l'objet d'une publication spécifique tout au long de l'année.



SOLUTIONS CLÉS EN MAIN



NB : la définition, la disponibilité et la tarification des packages sont susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2017.

LE VERTICAL PLANNING BFMTV

Un dispositif événementiel unique sur une journée pour profiter de 100% du potentiel de la première chaîne info de France

TV



Dispositif : jusqu'à 40 spots répartis sur une journée
Une présence en 100% EP T1

Puissance : à l'issue de la journée, jusqu'à 8,5% de couverture atteinte sur CSP+ ou 25-49 ans (source : EvalTV)

Spécificité de la durée d'écoute : une répétition maîtrisée



DIGITAL



Dispositif : présence sur le web et sur les supports mobiles avec garantie de 500 000 contacts uniques

Puissance :



Format pré-site diffusé en entrée de site (i.e en amont de la 1^{ère} page) sur le portail BFMTV.com - **100% des VU touchés**



Interstitial vidéo sur le web mobile / tablette et au lancement de l'application mobile ou tablette

Capping 1/ visiteur unique : une répétition maîtrisée et limitée à 1 par personne sur chacun des supports web ou mobile.

Prix forfaitaire pour un Vertical Planning (tarif base 30'') :

du lundi au vendredi – 40 spots

30 K€ Net (base 30'')

OU

du samedi au dimanche – 36 spots

25 K€ Net (base 30'')

Modalités de commercialisation

NextRégie commercialise un seul dispositif Vertical Planning par jour*. Le Vertical Planning est optionnable dès aujourd'hui et ce toute l'année 2017

Délais des options

A J-45, l'option devient ferme : toute annulation passé ce délai donnera lieu à la facturation de 50 % du montant. Pour toute option passée avant J-30, NextRégie s'engage à planifier un spot par demi-heure en T1. Passé ce délai, NextRégie fera de son mieux pour servir le dispositif mais sans garantie.

*BFMTV donne la priorité au direct. Le dispositif Vertical Planning peut faire l'objet d'aménagements pour une diffusion en contexte programme équivalent

PACK DÉCIDEURS GRANDE CONSO

Une communication tactique auprès des Décideurs de la grande Distribution*.

Autour de trois rendez-vous quotidiens en 100% Prime Time, ce dispositif vous permettra de **toucher les Décideurs de la Grande consommation** (décideurs en Hyper, chefs de rayon, directeurs des achats...)
Une prise de parole BtoB idéale qui interviendra en complément de vos campagnes BtoC.

Dispositif Type** :

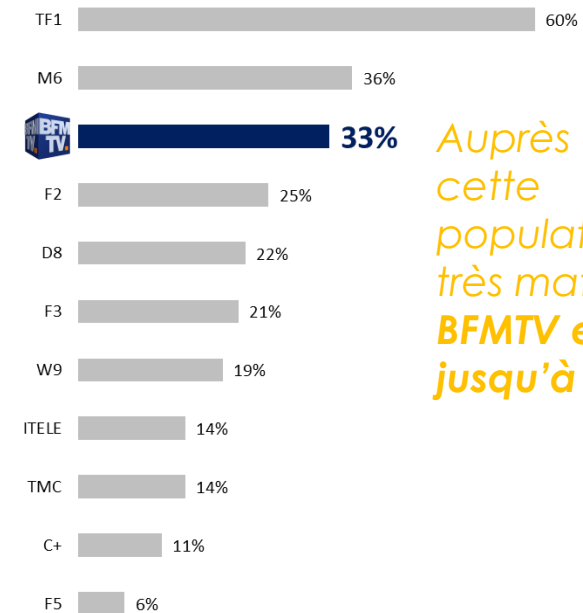
Bloc de communication lundi-vendredi
3 spots par jour en Prime matin et soir
15 spots sur la semaine
100% EP 6 positions

Journée	5h30-6h	7h30-8h	21h-24h
Lundi	1	1	1
Mardi	1	1	1
Mercredi	1	1	1
Jeudi	1	1	1
Vendredi	1	1	1

15 K€ Net (base 30'')

BFMTV, 3^{ème} chaîne de France auprès des Décideurs de la Grande Distribution***

Pourcentage de la cible regardant tous les jours la chaîne



Auprès de cette population très matinale, **BFMTV est n°1 jusqu'à 9h**

*offre réservée uniquement aux annonceurs des secteurs alimentation-boisson, entretien et hygiène beauté hors parfumerie sélective

**sous réserve de disponibilités plannings

***source : Iligo – Etude Décideurs Grande Distribution regardant tous les jours les chaînes TV citées

PACK DÉCIDEURS EN PHARMACIE

Une communication tactique auprès des Pharmaciens*.

*Autour de trois rendez-vous quotidiens en 100% Prime Time,
ce dispositif vous permettra de les toucher aux **moments clés de leur journée**
Une prise de parole BtoB idéale qui interviendra en complément de vos campagnes BtoC.*

Dispositif Type** :

Bloc de communication lundi-vendredi
3 spots par jour en Prime matin et soir
15 spots sur la semaine
100% EP 6 positions

Journée	5h30-6h	7h30-8h	21h-24h
Lundi	1	1	1
Mardi	1	1	1
Mercredi	1	1	1
Jeudi	1	1	1
Vendredi	1	1	1



**BFMTV EST CONSOMMÉE CHAQUE
JOUR
PAR 20% DES PHARMACIENS**

Les pharmaciens surconsomment la chaîne
le matin et le soir : deux carrefours
d'audience incontournables de la cible

15 K€ Net (base 30'')

PACK 100% TOP GEAR – saison 3

Une communication en 100% contexte Top Gear,
le plus grand show automobile à la TV



UNE SEMAINE DE COMMUNICATION*



12 GRP MINIMUM GARANTIS SUR LES HOMMES 25-49 ANS**



50% D'EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS (ABC & XYZ)



15K € NET (BASE 30'')



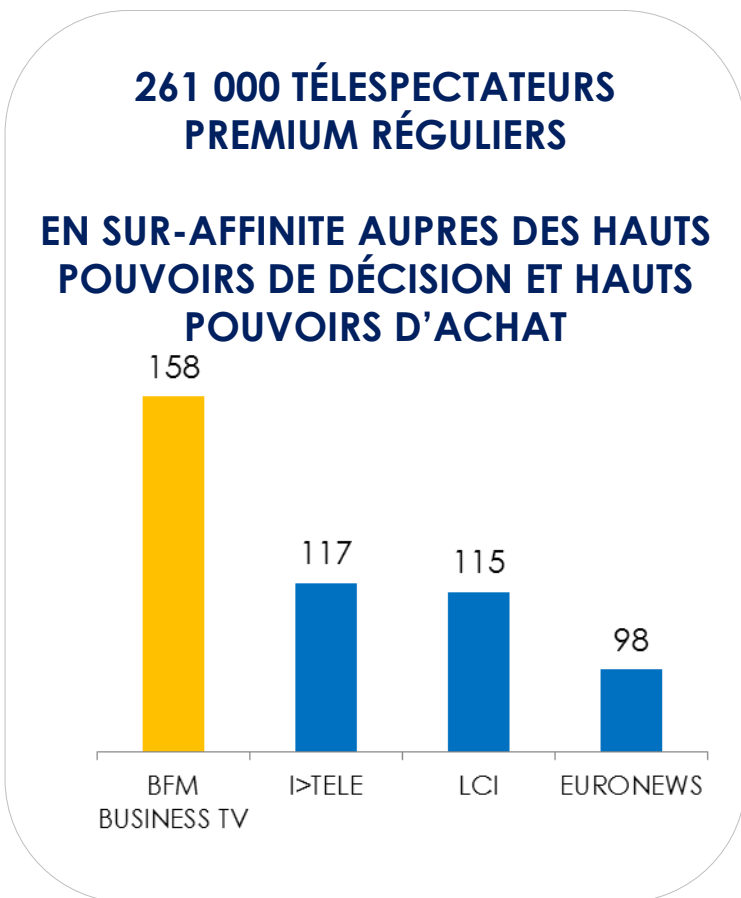
Pack disponible à partir de la semaine du 19 décembre 2016 jusqu'en février 2017

*En cas de non atteinte des GRP garantis sur la semaine, des gracieux compensatoires seront servis.

** Nombre de spots à définir. Nous contacter

PACK BFM BUSINESS TV

Communiquez sur la chaîne des cadres et dirigeants



Votre prise de parole au format 30 secondes pendant 2 semaines, du Lundi au Dimanche

	Lundi	Mardi	Mercredi	Judi	Vendredi	Samedi	Dimanche
6h – 9h	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''
9h – 12h	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''
12h – 14h	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''
14h – 18h	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''
18h – 20h	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''
20h – 24h	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''	1 x 30''

3,3 millions de téléspectateurs chaque mois - le Média en sur-affinité auprès des Décideurs - 190 000 téléspectateurs Premium chaque jour*

ALERTE INFO : BFM Business, la chaîne des hauts pouvoirs de décision et des hauts pouvoirs d'achat

BUDGET DU DISPOSITIF

10 K€ Net (base 30'')

Source : Premium 2014- audience régulière (tous les jours ou presque) L&D – UC chaînes info – IA – cible cadres et dirigeants revenus foyer annuel >65K€

*Base tarifs Tarifs au 01/01/2015. (possibilité de modification du budget indiqué ci-dessus) Les tarifs applicables sont les tarifs en vigueur le jour de la première diffusion des messages.

PACK I24 NEWS

Un dispositif simple par blocs de 2 semaines

Deux semaines de présence en lundi-dimanche

Une présence soutenue tout au long de la journée sur la chaîne



Médiaplanning Type sur une semaine* :

Tranche horaire	Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
7h-9h	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx
9h-12h	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx
12h-14h	x	x	x	x	x	x	x
14h-18h	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx
18h-22h	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
22h-24h	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx

13 spots par jour soit au total 182 spots

5 k€ nets base 30''

PACKS SPORT

Une communication en contexte 100 % sport,
avec 100% des disciplines



3 semaines de communication

9 à 10 spots par jour

dont 20% minimum autour
de l' 

200 spots au total

5 K€ Net (base 30'')

SFR SPORT2 SFR SPORT3

3 semaines de communication

10 spots par jour
sur chacune des 2 chaînes

420 spots au total

5 K€ Net (base 30'')

★EUROSPORT 1

★EUROSPORT 2

2 semaines de communication

5 spots par jour
sur chacune des 2 chaînes

140 spots au total

5 K€ Net (base 30'')

SFR SPORT2

1 semaine de communication

40 spots 1 K€ Net (base 30'')

SFR SPORT3

1 semaine de communication

80 spots 1 K€ Net (base 30'')

★EUROSPORT 1

1 semaine de communication

35 spots 2 K€ Net (base 30'')

★EUROSPORT 2

1 semaine de communication

70 spots 2 K€ Net (base 30'')

PACK ONE

L'offre sport premium TV & Digital

LE MEILLEUR DU FOOT
AVEC LA Premier League

SFR SPORT 1

1 journée de championnat

- 2 spots match Premier League **Live**
- 1 spot mags Premier League **Live**
- 1 spot mags foot européen **Live**
- 3 spots par jour du lundi au vendredi

Au total
20 spots
(base 30'')

LE MEILLEUR
DE L'INFO SPORTIVE

Toute l'actu sport

- Toute l'actu de la Premier League
- Le meilleur show d'après match

5 spots par jour

Au total
35 spots
(base 30'')

INCONTOURNABLE
SUR L'UNIVERS SPORTDes marques premium
sur PC, mobile et tablette

Des contenus vidéo exclusifs

28% de couverture des diginautes Sport*



70 000 spots
diffusés en pré-roll de nos contenus sport sur
les 3 écrans

Une semaine de communication (lundi-dimanche)
6 K€ Net

PACKS BFM ILLIMITÉ HIVER



Pour 115 K€ net du 19 décembre 2016 au 8 janvier 2017

Communiquez de façon illimitée* et sur toute la journée pendant 3 semaines.



Pour 75 K€ net du 19 au 31 décembre 2016

Communiquez de façon illimitée* et sur toute la journée pendant les fêtes de fin d'année.



Pour 60 K€ net du 1^{er} au 8 janvier 2017

Communiquez de façon illimitée* et sur toute la journée pour bien démarrer l'année 2017.

Les annonceurs investissant en simultané plus de 50K nets (base 30'') sur la période sur Numéro 23 et/ou Multidoc se verront attribuer 50K€ bruts (base 30'') gracieux sur la marque BFM.

*Base format 30'' . Dans la limite de 18 spots par jour sur chaque support
Chaque pack n'est valable que pour un seul produit par annonceur.
Sous réserve de disponibilités au moment de la réservation.
Nous contacter pour plus de détails.

HORIZONTAL PLANNING

Créez un rendez-vous régulier sur les antennes de BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte avec un dispositif fil rouge

Bénéfice : un territoire de communication durable aux horaires clés de l'info (Matinale, access et 2^{ème} partie de soirée)




Dispositif : Un médiaplanning horizontal par tranche horaire en lundi-vendredi et week-end
100% des spots en EP ABYZ

Semaine type* :

Tranche horaire	LàV	WE
 6h45-7h	1	
7h-8h	1	
 8h-9h		1
 18h-20h		1
 22h-23h30	1	

Tranche horaire	LàD
 7h-9h	1
 19h-20h30	1

Tranche horaire	LàV
 6h45-7h	1
 7h-8h	1

325 K€ Net (base 30'')
pour 12 semaines de communication

TOP INFOS SYNCHRO

1^{ère} offre Radio-TV-Digital pour toucher les CSP+ dans leur conso d'info matinale

ALLIEZ LA PUISSANCE DES 3 MATINALES INFO DE NEXTRADIOTV



2^{ème} chaine de France*



La matinale Info **la plus CSP+****

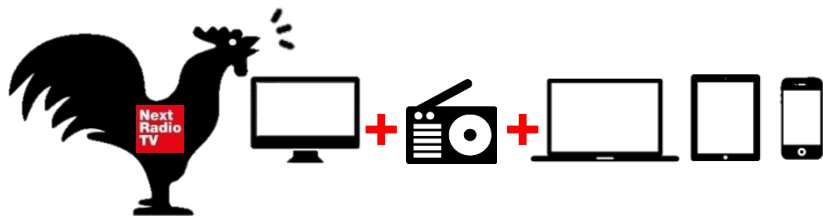


La seule matinale **100% Eco**



TOP INFOS SYNCHRO

1^{ère} offre Radio-TV-Digital pour toucher les CSP+ dans leur conso d'info matinale



TOP

La puissance réunie des **3 matinales (en Radio, TV et Digital)**

Un ciblage auprès des **CSP+**, population infovore

INFOS

Un contexte premium / capteur d'attention

Mediaplanning 100% Peak Info (7h-9h) / **100% T1**

SYNCHRO

Une sélection d'écrans Radio et TV **simultanés***

Un **adserving horaire** sur les supports digitaux

→ Une couverture matinale optimisée

DISPOSITIF TV-RADIO

4 spots/jour et par support de 7h à 9h en LàV

Sur la semaine : 60 spots TV / 40 spots Radio

DISPOSITIF WEB FIXE-MOBILE

90 000 pré-rolls entrée vidéo

30% de part de voix digitale sur le 7h-9h

115 K€ Net (base 30'')

VIDÉO EN LIGNE : NOS PACKS CLÉ EN MAIN PREMIUM

BROADCAST TV



Votre spot autour du live et replay de nos chaînes TV BFM, BFM Business, RMC Découverte, BFM Sport

Un contexte 100% premium TV



Live, replay, bonus
Pré-roll et livestitching

Diffusion en 4 écrans
(PC, mobile, tablette, IPTV)

**Garantie d'un taux de complétion moyen
>80% sur la campagne**

HOMMES CSP+



Votre spot en pré-roll de nos contenus les plus en affinité sur Hommes CSP+, sur nos sites et une sélection de sites média premium

Une affinité forte sur les Hommes CSP+ (IA >150)



Diffusion en 3 écrans
(PC, mobile, tablette)

**Objectif de taux de complétion moyen
>75% sur la campagne**

VIDÉO EN LIGNE : NOS PACKS THÉMATIQUES

SPORT



Votre spot diffusé autour de nos contenus Sport sur Eurosport, RMC Sport, BFM Sport & SFR Sport

Une offre 100% contextuelle



Live, replay, extraits des émissions et des chroniques, résumés vidéo de matchs...

Diffusion en 3 écrans
(PC, mobile, tablette)

DOC & SPORT



Votre spot en pré-roll de nos contenus Doc & Sport sur RMC Découverte et l'ensemble des marques Sport

Une offre 100% contextuelle



Live, catch-up TV, extrait d'émissions, résumés de compétitions...

Diffusion en 4 écrans
(PC, mobile, tablette, IPTV)

- **Parrainage / Opérations spéciales**

Les opérations de parrainage proposées sur les chaînes télévisées du groupe NextRadioTV feront l'objet de fiches et de tarifications spécifiques.

En cas de modification de la législation sur le sponsoring :

Il est impératif de connaître le contenu du BB au moment de la négociation commerciale du dispositif de sponsoring avec la régie. En cas de visibilité du produit et/ou de la mise en avant du slogan dans le BB, un forfait net spécifique sera appliqué en plus du budget net media.

- **Opérations Hors Média**

Sur devis spécifique, NextRégie propose des opérations hors média avec ou sans les marques du groupe

- **Publi-rédactionnels**

Ils sont réalisables sous certaines conditions (accord de la rédaction et durée compatible avec les règles du CSA) et feront l'objet d'un devis spécifique.

- **Programme Court**

Ils sont réalisables sous certaines conditions (accord de la rédaction et durée compatible avec les règles du CSA) et feront l'objet d'un devis spécifique.

- **Opérations de Brand Content**



NextRégie (SASU), filiale du Groupe NextRadioTV (SA), assure la commercialisation des espaces publicitaires des chaînes télévisées du Groupe NextRadioTV que sont BFMTV, BFM BUSINESS, BFM Paris, BFM Sport, RMC DECOUVERTE, SFR SPORT 1, SFR SPORT 2, SFR Sport 3, (ci-après les « Chaînes du groupe ») mais également d'antennes tierces : EUROSPORT 1, EUROSPORT 2, NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL, NAT GEO WILD, VOYAGE, DISCOVERY CHANNEL, DISCOVERY SCIENCE, I24 NEWS, Numéro 23, MCS Maison et MCS Bien-être (ci-après les « Chaînes tierces ») ci-après dénommées ensemble les « Chaînes télévisées ».

NextRégie est membre du CESP, du SNPTV, du SRI et de l'IAB.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE APPLICABLES A COMPTER DU 1^{ER} JANVIER 2017

PRÉAMBULE : Les présentes Conditions Générales de Vente (ci-après « **CGV** ») s'appliquent à la vente des espaces publicitaires diffusés sur l'ensemble des services de télévision énumérés en tête des présentes CGV (ci-après les « **Chaînes télévisées** ») dont NextRégie assure la commercialisation des espaces publicitaires et reçoit les ordres de publicité afférents.

En tant que régisseur de la publicité sur les Chaînes télévisées, NextRégie est seule habilitée à recevoir les demandes de réservation d'espaces publicitaires émanant du client ; à émettre les ordres de publicité; à facturer les prestations exécutées conformément à l'ordre de publicité et à encaisser le montant auprès du client et ce, quel que soit le mode de commercialisation des espaces publicitaires.



Les présentes CGV sont applicables à tous les ordres de publicité diffusés du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017.

Dans le cadre des CGV, on entend par : « **Annonceur** », la personne pour le compte de laquelle est diffusé le message publicitaire ; « **Client** », l'Annonceur représenté le cas échéant par son intermédiaire agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur en vertu d'un mandat écrit donné par ce dernier ; « **Intermédiaire** », toute agence de conseil en communication, centrale d'achat d'espaces et/ou toute société agissant en qualité de mandataire d'un Annonceur dûment mandaté par contrat écrit ; « **Ordre de publicité** » ou « **Ordre** », l'accord pour la diffusion d'un message publicitaire entre NextRégie et le Client qui se matérialise par l'envoi d'un PDF ou d'un EDI au Client ; « **Message publicitaire** » ou « **Film Publicitaire** », le contenu/ la publicité diffusé(e) sur les Chaînes télévisées et -faisant la promotion des services, produits et/ou marques de l'Annonceur sur les espaces publicitaires télévisés achetés par ce dernier et commercialisés par NextRégie.

La conclusion d'un Ordre de publicité par le Client emporte de plein droit son adhésion aux présentes CGV figurant en annexe de l'Ordre de publicité, ainsi qu'à réglementation en vigueur relative à la publicité télévisée applicable aux Chaînes concernés. Seules les présentes CGV et les conditions commerciales des Chaînes sont applicables à la diffusion des Messages.

Seules peuvent y déroger les conditions particulières accordées dans le cadre d'opérations spéciales - de partenariat, de parrainage - et des offres spécifiques. Des dérogations sont également accordées dans le cadre de contrats commerciaux spécifiques.



TARIF ET MODIFICATIONS TARIFAIRES

Les tarifs applicables aux campagnes publicitaires sont ceux en vigueur à la date de diffusion des Messages publicitaires mentionnés dans l'Ordre de publicité souscrit par le Client.

Les tarifs sont indiqués hors taxes. Les facturations sont donc majorées du taux de TVA applicable.

NextRégie se réserve toutefois le droit de modifier ses tarifs à tout moment sans que la modification, applicable aux Ordres à venir, ne fasse l'objet d'une information directe auprès du Client.



MODIFICATIONS DES CGV

NextRégie se réserve également le droit de modifier les présentes CGV sans notification préalable. Le Client devra donc régulièrement se référer à la dernière version des CGV disponible à l'adresse suivante:

http://www.bfmtv.com/static/nxt-bfmtv/info/bfmtvpublicite/pdf/nextregie_cgv_tv.pdf

Les modifications entrent en vigueur dès leur mise en ligne et sont applicables à tous les Ordres de publicité à venir à compter de cette date.

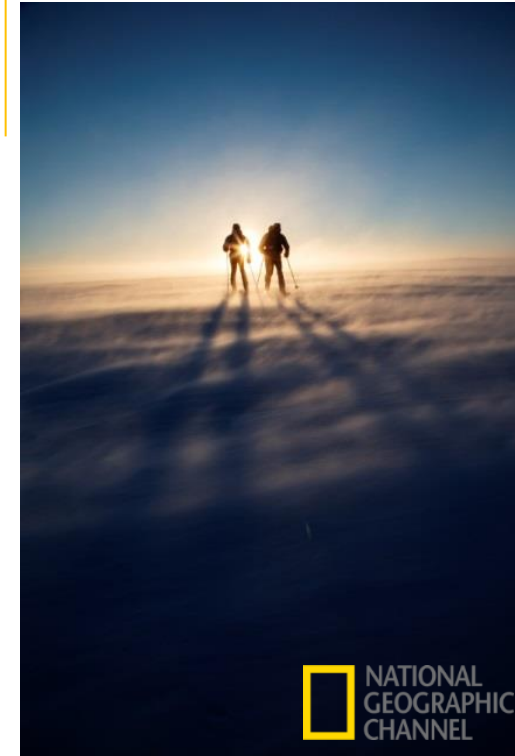
MODES DE COMMERCIALISATION DES ESPACES

Le document de présentation des CGV disponible à l'adresse

http://www.bfmtv.com/static/nxt-bfmtv/info/bfmtvpublicite/pdf/nextregie_cgv_tv.pdf

présente les modes de commercialisation des espaces publicitaires disponibles sur les Chaînes télévisées. A ce titre, NextRégie détaille les modes de diffusion des spots sur les Chaînes du Groupe et les Chaînes tierces.

Pour certains modes de commercialisation, notamment l'achat d'espace via « Multidoc », NextRégie décide seule, ou le cas échéant en concertation avec les Chaînes télévisées concernées, de la programmation des spots sur la base des espaces disponibles sur les Chaînes télévisées concernées.



CARACTERISTIQUES DES ORDRES DE PUBLICITE

Le Client doit procéder à la réservation d'espaces publicitaires par écrit ou par mail auprès du service planning de NextRégie.

Cette réservation donne lieu à l'envoi par NextRégie d'un Ordre de publicité via EDI et/ou pdf. L'omission de toute confirmation de la demande de réservation entraîne de plein droit la libre disponibilité pour NextRégie de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre Annonceur par NextRégie.

Tout achat d'espace par l'Intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel ce dernier représente l'Annonceur auprès de NextRégie. L'Intermédiaire est tenu de transmettre, préalablement à toute commande, une attestation de mandat à NextRégie. Cette obligation constitue une obligation de résultat.

En cas de modification ou de résiliation du contrat de mandat en cours d'année, l'Intermédiaire s'engage à informer NextRégie sans délai. A ce titre, l'Intermédiaire s'interdit de passer des Ordres avec NextRégie si son mandat avec l'Annonceur a pris fin.

Chaque Ordre de publicité est strictement personnel. Il ne peut en aucun cas être cédé par l'Annonceur sous quelque forme et à quelque titre que ce soit. Il est lié à un produit ou à un service, une marque ou un nom commercial. Il ne peut être modifié sans l'autorisation de NextRégie.



REMISE DES ELEMENTS TECHNIQUES

La livraison des Films publicitaires ainsi que celle, le cas échéant, des plans de roulement se fait auprès du service Diffusion de NextRégie jusqu'à cinq (5) jours ouvrés avant la première diffusion. Chaque film doit être déposé à l'ARPP et recevoir son aval.

Une solution de livraison dématérialisée est disponible et permet via les plateformes de la société IMD (www.imdplc.com) ou Adstream (www.adstream.com/fr) de transmettre à NextRégie les Films publicitaires sans support physique. Les Messages publicitaires livrés doivent respecter la Recommandation Technique CST - RT - 017 – v3.0 et les valeurs édictées par le CSA, en application de la délibération n° 2011-29.

Le format de livraison des Films publicitaires est du 16/9ème, SD pour BFMTV et BFM BUSINESS TV (cassettes au format MINI DV uniquement) et HD pour RMC DECOUVERTE (cassettes au format HDCAM uniquement). Le détail des normes techniques est disponible sur demande.



GARANTIES (1/2)

Le Client s'engage à livrer à NextRégie des Messages publicitaires conformes aux dispositions d'ordre légal, réglementaire, administratif et/ou professionnel, national et/ou européen en vigueur et applicables en la matière, et ce quel que soit le ou les territoire(s) de diffusion du Message publicitaire.

En outre, certaines Chaînes tierces sont soumises à des réglementations relatives à la publicité télévisée autre que la réglementation française. Ainsi le Client garantit que le Message respecte la ou les réglementation(s) et législation(s) à laquelle est soumise la Chaîne concernée en cas de diffusion de son message sur une des Chaînes tierces.

Le Client s'engage également à ce que l'ensemble des Messages publicitaires remis ne comportent aucun élément susceptible d'être considéré comme contrefaisant et/ou constitutif d'actes de concurrence déloyale et/ou d'actes de parasitisme et/ou de constituer une violation du droit à la vie privée, du droit à l'image, une atteinte aux bonnes mœurs et/ou des actes de diffamation, d'injure, discriminatoires, et de manière générale de porter atteinte aux droits des tiers.



GARANTIES (2/2)

Le Client garantit expressément NextRégie et les Chaînes télévisées qu'il dispose sans restriction ni réserve de tous les droits et autorisations relatifs aux Messages publicitaires et qu'il est habilité à disposer librement des Messages publicitaires dont il est propriétaire ou cessionnaire des droits d'exploitation en vue de sa reproduction aux termes de l'Ordre et des présentes.

NextRégie se réserve la faculté d'effectuer ou de faire effectuer tout contrôle permettant de s'assurer de la conformité d'un Message publicitaire aux présentes CGV.

Le Client garantit à NextRégie qu'il n'existe aucun litige ou procès en cours ou sur le point d'être intenté concernant les Messages publicitaires et que leur diffusion n'a donné lieu à aucune poursuite judiciaire. En tout état de cause, le Client garantit NextRégie et le(s) Chaînes(s) concernée(s) contre toute réclamation ou recours de quiconque du fait du non-respect par le Client des obligations objet du présent article.

Dans le cas où NextRégie et/ou les Chaînes télévisées ferai(en)t l'objet d'une action en justice du fait de la diffusion des Messages publicitaire qui aurait pour origine le non-respect par le Client de ses obligations, déclarations et garanties visées aux présentes, celui-ci s'engage à indemniser NextRégie de toutes les conséquences financières liées à une telle réclamation ou un tel recours (tels que notamment les honoraires d'avocats raisonnablement engagés par NextRégie et le montant des condamnations susceptibles d'être mises à sa charge).



CONTRAINTE SECTORIELLE PERMANENTES ET PONCTUELLES

L'exclusivité sectorielle n'est pas garantie sur les chaînes TV commercialisées par NextRégie pour les produits appartenant aux secteurs suivants :

- **Fournisseurs de contenu : musiques, vidéos, jeux, applications**
(code nomenclature 49/02/08/02).
- **Sites internet (dont moteurs/portails, navigateur... hors sites éditoriaux 33.01.05.01 et commerce en ligne 17 03 00 00)**
(code nomenclature 49/03/01/02).

A noter que sur la période du 1^{er} juillet au 31 août 2017, l'exclusivité sectorielle n'est pas garantie pour les produits appartenant au secteur suivant :

- **VAD Voyages/ Tourisme/ Hôtellerie y compris comparateurs de voyages**
(code nomenclature 17/03/01/18).



ANNULLATION ET MODIFICATIONS 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, NextRégie se réservant le droit de disposer des espaces concernés.

Concernant les campagnes classiques, à moins de vingt-huit (28) jours avant la date de diffusion, des aménagements de diffusion sont possibles jusqu'à cinq (5) jours avant la date de diffusion sous réserve que le budget brut investi initialement reste constant et en fonction des disponibilités planning; dans une période maximum de dix (10) jours suivant la date de diffusion initiale du ou des messages concernés.

Si ces modifications sont impossibles compte tenu de l'indisponibilité planning ou si la proposition de NextRégie n'est pas acceptée par le Client, le prix du message non diffusé n'est pas dû et aucune compensation ne pourra être réclamée de ce fait par le Client.



REGLES SPECIFIQUES DE RESERVATION ET D'ANNULATION LIEES AUX OPERATIONS SPECIALES MEDIA/HORS MEDIA ET SPONSORING

Des pénalités d'annulation seront appliquées sur l'ensemble de la campagne en fonction de la date d'annulation en jours ouvrables avant le début de la campagne :

- J + 1 de la confirmation : 25%
- J -90 de la première diffusion : 50%
- J - 15 de la première diffusion : 100%

Tout dispositif optionné doit faire l'objet d'une demande écrite. NextRégie s'engage à confirmer l'option au Client par retour de mail sous 24h. Si un Client en option 2 confirme de manière ferme et définitive le dispositif optionné, le Client en option 1 de ce même dispositif dispose de 48h pour confirmer ou non la campagne. En cas de non réponse ou de retour négatif, le Client en option 1 perd le dispositif.



RESPONSABILITÉ (1/3)

Dans le cas où les éléments techniques sont fournis par le Client, celui-ci est seul et unique responsable du contenu de ses Messages publicitaires.

NextRégie se réserve toutefois le droit de ne pas diffuser un Message publicitaire qui n'aurait pas reçu un avis favorable, le cas échéant préalable des organismes professionnels et/ou autorités de régulation françaises (CSA, ARPP, Conseil de l'Ordre par exemple) ou leur équivalent étranger, qui contreviendrait objectivement à la législation et/ou à la réglementation applicable aux Chaînes concernées, ou qui serait contraire à l'esprit des Chaînes et des sociétés les exploitant.

De la même façon, la diffusion d'un Message remis tardivement ou non conforme aux caractéristiques techniques indiquées dans l'Ordre peut être annulée par NextRégie sans que sa responsabilité ne puisse être engagée.

En toute hypothèse, NextRégie se réserve la possibilité de facturer le prix du Message publicitaire en question.



RESPONSABILITÉ (2/3)

NextRégie, en tant que régie publicitaire, n'est tenue qu'à une obligation de moyen quant à la diffusion des Messages sur les Chaînes télévisées. Si, pour une raison quelconque, NextRégie ne peut diffuser sur les Chaînes télévisées un Message à la date et à l'emplacement stipulé dans l'Ordre, ledit Message peut être reporté à une date ultérieure dans la limite de l'inventaire disponible.

De la même façon, les chaînes BFMTV et BFM Business TV donnent la priorité au direct et se réservent le droit de diffuser exceptionnellement des programmes en direct. Ainsi, si elles ne peuvent pas diffuser un Message publicitaire à la date et à l'emplacement prévu, en raison de la modification des programmes (diffusions d'émissions spéciales, évolution des contextes en raison et l'actualité etc) ce Message peut être diffusé ultérieurement dans des conditions identiques, et ce, dans la limite de l'inventaire disponible. Si ce report n'est pas possible, le prix du message non diffusé n'est pas dû, seules les diffusions réalisées seront facturées.

En toute hypothèse, aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par le Client qui ne pourra se prévaloir de cette modification de programmation pour annuler les campagnes en cours.



RESPONSABILITÉ (3/3)

NextRégie ne saurait être tenue responsable des choix de programmation qu'elle effectue discrétionnairement, ou le cas échéant en concertation avec les Chaînes télévisées concernées, dès lors que le nombre de Messages diffusés est conforme à celui stipulé dans l'Ordre pour la période concernée.

La régie, [le cas échéant avec l'antenne] se réserve la faculté d'ajuster le temps publicitaire de façon à synchroniser la durée des espaces publicitaires entre la télévision et la radio dans l'hypothèse où l'une des antennes radio (nationale / Ile de France) ou télévisée aurait commercialisé plus de spots que l'autre. L'ajustement pourra [notamment] être effectué au moyen de spots d'autopromotion ou de spots d'intérêt général

Toute réclamation concernant la programmation et/ou la diffusion d'un Message sur les Chaînes télévisées doit être formulée, sous peine de déchéance, dans les trois (3) jours ouvrés de la date de diffusion du Message. Le bienfondé des réclamations demeure soumis à l'appréciation souveraine de NextRégie.

Tout manquement par NextRégie dans l'exécution de l'une de ses obligations n'ouvre droit pour le Client à une indemnisation que dans le cas d'un préjudice certain et direct démontré par le Client. En tout état de cause, s'il advenait qu'une indemnisation soit allouée au Client, celle-ci serait limitée au montant net du Message publicitaire .



CONDITIONS DE REGLEMENT – FACTURATION

Les factures de NextRégie sont payables dans un délai maximum de trente (30) jours fin de mois le 10, date de facturation auquel il ne peut être dérogé tacitement.

Elles sont payables par chèque ou par virement à NextRégie.

NextRégie établit a minima mensuellement les factures et avoirs au nom de l'Annonceur. Un exemplaire conforme à l'original est également envoyé à l'adresse de l'Intermédiaire expressément habilité pour le règlement, conformément au mandat.

En tout état de cause, l'Annonceur reste débiteur du paiement des Ordres de publicité. En aucun cas le paiement ou l'avance effectuée auprès de son Intermédiaire ne décharge l'Annonceur de son obligation envers NextRégie. L'Annonceur reste ainsi redevable du règlement en cas de défaut de paiement de l'Intermédiaire, lorsque celui-ci est payeur.

NextRégie se réserve le droit d'exiger un paiement anticipé de l'Annonceur ou de l'Intermédiaire dans le cas où la solvabilité de l'Annonceur ne serait pas avérée sauf preuve contraire apportée par ce dernier. NextRégie base son analyse financière sur la notation Ellisphere ou tout organisme équivalent. En cas de litige ou d'attente d'avoir, le Client s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.



DEFAUT DE PAIEMENT - DECHEANCE DU TERME

Le défaut de paiement à l'échéance entraîne l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non échues ainsi que les sommes dues au titre des Ordres exécutés en cours de facturation et des Ordres en cours de diffusion.

L'exécution des Ordres en cours peut être suspendue par NextRégie en cas de retard de paiement.

Les pénalités de retard facturées sont exigibles de plein droit auprès du Client le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture sans qu'un rappel ne soit nécessaire, conformément aux dispositions du Code de commerce. Le taux appliqué par NextRégie est fixé à cinq (5) fois le taux d'intérêt légal.

Les sommes facturées non payées à échéance entraînent également paiement d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement de quarante (40) euros.

Si la carence du Client rend nécessaire un recouvrement contentieux ou judiciaire, l'Annonceur s'engage à régler en sus du principal, les intérêts, des frais, dépens et émoluments ordinairement et légalement à sa charge, une indemnité fixée à 20% du montant en principal TTC de la créance, et ce, à titre de dommages et intérêts conventionnels et forfaitaires.

LOI APPLICABLE – ATTRIBUTION DE COMPETENCE

Les présentes CGV sont exclusivement régies par le droit français.

Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation, de la formation, et/ou de l'exécution de l'Ordre de publicité et plus généralement de l'interprétation, de la formation, et/ou de l'exécution des présentes CGV, relève de la compétence exclusive des juridictions du ressort de la cour d'appel de Paris.

ANNEXE AUX CGV



Regroupements de cibles

CSP+ :

- CSP+ Foyer
- Ensemble 25-49 ans CSP+
- Individus CSP+
- Profession libérale + cadre sup
- 50-70 CSP+ actif/retraité

Hommes :

- Hommes 15 - 49 ans
- Hommes 25-49 ans
- Hommes 25-59 ans
- Hommes 35-49 ans
- Hommes 35 ans et +

Adultes :

- 25-49 ans
- 25-59 ans
- 35-49 ans
- 35-59 ans
- Ensemble + 35 ans
- Actifs
- Ensemble 15-49 ans
- Ensemble + 25 ans
- Individus Agglo > +100000h

Femmes / Femmes RDA :

- Femmes 35-49 ans
- Femmes 35-59 ans
- Femmes 25-59 ans
- Femmes 25-49 ans
- RDA - 60 ans (*mixte*)
- Femmes Actives
- Femmes 15-49 ans
- Femmes-RDA 25 - 59 ans
- Femmes-RDA 15 - 49 ans
- Femmes-RDA avec enfant - de 25 ans
- Femmes-RDA avec enfant
- Femmes-RDA 15-49 ans CSP+
- Femmes-RDA CSP + avec enfant -25 ans

Jeunes Adultes :

- Hommes 15-24 ans
- Hommes 15-34 ans
- Hommes 25-34 ans
- 15-24 ans
- 15-34 ans
- 25-34 ans

Seniors :

- 4 ans et +
- 15 ans et +
- Ensemble + 50 ans
- Ensemble + 60 ans
- Ensemble 50-59 ans
- Femmes 25 ans et +
- Femmes 35 ans et +
- Femmes 50 ans et +
- Femmes-RDA 15 ans et +
- Femmes-RDA + de 50 ans

Coefficients par formats

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

Barèmes de durée

Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice
2"	0,26	21"	0,85	40"	1,59	59"	2,61	78"	3,7	97"	4,82	116"	5,96
3"	0,29	22"	0,88	41"	1,61	60"	2,7	79"	3,73	98"	4,88	117"	6,02
4"	0,33	23"	0,9	42"	1,66	61"	2,8	80"	3,8	99"	4,94	118"	6,08
5"	0,36	24"	0,93	43"	1,71	62"	2,85	81"	3,83	100"	5	119"	6,14
6"	0,39	25"	0,95	44"	1,75	63"	2,9	82"	3,88	101"	5,06	120"	6,2
7"	0,42	26"	0,96	45"	1,8	64"	2,95	83"	3,94	102"	5,12	150"	9,2
8"	0,45	27"	0,97	46"	1,87	65"	3	84"	4	103"	5,18	180"	12,2
9"	0,48	28"	0,98	47"	1,9	66"	3,05	85"	4,06	104"	5,24		
10"	0,51	29"	0,99	48"	1,94	67"	3,1	86"	4,12	105"	5,3		
11"	0,54	30"	1	49"	1,99	68"	3,16	87"	4,18	106"	5,36		
12"	0,58	31"	1,12	50"	2,05	69"	3,21	88"	4,24	107"	5,42		
13"	0,62	32"	1,16	51"	2,13	70"	3,26	89"	4,31	108"	5,48		
14"	0,65	33"	1,21	52"	2,16	71"	3,31	90"	4,4	109"	5,54		
15"	0,68	34"	1,28	53"	2,2	72"	3,36	91"	4,46	110"	5,6		
16"	0,71	35"	1,33	54"	2,25	73"	3,42	92"	4,52	111"	5,66		
17"	0,74	36"	1,38	55"	2,32	74"	3,47	93"	4,58	112"	5,72		
18"	0,77	37"	1,43	56"	2,39	75"	3,52	94"	4,64	113"	5,78		
19"	0,8	38"	1,5	57"	2,46	76"	3,57	95"	4,7	114"	5,84		
20"	0,82	39"	1,53	58"	2,5	77"	3,62	96"	4,76	115"	5,9		

INFO



DOC



SPORT



Next Régie

CONTACT

Adresse : 12 rue d'Oradour sur Glane
75015 Paris

Tél. : 01 71 19 11 71

E-Mail : contactregie@nextregie.fr

Next Régie @NextRegie