



2014 | CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE TÉLÉVISION

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

SOMMAIRE

A. L'OFFRE	3
B. CONDITIONS GENERALES DE VENTE	9
B1. CONDITIONS GENERALES DE VENTE ESPACE CLASSIQUE	10
B2. CONDITIONS GENERALES DE VENTE PARRAINAGE	28
B3. CONDITIONS GENERALES DE VENTE PLACEMENT DE PRODUIT	37
C. REMISES COMMERCIALES	38
C1. REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE	39
C2. REMISES COMMERCIALES PARRAINAGE	55
D. COMMERCIALISATIONS SPECIFIQUES	56
D1. CAMPAGNES «COLLECTIVE»	57
D2. SIG (SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT)	58
D3. ÉDITION AUDIO ET VIDÉO, ÉDITION IMPRIMÉE DE FASCICULES, FOURNISSEURS DE CONTENUS	59
E. CONDITIONS TARIFAIRES	61
E1. TARIFS	62
E2. MODULATIONS TARIFAIRES	64
E3. CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENT	69
F. ELEMENTS DE DIFFUSION	76
G. OUVERTURES DE PLANNING	79
H. NOMENCLATURE DES PRODUITS	81





A | L'OFFRE

UNE OFFRE PUISSANTE ET INNOVANTE



Régie publicitaire du groupe M6 depuis le lancement de la chaîne en 1987, M6 Publicité accompagne l'évolution du Groupe M6 et commercialise la publicité, le parrainage, les opérations spéciales et les licences des antennes et des marques du groupe.

L'espace publicitaire classique met à disposition des annonceurs des écrans puissants permettant de toucher de façon instantanée des millions de téléspectateurs. Cette offre publicitaire majeure est capable de toucher l'ensemble des publics avec des chaînes aux identités affirmées.

En 2013, M6 Publicité s'est distinguée sur le marché en lançant de nombreux produits publicitaires, dont les Ventes Flash, permettant aux annonceurs d'accéder à des campagnes très compétitives sur M6, W9 et 6ter ; ou 100% Marques, la première offre totalement packagée accompagnant le téléspectateur de son salon jusqu'au rayon de son magasin.

Pour 2014, M6 Publicité redéfinit une nouvelle fois les codes de l'achat média en mettant en place une offre publicitaire inédite.

A partir du 1er janvier 2014, M6 Publicité met en place PUISSANCE TNT, le premier support publicitaire synchronisé pour ces deux chaînes de l'univers TNT, W9 et 6ter. A compter de cette date, la diffusion des écrans publicitaires sera synchronisée sur W9 et sur 6ter, offrant ainsi une puissance instantanée inégalée dans l'univers TNT et une simplification de l'achat média pour ces 2 chaînes.



A CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

L'OFFRE

TÉLÉVISION / CHAINES GRATUITES



Une grande chaîne fédératrice,
innovante et positive

Cette année, M6 a une nouvelle fois consolidé son rang de 2ème chaîne française auprès des ménagères de moins de 50 ans et des cibles publicitaires majeures. M6 se classe également 2ème chaîne auprès de l'ensemble du public en soirée et rassemble plus de 3 millions de téléspectateurs chaque soir.

Toujours portée par une stratégie d'innovation, M6 propose cette saison de nouveaux rendez-vous pour élargir son cœur de cible, avec notamment un nouvel access renforcé (La Meilleure Boulangerie, Les Reines du Shopping) des divertissements événements (Ice Show) et de grands rendez-vous séries (Touch, Under the Dome).

Les marques phares, positives et proches des téléspectateurs, seront également de retour pour cette nouvelle saison et se regarderont plus que jamais en famille.



Une chaîne dynamique,
leader TNT auprès des moins de 50 ans

Cette saison encore, W9 confirme sa place de leader des chaînes TNT auprès des moins de 50 ans et de 3ème chaîne nationale auprès des 15-24 ans.

Cette nouvelle saison sera marquée par deux maîtres mots : l'Humour et l'Amour, avec de nombreux programmes de divertissement et de détente : La belle et ses princes presque charmants, qui a rassemblé 1,4 million de téléspectateurs en 2013, le retour des Ch'tis à Hollywood, les magazines Enquête d'Action et Enquêtes Criminelles, qui ont réalisé leur meilleure saison en audience, une offre de cinéma en première diffusion en France en clair ou les événements sportifs exclusifs en clair (UEFA Europa League et Masters de Tennis).



6ter, la chaîne que tout le monde partage

Depuis son lancement, 6ter rassemble un public large et mixte et s'est imposée comme leader des nouvelles chaînes TNT HD auprès des ménagères de moins de 50 ans et des 25-49 ans avec des succès programmes tels que Norbert et Jean, le magazine Xplora ou encore son offre de grand cinéma.

Cet été, 6ter a continué sa progression pour atteindre son meilleur niveau d'audience et conserve son leadership.



A CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

L'OFFRE

TÉLÉVISION / CHAINES THÉMATIQUES

Une bulle de plaisir pour les Femmes

Téva, la chaîne des femmes que tout le monde regarde est aussi la chaîne thématique la mieux distribuée (40% des foyers français la reçoivent).

Leader des chaînes thématiques auprès des ménagères de moins de 50 ans et des cibles féminines majeures, Téva est également la chaîne la plus en affinité avec les femmes avec 73% de femmes dans son audience.

Chaque mois, 13 millions de téléspectateurs se retrouvent sur Téva.

Une chaîne hors normes et des esprits libres

Chaîne la plus regardée de l'univers thématique, avec ses 16 millions de téléspectateurs qui la suivent régulièrement, Paris Première offre un espace unique sur le PAF, où l'on se divertit et l'on se cultive dans un esprit de convivialité sans familiarité, avec un ton décalé chic, original mais toujours exigeant en termes d'analyses et de contenus.

Découvreur de séries

Premier diffuseur français de séries avec une grille 100 % dédiée à ce genre. serieclub, c'est une sélection de séries efficaces qui sont ou deviendront des références. serieclub confirme son succès en affichant en janvier/juin 2013 son meilleur niveau historique auprès des ménagères de moins de 50 ans dans l'univers thématique.

3 chaînes pour une offre 100% musicale

Trois chaînes musicales au profil jeune et mixte, qui rassemblent 3,4 millions de téléspectateurs chaque mois.

L'offre 100% foot

La chaînes des Girondins de Bordeaux vient compléter l'offre de chaînes du groupe M6 en ciblant les hommes.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

L'OFFRE

DIGITAL ET NOUVEAUX MÉDIAS

L'offre digitale du Groupe M6 est composée de marques média incontournables issues des antennes du groupe (chaînes ou programmes) et de pure players thématiques puissants (clubic.com, deco.fr, jeuxvideo.fr ...).

Plus de 15 sites, applications et services IPTV permettent une couverture multi-écrans unique chaque mois :

- plus de 13 millions de visiteurs uniques sur ordinateur
- plus d'1,8 million sur mobile
- plus de 1,4M sur tablette
- plus de 3 millions de foyers utilisateurs des services interactifs disponibles sur télévision.

Cette offre multi-écrans (PC, Mobile, Tablette, IPTV et TV connectée), simple et puissante, permet aux annonceurs de s'affranchir du mode de consommation des programmes en diffusant leur film publicitaire sur l'ensemble des écrans, autour de contenus en affinité avec leur(s) cible(s).

La complémentarité TV-Digital est au cœur des innovations de la régie : les Emplacements Synchronisés « Connect » permettent d'enrichir en temps réel le message d'un film publicitaire diffusé en TV et stimulent l'interactivité du téléspectateur-internaute via l'application des chaînes du Groupe M6 pour mobile et tablette.

Une équipe dédiée aux Opérations Spéciales est intégrée à la régie digitale, permettant notamment la mise en place de dispositifs originaux, très intégrés aux supports et bénéficiant du savoir-faire audiovisuel du Groupe M6 (production vidéo et brand content, webdesign, licences programmes, etc.).



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

L'OFFRE

OPÉRATIONS SPÉCIALES

La diversité et la richesse du portefeuille de marques offrent de nombreuses opportunités aux annonceurs. M6 Publicité met en place des dispositifs sur-mesure, multi-supports puissants et originaux grâce à la force de ses marques.

Cette offre s'appuie sur les marques et les visages des antennes autour d'un message unifié : puissance de nos chaînes, interaction sur nos sites internet et concrétisation des promesses en magasins.

M6 Créations, le département Production média de M6 Publicité, accompagne les annonceurs en créant et produisant les génériques de parrainage, films publicitaires, modules jeux, habillages d'écrans et opérations spéciales pour les chaînes du groupe.

Le département Licences de M6 Créations, prolonge quant à lui l'association des annonceurs aux marques et programmes des chaînes du groupe M6 par la commercialisation ou la gestion de licences.





B | CONDITIONS GENERALES DE VENTE

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ESPACE CLASSIQUE

1. DÉFINITIONS

1.1. Annonceur

Au sens des présentes Conditions Générales de Vente, sont réputées constituer un seul et même annonceur toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire en télévision. Sont considérées par M6 Publicité comme sociétés d'un même groupe toutes les sociétés dont plus de la moitié du capital social et des droits de vote est détenue au 1er janvier 2014, directement ou indirectement par une même personne physique ou morale de droit privé et qui constituent avec elle une entité économique cohérente. Lorsqu'un annonceur intervient, au regard de la loi du 29 janvier 1993 en qualité de mandataire d'un autre annonceur sans révéler cette qualité à M6 Publicité, l'annonceur donneur d'ordre est solidairement tenu avec l'annonceur bénéficiaire de l'achat d'espace publicitaire du paiement des ordres.

1.2. Mandataire

Au sens des présentes Conditions Générales de Vente, est réputée être mandataire toute société intermédiaire à qui l'annonceur a confié des missions définies par contrat de mandat écrit et relatif à l'achat d'espaces publicitaires, de parrainage, de placement de produit (...) sur les chaînes en régie chez M6 Publicité. Le mandat - pour une mission donnée - est impérativement unique.

1.3. Achat au spot à spot

L'achat au spot à spot permet à l'annonceur ou son mandataire de réserver les spots dans les contextes de programmation souhaités, sous réserve de disponibilité au planning et sous réserve des réglementations et usages interprofessionnels en vigueur.

1.4. Achat au coût GRP net garanti

Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, la programmation des spots est effectuée par M6 Publicité sur la base d'un brief envoyé par l'annonceur ou son mandataire.

1.5. Puissance TNT

A partir du 1er janvier 2014, la diffusion des écrans publicitaires sur W9 et sur 6ter est synchronisée.

A compter de cette date, les écrans publicitaires sur W9 et sur 6ter sont commercialisés exclusivement au sein de l'offre publicitaire Puissance TNT.

Seuls certains écrans, diffusés exclusivement sur une chaîne, seront non synchronisés notamment pour des raisons de profils (enfants, hommes) ou pour des raisons réglementaires.

Les opérations de parrainage ne seront pas diffusées de manière synchronisée sur W9 et 6ter.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ESPACE CLASSIQUE

1.6. Campagne

Une campagne de publicité TV en espace classique est constituée par l'ensemble des communications effectuées entre le 1er janvier et le 31 décembre 2014 :

- par un annonceur,
- pour un produit donné,
- auprès d'une cible média déterminée,

Ces trois éléments étant cumulatifs. Une campagne peut-être constituée d'une ou plusieurs vagues de communication entre le 1er janvier et le 31 décembre.

1.7. Vague

Une vague est notamment identifiée, dans le cadre d'un achat au coût GRP net garanti, par une demande de programmation (ou brief) adressée au planning M6 Publicité dans les conditions fixées aux présentes Conditions Générales de Vente.

1.8. Codes secteur / Variété

Le code secteur et le code variété sont précisés dans la nomenclature TV des produits annexée aux présentes Conditions Générales de Vente.

2. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

La souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte implique son acceptation des Conditions Générales de Vente énoncées ci-après ainsi que le respect des lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication commerciale audiovisuelle.

3. EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

M6 Publicité, régie exclusive de chaque éditeur, est donc seule habilitée dans le cadre de sa mission à prospecter la clientèle et à commercialiser l'espace publicitaire des chaînes.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ESPACE CLASSIQUE

4. ATTESTATION DE MANDAT

4.1. Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à M6 Publicité par un mandataire, l'annonceur doit impérativement faire parvenir à M6 Publicité, avant le début de la campagne publicitaire, l'attestation de mandat accréditant la société intermédiaire et précisant pour l'année en cours ou pour une période déterminée les produits et missions déterminés. L'attestation de mandat, dont le modèle est disponible sur www.m6pub.fr, n'est valable que pour l'année 2014.

Elle doit être adressée :

par écrit à :

✉ M6 Publicité, Service Administration des Ventes,
107, avenue Charles de Gaulle, 92 200 Neuilly-sur-Seine

@ par mail au format pdf à l'adresse : adv@m6.fr.

4.2. M6 Publicité n'accepte les ordres d'achat d'espace passés par un sous-mandataire que si l'annonceur a expressément autorisé par écrit la substitution de mandat. Dans tous les cas, l'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire (ou par son sous-mandataire) dans le cadre du pouvoir qui lui a été donné.

4.3. L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable de M6 Publicité. En particulier lorsque l'annonceur change de mandataire, l'espace ayant fait l'objet d'une réservation par le précédent mandataire ne peut être transféré à un autre annonceur.

4.4. En cas de modification ou de résiliation du mandat, l'annonceur doit en informer aussitôt M6 Publicité par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris antérieurement à ladite notification par son mandataire.

5. ACHAT D'ESPACE

5.1. Ouvertures du planning : des périodes d'ouverture de planning sont mises en place par M6 Publicité, pendant lesquelles l'espace publicitaire peut, sous réserve de disponibilité, être acheté à tout moment dans les conditions et selon les modalités fixées aux présentes Conditions Générales de Vente. Ces ouvertures sont valables pour l'achat au spot à spot et pour l'achat au coût GRP Net Garanti. Les périodes d'ouverture du planning ne sont pas applicables aux campagnes publicitaires faisant l'objet d'une commercialisation et/ou de conditions d'accès spécifiques.

ESPACE CLASSIQUE

5.2. Réservation : M6 Publicité enregistre les demandes de réservation en fonction des disponibilités du planning, puis renvoie à l'annonceur ou à son mandataire un ordre de publicité confirmant tout ou partie de la demande effectuée, en fonction des disponibilités du planning.

5.3 Modalités d'achat d'espace : M6 Publicité recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Echanges de Données Informatisées, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité.

L'annonceur et/ou son mandataire effectuera l'achat d'espace publicitaire par message électronique selon les modalités définies dans un accord pour l'échange de données informatisées conclu entre M6 Publicité et l'annonceur et/ou son mandataire.

Toute demande d'achat d'espace publicitaire qui ne serait pas effectuée par EDI doit être accompagnée de la fiche de renseignements « annonceur et produit » et de la fiche de brief de programmation dûment remplies. Toute modification de ces fiches de renseignements intervenant après la réservation doit être adressée par écrit à M6 Publicité.

La demande de réservation fera l'objet d'un bon de commande adressé par M6 Publicité à l'annonceur par mail. Ce bon de commande doit être renvoyé signé par l'annonceur ou son mandataire à M6 Publicité au plus tard 10 jours avant la date de début de diffusion des messages.

5.4. Codes variété : l'achat d'espace publicitaire impose la réservation d'un ou plusieurs codes variété. La mention de ce code variété, tel que figurant dans la nomenclature TV des produits publiée par M6 Publicité et applicable au moment de la réservation, doit être précise, exacte et complète.

Le code variété est réservé et confirmé sous la seule et entière responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire. Dans le cas où un message serait programmé sous un code variété erroné ou incomplet, M6 Publicité facturera des pénalités telles que précisées à l'article 9.

6. ACHAT D'ESPACE AU SPOT À SPOT

Les tarifs des écrans publicitaires des chaînes pour l'achat au spot à spot figurent au chapitre E.1.1. Les remises commerciales applicables à la commercialisation au spot à spot figurent au chapitre C .

Attention : certains secteurs font l'objet d'une commercialisation spécifique et détaillée au chapitre D .

ESPACE CLASSIQUE

7. ACHAT D'ESPACE AU COÛT GRP NET GARANTI

7.1. Sous réserve de son acceptation préalable, M6 Publicité propose un autre mode d'achat d'espace sur M6 et dans le cadre de Puissance TNT (W9/6ter), appelé achat d'espace au coût GRP net garanti.

7.2. Un coût GRP net désindexé base 30'' sera conjointement défini entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Publicité dans le cadre de conditions particulières de vente. Ce coût GRP net s'entend hors effets de saisonnalité et de tranches horaires. C'est le coût GRP net désindexé qui est garanti par M6 Publicité.

Le coût GRP net indicé tiendra compte des choix médiaplanning de l'annonceur et donc des indices saisonnalité et tranches horaires définis au paragraphe 7.8. (voir exemples 2 et 4 page 69-70).

7.3. L'achat au GRP net garanti est convenu entre M6 Publicité et l'annonceur ou son mandataire. Les demandes d'achat au coût GRP net garanti devront être reçues par M6 Publicité au plus tard quatre semaines avant diffusion. Toute demande devra être accompagnée d'une fiche de brief définissant les caractéristiques de la vague concernée par ce mode d'achat (code variété, cible, période d'action, format, répartition par tranche horaire,...).

M6 Publicité se réserve le droit de refuser toute modification du brief pour un achat au coût GRP net garanti intervenant dans un délai inférieur à quatre semaines avant diffusion.

7.4. Les remises commerciales définies au chapitre C - à l'exception des remises référentielle et mandataire - ne sont pas applicables en cas d'achat au coût GRP net garanti. Toutefois les montants bruts avant barème investis par l'annonceur seront pris en compte dans la totalité des volumes 2014 investis pour le calcul des remises appliquées à l'achat au spot à spot.

7.5. Dans le cadre d'achat au coût GRP net garanti, M6 Publicité décidera seule de la programmation des spots.

7.6. Sous réserve de l'acceptation de M6 Publicité, ces investissements au coût GRP net garanti sont ouverts :

7.6.1.

- A tous les écrans publicitaires commercialisés en 2014 sur M6 et Puissance TNT,
- à la condition que moins de 75% des GRP sur une même vague soient à délivrer dans une même tranche horaire (à l'exception des campagnes ciblant les 4-10 ans).

ESPACE CLASSIQUE

7.6.2. Aux achats optimisés sur les quatorze cibles suivantes :

Ménagères 15-49 ans	Ensemble 15-24 ans
Ménagères avec enfant - 15 ans	Ensemble 15-34 ans
Femmes 15-34 ans	Ensemble 15-49 ans
Femmes 25-34 ans	Ensemble 25-34 ans
Femmes 25-49 ans	Ensemble 25-49 ans
Hommes 15-34 ans	ICSP+ 25-49 ans
Hommes 25-49 ans	Enfants 4-10 ans *

* uniquement sur M6

7.6.3. (i) Aux vagues programmées sur au moins deux semaines consécutives (dont dix jours minimum de programmation)

(ii) Et pour un budget minimum par vague net hors taxes facturé de :

- 80 K€ base 30'' sur M6
- 25 K€ base 30'' sur Puissance TNT (W9/6ter)

Ces conditions (i) et (ii) étant cumulatives.

7.6.4. A tous les secteurs, sauf ceux de la classe Parfumerie (code 10 03), ceux qui font l'objet de commercialisations spécifiques (édition, campagnes SIG, campagnes « collective ») et les campagnes publicitaires interdites aux – 18 ans.

7.6.5. Aux messages publicitaires comportant au maximum deux codes variété.

Si un 2ème code variété doit être réservé, l'annonceur doit en informer le service planning de M6 Publicité au moment de la réservation de l'espace.

Une majoration est alors appliquée au tarif du message et représentant 15% pour deux produits du même annonceur, 20% pour deux produits d'annonceurs différents. Par ailleurs, une majoration additionnelle de 10% est appliquée si M6 Publicité est informée de la présentation ou citation d'un produit supplémentaire après la réservation au planning (schéma de calcul au chapitre E3).

7.7. Dans les cas où M6 Publicité serait informée après la réception des demandes d'achat au coût GRP net garanti que le(s) film(s) comporte(nt) 3 codes variété ou plus, cette tarification au coût GRP net garanti ne serait plus applicable. Dès lors seront appliqués :

- le barème des remises des présentes Conditions Générales de Vente applicable à la tarification au spot à spot
- et une pénalité représentant 10% du montant net HT facturé de la vague.

7.8. Le coût GRP net désindexé base 30'' convenu variera en fonction des indices liés aux formats tels que visés à l'article E1.2. ainsi que ceux liés à la saisonnalité et aux tranches horaires : la ventilation par tranche horaire et par période des GRP distribués est un élément déterminant dans la modulation du coût GRP net garanti. Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, quatre tranches horaires et dix périodes sont définies. Chacune d'entre elles est associée à un indice traduisant sa valeur. (Voir l'utilisation des indices dans la partie calcul des montants d'investissement - E.3.)

ESPACE CLASSIQUE



INDICES SAISONNALITÉ 2014

	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4	Période 5	Période 6	Période 7	Période 8	Période 9	Période 10
Périodes cgv 2014	01/01 - 12/01	13/01 - 28/02	01/03 - 18/04	19/04 - 11/05	12/05 - 30/06	01/07 - 13/07	14/07 - 17/08	18/08 - 31/08	01/09 - 21/12	22/12 - 31/12
Indices	80	90	102	98	114	90	65	95	114	95



INDICES TRANCHES HORAIRES 2014



	Cibles féminines	Cibles ensemble	Cibles jeunes et masculines
Day (0300 - 1799)	80	85	70
Access (1800 - 1999)	95	100	110
Peak (2000 - 2199)	130	120	120
Night (2200-2800)	90	80	75

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ESPACE CLASSIQUE

7.9. La construction personnalisée d'un écran publicitaire, l'habillage d'écran et l'accès prioritaire ne sont pas accessibles à l'achat au coût GRP net garanti.

7.10. Les Podiums (emplacements préférentiels) OR, ARGENT et BRONZE sont accessibles à ce mode d'achat selon les majorations prévues au E.2.1. La programmation de ces Podiums sera décidée par M6 Publicité.

7.11. Une même vague ne pourra pas faire l'objet concomitamment des deux modes d'achat (spot à spot et coût GRP net garanti). Dans le cas où M6 Publicité constaterait que les demandes d'achat au coût GRP net garanti et au spot à spot seraient concomitantes, l'achat au coût GRP net garanti ne serait plus applicable. Dès lors seront appliqués :

- le barème des remises des présentes Conditions Générales de Vente applicable à la tarification au spot à spot
- et une pénalité représentant 10% du montant net HT facturé de la vague concernée.

8. AMÉNAGEMENT DE CAMPAGNE

Tout aménagement à l'intérieur de dates initialement arrêtées est possible sous réserve de disponibilité et du maintien du budget à un niveau équivalent (ex : modification du (des) format(s) du message, déplacement de quelques messages vers d'autres écrans en fonction de la programmation, d'indicateurs de tendance, d'opportunités, modification de code variété de la campagne...).

9. ANNULATION D'ORDRE

Toute annulation d'ordre doit impérativement être adressée par écrit par l'annonceur ou son mandataire à M6 Publicité. L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de M6 Publicité.

9.1. Une fois l'espace réservé, l'annonceur ou son mandataire dispose de 5 jours pour notifier à M6 Publicité, impérativement par écrit, toute demande d'annulation d'ordre. Dans ce cas, aucune pénalité ne sera appliquée.

9.2. Des pénalités sur le montant net HT annulé sont appliquées de plein droit dans les conditions suivantes. Pour toute annulation adressée :

- entre 31 et 14 jours avant la 1ère diffusion prévue et hors cas de force majeure (i), une pénalité égale à 50% du montant net HT annulé aux conditions de l'annonceur sera appliquée de plein droit,
- à moins de 14 jours avant la 1ère diffusion prévue et hors cas de force majeure (i), une pénalité égale à l'intégralité du montant net HT annulé aux conditions de l'annonceur sera appliquée de plein droit.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ESPACE CLASSIQUE

9.3. Pour toute annulation d'ordre adressée au-delà des 5 jours après retour du planning de M6 Publicité et au cours du bimestre ouvert au planning de M6 Publicité et dans l'hypothèse - hors cas de force majeure - où les investissements BAB (c'est à dire brut HT facturés) annulés par cet annonceur représenteraient une baisse supérieure ou égale à 30% des montants BAB initialement réservés par ce même annonceur, une pénalité de 5% du montant net HT annulé sera appliquée. Cette pénalité sera facturée aux conditions dues à l'annonceur le mois suivant les investissements du bimestre concerné.

EXEMPLE

Une facturation fin mars 2014 pour les investissements BAB effectivement constatés au cours du bimestre janvier-février 2014 (hors éventuelles pénalités facturées au titre d'annulations hors délais).

Cette pénalité s'appliquera sur la totalité des montants annulés, son calcul résultant de la différence entre les montants BAB initialement réservés et les investissements BAB effectivement constatés au cours du bimestre (hors éventuelles pénalités facturées au titre d'annulations hors délais).

9.4. Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure (i), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'événement à M6 Publicité par écrit au plus tard dans les 5 jours de sa survenance, en justifiant son caractère et en donnant une estimation de sa durée. Si la force majeure est avérée, la campagne publicitaire concernée sera alors suspendue dans les 2 jours suivant la réception de la notification par M6 Publicité et jusqu'à la fin de l'événement.

Dès que cet événement aura pris fin, le montant total de la campagne annulée devra être réinvesti par l'annonceur dans un délai à définir d'un commun accord avec M6 Publicité.

(i) force majeure désigne tout événement imprévisible, irrésistible et extérieur à l'annonceur et plus généralement tout événement remplissant les critères fixés par le Code Civil et la jurisprudence des Cours françaises.

10. TARIFICATION

10.1. Les tarifs, sauf stipulation expresse et écrite d'une modification par M6 Publicité, sont ceux mentionnés sur le bon de commande signé par l'annonceur ou son mandataire.

10.2. M6 Publicité se réserve le droit de modifier ses tarifs, en les notifiant sur le site internet <http://www.m6pub.fr> au minimum 5 jours avant leur date d'entrée en vigueur. Dans ce cas, l'annonceur pourra reprogrammer ses réservations dans d'autres écrans sous réserve de disponibilités au planning de M6 Publicité et du maintien du budget à un niveau équivalent. M6 Publicité enverra à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

ESPACE CLASSIQUE

10.3. M6 Publicité se réserve le droit de modifier le tarif d'écrans publicitaires dans un délai plus court que 5 jours, notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement exceptionnel. Dans ce cas, M6 Publicité informera l'annonceur ou son mandataire de la modification du programme et/ou du tarif applicable. L'annonceur pourra accepter ces modifications et conservera l'espace tel qu'initialement réservé. S'il refuse ces modifications, il devra maintenir le montant de son investissement initial et ce, sans qu'aucune indemnité ne puisse être réclamée. M6 Publicité enverra à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

10.4. Dans le cadre de l'achat de Puissance TNT, un tarif unique est publié pour chaque écran faisant l'objet d'une diffusion synchronisée sur W9 et sur 6ter.

11. CONFORMITÉ DES MESSAGES

11.1. M6 Publicité se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre :

- s'il lui apparaît non-conforme aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle ou contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
- si le CSA juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du film publicitaire à l'antenne. M6 Publicité, dans ce cas, n'est redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

11.2. M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur ou son mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'annonceur ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

11.3. Rôle de l'ARPP : en vertu d'un accord interprofessionnel, l'ARPP s'est vu confier un rôle de conseil préalable afin de s'assurer de la conformité des messages aux règles générales de la publicité et de la communication audiovisuelle. Les annonceurs ou leurs prestataires (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) doivent soumettre à l'ARPP les éléments publicitaires et documents afférents avant la première diffusion. Ces éléments reçus par l'ARPP se voient attribuer un numéro d'ordre Pub ID qui doit être impérativement communiqué à M6 Publicité avant diffusion. Sur la base des éléments reçus, l'ARPP rend un avis définitif relatif à la diffusion du spot publicitaire. Cet avis doit être remis à M6 Publicité au plus tard 2 jours ouvrés avant diffusion. Pour plus d'informations, www.arpp-pub.org

ESPACE CLASSIQUE

12. SECTEURS INTERDITS OU RÈGLEMENTÉS

12.1. Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité télévisée et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire ou déontologique. Dans ce cadre, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (informations à caractère sanitaire, domaine de l'énergie, développement durable, crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.).

12.2. M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur ou son mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'annonceur ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

12.3. Notamment, en ce qui concerne les vidéos, DVD, jeux vidéo, services téléphoniques, SMS, ou sites Internet, le message publicitaire ne doit pas comporter des scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. Concernant :

a) les vidéos, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 12 ans, le spot doit :

- être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 12 ans »

- ne pas être diffusé dans les émissions destinées à la jeunesse, ni à proximité (dans les 10 minutes qui précèdent ou suivent ces émissions)

b) les vidéos, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 16 ans, le spot doit :

- être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 16 ans »
- ne pas être diffusé dans les écrans dont l'intitulé est inférieur à 2030

c) les jeux vidéo interdits aux moins de 18 ans sans caractère pornographique, le spot doit :

- être accompagné d'une mention du type : « jeu vidéo interdit (ou déconseillé) aux moins de 18 ans »
- ne pas être diffusé dans les écrans portant un intitulé inférieur à 2230.

d) les vidéos, DVD interdits aux moins de 18 ans et jeux vidéo à caractère pornographique, le spot ne peut être diffusé que dans les plages réservées aux programmes de catégorie V.

e) les services téléphoniques, télématiques ou sites Internet réservés ou destinés aux adultes, d'une part; les services SMS susceptibles d'exploiter l'inexpérience et la crédulité des mineurs, d'autre part, le spot doit être exclusivement diffusé dans les écrans portant les intitulés 2340 à 2699 inclus. M6 Publicité se réserve le droit dans tous les cas de refuser ou d'interrompre la diffusion de ces messages publicitaires selon le contexte émission dans lequel les écrans publicitaires sont programmés.

ESPACE CLASSIQUE

12.4. Pour plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif, réglementaire ou déontologique, contacter M6 Publicité.

13. RESPONSABILITÉS

13.1. Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaître et respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

13.2. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production du film publicitaire déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 Publicité et l'éditeur contre toute réclamation et tout recours, et tout particulièrement de la part des auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, interprètes et de toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée par la diffusion du message. En particulier, l'annonceur garantit M6 Publicité et l'éditeur contre tout recours que la société tierce en charge de la création pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire.

13.3. L'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la réglementation.

13.4. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à ce que le film publicitaire à diffuser porte le même titre que celui de la campagne (sous-ordre) réservée au planning. Toute diffusion d'un film publicitaire en lieu et place d'un autre film publicitaire, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur. Dans le cas de campagnes portant des noms provisoires, M6 Publicité s'engage à ce que toute confidentialité imposée par l'annonceur, ses mandataires ainsi que la société en charge de la production soit respectée par tous ses collaborateurs. Dans tous les cas, il est impératif qu'au plus tard 10 jours avant diffusion, le titre des films publicitaires fournis et celui des campagnes réservées soient rigoureusement identiques. A défaut, la responsabilité de M6 Publicité ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

13.5. Compte tenu de l'obligation des éditeurs relative à la dynamique sonore telle qu'explicitée ci-après à l'article 16, M6 Publicité pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) film(s) fourni(s), ce que l'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production reconnaissent et acceptent expressément.

ESPACE CLASSIQUE

14. MESURES D'AUDIENCE

Les campagnes publicitaires programmées en espace classique sur les chaînes thématiques ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des spots (fichiers Médiaplanning bimestriels ou fichiers Médiaplanning Médiamat'Thématique).

A compter du 1er janvier 2014, les audiences utilisées pour la chaîne 6ter seront issues du Mediamat National.



Fichiers Médiaplanning bimestriels : Paris Première

Fichier servant de base à la tarification	Date d'application des tarifs
Septembre-octobre 2013 - TNT 13 5B	du 01/01/14 au 28/02/2014
Novembre-décembre 2013 - TNT 13 6B	du 01/03/14 au 30/04/2014
Janvier-février 2014 - TNT 14 1B	du 01/05/14 au 30/06/2014
Mars-avril 2014 - TNT 14 2B	du 01/07/14 au 31/08/2014
Mai-juin 2014 - TNT 14 3B	du 01/09/14 au 31/12/2014

Fichiers Médiaplanning Médiamat Thematik : Téva, serieclub, M6 Music, M6 Music Black, M6 Music Club

Fichier servant de base à la tarification	Date d'application des tarifs
Janvier - Juin 2013 - V25	du 01/09/13 au 30/04/2014
Septembre 2013 - Février 2014 - V26	du 01/05/14 au 31/08/2014
Janvier - Juin 2014 - V27	du 01/09/14 au 30/04/2015

ESPACE CLASSIQUE

15. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

15.1. Les intitulés des écrans publicitaires figurant sur les tarifs, grilles de programmes ou sur les ordres de publicité ne correspondent pas à des horaires prévus de diffusion mais désignent des emplacements à l'intérieur ou entre les programmes.

L'obligation de M6 Publicité, sauf modification des programmes de l'éditeur, porte exclusivement sur la diffusion des messages dans les écrans publicitaires réservés par l'annonceur ou son mandataire. En conséquence, l'horaire de diffusion d'un écran publicitaire ne saurait en aucun cas justifier une modification du tarif de l'ordre et/ou ouvrir droit à une quelconque indemnisation.

15.2. L'achat d'espace publicitaire est indépendant de l'achat d'opération de parrainage et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents :

- sur les émissions parrainées dans ou autour desquelles les écrans publicitaires sont diffusés,
- sur les bandes-annonces de l'émission parrainée situées avant ou après les écrans publicitaires.

L'annonceur ou son mandataire ayant acheté un espace dans un écran publicitaire ne dispose d'aucun droit de regard sur la présence d'un parrain situé autour des écrans publicitaires concernés.

15.3. M6 Publicité rend compte à l'annonceur des messages publicitaires diffusés par l'envoi chaque fin de mois de la facture correspondante justifiant ainsi de la diffusion des messages, et ce selon les modalités fixées à l'article 18.

15.4. Sur demande de l'annonceur ou de son mandataire, M6 Publicité fournira un récapitulatif de diffusion comportant les dates, horaires de diffusion et intitulés d'écrans, le contexte de programmation, ainsi que la position du spot dans l'écran.

15.5. M6 Publicité peut sur demande spécifique et dans les 6 mois suivant la 1ère diffusion du spot concerné fournir une pigne du spot publicitaire diffusé sous format vidéo. Chaque pigne fera l'objet d'une facturation forfaitaire HT de 500 € non soumise au barème des remises.



ESPACE CLASSIQUE

16. MATÉRIEL

16.1. Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, et notamment la remise d'éléments techniques (sous forme de fichiers dématérialisés ou de cassettes) doivent impérativement être adressées à l'adresse suivante : @ diffusion-publicitaire@m6.fr.

16.2. M6 Publicité ne doit recevoir que des copies et jamais d'originaux et ne peut être tenue responsable des pertes et dommages subis par le matériel.

16.3. La remise des éléments techniques doit intervenir au plus tard chez M6 Publicité au service de diffusion publicitaire 5 jours ouvrés avant la première diffusion. En cas de retard dans la remise du matériel ou de remise non-conforme aux exigences énoncées aux présentes Conditions Générales de Vente entraînant une non diffusion, le prix du message programmé sera intégralement dû par l'annonceur à M6 Publicité.

16.4. Si le délai de remise des éléments n'est pas respecté et si un spot est, à titre d'exception, diffusé sur la seule indication téléphonique reçue par M6 Publicité, les erreurs ou omissions éventuelles dans la diffusion de ce spot engageront la seule responsabilité de l'annonceur, de son mandataire ainsi que celle de la société en charge de la production.

16.5. Au cas où, pour des raisons techniques, juridiques, de contexte programme, d'horaire de diffusion, etc..., le message publicitaire se révèle impropre à la diffusion et que l'annonceur ne peut pas fournir de nouveaux éléments dans les délais requis, le prix reste dû intégralement par l'annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

16.6. Toute réclamation concernant la programmation et/ou la diffusion d'un message et/ou la qualité technique d'un message doit être impérativement formulée, à peine de déchéance, dans les 3 jours après diffusion dudit message. Si l'annonceur, son mandataire ou la société en charge de la production, après accord de M6 Publicité, souhaitent apporter des modifications d'ordre technique au message diffusé, les frais occasionnés par ces opérations seront entièrement supportés par le demandeur.

16.7. Afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, M6 Publicité pourra demander en cours de campagne et si nécessaire de nouveaux éléments techniques.

ESPACE CLASSIQUE

16.8. Passé un délai d'un an après la date de la dernière diffusion d'une campagne, les supports de diffusion pourront être détruits à l'initiative de M6 Publicité.

16.9. Pour améliorer le confort d'écoute du téléspectateur et pour répondre d'une part aux exigences légales et réglementaires et d'autre part à la délibération n°2011-29 du CSA du 19 juillet 2011, obligeant les chaînes à diffuser le son de chaque élément de programmes sur leurs antennes à une intensité sonore moyenne de -23 LUFS, les films doivent être livrés en conformité avec la version 3.0 de la recommandation PAD éditeurs RT017 téléchargeable sur :

<http://www.groupem6.fr/recommandationPADenvigreur.pdf> .

Si un film ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Publicité procédera à sa mise en conformité sans que l'annonceur puisse s'y opposer.

17. DYSFONCTIONNEMENT DU SIGNAL

Toute interruption de fonctionnement ou tout incident intervenu sur le signal entraînant une perte de couverture technique d'au minimum 20% pourra donner lieu à des compensations au profit de l'annonceur, calculées en fonction de l'audience moyenne perdue.

18. FACTURATION

18.1. M6 Publicité se conforme pour la facturation aux instructions données par l'annonceur ou sur l'attestation de mandat dans le cadre de l'intervention d'une société tierce habilitée. En tout état de cause, la facture est adressée à l'annonceur conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993. Par ailleurs, la facture fait état de la date de diffusion des messages publicitaires.

18.2. Les prix sont indiqués hors taxes : les impôts et taxes afférents à l'ordre de publicité au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur.

18.3. La facturation des messages publicitaires est établie mensuellement.

18.4. Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. A défaut, les pénalités et sanctions prévues à l'article 19 s'appliqueront de plein droit. M6 Publicité se réserve le droit de demander le règlement d'avance à 35 jours avant la première diffusion ou une caution bancaire. M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.

18.5. Toutes les remises dues en fin d'ordre à l'annonceur font l'objet d'avoirs de fin d'ordre émis à la clôture de l'exercice 2014, et au plus tard en mars 2015. L'annonceur peut, dès réception de l'avoir susvisé, demander par écrit que soit payé le montant de cet avoir à lui-même ou au mandataire qu'il aura désigné.

ESPACE CLASSIQUE

M6 Publicité se réserve le droit :

- de ne pas procéder au règlement de l'avoir lorsque l'annonceur ne s'est pas préalablement et intégralement acquitté des factures dues à M6 Publicité,
- de facturer et d'exiger le règlement, si cela n'a pas été effectué en cours d'ordre, des pénalités prévues au présentes Conditions Générales de Vente et dues par l'annonceur.

18.6. Dans le cadre de la commercialisation de Puissance TNT, l'annonceur recevra une facture unique pour l'ensemble des spots diffusés sur W9 et sur 6ter, que ce soit sur les écrans synchronisés ou non synchronisés.



19. LE PAIEMENT

19.1. Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire. L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de M6 Publicité.

19.2. Pour tout règlement effectué au-delà du délai de 30 jours date de facture le 10 du mois, M6 Publicité facturera de plein droit sans mise en demeure préalable :

- des intérêts de retard calculés à raison d'un taux de 10% (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois fois le taux d'intérêt légal). Ce taux s'applique sur le montant total de l'encours excédant le délai de 30 jours date de facture le 10 du mois.
- une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant égal à quarante (40) euros. Si les frais de recouvrement engagés par M6 Publicité sont supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, M6 Publicité demandera, sur justification, une indemnisation complémentaire à l'annonceur concerné.

ESPACE CLASSIQUE

19.3. En cas de non-respect des modalités de paiement des factures émises par M6 Publicité à l'annonceur, M6 Publicité se réserve le droit de refuser à l'annonceur le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et de suspendre l'attribution de toutes les remises accordées sur facture et de celles éventuellement dues en fin d'exercice, de résilier les ordres en cours, sans préavis ni indemnités ; l'annonceur devra régler les montants dus au titre des messages diffusés jusqu'à la date effective de résiliation des ordres en cours et sur la base des factures émises par M6 Publicité.

20. CONFIDENTIALITÉ

L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Publicité s'engagent à observer toute confidentialité sur toutes les informations écrites ou orales échangées ainsi que sur les dispositions figurant dans tous les documents contractuels.

21. COMPÉTENCE

Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application de l'ordre de publicité et des Conditions Générales de Vente exprimées ci-dessus, est de la compétence des tribunaux de Paris, même en cas de connexité, appel en garantie ou pluralité des défenseurs.

Les Conditions Générales de Vente prennent effet à partir du 1er janvier 2014. M6 Publicité et l'éditeur se réservent le droit de modifier tout ou partie de ces Conditions Générales de Vente en cours d'année, en particulier en fonction de la législation. Ces modifications seront publiées sur le site internet : www.m6pub.fr.



ESPACE PARRAINAGE

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS

GENERALES DE VENTE

1.1. La confirmation écrite d'une opération de parrainage par un annonceur ou par son mandataire, de quelque manière que ce soit (option confirmée, fiche d'engagement, contrat de parrainage) implique l'acceptation des Conditions Générales de Vente de M6 Publicité et plus particulièrement des conditions suivantes ainsi que le respect des lois, règlements et usages régissant les communications commerciales audiovisuelles.

1.2. La confirmation écrite d'une opération « spéciale » par un annonceur ou par son mandataire, de quelque manière que ce soit (option confirmée, fiche d'engagement, contrat) implique, sauf Conditions Générales de Vente différenciées, l'acceptation des Conditions Générales de Vente de M6 Publicité et plus particulièrement des conditions suivantes.

Par opération dite « spéciale », il faut entendre toute opération globale comprenant du parrainage télévisé et/ou de la publicité télévisée et/ou de la publicité sur les sites internet en régie chez M6 Publicité et/ou une opération sous licences (Opération promotionnelle et/ou de merchandising et/ou d'édition) et/ou de la production et/ou une opération terrain etc.

2. EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

M6 Publicité, régie exclusive de chaque éditeur, est seule habilitée dans le cadre de sa mission à commercialiser les opérations de parrainage sur les chaînes de ses éditeurs. Compte tenu du caractère intuitu personae du document contractuel de parrainage, M6 Publicité se réserve le droit de ne pas donner suite à une demande.

3. ATTESTATION DE MANDAT

Toute demande effectuée par un mandataire relative à une opération de parrainage doit être obligatoirement accompagnée de l'attestation de mandat signée par l'annonceur. L'attestation de mandat doit préciser pour l'année en cours ou pour une période définie les marques et missions déterminées. L'attestation de mandat, dont le modèle est disponible sur www.m6pub.fr, n'est valable que pour l'année 2014. Elle doit être adressée :

✉ par écrit à :

M6 Publicité, Service Administration des Ventes,
107, avenue Charles de Gaulle, 92200 Neuilly-sur-Seine
ou

@ par mail au format pdf à l'adresse : adv@m6.fr.

4. OPTIONS

4.1. L'annonceur ou son mandataire doit adresser à M6 Publicité, par tout moyen écrit, une option indiquant le nom de l'émission qu'il souhaite parrainer, la durée souhaitée de l'opération et le nom du produit ou de la marque intéressée par ce parrainage. La durée de cette option est fixée par M6 Publicité selon les conditions suivantes :

- 1 semaine si l'option est posée moins de 3 mois avant le démarrage de l'opération
- 2 semaines si l'option est posée entre 3 et 6 mois avant le démarrage de l'opération
- 3 semaines si l'option est posée plus de 6 mois avant le démarrage de l'opération.

A la date de fin du délai susvisé, l'option, reprenant le nom de l'émission, la durée de l'opération, le nom de la marque et l'acceptation du prix doit être confirmée par écrit. M6 Publicité accusera réception de cette confirmation en adressant une fiche d'engagement avant diffusion à retourner signée par l'annonceur ou son mandataire.

Cette fiche d'engagement signée servira de base à la rédaction du contrat de parrainage. L'option non confirmée sera considérée comme nulle. Dans l'hypothèse où M6 Publicité recevrait plusieurs options portant sur le parrainage de la même émission, leur prise en compte se fera, sauf cas particuliers, selon les critères suivants et dans l'ordre défini ci-après :

1. Priorité aux options et achats fermes portant sur une période plus longue,
2. Dans le cas de périodes d'action identiques, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option sera pris en compte.

Si un annonceur (*ex : en rang 3*) s'engage par écrit sur l'achat ferme d'une opération de parrainage, M6 Publicité informera par mail les annonceurs se trouvant à un rang d'option supérieur (*ex : en rang 1 et/ou 2*) qu'ils disposent alors d'un délai de 48 heures ouvrées, à compter de l'envoi dudit mail, pour confirmer leur achat ferme. Ce mail sera également transmis à l'annonceur qui s'est engagé fermement (*ex : rang 3*).

Cette possibilité d'achat ferme dans ce délai n'est donc pas ouverte aux annonceurs se trouvant à un rang d'option inférieur (*ex : en rang 4, 5, etc.*). Pendant ces 48 heures ouvrées, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option initiale chez M6 Publicité est pris en compte pour l'attribution de l'achat ferme (*ex : si l'annonceur en rang 1 confirme son achat ferme dans ce délai après l'annonceur de rang 2, M6 Publicité attribuera l'achat ferme à l'annonceur de rang 1*).

Dans tous les cas, 3 semaines avant diffusion, la prise d'option devient caduque. Le premier annonceur procédant alors à un achat ferme validé par M6 Publicité devient le parrain de l'opération, et ce sans prise en compte du rang d'options.

ESPACE PARRAINAGE

4.2. M6 Publicité se réserve le droit de ne pas appliquer, de modifier ou d'apporter de nouvelles conditions au principe d'option comme décrit ci-dessus notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement exceptionnel. Dans ce cas, M6 Publicité informera par tout moyen écrit de cette modification.

4.3. Dans tous les cas, M6 Publicité se réserve le droit :

4.3.1. de ne pas accepter une option si elle apparaît non-conforme :

- aux obligations contractuelles de l'éditeur avec notamment les ayant-droits de l'émission objet de l'option,
- aux lois, règlements et usages régissant le parrainage télévisé et la communication audiovisuelle ou contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.

4.3.2. de ne pas renouveler une option.

5. GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

MULTI-MARQUES

La présentation ou la citation dans le générique de parrainage de plusieurs marques du parrain ou d'un autre annonceur co-parrain entraîne l'application d'une majoration :

- de 15% pour chaque marque supplémentaire du parrain,
- de 25% pour chaque annonceur co-parrain.

6. DOCUMENT CONTRACTUEL

Le document contractuel (fiche d'engagement, contrat de parrainage) doit être retourné signé au plus tard 10 jours avant le démarrage de l'opération. Dans le cas contraire, M6 Publicité et/ou l'éditeur se réserve le droit de ne pas diffuser l'opération de parrainage concernée.

Le cas échéant, le défaut de signature du contrat de parrainage par l'annonceur ou son mandataire à la date du début de l'opération entraîne de fait la révision du prix par la non-attribution de la remise mandataire.

Le document contractuel est personnel et ne peut en aucun cas être cédé. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire dans le cadre du (des) pouvoir(s) qui lui (leur) a (ont) été donné(s).

7. ANNULATION

En cas d'annulation totale ou partielle par l'annonceur ou son mandataire de l'opération de parrainage, hors cas de force majeure (i) :

- dans un délai supérieur à 4 semaines avant le démarrage de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à :
 - o 25% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée inférieure à 6 semaines
 - o 50% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée supérieure ou égale à 6 semaines.

ESPACE PARRAINAGE

- dans un délai inférieur à 4 semaines avant le démarrage de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à :
 - o 30% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée inférieure à 6 semaines
 - o 60% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée supérieure ou égale à 6 semaines.
- en cours d'exécution de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à 80% du montant restant dû de l'opération, quelle que soit la durée du parrainage.

Les indemnités s'appliquent dès confirmation écrite par l'annonceur ou son mandataire du dispositif. La durée du parrainage s'entend entre la diffusion de la première bande-annonce parrainée et celle du dernier générique de parrainage des émissions, et ce y compris quand la durée de l'opération de parrainage s'étend sur plusieurs périodes distinctes.

8. CAS DE FORCE MAJEURE (I)

Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure (I), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'événement à M6 Publicité par écrit au plus tard dans les 5 jours de sa survenance, en justifiant son caractère et une estimation de sa durée.

Si la force majeure est avérée, l'opération de parrainage concernée sera alors suspendue dans les 2 jours suivant la réception de la notification par M6 Publicité et jusqu'à la fin de l'événement. Dès que celui-ci aura pris fin, le montant total de l'opération de parrainage annulé devra être réinvesti par l'annonceur dans un délai à définir d'un commun accord avec M6 Publicité.

(I) *Force majeure désigne tout événement imprévisible, irrésistible et extérieur à l'annonceur et plus généralement tout événement remplissant les critères fixés par le Code Civil et la jurisprudence des Cours françaises.*

9. CONCURRENCE

9.1. L'achat d'une opération de parrainage est indépendant de l'achat d'espace classique et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents :

- dans les écrans publicitaires situés avant, pendant et après les émissions parrainées ou avant ou après les bandes-annonces faisant la promotion des émissions parrainées,
- sur les bandes-annonces et génériques d'une autre émission située avant, pendant ou après les émissions ou les bandes-annonces de l'émission parrainée.

L'annonceur ou son mandataire ayant contracté une opération de parrainage ne dispose d'aucun droit de regard sur le contenu des écrans publicitaires.

ESPACE PARRAINAGE

9.2. Sauf obligations contractuelles auxquelles l'éditeur est lié, l'annonceur ou son mandataire ne peut exercer un droit quelconque à l'égard des éventuelles exploitations secondaires ou commerciales de tout ou partie dudit programme. Il ne peut donc pas s'opposer à ces éventuelles exploitations secondaires. De même, il ne peut prétendre à quelque intéressement que ce soit pour celles-ci.

Toutefois et dans le cas où les exploitations secondaires ou commerciales de tout ou partie du programme (décor, concept, générique, titre de l'émission, animateur, etc.) sont disponibles et que l'éditeur est autorisé à confier à M6 Publicité et/ou à toute société qu'elle s'adjoindrait ou se substituerait l'exploitation de ces éléments dans le cadre d'opérations promotionnelles et/ou de merchandising (ci-après « la licence »), M6 Publicité et/ou toute société qu'elle s'adjoindrait ou se substituerait et/ou l'éditeur se réservent le droit de proposer cette licence au parrain et/ou à tout annonceur de leur choix.

L'annonceur ayant acheté cette licence ne pourra en aucun cas s'opposer à une opération de parrainage d'un annonceur concurrent sur ce programme et/ou sur une déclinaison de ce programme. Au même titre, l'annonceur ayant acheté l'opération de parrainage d'un programme et/ou d'une déclinaison de ce programme ne pourra en aucun cas s'opposer à une opération de licence d'un annonceur concurrent en lien avec ledit programme.

10. MODIFICATIONS DE PROGRAMMATION

Sous réserve de modification de la programmation, M6 Publicité respectera la date et les tranches horaires de diffusion de l'opération de parrainage.

En cas de modification de la programmation liée notamment à un événement exceptionnel, M6 Publicité proposera comme alternative une nouvelle opération de parrainage équivalente à l'annonceur concerné.

En cas de modification de la tranche horaire ayant une incidence sur la cible ou sur l'audience, M6 Publicité proposera, si nécessaire, un principe de compensation. En cas d'annulation de l'émission, pour quelque raison que ce soit, M6 Publicité facturera l'annonceur ou son mandataire au prorata des seules émissions diffusées, sans qu'aucune indemnité ne puisse être réclamée de ce fait par l'annonceur ou son mandataire.

11. SUPPORTS PRESSE, RADIO OU INTERNET

M6 Publicité se réserve le droit pour la promotion des émissions de l'éditeur d'établir un accord avec des supports presse, radio ou internet, aux termes desquels ces supports seront présents ou cités dans l'émission. Le parrain ou son mandataire en sera informé mais ne pourra s'y opposer.

ESPACE PARRAINAGE

12. RESPONSABILITÉ DE L'ÉDITEUR

La responsabilité technique, artistique et éditoriale du programme étant sous la pleine et entière maîtrise de la Direction des Programmes de l'éditeur, l'annonceur ou son mandataire ne peut prétendre en aucun cas exercer un droit quelconque à cet égard. L'éditeur peut être amené à diffuser des bandes-annonces non parrainées sans que l'annonceur ou son mandataire ne puisse s'y opposer.

Compte tenu de l'obligation de l'éditeur relative à la dynamique sonore telle qu'explicitée ci-après, celui-ci pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) générique(s) de parrainage du parrain. Ainsi, pour améliorer le confort d'écoute du téléspectateur et pour répondre d'une part aux exigences légales et réglementaires et d'autre part à la délibération n°2011-29 du CSA du 19 juillet 2011, obligeant les chaînes à diffuser le son de chaque élément de programmes sur son antenne à une intensité sonore moyenne de -23 LUFS, les éléments doivent être livrés en conformité avec la version 3.0 de la recommandation PAD éditeurs RT017 téléchargeable sur :

<http://www.groupem6.fr/recommandationPADenvigueur.pdf>

Si l'élément livré ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Publicité procédera à sa mise en conformité sans que l'annonceur puisse s'y opposer.

13. PRODUCTION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE ET DE JEUX

M6 Publicité confie la conception et la réalisation des génériques de parrainage et modules-jeux à M6 Créations. Le story-board des génériques de parrainage et des émissions de jeux ainsi que le devis des frais techniques liés à la diffusion de l'opération de parrainage et/ou liés à la gestion du jeu sont soumis à l'annonceur ou à son mandataire par M6 Publicité pour accord. Un bon de commande sera établi entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Créations.

14. DIFFUSION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

14.1. L'annonceur ou son mandataire est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires pour la diffusion sur la chaîne, par tout réseau de communication électronique, des génériques de parrainage et autres éléments qu'il fournit. Il tient à cet égard tant M6 Publicité que l'éditeur quittes et indemnes de tout recours ou action de tout tiers qui estimerait avoir des droits quelconques à faire valoir sur tout ou partie des génériques de parrainage et autres éléments fournis par l'annonceur ou son mandataire, ainsi que des frais y compris contentieux pouvant en résulter (et notamment honoraires d'avocat). Il communiquera à M6 Publicité un relevé des œuvres susceptibles de donner lieu à déclaration aux sociétés d'auteurs.

M6 Publicité se réserve le droit de refuser la diffusion de tout générique de parrainage ou de l'interrompre :

ESPACE PARRAINAGE

- s'il lui apparaît non-conforme aux obligations contractuelles de l'éditeur avec les ayant-droits du programme parrainé, aux lois, règlements et usages régissant le parrainage télévisé et la communication audiovisuelle ainsi qu'aux intérêts de la chaîne ou de ses filiales. Tout générique de parrainage doit être soumis à l'accord de M6 Publicité avant diffusion.
- si le CSA ou toute autre autorité administrative ou judiciaire juge a posteriori un générique de parrainage non conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du générique à l'antenne. L'annonceur parrain ou le mandataire accepte que M6 Publicité substitue ce générique de parrainage par une nouvelle version.

14.2. M6 Publicité rendra compte à l'annonceur des opérations de parrainage diffusées par l'envoi chaque fin de mois de la facture correspondante, et ce selon les modalités fixées à l'article 17.

15. MESURES D'AUDIENCE

Les opérations de parrainage programmées sur les chaînes thématiques ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après l'estimation initiale des performances des dispositifs commercialisés (fichiers Médiaplanning bimestriels ou fichiers Médiaplanning Médiamat™Thématic).

Fichiers Médiaplanning bimestriels : Paris Première

Fichier servant de base à la tarification	Date d'application des tarifs
Septembre-octobre 2013 - TNT 13 5B	du 01/01/14 au 28/02/2014
Novembre-décembre 2013 - TNT 13 6B	du 01/03/14 au 30/04/2014
Janvier-février 2014 - TNT 14 1B	du 01/05/14 au 30/06/2014
Mars-avril 2014 - TNT 14 2B	du 01/07/14 au 31/08/2014
Mai-juin 2014 - TNT 14 3B	du 01/09/14 au 31/12/2014

Fichiers Médiaplanning Médiamat Thématic : Téva, serieclub, M6 Music, M6 Music Black, M6 Music Club

Fichier servant de base à la tarification	Date d'application des tarifs
Janvier - Juin 2013 - V25	du 01/09/13 au 30/04/2014
Septembre 2013 - Février 2014 - V26	du 01/05/14 au 31/08/2014
Janvier - Juin 2014 - V27	du 01/09/14 au 30/04/2015

ESPACE PARRAINAGE

16. DOTATIONS

L'annonceur et son mandataire sont solidairement responsables de la bonne exécution des obligations souscrites en matière de dotations. Les dotations offertes aux téléspectateurs doivent être choisies d'un commun accord entre l'annonceur (ou son mandataire) et l'éditeur tant en ce qui concerne leur nature que leur quantité. En cas d'inexécution par l'annonceur ou son mandataire des obligations souscrites dans un délai de 30 jours suivant la fin de l'opération de parrainage, M6 Publicité se réserve le droit d'agir pour le compte de l'annonceur ou de son mandataire et de s'acquitter des dites obligations envers le (ou les) gagnant(s). L'intégralité des frais engagés par M6 Publicité est à la charge de l'annonceur défaillant.

17. FACTURATION

17.1. M6 Publicité se conforme pour la facturation aux instructions données par l'annonceur ou sur l'attestation de mandat dans le cadre de l'intervention d'une société tierce habilitée. En tout état de cause, la facture est adressée à l'annonceur conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993. Par ailleurs, la facture fait état de la date de diffusion des éléments de l'opération de parrainage.

17.2. Les prix sont indiqués hors taxes : les impôts et taxes afférents au contrat de parrainage au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur.

17.3. La facturation des opérations de parrainage est établie mensuellement y compris pour les opérations se poursuivant au-delà de la date de facturation.

17.4. La remise mandataire telle que prévue au barème des remises (art.C2.2) est rendue sur facture lorsque le contrat de parrainage est revenu signé chez M6 Publicité.

17.5. Les opérations de parrainage diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. A défaut, les pénalités et sanctions prévues à l'article 18 s'appliquent de plein droit.

M6 Publicité se réserve le droit de demander le règlement d'avance à 35 jours avant la première diffusion ou une caution bancaire. M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.

18. PAIEMENT

18.1. Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire. L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement du prix dû au titre de l'opération de parrainage et ainsi que des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de M6 Publicité.

ESPACE PARRAINAGE

18.2. Pour tout règlement effectué au-delà du délai de 30 jours date de facture le 10 du mois, M6 Publicité facturera de plein droit sans mise en demeure préalable :

- des intérêts de retard calculés à raison d'un taux de 10 % (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois fois le taux d'intérêt légal). Ce taux s'applique sur le montant total de l'encours excédant le délai de 30 jours date de facture le 10 du mois.
- une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant égal à quarante (40) euros. Si les frais de recouvrement engagés par M6 Publicité sont supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, M6 Publicité demandera, sur justification, une indemnisation complémentaire à l'annonceur concerné.

18.3. En cas de non-respect des modalités de paiement des factures émises par M6 Publicité à l'annonceur, M6 Publicité se réserve le droit de refuser à l'annonceur le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et de suspendre l'attribution de toutes les remises accordées sur facture, de résilier l'opération de parrainage en cours, sans préavis ni indemnités ; l'annonceur devra régler sur la base de factures les montants dus pour les génériques de parrainage diffusés jusqu'à la date effective de résiliation du contrat de parrainage en cours, et ce sur la base des factures émises par M6 Publicité.

19. COMMUNICATION

L'annonceur ou son mandataire autorise M6 Publicité à utiliser, dans sa communication publicitaire, tous les éléments d'une opération de parrainage, tels que le nom, la marque ou le logo de l'annonceur. De même, l'annonceur ou son mandataire peut communiquer sur l'opération de parrainage à la condition expresse que cette communication soit préalablement validée par M6 Publicité et par la Direction des Programmes de l'éditeur.

20. CONFIDENTIALITÉ

L'annonceur ou son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Publicité s'engagent à observer toute réserve et toute confidentialité sur toutes les informations écrites ou orales échangées ainsi que sur les dispositions figurant dans les documents contractuels.

21. COMPÉTENCE

Toute contestation portant sur l'application ou l'interprétation des présentes Conditions de vente est régie par le droit français et relève de la compétence exclusive des tribunaux compétents de Paris.

Les présentes Conditions de Vente sont applicables à partir du 1er janvier 2014 et sont modifiables en cours d'année, en particulier en fonction de l'évolution de la législation. Ces modifications seront publiées sur le site internet : www.m6pub.fr.

B3 CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

PLACEMENT DE PRODUIT

Conformément à la réglementation applicable à la date de la publication des présentes, le placement de produit, sous réserve de conformité avec la délibération CSA n°2010/4 du 16/02/2010 est ouvert en télévision aux fictions audiovisuelles et aux clips musicaux. Toute nouvelle délibération applicable aux éditeurs ouvrant le placement de produit à d'autres types de programmes fera l'objet d'une communication par M6 Publicité et/ou d'un avenant aux présentes Conditions Générales de Vente.

Dans ce cadre, M6 Publicité, en qualité de régie de chaque éditeur, s'est vue confier à titre exclusif la commercialisation du placement de produit. M6 Publicité communiquera à chaque éditeur concerné toute demande de placement de produit pour les programmes autorisés par ladite réglementation.

En cas de retour positif de la part de l'éditeur, le placement de produit sera formalisé par un document contractuel.

Toute demande de placement de produit effectuée par un mandataire devra obligatoirement être accompagnée de l'attestation de mandat correspondante signée par l'annonceur.

Elle doit être adressée :

✉ par écrit à :

M6 Publicité, Service Administration des Ventes,
107, avenue Charles de Gaulle, 92200 Neuilly-sur-Seine
ou

@ par mail au format pdf à l'adresse : adv@m6.fr.





C REMISES COMMERCIALES

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C1.1. CHAMP D'APPLICATION

Les remises suivantes s'appliquent à tout achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes en régie chez M6 Publicité, à l'exception des commercialisations spécifiques et de l'achat au coût GRP net garanti.

- Pour bénéficier des remises : l'annonceur doit assurer le paiement intégral des factures de M6 Publicité à leurs dates d'échéance.
- L'annonceur et son mandataire doivent respecter les Conditions Générales de Vente de M6 Publicité.

C.1.2. PRINCIPE D'APPLICATION IMMÉDIATE DES REMISES

L'annonceur peut bénéficier de l'application immédiate de certaines remises s'il prend par écrit un engagement ferme et définitif à l'égard de M6 Publicité.

Voir le détail au sein des conditions prévues pour chaque remise (pages suivantes).

Le solde des différentes remises est versé à la clôture de l'exercice, soit au plus tard fin mars 2015.

Sur M6, le montant total des remises immédiates liées à l'engagement annuel de l'annonceur ne peut pas dépasser 90% du plafond des 5 premières remises (remise volume, remise bonne année, remise de développement annuel, remise de fidélité et remise bonus progression groupe M6) soit 25,2%.

La même disposition s'applique pour Puissance TNT (W9/6ter) (à l'exception de la remise de fidélité).

Un annonceur ne respectant pas un engagement doit, dans un délai de 30 jours date de facture, rembourser à M6 Publicité la totalité de l'avantage dont il a bénéficié, majoré d'un intérêt égal à 10% (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois fois le taux d'intérêt légal).

S'il apparaît manifeste qu'un annonceur ne pourra tenir son engagement ou s'il ne respecte pas les Conditions Générales de Vente, notamment le paiement intégral des factures aux dates d'échéance, M6 Publicité se réserve le droit d'interrompre en cours d'année l'application des remises accordées en cours d'exercice.

Les montants bruts avant barème (BAB) pris en compte pour le calcul des taux de remise appliqués aux achats d'espace classique au spot à spot incluent la totalité des montants bruts avant barème investis en 2014 (achats au spot à spot et au coût GRP net garanti).

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C1.3. REMISES APPLICABLES SUR M6

C.1.3.1. La remise volume

Condition d'attribution : montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité supérieur ou égal à 100 K€ HT.

Principe : Elle s'applique sur le montant BAB d'achat d'espace classique investi sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité au 1er janvier 2014, facturé par M6 Publicité à un annonceur au cours de la totalité de l'année 2014.

On entend par « chaînes thématiques » les chaînes en régie chez M6 Publicité, diffusées sur la Télévision Numérique Terrestre Payante, sur le câble, le satellite et/ou sur l'ADSL, soit : Paris Première, Téva, serieclub, M6 Music, M6 Music Black, M6 Music Club et Girondins TV. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer.

Barèmes : Trois barèmes s'appliquent selon la famille de l'annonceur. Si un nouveau code est créé ou si la qualification d'un code devait être modifiée dans le courant de l'année 2014, la famille d'appartenance pour la remise volume figurera dans la nomenclature TV des produits, mise à jour sur le site www.m6pub.fr.



REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

✓ LA FAMILLE 1 EST COMPOSÉE DE

- des familles Boissons (01), Alimentation (02), Hygiène-Beauté (10), Édition (16), Distribution-VAD (17), Information-Média (33) et Télécommunications (49)
- des classes Équipements sportifs (04 08), Jeux et manifestations (32 02) et Matériel de sport (32 03)
- des secteurs Restauration (12 01 07) et Ordinateurs pour enfants, consoles et logiciels de jeux (32 01 01)
- de la variété Radios et audios portables (30 01 01 02)

[en rose dans la nomenclature des produits TV] 

BARÈME FAMILLE 1 :

Montant BAB de l'achat d'espace 2014* / Taux de remise

* Montants investis sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité au spot à spot, montants investis sur M6 au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

De (K€)	A (K€)	Taux
100	200	1%
200	300	2%
300	400	3%
400	500	4%
500	700	5%
700	900	6%
900	1100	7%
1100	1400	8%
1400	1700	9%
1700	2000	10%
2000	2500	10,5%
2500	3000	11%
3000	4000	11,5%
4000	5000	12%
5000	6000	12,5%
6000	7500	13%
7500	10 000	13,5%
10 000	20 000	14%
20 000	30 000	14,5%
30 000		15%

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

✓ LA FAMILLE 2 EST COMPOSÉE DE

- des familles Appareils ménagers (07), Entretien (09) Automobile-Transport (11), Voyage-Tourisme (12, sauf secteur 12 01 07), Énergie (13), Enseignement-Formation (15), Établissements financiers-Assurance (18), Services (20), Audiovisuel Photo-Cinéma (30, sauf variété 30 01 01 02) et Informatique (50).

[en bleu dans la nomenclature des produits TV]

BARÈME FAMILLE 2 :

Montant BAB de l'achat d'espace 2014* / Taux de remise

* Montants investis sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité au spot à spot, montants investis sur M6 au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

De (K€)	A (K€)	Taux
100	200	2%
200	300	3%
300	400	4%
400	500	5%
500	600	6%
600	700	7%
700	800	8%
800	900	9%
900	1000	10%
1000	1200	11%
1200	1400	12%
1400	1600	12,5%
1600	2000	13%
2000	3000	13,5%
3000	6000	14%
6000	12 000	14,5%
12 000		15%

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

✓ LA FAMILLE 3 EST COMPOSÉE DE

- des familles Habillement-Accessoires textile (04, sauf classe 04 08), Ameublement-décoration (08), Jardinage-Bricolage-Agriculture (19), Immobilier (21), Publicité financière (22), Corporate (23), Pharmacie-Médecine (26), Culture et loisirs (32, sauf classes 32 02 et 32 03 et secteur 32 01 01), BTP (55) et Industrie (70).

[en vert dans la nomenclature des produits TV] 

BARÈME FAMILLE 3 :

Montant BAB de l'achat d'espace 2014* / Taux de remise

* Montants investis sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité au spot à spot, montants investis sur M6 au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

NB : pour un annonceur dont les montants d'achat d'espace publicitaire sont répartis sur plusieurs familles, le barème retenu est celui de la famille sur laquelle l'annonceur a réalisé la plus grande part de ses investissements sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité en 2014.

De (K€)	A (K€)	Taux
100	200	5%
200	300	6%
300	400	7%
400	500	8%
500	600	9%
600	700	10%
700	800	11%
800	1000	12%
1000	1200	12,5%
1200	1500	13%
1500	2000	13,5%
2000	3000	14%
3000	4000	14,5%
4000		15%

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

Application : la remise volume s'applique au premier euro facturé. Elle est déduite sur facture lors des passages des différents paliers. Le retour au premier euro fait l'objet d'un avoir de régularisation et ne peut donner lieu à un versement en numéraire.

Pour une application immédiate de la remise volume, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur un montant BAB d'achat d'espace publicitaire au cours de la totalité de l'année 2014.

Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% du taux de remise volume correspondant à cet engagement.

C.1.3.2. La remise bonne année

Conditions d'attribution :

- montant BAB d'achat d'espace classique sur M6 en progression d'au moins 10% sur l'une des 2 périodes définies par M6 Publicité.
- montant BAB sur la période en 2014 supérieur ou égal à 100 K€ HT.

Principe :

On compare :

- le montant BAB de janvier 2014 avec le montant BAB de janvier 2013 M6
- le montant BAB de février 2014 avec le montant BAB de février 2013

Période	Minimum	Progression	Taux
Janvier	100	10,0%	2,5%
Février	100	10,0%	2,5%

* Montants investis sur M6 au spot à spot et au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.



REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

Application : Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel sur M6. Elle est versée à la fin du mois suivant la période de référence de la remise pour les montants d'achat d'espace facturés à cette date. Elle est ensuite déduite sur le montant d'achat d'espace facturé chaque mois.

Le retour au premier euro fait l'objet d'un avoir de régularisation et ne peut donner lieu à un versement en numéraire. Pour une application immédiate de la remise de saisonnalité, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à M6 sur une ou sur les deux périodes d'application de cette remise. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% de la remise bonne année.

C.1.3.3. La remise de développement annuel

Condition d'attribution : montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 en progression d'au moins 2% par rapport au montant BAB annuel 2013 sur M6.

Principe : elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2014 par rapport au montant BAB de l'année 2013.

Barème :

Progression du montant BAB entre 2013 et 2014*	Taux
De 2% à 4%	1%
De 4% à 6%	2%
De 6% à 10%	3%
De 10% à 20%	4%
De 20% à 30%	8%
Plus de 30% et nouvel annonceur	12%

* Montants investis sur M6 au spot à spot et au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

Application : Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel.

Elle est versée à la clôture de l'exercice. Pour une application immédiate de la remise de développement annuel, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à M6 sur l'année. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% de la remise de développement annuel.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C.1.3.4. La remise de fidélité

Conditions d'attribution :

- Part de marché brute M6 en 2013 (source KANTAR, base chaînes historiques) supérieure ou égale à 30%,
- Montant net fin d'ordre investi en 2014 sur M6 égal ou supérieur au montant net fin d'ordre investi en 2013 sur M6.

Barème :

Taux de remise de **3%**

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel.

Elle est versée à la clôture de l'exercice. Pour une application immédiate de la remise de fidélité, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à M6 sur l'année. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% de la remise de développement annuel.

C.1.3.5. La remise bonus progression groupe M6

Conditions d'attribution :

- Montant BAB annuel 2014 d'achat en progression vs 2013 sur quatre des cinq segments publicitaires commercialisés par M6 Publicité.
- Les segments publicitaires sont les suivants :
 - o M6
 - o Puissance TNT (W9/6ter) vs W9 + 6ter en 2013
 - o Chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité
 - o Sites en régie chez M6 Publicité Digital
 - o Opérations de parrainage et/ou spéciales
- M6 doit obligatoirement faire partie des quatre segments en progression.
- Condition supplémentaire : le montant net annuel 2014 d'investissements publicitaires sur chacun des quatre segments en progression doit être supérieur ou égal à 30 K€.

Principe :

Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2014 par rapport au montant BAB de l'année 2013 sur quatre des cinq segments publicitaires commercialisés par M6 Publicité.

Barème :

Taux de remise = **3%**

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel sur M6, Puissance TNT et les chaînes thématiques. Elle est versée à la clôture de l'exercice. Pour une application immédiate de la remise bonus progression groupe M6, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression en 2014 du volume d'achat sur quatre des cinq segments, dont M6, définis ci-dessus.

 CUMUL DES REMISES**Plafonnement :**

Les cinq remises précédentes – remise volume, remise bonne année, remise de développement annuel, remise de fidélité et remise bonus progression groupe M6 – s'appliquent en cumul.

Les remises sont plafonnées à 28%.

Exemple :

- Taux de remise volume : 14%
- Taux de remise de bonne année : 2,5% en janvier, 2,5% en février,
- Taux de remise de développement annuel : 8%
- Taux de remise de fidélité : 3%
- Taux cumulé : 14% + 2,5% + 2,5% + 8% + 3%, soit 30%, ramené à 28% après application du plafonnement.

C.1.3.6. La remise référentielle**Condition d'attribution :**

Montant BAB 2014 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 > 0.

Principe :

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur M6.

Barème :

La remise référentielle est fixée à **15%**.

Application :

Elle s'applique sur le montant d'achat d'espace facturé mensuellement, après déduction de la remise volume, de la remise bonne année et des éventuelles remises liées à l'engagement de l'annonceur.

Elle s'applique également à la clôture de l'exercice sur le montant dû par M6 Publicité au titre de toutes les remises différées.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C.1.3.7. La remise mandataire

Condition d'attribution :

1- Comme les précédentes remises définies ci-dessus, cette remise est attribuée à l'annonceur.

2- L'annonceur doit faire appel à un mandataire qui réalise un montant BAB HT d'achat d'espace publicitaire sur M6 supérieur à 1 million d'euros en 2014 et qui assure pour le compte de l'annonceur la gestion, le suivi et le contrôle des ordres de publicité et des factures ainsi que leur paiement à date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

Principe :

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur M6.

Barème :

La remise mandataire est fixée à **2%**.

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur M6, toutes remises déduites, sur l'année 2014. Elle est versée à l'annonceur à la clôture de l'exercice après vérification des critères d'attribution décrits ci-dessus. En cas d'intervention de plusieurs mandataires pour un même annonceur, la remise est attribuée en fonction du montant de l'achat d'espace publicitaire effectué par chacun des mandataires.

C.1.4. REMISES APPLICABLES À PUISSANCE TNT

C.1.4.1. La remise volume

Condition d'attribution :

Montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace publicitaire classique dans le cadre de Puissance TNT supérieur ou égal à 50 K€ HT.

Principe :

Elle s'applique selon le montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace classique dans le cadre de Puissance TNT.

Barème :

[Montant BAB de l'achat d'espace 2014* / Taux de remise]

De (K€)	A (K€)	Taux	De (K€)	A (K€)	Taux
50	100	2%	1300	1800	9%
100	200	3%	1800	2500	10%
200	300	4%	2500	3500	11%
300	500	5%	3500	5000	12%
500	700	6%	5000	8000	13%
700	1000	7%	8000	14 000	14%
1000	1300	8%	14 000		15%

* Montants investis dans le cadre de Puissance TNT au spot à spot et au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

Application :

Elle s'applique au premier euro facturé. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers. Le retour au premier euro fait l'objet d'un avoir de régularisation et ne peut donner lieu à un versement en numéraire. Pour une application immédiate de la remise volume, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur un montant BAB d'achat d'espace publicitaire au cours de la totalité de l'année 2014 concernant Puissance TNT. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% du taux de remise volume correspondant à cet engagement.

Période	Montant BAB minimum sur la période*	Progression du montant BAB entre 2013 et 2014*	Taux
Janvier	40	40%	3%
Février	40	40%	3%

* Montants investis dans le cadre de Puissance TNT au spot à spot et au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

C1.4.2. LA REMISE BONNE ANNEE

Conditions d'attribution :

- Montant BAB d'achat d'espace classique Puissance TNT en progression d'au moins 40% sur l'une des 2 périodes définies par M6 Publicité.
- Montant BAB Puissance TNT sur la période en 2014 supérieur ou égal à 40 K€.

Principe :

On compare :

- le montant BAB de janvier 2014 Puissance TNT avec le montant BAB de janvier 2013 cumulé sur W9 et 6ter,
- le montant BAB de février 2014 avec le montant BAB de février 2013 sur W9 et 6ter.

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel dans le cadre de Puissance TNT.

Elle est versée à la fin du mois suivant la période de référence de la remise pour les montants d'achat d'espace facturés à cette date. Elle est ensuite déduite sur le montant d'achat d'espace facturé chaque mois. Le retour au premier euro fait l'objet d'un avoir de régularisation et ne peut donner lieu à un versement en numéraire.

Pour une application immédiate de la remise bonne année, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à Puissance TNT sur une ou sur les deux périodes d'application de cette remise. Il bénéficie alors sur la facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% de la remise bonne année sur chacune de ces périodes.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C1.4.3. LA REMISE DE DÉVELOPPEMENT ANNUEL

Condition d'attribution :

Montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace publicitaire classique dans le cadre de Puissance TNT en progression d'au moins 10% par rapport au montant BAB annuel 2013 investi sur W9 et 6ter.

Principe :

Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2014 dans le cadre de Puissance TNT par rapport au montant BAB de l'année 2013 consolidé sur W9 et 6ter.

Progression du montant BAB entre 2013 et 2014*	Taux
De 10% à 15%	1%
De 15% à 20%	2%
De 20% à 30%	3%
De 30% à 40%	5%
De 40% à 50%	10%
Plus de 50% et nouvel annonceur	14%

* Montants investis dans le cadre de Puissance TNT au spot à spot et au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel.

Elle est versée à la clôture de l'exercice.

Pour une application immédiate de la remise de développement annuel, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à Puissance TNT sur l'année. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2014 de 90% de la remise de développement annuel.

C1.4.4. LA REMISE BONUS PROGRESSION GROUPE M6

Condition d'attribution :

- Montant BAB annuel 2014 d'achat en progression vs 2013 sur quatre des cinq segments publicitaires commercialisés par M6 Publicité.
- Les segments publicitaires sont les suivants :
 - o M6
 - o Puissance TNT (W9/6ter) vs W9 + 6ter en 2013
 - o Chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité
 - o Sites en régie chez M6 Publicité Digital
 - o Opérations de parrainage et/ou spéciales
- M6 doit obligatoirement faire partie des quatre segments en progression.
- Condition supplémentaire : le montant net annuel 2014 d'investissements publicitaires sur chacun des quatre segments en progression doit être supérieur ou égal à 30 K€.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

Principe :

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire. Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2014 par rapport au montant BAB de l'année 2013 sur quatre des cinq segments publicitaires commercialisés par M6 Publicité.

Barème :

Taux de remise = **3%**

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel sur M6, Puissance TNT, et les chaînes thématiques.

Elle est versée à la clôture de l'exercice. Pour une application immédiate de la remise bonus progression groupe M6, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression en 2014 du volume d'achat sur quatre des cinq segments, dont M6, définis ci-dessus.

CUMUL DES REMISES

Principe :

Les quatre remises précédentes – remise volume, remise bonne année, remise de développement annuel et remise bonus progression groupe M6 – s'appliquent en cumul. Ce cumul est plafonné à 28%.

Exemple :

Taux de remise volume : 14%

Taux de remise de bonne année : 3% en janvier, 3% en février,

Taux de remise de développement annuel : 10%

Taux cumulé : 14% + 3% + 3% + 10% soit 30%, ramené à 28% après application du plafonnement.

C1.4.5. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Condition d'attribution :

- Montant BAB 2014 d'achat d'espace publicitaire classique dans le cadre de Puissance TNT > 0.

Principe :

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique dans le cadre de Puissance TNT.

Barème :

La remise référentielle est fixée à 15%.

Application :

Elle s'applique au montant brut d'achat d'espace facturé mensuellement, après déduction de la remise volume et de la remise bonne année et des éventuelles remises immédiates liées à l'engagement de l'annonceur.

Elle s'applique également à la clôture de l'exercice sur le montant dû par M6 Publicité au titre de toutes les remises différées.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C1.4.6. LA REMISE MANDATAIRE

Conditions d'attribution :

- 1- Comme les précédentes remises définies ci-dessus, cette remise est attribuée à l'annonceur :
- 2- L'annonceur doit faire appel à un mandataire qui réalise un montant BAB HT d'achat d'espace publicitaire sur Puissance TNT supérieur à 200 K€ en 2014 et qui assure pour le compte de l'annonceur la gestion, le suivi et le contrôle des ordres de publicité et des factures ainsi que leur paiement à date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

Principe :

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur Puissance TNT.

Barème :

La remise mandataire est fixée à 2%.

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur Puissance TNT, toutes remises déduites, sur l'année 2014.

Elle est versée à l'annonceur à la clôture de l'exercice après vérification.

En cas d'intervention de plusieurs mandataires pour un même annonceur, la remise est attribuée à l'annonceur en fonction du montant de l'achat d'espace publicitaire effectué par chacun des mandataires pour le compte de ce même annonceur.

C1.5. REMISES APPLICABLES SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES

C1.5.1. LA REMISE VOLUME

Condition d'attribution :

Montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité supérieur ou égal à 50 K€.

Principe :

Elle s'applique selon le montant BAB annuel 2014 d'achat d'espace classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité.

Barème :

[Montant BAB de l'achat d'espace 2014* / Taux de remise]

De (K€)	A (K€)	Taux
50	500	10%
500	1000	15%
1000	2000	20%
2000		30%

Application :

Elle s'applique au premier euro facturé. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers.

Le retour au premier euro fait l'objet d'un avoir de régularisation et ne peut donner lieu à un versement en numéraire.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C1.5.2. LA REMISE BONUS PROGRESSION GROUPE M6

Condition d'attribution

- Montant BAB annuel 2014 d'achat en progression vs 2013 sur quatre des cinq segments publicitaires commercialisés par M6 Publicité
- Les segments publicitaires sont les suivants :
 - o M6
 - o Puissance TNT vs W9 + 6ter en 2013
 - o Chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité
 - o Sites en régie chez M6 Publicité Digital
 - o Opérations de parrainage et/ou spéciales
- M6 doit obligatoirement faire partie des quatre segments en progression.
- Condition supplémentaire : le montant net annuel 2014 d'investissements publicitaires sur chacun des quatre segments en progression doit être supérieur ou égal à 30 K€.

Principe :

Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2014 par rapport au montant BAB de l'année 2013 sur quatre des cinq segments publicitaires commercialisés par M6 Publicité.

Barème :

Taux de remise = **3%**

Application

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel sur M6, Puissance TNT et les chaînes thématiques.

Elle est versée à la clôture de l'exercice. Pour une application immédiate de la remise bonus progression groupe M6, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression en 2014 du volume d'achat sur quatre des cinq segments, dont M6, définis ci-dessus.

C1.5.3. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Condition d'attribution :

Montant BAB 2014 d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité > 0.

Principe :

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité.

Barème :

La remise référentielle est fixée à **15%**.

Application :

Elle s'applique au montant brut d'achat d'espace facturé mensuellement, après déduction de la remise volume.

REMISES COMMERCIALES ESPACE CLASSIQUE

C1.5.4. LA REMISE MANDATAIRE

Condition d'attribution :

1. Comme les précédentes remises définies ci-dessus, cette remise est attribuée à l'annonceur
2. L'annonceur doit faire appel à un mandataire qui réalise un montant BAB HT d'achat d'espace publicitaire sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité supérieur à 100 K€ en 2014 et qui assure pour le compte de l'annonceur la gestion, le suivi et le contrôle des ordres de publicité et des factures ainsi que leur paiement à date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

Principe :

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité.

Barème :

La remise mandataire est fixée à 2%.

Application :

Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur les chaînes thématiques en régie, toutes remises déduites, sur l'année 2014.

Elle est versée à l'annonceur en cours d'ordre après vérification des critères d'attribution décrits ci-dessus.

En cas d'intervention de plusieurs mandataires pour un même annonceur, la remise est attribuée à l'annonceur en fonction du montant de l'achat d'espace publicitaire effectué par chacun des mandataires pour le compte de ce même annonceur.



REMISES COMMERCIALES PARRAINAGE

Ce barème concerne tout annonceur contractant une opération de parrainage sur l'une des chaînes en régie chez M6 Publicité. Deux remises commerciales sont établies :

C2.1. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

- Elle est fixée à 15% du montant d'achat d'espace lié à l'opération de parrainage (hors frais techniques).
- Elle s'applique au montant brut d'achat d'espace facturé mensuellement.

C2.2. LA REMISE MANDATAIRE

Cette remise est attribuée à tout annonceur dont le mandataire assure, pour le compte de l'annonceur, la gestion, le suivi et le contrôle des opérations de parrainage et des frais techniques, la signature du contrat de parrainage ainsi que le paiement des factures à leur échéance.

- Sur M6, W9, 6ter et sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité. Le montant de la remise liée à l'intervention d'un mandataire est fixé à 2% du montant de l'achat d'espace lié à l'opération de parrainage facturé à l'annonceur, remise référentielle déduite.
- Elle est versée : sur facture mensuellement après vérification des critères d'attribution décrits ci-dessus et si le contrat de parrainage est revenu signé avant le début de l'opération de parrainage.
- Dans le cas contraire, si le contrat revient signé après le début de l'opération de parrainage, elle est rendue à la réception dudit contrat de parrainage signé.

Le bénéfice des remises figurant aux présents barèmes est subordonné au paiement intégral du prix des factures de M6 Publicité à leurs dates d'échéance et au respect des Conditions Générales de Vente par l'annonceur ou son mandataire.





D COMMERCIALISATIONS SPÉCIFIQUES

D1 CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

CAMPAGNES COLLECTIVES

D1.1. DÉFINITION

Une campagne est considérée comme collective lorsqu'elle a pour objectif de promouvoir des produits ou des services présentés de manière collégiale, sans mettre en avant une ou plusieurs marques des produits ou des services concernés. Pour obtenir le statut de campagne collective, les demandes doivent être adressées exclusivement par mail à l'adresse :

@adv@m6.fr

et être accompagnées d'un dossier justifiant le bien-fondé de la demande pour l'année en cours. Seule M6 Publicité est habilitée à qualifier une campagne de «collective».

Les campagnes ne bénéficiant pas de ce statut pour l'année 2014 sont soumises au tarif général et aux Conditions Générales de Vente.

D1.2. COMMERCIALISATION

Les campagnes ayant obtenu le statut de « collective » bénéficient d'un abattement sur le montant brut tarif, dont le taux varie selon la période d'investissement :

1 ^{er} janvier - 28 février 2014	25%
1 ^{er} mars - 6 juillet 2014	15%
7 juillet - 24 août 2014	25%
25 août - 31 décembre 2014	15%

Pour ces campagnes, seules la remise référentielle et la remise mandataire sont applicables.

Ces remises s'appliquent sur le montant BAB d'achat d'espace publicitaire après déduction de l'abattement de 15% ou 25%.

SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT

D2.1. DÉFINITION

Pour bénéficier du statut de campagne d'intérêt gouvernemental, les annonceurs doivent adresser par mail à l'adresse adv@m6.fr l'agrément donné par le Service d'Information du Gouvernement (SIG). Une campagne SIG doit impérativement avoir l'agrément du ministère de référence.

D2.2. COMMERCIALISATION

Seules les campagnes ayant reçu l'agrément SIG bénéficient d'un abattement sur le montant brut tarif de 30%.

Pour ces campagnes, seules la remise référentielle et la remise mandataire sont applicables.

Elles s'appliquent sur le montant brut avant barème après déduction de l'abattement de 30%.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ÉDITION AUDIO ET VIDÉO, ÉDITION IMPRIMÉE DE FASCICULES, FOURNISSEURS DE CONTENUS (TÉLÉPHONE ET SMS/MMS)

✓ SUR M6

Les campagnes relatives aux secteurs de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules, des fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS) font l'objet d'une commercialisation et d'un barème de remises spécifiques.

Elles peuvent être achetées dès l'ouverture du planning. Dans ce cas, le tarif appliqué est identique au tarif brut. Si l'espace publicitaire est acheté 8 jours ou moins avant diffusion, ces campagnes bénéficient d'un abattement de 30% sur le tarif brut.

La remise volume de la famille 1, la remise bonne année, la remise de développement annuel, la remise de fidélité, la remise bonus progression groupe M6, la remise référentielle, ainsi que la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

Une remise complémentaire, la remise « after hours » peut être attribuée.

Condition d'attribution de la remise after hours :

Consacrer plus de 6% du montant BAB d'achat d'espace publicitaire annuel 2014 pour l'ensemble des campagnes de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules, des fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS) aux écrans portant un intitulé compris entre 2400 à 2699.

Barème :

% du montant BAB de l'achat d'espace publicitaire consacré aux écrans 2400 - 2699*	Taux de remise
De 6 à 6,99%	1%
De 7 à 7,99%	2%
De 8 à 9,99%	3%
De 10 à 11,99%	4%
12% et +	5%

*Hors montants parrainage

Application :

Cette remise s'applique au premier euro sur la partie des investissements BAB sur l'année 2014 imputable aux campagnes relevant de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules, des fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS).

Elle est versée à la clôture de l'exercice.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ÉDITION AUDIO ET VIDÉO, ÉDITION IMPRIMÉE DE FASCICULES, FOURNISSEURS DE CONTENUS (TÉLÉPHONE ET SMS/MMS)

✓ SUR PUISSANCE TNT ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES

Les campagnes de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules, des fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS) bénéficient d'un abattement de 30% sur le tarif brut.

Sur Puissance TNT, la remise volume, la remise bonne année, la remise de développement annuel, la remise bonus progression groupe M6, la remise référentielle et la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

Sur les chaînes thématiques, la remise volume, la remise bonus progression groupe M6, la remise référentielle et la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.





E | CONDITIONS TARIFAIRES

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

TARIFS

E1.1. GRILLES DE TARIFS

Les grilles de tarifs des écrans publicitaires des différentes chaînes peuvent être consultées sur le site m6pub.fr aux dates prévues à l'article G. Elles sont ajustées chaque semaine en fonction de la programmation, 3 semaines avant la diffusion des programmes, et sont accessibles en permanence sur le site : m6pub.fr.

E1.2. INDICES FORMATS

Les tarifs publiés dans les grilles des écrans publicitaires sont exprimés en base 30 secondes. Pour connaître le tarif au format, il convient d'appliquer l'indice correspondant à la durée du spot.

Exemple : pour un écran au tarif brut (base 30 secondes) de 24 000€, le tarif du spot de 20 secondes sera : $24\,000 \times 0.81$, soit 19 440€.

Les conditions tarifaires suivantes s'appliquent à l'ensemble des chaînes en régie chez M6 Publicité.

Durée	Indice	Durée	Indice	Durée	Indice
3"	28	17"	73	31"	110
4"	32	18"	76	32"	115
5"	35	19"	79	33"	120
6"	38	20"	81	34"	125
7"	41	21"	84	35"	130
8"	44	22"	87	36"	134
9"	47	23"	89	37"	138
10"	50	24"	92	38"	142
11"	53	25"	95	39"	146
12"	57	26"	96	40"	150
13"	61	27"	97	45"	170
14"	64	28"	98	50"	190
15"	67	29"	99	55"	210
16"	70	30"	100	60"	230

Pour tout format intermédiaire supérieur à 40 secondes et pour tout format supérieur à 60 secondes, consulter M6 Publicité

E1.3. DIFFUSION SIMULTANÉE SUR PLUSIEURS CHÂÎNES (HORS PUISSANCE TNT)

Certains programmes peuvent être diffusés simultanément sur plusieurs chaînes commercialisées par M6 Publicité. Les écrans à l'intérieur de ces programmes ne peuvent pas être commercialisés séparément sur l'une ou l'autre des chaînes. Dans ce cas, les tarifs et Conditions Générales de Vente applicables à chacune des chaînes s'appliquent aux messages diffusés dans ces écrans.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

MODULATIONS TARIFAIRES

Les modulations ci-dessous s'appliquent sur le brut tarif au format.

E2.1. PODIUMS (EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS)

(VENTE AU SPOT A SPOT ET AU COUT GRP NET GARANTI)

Le placement d'un spot au début ou à la fin d'un écran publicitaire offre à l'annonceur une visibilité supplémentaire.

Cette visibilité est valorisée selon le barème suivant :

- **PODIUM OR** (première et dernière positions dans l'écran) : **+25%**
- **PODIUM ARGENT** (deuxième et avant-dernière positions dans l'écran) : **+20%**
- **PODIUM BRONZE** (troisième et antépénultième positions dans l'écran) : **+5%**

La réservation des Podiums, aux conditions précisées ci-dessus, est ouverte une fois l'espace publicitaire effectivement réservé (et non à la demande de réservation)

E2.2. CONSTRUCTION PERSONNALISÉE D'UN ÉCRAN / (EXCLUSIVEMENT POUR LA VENTE AU SPOT A SPOT ET HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

Dans le cas d'une réservation de plusieurs spots publicitaires par un même annonceur dans un même écran publicitaire, l'annonceur peut demander une construction personnalisée de cet écran, afin d'optimiser la mémorisation des messages.

Cette demande doit être adressée par e-mail :

- au chargé de planning chez M6 Publicité qui est seul habilité à traiter cette demande
- Et, pour information, au service de diffusion publicitaire de M6 Publicité, à l'adresse : diffusion-publicitaire@m6.fr

Si l'annonceur demande une construction personnalisée, chacun de ses messages ayant une durée inférieure ou égale au message le plus long fait l'objet d'une majoration de 15%.

Si aucun emplacement précis n'est acheté dans un écran, M6 Publicité construira l'écran à sa convenance.

Exemple :

2 spots publicitaires respectivement de 8 s. et de 15 s. ont été réservés dans un même écran publicitaire par l'annonceur. Celui-ci demande par écrit au chargé de planning de programmer dans l'écran concerné le 15 s. puis le 8 s. ; les 2 spots ne devant pas être accolés. Cette construction sera ensuite confirmée au service de diffusion publicitaire. Le spot de 8 secondes fera l'objet d'une majoration de 15%.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

MODULATIONS TARIFAIRES

E2.3. HABILLAGE ÉCRAN (EXCLUSIVEMENT POUR LA VENTE AU SPOT A SPOT ET HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

Le placement d'un spot au début ou à la fin d'un écran publicitaire offre à l'annonceur une visibilité supplémentaire. L'habillage écran est un spot publicitaire événementiel, placé dans l'écran immédiatement avant ou immédiatement après le jingle publicitaire, qui permet une association de la marque à l'image de la chaîne et garantit une forte visibilité du spot.

- L'habillage écran est soumis à l'accord préalable de M6 Publicité et de l'éditeur.
- L'habillage écran n'est pas un Podium tel que défini au E.2.1. L'habillage écran peut être diffusé aux côtés du spot publicitaire du même annonceur.
- La transition liant le jingle publicitaire de la chaîne au spot publicitaire de l'annonceur sera produite par M6 Créations.
- La demande doit être adressée par e-mail au service planning à l'adresse suivante :
 stephanie.malandra@m6.fr
- Il fait l'objet d'une majoration de **30%**.
- En cas d'annulation totale d'un habillage écran, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur.
- En cas d'annulation totale d'un habillage écran et du spot publicitaire classique correspondant, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur.

E2.4. MESSAGE MULTI-PRODUITS (VENTE AU SPOT A SPOT ET VENTE AU COÛT GRP NET GARANTI*)

E2.4.1 La promotion de plusieurs produits dans un même message est possible. Si cette présence rend nécessaire la réservation d'un ou de plusieurs codes variété supplémentaires, l'annonceur doit en informer le service planning de M6 Publicité au moment de la réservation de l'espace et doit réserver l'ensemble des codes variété concernés par le message.

Une majoration est alors appliquée selon le barème suivant :

	2 ^e code réservé	3 ^e code réservé	4 ^e code réservé et chaque code suivant
Plusieurs produits du même annonceur	15%	10%	5%
Plusieurs produits d'annonceurs différents (i) (ii)	20%	15%	10%

(i) Dans ce cas :

- la visualisation du (des) produit(s) supplémentaire(s) ne doit pas occuper la totalité de l'écran.
- la présence du (des) produit(s) supplémentaire(s) ne peut en aucun cas avoir une durée supérieure à cinq secondes.

(ii) hors réseau social et/ou site de partage de contenus audiovisuels et/ou application smartphone (cf article E.2.4.2.)

*Pour rappel, la vente au coût GRP NET garanti ne peut comporter que deux codes de réservation comme précisé au paragraphe B1.7.6.5.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

MODULATIONS TARIFAIRES

E2.4.2. La promotion d'un réseau social et/ou d'un site de partage de contenus audiovisuels et/ou d'une application smartphone ou tablette dans un message (spot publicitaire ou générique de parrainage) est possible, n'entraînant pas pour autant de réservation d'un code variété supplémentaire.

Dans tous les cas, une majoration de 10% sur le brut avant barème trouvera à s'appliquer pour toute présence (logo, audio....) de moins de cinq (5) secondes d'un réseau social, application smartphone* et tablette* ou site de partage vidéos.

**sauf pour le site propre de l'annonceur ou dans le cas où l'application Smartphone / Tablette est celle de l'annonceur ou la plateforme de téléchargement sur laquelle celle-ci est disponible (AppStore, PlayStore, Windows Marketplace...).*

Dans ce cas :

- la visualisation d'un réseau social et/ou d'un site de partage de contenus audiovisuels et/ou d'une application pour smartphone ou tablette ne doit pas occuper la totalité de l'écran.
- cette présence ne peut en aucun cas avoir une durée supérieure à cinq (5) secondes.
- chaque présence est majorée (majoration en cumul : si 3 présences = +30%)
- au-delà d'une visualisation supérieure à 5 secondes, la majoration appliquée sera celle du co-branding, soit +35%.

Exemples :

1/ Pour 3 codes réservés pour plusieurs produits du même annonceur, la majoration appliquée est de 15% + 10%, soit 25%.

2/ Pour un spot faisant référence à un 2ème annonceur relevant d'un code secteur différent + citation d'un réseau social, la 1ère majoration appliquée sera de 20%. La majoration de 10% pour présence de réseau social sera appliquée pour tous les spots diffusés.

E2.4.3. Une majoration additionnelle de 10% est appliquée si M6 Publicité est informée de la présentation ou citation d'un produit supplémentaire après la réservation au planning. Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

Exemples :

1/ Pour 2 codes réservés pour plusieurs produits d'annonceurs différents, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée est de 20% + 10%, soit 30%.

2/ Pour un spot faisant référence à un 2ème annonceur relevant d'un code secteur différent + citation d'un réseau social, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée sera de 20% + une majoration de 20% (10% pour présence de réseau social +10% pour non information lors de la réservation), soit +40% pour tous les spots diffusés.

Si un message comportant au moins trois codes variété différents lors de la réservation au planning fait l'objet d'annulation d'un ou plusieurs code(s) avant diffusion, le montant des majorations reste intégralement dû.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

MODULATIONS TARIFAIRES

E2.5. CO-BRANDING (ACHAT AU COUT GRP NET GARANTI ET VENDEUR SPOT A SPOT)

On appelle co-branding un message publicitaire partagé de manière équilibrée par deux marques. Le co-branding fait l'objet d'une valorisation de **35%**. Une majoration additionnelle de 10% est appliquée si M6 Publicité est informée d'une action de co-branding après la réservation au planning.

Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

Exemple :

Pour un message en co-branding, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée est de 35% + 10%, soit 45%.

E2.6. EXCLUSIVITE SECTORIELLE [EXCLUSIVEMENT POUR L'ACHAT AU SPOT A SPOT ET HORS ACHAT AU COUT GRP NET GARANTI]

E2.6.1. Pour le code variété 49 04 01 05

L'exclusivité sectorielle donne lieu à une majoration de **25%** pour chaque spot pour lequel l'annonceur en fait la demande.

L'achat de cette exclusivité sectorielle est ouvert à l'ensemble des écrans avec toutefois une limitation à deux spots par semaine dans les écrans portant les intitulés compris entre 2000 et 2199 inclus.

E2.6.2. M6 Publicité se réserve le droit de soustraire le principe d'exclusivité sectorielle à tout autre secteur. Dans ce cas, les secteurs concernés feront l'objet d'une publication par M6 Publicité sur le site m6pub.fr au plus tard 2 mois avant application.

L'exclusivité sectorielle donnera lieu dans ce cas à une majoration de 25% pour chaque spot pour lequel l'annonceur en fait la demande, et ce aux conditions d'achat fixées préalablement par M6 Publicité.

E2.7. ACCÈS PRIORITAIRE (EXCLUSIVEMENT POUR L'ACHAT AU SPOT A SPOT ET HORS ACHAT AU COUT GRP NET GARANTI)

E2.7.1. Certains spots peuvent bénéficier d'un accès prioritaire au planning sur toutes les chaînes en régie chez M6 Publicité, avant les ouvertures de planning.

Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

- **ACCÈS PRIORITAIRE** : les messages réservés sont placés dans l'écran. Ils font l'objet d'une majoration de 5%.
- **ACCÈS PRIORITAIRE OR** : les messages réservés sont placés en première ou en dernière position de l'écran. Ils font l'objet d'une majoration de 28%.
- **ACCÈS PRIORITAIRE ARGENT** : les messages réservés sont placés en deuxième ou en avant-dernière position de l'écran. Ils font l'objet d'une majoration de 23%.

E2.7.2. Les campagnes relevant du code 49 04 01 05 peuvent bénéficier à la fois d'un accès prioritaire au planning et de l'exclusivité sectorielle avant les ouvertures de planning. L'ensemble des écrans sont concernés avec toutefois une limitation à deux spots par semaine dans les écrans portant les intitulés compris entre 2000 et 2199 inclus.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

MODULATIONS TARIFAIRES

Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

- **ACCÈS PRIORITAIRE OR** 49 04 01 05 : 35%
- **ACCÈS PRIORITAIRE ARGENT** 49 04 01 05 : 30%

Le montant de la majoration due au titre de l'accès prioritaire se substitue au montant de la majoration due au titre de l'exclusivité sectorielle.

E2.7.3. Cette majoration s'applique sur la totalité de l'espace publicitaire réservé.

Pour bénéficier d'un accès prioritaire, les annonceurs doivent adresser à M6 Publicité une demande :

- exclusivement la veille de l'ouverture du planning (et au plus tard à 18:00)
- exclusivement par mail au service planning à :

 stephanie.malandra@m6.fr

En cas de modification de la durée des messages ou d'annulation partielle ou totale des messages demandés en accès prioritaire, le montant de la majoration calculé au moment de la réservation reste intégralement dû.

E2.8. CONNECT EMBLEMES SYNCHRONISÉS SPOT (ACHAT AU SPOT À SPOT)

Les connect ES Spot seront proposés par M6 Publicité dans les conditions suivantes :

- Frais fixes d'intégration (hors création) : 5K€ HT par message publicitaire en connect ES spot.
- Majoration : 3% sur le montant brut avant barème du message publicitaire diffusé en TV.
- Format minimum du message : 20 secondes.
- Les connect ES spot sont ouverts aux écrans de M6 et Puissance TNT.
- Les connect ES spot doivent être déclarés au moment de la réservation.

La production des connect ES spot est confiée au département Production de M6 Créations.

Le descriptif du connect ES spot et plus particulièrement son contenu sera soumis par document séparé à l'accord préalable de M6 Publicité et de l'Editeur.

CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

E.3.1. SCHÉMA DE CALCUL DES MODULATIONS TARIFAIRES

Si le tarif d'un spot est soumis à l'application de plusieurs modulations tarifaires, les abattements et/ou majorations s'appliquent en cascade, dans l'ordre suivant :

- a) Abattement collective / SIG / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS)
- b) Majoration Podium / habillage écran
- c) Majoration construction personnalisée
- d) Majoration message multiproduits/ co-branding
- e) Majoration accès prioritaire
- f) Majoration réseaux sociaux

Toutes les majorations s'appliquent sur les montants Brut Avant Barème investis.

Exemples :

Exemple 1 : modulations tarifaires (achat au spot à spot)

- Campagne au spot à spot traitée en **accès prioritaire OR**
- Citation de deux autres produits d'un autre annonceur nécessitant la réservation de deux codes variétés supplémentaires et notifiée à M6 Publicité lors de la réservation au planning.

Format du message	24"
Brut tarif base 30"	20 000 €
Brut tarif format - ind.92	18 400 €
Majoration 2° et 3° produit +35% (20% + 15%)	24 840 €
Majoration accès prioritaire OR +28%	31 795.20 €

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 30'', le tarif brut avant barème du spot sera 31 795.20€.



CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

Exemple 2 : utilisation des indices (achat au coût GRP net garanti)

- Campagne au coût GRP net garanti.
- Cible féminine
- 30% des GRP délivrés en day-time et 70% en peak-time
- Répartition annuelle suivante : 20% des GRP de la campagne du 14 juillet au 17 août et 80% entre septembre et novembre.

Format du message	25"
Indice format	95
Indice Tranches Horaires : (30% x 80) + (70% x 130)	115
Indice Saisonnalité : (20% x 65) + (80% x 114)	104,2
Indice Global Choix médiaplanning	119,83

ATTENTION : l'indice médiaplanning de l'annonceur n'est pas le produit des deux indices de saisonnalité et de tranches horaires.

Exemple 3 : modulations tarifaires (achat au spot à spot)

- Campagne au spot à spot traitée en **accès prioritaire OR**
- Citation de deux autres produits d'un autre annonceur nécessitant la réservation de deux codes variétés supplémentaires et notifiée à M6 Publicité lors de la réservation au planning
- Présence d'un réseau social notifiée à M6 Publicité lors de la réservation au planning

Format du message	24"
Brut tarif du base 30"	20 000€
Brut tarif format - ind. 92	20 000€
Majoration 2^e et 3^e produit +35% (20% + 15%)	24 840€
Majoration accès prioritaire OR +28%	31 795,20€
Majoration Réseau Social (+10% sur BAB au format)	1 840€

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 30'', le tarif brut avant barème du spot sera de 33 635.20€.

CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

Exemple 4 : utilisation des indices (achat au coût GRP net garanti) + modulation tarifaire (réseau social)

- Campagne au coût GRP net garanti,
- Cible féminine
- 30% des GRP délivrés en day-time et 70% en peak-time
- Répartition annuelle : 20% des GRP du 14 juillet au 17 août et 80% de septembre à novembre.

Hypothèse 1 / Présence d'un réseau social notifiée au moment de la réservation.

Format du message	25"
Brut tarif du message 30"	15 000€
Indice format	95
Brut tarif au format (15 000 x 0,95)	14 250€
Indice Tranches Horaires (30%x80) + (70%x130)	115
Indice Saisonnalité (20%x65) + (80%x114)	104,2
Indice global choix Médiaplanning	119,83

Facturation complémentaire réseau social (14 250€ x 10%) = 1 425€

ATTENTION : l'indice médiaplanning de l'annonceur n'est pas le produit des deux indices de saisonnalité et de tranches horaires.

Hypothèse 2 / Présence d'un réseau social NON notifiée à M6 Publicité lors de la réservation

Format du message	25"
Brut tarif du message 30"	15 000€
Indice format	95
Brut tarif au format (15 000 x 0,95)	14 250€
Indice Tranches Horaires (30%x80) + (70%x130)	115
Indice Saisonnalité (20%x65) + (80%x114)	104,2
Indice global choix Médiaplanning	119,83

Facturation complémentaire réseau social (14 250€ x 20%) = 2 850€

ATTENTION : l'indice médiaplanning de l'annonceur n'est pas le produit des deux indices de saisonnalité et de tranches horaires.

CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

Exemple 5 : modulations tarifaires (achat au spot à spot + offre commerciale)

- Campagne au spot au spot avec la présence d'un réseau social non notifiée à M6 Publicité lors de la réservation du planning.
- 3 spots ont cette présence (dont 1 spot offre commerciale gracieux) pour un montant brut tarif unitaire de 15 000€, soit un montant brut tarif total de 45 000€.
- 2 spots n'ont pas la présence d'un réseau social pour un montant de 30 000€.

Format des messages	30"
Brut tarif format - ind. 100	15 000€
Le tarif brut avant barème des spots sera de	60 000€
Brut tarif au format (15 000 x 0,95)	14 250€
Majoration Réseau Social (45 000 x 20%)	9 000€

Soit un montant total brut HT facturé de 69 000€.

Exemple 6 : modulations tarifaires (achat au spot à spot + réseau social) + offre commerciale

- Campagne au spot à spot : 2 messages en **podium OR**
- Présence de réseau social non notifiée à M6 Publicité lors de la réservation et dont 1 spot offre commerciale gracieux.

Format des 2 messages	22"
Brut tarif de chaque message base 30"	30 000€
Indice format	87
Brut tarif des 2 messages au format	52 200€
Majoration Podium OR pour les 2 messages (+25%)	13 050€
Majoration Réseau Social (+20% sur BAB au format)	10 440€

Soit un montant total brut HT facturé de $52\,200/2 + 13\,050 + 10\,440 = 49\,590\text{€}$

CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

E.3.2. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR M6

(HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

- **Brut Tarif :**

- o Indice format

- **Brut Tarif format :**

- o Abattement collective / SIG / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenu (téléphone, SMS/MMS)
- o Majoration Podium / habillage écran
- o Majoration construction spécifique
- o Majoration message multiproduit / co-branding / majoration additionnelle
- o Majoration accès prioritaire
- o Majoration Connect ES spot

- **Brut Avant Barème :**

- o Remise volume (achat spot à spot et au coût GRP net garanti)
- o Remise bonne année
- o Remise de développement annuel
- o Remise de fidélité
- o Remise bonus progression Groupe M6
- o Remise spécifique édition ("after-hours")

- **Net avant référentielle :**

- o Remise référentielle

- **Net après référentielle :**

- o Remise mandataire

- **Net HT :**

- o TVA

- **Net TTC**



CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

E.3.3. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR

PUISSANCE TNT (HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

- **Brut Tarif :**
 - o Indice format
- **Brut Tarif format :**
 - o Abattement collective / SIG / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenu (téléphone, SMS/MMS)
 - o Majoration Podium / habillage écran
 - o Majoration construction spécifique
 - o Majoration message multiproduct / co-branding / majoration additionnelle
 - o Majoration accès prioritaire
 - o Majoration Connect ES spot
- **Brut Avant Barème**
 - o Remise volume (achat spot à spot et au coût GRP net garanti)
 - o Remise bonne année
 - o Remise de développement annuel
 - o Remise de fidélité
 - o Remise bonus progression Groupe M6
- **Net avant référentielle**
 - o Remise référentielle
- **Net après référentielle**
 - o Remise mandataire
- **Net HT**
 - o TVA
- **Net TTC**



CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENTS

E.3.4. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR CHAÎNES THÉMATIQUES

- **Brut Tarif**
 - o Indice format
- **Brut Tarif format**
 - o Abattement collective / SIG / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenu (téléphone, SMS/MMS)
 - o Majoration Podium / habillage écran
 - o Majoration construction spécifique
 - o Majoration message multiproduit / co-branding / majoration additionnelle
 - o Majoration accès prioritaire
 - o Majoration Connect ES spot
- **Brut Avant Barème**
 - o Remise volume
 - o Remise bonus progression groupe M6
- **Net avant référentielle**
 - o Remise référentielle
- **Net après référentielle**
 - o Remise mandataire
- **Net HT**
 - o TVA
- **Net TTC**





F | ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment la remise d'éléments techniques ou autres (exemple : plans de roulement) doivent impérativement et exclusivement être adressées à l'adresse suivante :

 diffusion-publicitaire@m6.fr.

Le format de diffusion sur l'ensemble des chaînes en régie chez M6 Publicité est le 16/9ème. Les éléments doivent impérativement être livrés au format de diffusion 16/9. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à remettre un fichier numérique ou une cassette 1/2 pouce Beta Numérique HD ou SD.

Pour tout renseignement concernant la livraison de fichiers numériques, veuillez consulter M6 Publicité (diffusion-publicitaire@m6.fr).

Le matériel livré doit respecter intégralement la dernière version des recommandations techniques élaborées par les groupes de travail conjoints CST/FICAM/HD Forum et publiées sur le site ficam.fr (rubrique : informations / documents et recommandations).

Chaque fichier numérique ou cassette doit comporter les renseignements suivants :

- Nom du produit
- Titre du film
- Durée
- Version
- Pub ID
- Date d'envoi des éléments à M6 Publicité

Chaque fichier numérique ou cassette doit également comporter une fiche d'information de mixage et, le cas échéant, une fiche d'encodage Dolby E, telles que présentées dans la dernière version des recommandations techniques élaborées par les groupes de travail conjoints CST/FICAM/HD Forum et publiées sur le site ficam.fr.

NOTES SUR LA DYNAMIQUE AUDIO :

Pour améliorer le confort d'écoute du téléspectateur et pour répondre d'une part aux exigences légales et réglementaires et d'autre part à la délibération n°2011-29 du CSA du 19 juillet 2011, obligeant les chaînes à diffuser le son de chaque élément de programmes sur son antenne à une intensité sonore moyenne de -23 LUFS, les films doivent être livrés en conformité avec la version 3.0 de la recommandation PAD éditeurs RT017 téléchargeable sur :

<http://www.groupeM6.fr/recommandationPADenvigueur.pdf>

Si un film ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Publicité procédera à sa mise en conformité sans que l'annonceur puisse s'y opposer.

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION



CHAÎNES	MATÉRIEL À FOURNIR	SOUS-TITRES	REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES	REMISE DES INSTRUCTIONS DE DIFFUSION	OBTENTION DE L'AVIS FAVORABLE DE L'ARPP (OU N° AGRÈMENT)	ADRESSE DE LIVRAISON
M6 W9 6ter Paris Première Téva serieclub M6 Music M6 Music Black M6 Music Club Girondins TV	Un fichier numérique (consulter le service de diffusion publicitaire de M6 Publicité). Ou une Casette 1/2 pouce Beta HD ou SD 16/9 ^{ème} . Une seule cassette pour l'ensemble des films d'une même campagne.	Livraison du fichier sous titres conjointe à celle du fichier vidéo dématérialisé. ou Livraison par email à l'adresse diffusion-publicitaire@m6.fr aux normes N 19-2002 de l'UER. L'objet du mail devant indiquer la mention "sous titres" ainsi que le nom du produit	5 jours ouvrés* avant la 1 ^{ère} diffusion.	Remise des instructions de diffusion par mail à l'adresse : diffusion-publicitaire@m6.fr. Les instructions de diffusion devront impérativement être renseignées dans le document disponible sur m6pub.fr, rubrique documents utiles, 8 jours ouvrés* avant la 1 ^{ère} diffusion.	2 jours ouvrés* avant la 1 ^{ère} diffusion.	M6 Publicité - Diffusion publicitaire Du lundi au vendredi 9h-19h : 107, av. Charles de Gaulle 92200 Neuilly-sur-Seine Après 19:00 et les samedi et dimanche : 89, avenue Charles de Gaulle 92575 Neuilly-sur-Seine cedex

* Lundis, mardis, mercredis, jeudis et vendredis (hors jours fériés)



G | OUVERTURE DE PLANNING

OUVERTURE DE PLANNING

PUBLICATIONS TARIFS	PÉRIODES	DATES D'OUVERTURE	PUBLICATIONS TARIFS	DATE LIMITE DE MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION
Mardi 15 octobre 2013 (CGV + Tarifs)	Janvier-Février 2014	Vendredi 15 novembre 2013	Lundi 2 décembre 2013	Vendredi 6 décembre 2013
Mardi 10 décembre 2013	Mars-Avril 2014	Vendredi 17 janvier 2014	Lundi 3 février 2014	Vendredi 7 février 2014
Mardi 4 février 2014	Mai-Juin 2014	Vendredi 14 mars 2014	Lundi 31 mars 2014	Vendredi 4 avril 2014
Mardi 8 avril 2014	Juillet-Août 2014	Vendredi 16 mai 2014	Mardi 3 juin 2014	Mardi 10 juin 2014
Mardi 20 mai 2014	Septembre-Octobre 2014	Vendredi 13 juin 2014	Lundi 30 juin 2014	Vendredi 4 juillet 2014
Mardi 1 ^{er} juillet 2014	Novembre-Décembre 2014	Vendredi 12 septembre 2014	Lundi 29 septembre 2014	Vendredi 3 octobre 2014



H | NOMENCLATURE DES PRODUITS

Nomenclature TV des Produits - 2014

Famille	Classe	Secteur	Variété	
<u>01</u>				<u>Boissons</u>
<u>01</u>	<u>01</u>			Boissons non alcoolisées
<u>01</u>	<u>01</u>	01		Eaux plates ou gazeuses
<u>01</u>	<u>01</u>	01	01	Eaux plates ou gazeuses non aromatisées
<u>01</u>	<u>01</u>	01	02	Eaux plates ou gazeuses aromatisées
<u>01</u>	<u>01</u>	02		Boissons rafraîchissantes sans alcool
<u>01</u>	<u>01</u>	02	01	Sodas, toniques
<u>01</u>	<u>01</u>	02	02	Boissons fruitées, jus de fruits et légumes (hors smoothies)
<u>01</u>	<u>01</u>	02	04	Boissons de l'effort (énergétiques)
<u>01</u>	<u>01</u>	02	05	Boissons au thé (dont allégé)
<u>01</u>	<u>01</u>	02	06	Préparations déshydratées pour boissons
<u>01</u>	<u>01</u>	02	07	Concentrés et sirops
<u>01</u>	<u>01</u>	02	08	Panachés et bières sans alcool
<u>01</u>	<u>01</u>	02	09	Apéritifs sans alcool
<u>01</u>	<u>01</u>	02	10	Vins sans alcool
<u>01</u>	<u>01</u>	02	11	Smoothies
<u>01</u>	<u>02</u>			Boissons alcoolisées (sous réserve de la réglementation en vigueur)
<u>01</u>	<u>02</u>	01		Boissons alcoolisées
<u>01</u>	<u>02</u>	01	01	Boissons alcoolisées

<u>02</u>				<u>Alimentation</u>
<u>02</u>	<u>01</u>			Communication alimentaire gamme : opération sans présentation de produit
<u>02</u>	<u>01</u>	01		Communication alimentaire gamme
<u>02</u>	<u>01</u>	01	01	Communication alimentaire gamme : opération sans mise en avant d'un produit en particulier
<u>02</u>	<u>02</u>			<u>Diététique</u>
<u>02</u>	<u>02</u>	01		Produits diététiques
<u>02</u>	<u>02</u>	01	01	Produits diététiques
<u>02</u>	<u>02</u>	01	02	Substituts alimentaires
<u>02</u>	<u>03</u>			Boissons alimentaires
<u>02</u>	<u>03</u>	01		Laits
<u>02</u>	<u>03</u>	01	01	Laits (hors infantiles)
<u>02</u>	<u>03</u>	01	02	Laits infantiles
<u>02</u>	<u>03</u>	01	03	Laits aromatisés, boissons lactées
<u>02</u>	<u>03</u>	02		Cafés, chicorées
<u>02</u>	<u>03</u>	02	01	Cafés
<u>02</u>	<u>03</u>	02	02	Chicorées
<u>02</u>	<u>03</u>	03		Petits déjeuners
<u>02</u>	<u>03</u>	03	01	Petits déjeuners chocolatés
<u>02</u>	<u>03</u>	03	02	Petits déjeuners non chocolatés
<u>02</u>	<u>03</u>	04		Thés, infusions et tisanes
<u>02</u>	<u>03</u>	04	01	Thés
<u>02</u>	<u>03</u>	04	02	Infusions et tisanes
<u>02</u>	<u>03</u>	05		Arômes
<u>02</u>	<u>03</u>	05	01	Produits aromatisés pour boissons (pailles...)
<u>02</u>	<u>04</u>			<u>Produits laitiers</u>
<u>02</u>	<u>04</u>	01		Institutionnel produits laitiers
<u>02</u>	<u>04</u>	01	01	Institutionnel produits laitiers

02	04	02		Beurres, crèmes fraîches
02	04	02	01	Beurres et beurres allégés
02	04	02	02	Crèmes fraîches, allégées, liquides
02	04	03		Ultra frais
02	04	03	02	Fromages blancs, petits suisses
02	04	03	03	Fromages frais (dont infantiles et salés)
02	04	03	04	Yaourts, spécialités laitières nature et aromatisé y compris allégés
02	04	03	05	Yaourts, spécialités laitières aux fruits y compris allégés
02	04	03	06	Yaourts, spécialités laitières à boire
02	04	04		Fromages
02	04	04	01	Pâtes molles et fromages fondus
02	04	04	02	Pâtes pressées (dures) et fromages râpés
02	04	04	03	Chèvres
02	04	04	04	Roqueforts et bleus
02	04	04	05	Plats préparés à base de fromage, fromages à cuire
02	04	04	06	Fromages apéritifs
02	04	04	07	Fromages d'accompagnement (feta, mozzarella...)
02	04	04	08	Crème de préparation culinaire à base de fromage
02	05			Huiles et Graisses
02	05	01		Huiles
02	05	01	01	Huiles (d'arachide, d'olive, tournesol...)
02	05	02		Margarines - Graisses culinaires
02	05	02	01	Margarines
02	05	02	02	Corps gras de cuisson
02	06			Chocolats-Confiserie
02	06	01		Chocolats
02	06	01	01	Tablettes de chocolat
02	06	01	02	Boîtes, confiseries chocolatées pour adultes, marrons glacés
02	06	01	03	Bonbons chocolatés pour enfants
02	06	01	04	Barres chocolatées, céréalières
02	06	01	05	Pâtes à tartiner chocolatées
02	06	02		Confiseries - Chewing gum
02	06	02	01	Confiseries, bonbons (non chocolatés), sucettes
02	06	02	02	Chewing-gum
02	06	02	03	Nougats
02	06	03		Confitures et miels
02	06	03	01	Confitures et miels
02	06	03	02	Pâtes à tartiner non chocolatées
02	07			Desserts
02	07	01		Préparations pour desserts et plats salés
02	07	01	01	Préparations pour desserts
02	07	01	02	Préparations pour plats salés (pizzas, crêpes...)
02	07	02		Levures et arômes pâtisseries
02	07	02	01	Levures
02	07	02	02	Arômes, nappages, gélifiants et décors pâtisseries
02	07	03		Sucres
02	07	03	01	Sucres (y compris édulcorants)
02	07	04		Desserts prêts à consommer
02	07	04	01	Entremets, desserts et compotes
02	07	05		Glaces prêtes à consommer
02	07	05	02	Glaces en vrac, desserts glacés
02	07	05	03	Glaces individuelles (barres glacées, bâtonnets...)
02	08			Panification

02	08	01		Farines - Chapelure
02	08	01	01	Farines ménagères
02	08	01	02	Pâtes à tarte
02	08	01	03	Chapelure
02	08	02		Céréales
02	08	02	02	Céréales adultes
02	08	02	03	Céréales enfants
02	08	03		Biscuits - Pâtisserie - Goûters fourrés
02	08	03	01	Biscuits et goûters fourrés sucrés (dont pâtisserie en portions individuelles)
02	08	03	02	Pâtisserie (hors portions individuelles)
02	08	03	03	Goûters fourrés salés
02	08	03	04	Viennoiseries
02	08	04		Biscottes - Pains
02	08	04	01	Biscottes, pains
02	08	05		Spécialités cocktails sèches
02	08	05	01	Spécialités cocktails sèches (biscuits salés, graines salées, fruits secs...)
02	09			Autres produits alimentaires
02	09	01		Moutardes et condiments
02	09	01	01	Moutardes et condiments
02	09	01	02	Vinaigres
02	09	01	03	Cornichons, olives, oignons...
02	09	01	04	Epices, herbes, aromates
02	09	01	05	Sels
02	09	02		Pâtes - Riz - Semoule - Blé
02	09	02	01	Pâtes
02	09	02	02	Riz
02	09	02	03	Semoule, tapioca, quinoa, boulgour
02	09	02	04	Blé
02	09	03		Chips
02	09	03	01	Chips
02	09	04		Légumes secs
02	09	04	01	Légumes secs
02	09	05		Potages et arômes
02	09	05	01	Potages, bouillons
02	09	05	02	Arômes, gelées
02	09	05	03	Aides culinaires
02	09	06		Aliments infantiles
02	09	06	01	Aliments infantiles (hors lait) 0 à 2 ans
02	09	07		Mayonnaises - Sauces froides
02	09	07	01	Mayonnaises, sauces froides (béarnaise, tartare, bourguignonne...)
02	09	07	02	Ketchup
02	09	07	03	Sauces salades
02	09	07	04	Sauces et amuse-bouche apéritifs (pour trempettes, "dips") (guacamole, tapenade...)
02	09	08		Sauces cuisinées
02	09	08	01	Sauces cuisinées
02	09	09		Plats déshydratés, préparations à bases de pommes de terre et/ou de légumes
02	09	09	01	Purées, préparations à base de pommes de terre et/ou de légumes
02	09	09	02	Frites
02	09	10		Produits exotiques
02	09	10	01	Produits exotiques (asiatiques, mexicains...)
02	10			Fruits - Légumes - Viandes - Poissons
02	10	01		Institutionnel fruits et légumes
02	10	01	01	Institutionnel fruits et légumes

02	10	02		Fruits secs
02	10	02	01	Fruits secs
02	10	03		Fruits et légumes frais
02	10	03	01	Fruits frais, en conserves ou surgelés
02	10	03	02	Légumes frais, en conserves, surgelés ou prêts à consommer (lavés, sous-vide)
02	10	04		Plats cuisinés
02	10	04	01	Plats cuisinés, en conserves, surgelés ou frais
02	10	04	02	Quiches, tourtes, pizzas, crêpes salées ...
02	10	04	03	Salades composées
02	10	04	04	Sandwiches, hamburger, croque-monsieur, hot dogs... surgelés ou frais
02	10	04	05	Préparations à base de viandes, volailles (cordon bleu...)
02	10	05		Viandes - Charcuteries - Salaisons
02	10	05	01	Institutionnel viandes
02	10	05	02	Viandes
02	10	05	03	Jambons
02	10	05	04	Saucisses sèches, saucissons secs, salaisons
02	10	05	05	Pâtés, rillettes
02	10	05	06	Lardons, lard
02	10	05	07	Saucisses à cuisiner, boudins
02	10	06		Produits de la mer
02	10	06	01	Institutionnel produits de la mer
02	10	06	02	Huîtres, coquillages et crustacés
02	10	06	03	Poissons frais, en conserves ou surgelés, panés
02	10	06	04	Préparations à base de produits de la mer
02	10	07		Volailles - Gibiers - Oeufs
02	10	07	01	Institutionnel volailles et gibiers
02	10	07	03	Volailles, gibiers (dont magrets, gésiers...)
02	10	07	04	Œufs
02	10	08		Produits alimentaires de luxe
02	10	08	01	Saumon fumé, caviar
02	10	08	02	Foie gras
02	10	08	03	Institutionnel produits alimentaires de luxe
02	11			Alimentation animaux domestiques
02	11	01		Aliments animaux
02	11	01	01	Aliments chiens
02	11	01	02	Aliments chats
02	11	01	03	Aliments poissons
02	11	01	04	Aliments oiseaux
02	11	01	05	Aliments autres animaux domestiques

04				Habillement - Accessoires Textiles
04	01			Chaussures - Accessoires
04	01	01		Chaussures - Accessoires
04	01	01	01	Chaussures de ville
04	01	01	02	Pantoufles
04	01	01	03	Semelles, accessoires chaussures
04	01	02		Maroquinerie - Bagages
04	01	02	01	Sacs à main, maroquinerie adulte (portefeuille, serviettes-porte documents...)
04	01	02	02	Bagages
04	01	02	03	Cartables, sacs à dos et accessoires écoliers
04	01	03		Accessoires habillement
04	01	03	01	Accessoires habillement (ceintures, chapeaux...)

04	01	03	02	Gants habillement
04	01	03	03	Parapluies
04	02			Prêt-à-porter - couture
04	02	01		Vêtements homme - femme
04	02	01	01	Vêtements d'intérieur
04	02	01	04	Vêtements de travail et de loisirs (combinaison, salopette...)
04	02	02		Vêtements jeans
04	02	02	01	Jeans
04	02	03		Vêtements féminins
04	02	03	01	Prêt-à-porter femme
04	02	04		Vêtements masculins
04	02	04	01	Prêt-à-porter homme
04	02	05		Vêtements enfants
04	02	05	01	Prêt-à-porter enfants
04	02	05	02	Sous-vêtements enfants
04	02	05	03	Chaussures enfants
04	02	05	04	Layette bébés
04	02	06		Vêtements pour adolescents
04	02	06	01	Vêtements pour adolescents
04	03			Lingerie-Bonneterie y compris cosméto textile
04	03	01		Lingerie féminine
04	03	01	01	Lingerie féminine (soutien-gorge, slips...)
04	03	01	02	Gaines, shorty, panty...
04	03	02		Sous-vêtements
04	03	02	01	Sous-vêtements homme
04	03	03		Bas - Collants - Chaussettes
04	03	03	01	Bas, collants
04	03	03	02	Chaussettes
04	03	04		Maillots de bain
04	03	04	01	Maillots de bain
04	04			Lunetterie
04	04	01		Lunetterie
04	04	01	01	Lunettes, verres correcteurs (sauf lentilles)
04	04	01	02	Lunettes solaires
04	04	01	03	Lentilles correctrices et de couleurs
04	04	01	04	Nettoyants pour lunettes
04	04	01	05	Nettoyants pour lentilles
04	05			Horlogerie-Bijouterie
04	05	01		Horlogerie
04	05	01	01	Montres adultes
04	05	01	02	Montres enfants
04	05	01	03	Réveils pendules
04	05	02		Bijouterie-Joaillerie
04	05	02	01	Bijoux
04	06			Tissus et Mercerie
04	06	01		Mercerie et fournitures pour ouvrages
04	06	01	01	Mercerie et fournitures pour ouvrages
04	06	01	02	Accessoires couture (fermetures glissières...)
04	06	01	03	Fils à tricoter, fournitures tapisserie (canevas...)
04	06	02		Tissus de confection
04	06	02	01	Tissus de confection
04	07			Matières naturelles et synthétiques
04	07	01		Matières naturelles et synthétiques

04	07	01	01	Fibres naturelles et synthétiques
04	08			Equipements sportifs
04	08	01		Chaussures et vêtements de sport
04	08	01	01	Chaussures et vêtements de sport (jogging-running, trekking-randonnée, escalade...)
04	08	01	02	Bottes

07				Appareils Ménagers
07	01			Électroménager
07	01	01		Lavage ménager
07	01	01	01	Lave-linge, sèche-linge, séchoirs
07	01	01	02	Lave-vaisselle
07	01	02		Froid ménager
07	01	02	01	Réfrigérateurs, congélateurs
07	01	03		Aspirateurs - Nettoyeurs
07	01	03	01	Aspirateurs, cireuses, balais mécaniques
07	01	03	02	Nettoyeurs (vapeur...)
07	01	03	03	Détacheurs textiles (ultra-sons...)
07	01	04		Cuisinières, fours, plaques de cuisson, micro-ondes
07	01	04	01	Cuisinières, fours, plaques de cuisson, micro-ondes
07	01	05		Chauffage
07	01	05	01	Appareils de chauffage
07	01	05	02	Chauffe-eau
07	01	06		Petit électroménager
07	01	06	01	Appareils conviviaux (pierrade, appareils à crêpes, raclette...)
07	01	06	02	Friteuses, cuiseurs, grills... électriques
07	01	06	03	Grille pain
07	01	06	04	Appareils à café, théières
07	01	06	05	Robots ménagers (presse-agrumes, hachoirs, centrifugeuses, batteurs, machines à pains...)
07	01	06	06	Bouilloires
07	01	06	07	Yaourtières
07	01	06	08	Sorbetières
07	01	06	09	Sauciers
07	01	06	10	Ouvre-boîtes
07	01	06	11	Ouvre-huîtres
07	01	06	12	Couteaux électriques
07	01	06	13	Appareils lait infantile
07	01	06	14	Machine à soda et eau gazeuse
07	01	07		Traitement de l'air
07	01	07	01	Hottes
07	01	07	02	Humidificateurs-déshumidificateurs
07	01	07	03	Ventilateurs-aérateurs
07	01	07	04	Climatisation domestique, pompes à chaleur
07	01	08		Appareils à repasser
07	01	08	01	Machines, fers à repasser
07	01	09		Appareils de beauté
07	01	09	01	Sèche cheveux, fers à friser, fers à lisser
07	01	09	02	Lampes solaires
07	01	09	03	Appareils de beauté (massage, musculation...)
07	01	10		Alarme-antivols domestiques
07	01	10	01	Alarmes, systèmes de sécurité
07	01	10	02	Détecteurs de fumée
07	01	11		Ampoules-appareils éclairage

07	01	11	01	Ampoules
07	01	11	02	Appareils éclairage, luminaires
07	01	11	03	Lampes de poche
07	01	12		Piles
07	01	12	01	Piles, rechargeurs de piles
07	01	13		Machines à coudre, à tricoter
07	01	13	01	Machines à coudre
07	01	13	02	Machines à tricoter
07	01	14		Institutionnel électroménager
07	01	14	01	Institutionnel électroménager
07	02			Petit équipement ménager
07	02	01		Petit équipement ménager
07	02	01	01	Tables et housses de repassage
07	02	01	02	Poussettes de marché
07	02	01	03	Glisse-meuble
07	02	01	04	Détendeurs gaz
07	02	01	05	Allume feux, allume barbecue (briquets, allumettes)
07	02	02		Appareils de pesage ménager
07	02	02	01	Balances de ménage
07	02	02	02	Pèse-personne
07	02	03		Objets ménagers plastique
07	02	03	01	Objets ménagers plastique
07	02	04		Récipients et ustensiles de cuisine
07	02	04	01	Récipients de cuisine (cocottes, casseroles, poêles...)
07	02	04	02	Ustensiles de cuisine (couteaux multi-usage, éplucheurs...)

08				Ameublement-Décoration
08	01			Ameublement
08	01	01		Linges de maison
08	01	01	01	Linges de maison (draps et nappes)
08	01	01	02	Linges de toilette (serviettes...)
08	01	01	03	Couvertures, couettes
08	01	01	04	Sacs de couchage
08	01	02		Mobiliers cuisines et salles de bain
08	01	02	01	Equipements cuisines et salles de bain
08	01	03		Meubles et sièges
08	01	03	01	Meubles
08	01	03	02	Sièges (canapés, fauteuils, chaises...)
08	01	03	03	Matériels de rangement
08	01	04		Mobiliers de plein air
08	01	04	01	Mobiliers de plein air (tables, chaises, parasols...)
08	01	04	02	Barbecue, grills extérieurs
08	01	05		Literie
08	01	05	01	Literie (matelas, sommiers)
08	01	05	02	Oreillers
08	01	05	03	Couchages pour animaux de compagnie (coussins...)
08	01	06		Mobilier bébés, puériculture
08	01	06	01	Meubles pour bébés (berceaux, tables à langer...)
08	01	06	02	Landaus, poussettes
08	01	06	03	Mobiliers pour enfants (lits, bureaux...)
08	01	06	04	Sièges de sécurité enfants
08	01	06	05	Articles de puériculture (chauffe biberon...)

08	01	07		Cheminées et accessoires
08	01	07	01	Cheminées, insert, poêles (tous combustibles : bois, charbon, végétaux...)
08	01	07	02	Accessoires de cheminées (soufflets, ramonage...)
08	01	08		Vaisselle, porcelaine, cristallerie
08	01	08	01	Vaisselle porcelaine
08	01	08	02	Cristallerie, verrerie
08	01	09		Orfèvrerie
08	01	09	01	Orfèvrerie
08	02			Equipement sanitaire
08	02	01		Equipements sanitaires et robinetterie
08	02	01	01	Equipements sanitaires et robinetterie (dont baignoires à fonctions)
08	02	01	02	W-C chimiques, broyeurs W-C
08	02	02		Traitement et distributeur d'eau
08	02	02	01	Traitement de l'eau (filtreurs, adoucisseurs,...)
08	02	02	02	Distributeurs d'eau
08	03			Décoration, installation
08	03	01		Rideaux, voilages
08	03	01	01	Rideaux, voilages
08	03	02		Revêtements sols
08	03	02	01	Revêtements sols (tapis, moquettes)
08	03	02	02	Revêtements sols (carrelages, linoléums et plastiques)
08	03	02	03	Revêtements sols (parquets, stratifiés, plaquages de bois...)
08	03	03		Revêtements décoratifs et muraux
08	03	03	01	Plastiques, papiers peints, tissus d'ameublement, stickers muraux auto-collants...
08	03	04		Peintures protection
08	03	04	01	Peintures et accessoires de peinture
08	03	04	02	Enduits, reboucheurs
08	03	04	03	Revêtements de protection (vernis, traitement du bois...)
08	03	05		Piscines
08	03	05	01	Piscines et abris de piscine
08	03	05	02	Entretien piscines
08	03	06		Aménagement de la maison
08	03	06	01	Menuiseries (portes, escaliers, fenêtres, volets...)
08	03	06	02	Isolation
08	03	06	03	Vérandas
08	03	06	04	Stores
08	03	06	05	Serrurerie, coffre-fort
08	03	06	06	Croisillons, paravents
08	03	06	07	Interrupteurs électriques
08	03	06	08	Moteurs pour portes, portails, stores, volets...
08	03	06	09	Institutionnel domotique
08	03	06	10	Vitrages
08	03	07		Produits bricolage
08	03	07	01	Produits bricolage (colles spécialisées, adhésifs...)

09				Entretien
09	01			Entretien ménager
09	01	01		Papiers et emballages ménagers
09	01	01	01	Papiers et emballages ménagers (aluminium, films alimentaires...)
09	01	01	02	Papiers essuie-tout
09	01	01	03	Sacs poubelle
09	01	01	04	Filtres à café

09	01	01	05	Sacs de congélation
09	01	02		Lessives
09	01	02	01	Lessives (linge)
09	01	03		Produits vaisselle
09	01	03	01	Produits vaisselle main
09	01	03	02	Produits lave-vaisselle (lavage et entretien)
09	01	04		Entretien du linge
09	01	04	01	Maintien des couleurs, ravivage anti-jaune, oxygénants
09	01	04	02	Assouplisseurs textile
09	01	04	03	Produits anti-calcaire (détartrant)
09	01	04	04	Teintures pour tissus
09	01	04	05	Produits pour repassage
09	01	04	06	Sachets parfumés ou fraîcheur
09	01	05		Détachants (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	05	01	Détachants vêtements
09	01	05	02	Détachants tapis-moquette
09	01	05	03	Traitements des textiles
09	01	05	04	Détachants à sec
09	01	06		Nettoyants-récurant ménager (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	06	01	Produits à nettoyer, récurer et désinfecter, multi-usages, avec ou sans javel
09	01	06	02	Nettoyants pour sols
09	01	06	03	Javels (eaux et gels)
09	01	06	04	Nettoyants pour appareils de cuisson (hors décapants fours 09.01.08.02)
09	01	07		Eponges et tissus éponge
09	01	07	01	Eponges et tissus éponge, tampons à récurer
09	01	07	02	Gants ménagers
09	01	08		Entretien des métaux
09	01	08	01	Décapants et entretien des métaux
09	01	08	02	Décapants fours et protection
09	01	08	03	Produits pour l'argenterie
09	01	08	04	Dégrippants métaux
09	01	09		Entretien des vitres (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	09	01	Entretien des vitres et glaces
09	01	10		Cires et encaustiques (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	10	01	Cires et encaustiques pour sols, vitrificateurs
09	01	10	02	Cires, encaustiques, nettoyants meubles
09	01	11		Cirages entretien cuirs
09	01	11	01	Cirages entretien cuirs
09	01	12		Brosserie
09	01	12	01	Balais, balais-dépoussiérant (dont lingettes), brosses, plumeaux
09	01	13		Entretien des véhicules (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	13	01	Produits entretien des véhicules
09	01	13	02	Désodorisants véhicules
09	01	14		Produits anti-humidité
09	01	14	01	Produits anti-humidité
09	01	15		Désodorisants ménagers
09	01	15	01	Désodorisants ménagers (produits et appareils)
09	01	15	02	Désodorisants textiles
09	01	15	03	Désodorisants chaussures
09	01	16		Insecticides-antimites
09	01	16	01	Insecticides
09	01	16	02	Antimites
09	01	17		Nettoyants sanitaires (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))

09	01	17	01	Produits W-C détartrants
09	01	17	02	Déboucheurs sanitaires et canalisations
09	01	18		Litières
09	01	18	01	Litières
09	01	19		Désinfectants ménagers (bactéricides, fongicides)
09	01	19	01	Désinfectants textiles
09	01	19	02	Désinfectants chaussures
09	01	20		Institutionnel entretien ménager
09	01	20	01	Institutionnel entretien ménager

10				Hygiène Beauté
09	01	20	01	Institutionnel entretien ménager
10	01	01		Cellulose toilette
10	01	01	01	Papiers toilette
10	01	01	02	Mouchoirs
10	01	01	03	Cotons
10	01	01	04	Lingettes pour bébés
10	01	02		Couches et changes complets
10	01	02	01	Couches et changes complets pour bébés
10	01	03		Hygiène féminine
10	01	03	01	Garnitures périodiques (serviettes et tampons)
10	01	03	02	Protège-slips
10	01	03	03	Produits soins intimes
10	01	04		Incontinence
10	01	04	01	Protections pour adultes
10	02			Produits de toilette
10	02	01		Savons, produits lignes de bains et douches
10	02	01	01	Savons, produits lignes de bains et douches
10	02	02		Déodorants spray, bille et lingettes parfumant
10	02	02	01	Déodorants femme
10	02	02	02	Déodorants homme
10	02	03		Dentifrices et produits dentaires
10	02	03	01	Dentifrices (dont pour enfants)
10	02	03	03	Produits blanchisseurs de dents
10	02	03	04	Produits et solutions dentaires
10	02	04		Rasoirs et lames homme
10	02	04	01	Rasoirs (dont électriques) et lames homme
10	02	04	02	Tondeuses à cheveux, à barbe
10	02	05		Epilation femme
10	02	05	01	Epilation femme (crèmes, cires, appareils rasage, lames et autres ...)
10	02	06		Entretien prothèses dentaires
10	02	06	01	Entretien prothèses dentaires
10	02	07		Brosses à dents (dont électriques)
10	02	07	01	Brosses à dents (dont électriques)
10	02	08		Produits rasage homme
10	02	08	01	Produits rasage homme (bombes à raser, avant et après rasage...)
10	02	09		Produits toilette bébés, enfants
10	02	09	01	Produits toilette bébés, enfants
10	03			Parfumerie
10	03	01		Parfums et eaux de toilette femme
10	03	01	01	Parfums et eaux de toilette femme (grande distribution et VAD)
10	03	01	02	Parfums et eaux de toilette femme (distribution sélective)

<u>10</u>	<u>03</u>	02		Parfums et eaux de toilette homme
<u>10</u>	<u>03</u>	02	01	Parfums et eaux de toilette homme (grande distribution et VAD)
<u>10</u>	<u>03</u>	02	02	Parfums et eaux de toilette homme (distribution sélective)
<u>10</u>	<u>03</u>	03		Parfums et eaux de toilette enfant
<u>10</u>	<u>03</u>	03	01	Parfums et eaux de toilette enfant
<u>10</u>	<u>03</u>	05		Parfums et eaux de toilette animal
<u>10</u>	<u>03</u>	05	01	Parfums et eaux de toilette animal
<u>10</u>	<u>03</u>	06		Parfums et eaux de toilette mixtes
<u>10</u>	<u>03</u>	06	01	Parfums et eaux de toilette mixtes (grande distribution et VAD)
<u>10</u>	<u>03</u>	06	02	Parfums et eaux de toilette mixtes (distribution sélective)
<u>10</u>	<u>04</u>			<u>Produits de soins</u>
<u>10</u>	<u>04</u>	01		Soins spécifiques adolescent
<u>10</u>	<u>04</u>	01	01	Soins spécifiques adolescent (hors patch)
<u>10</u>	<u>04</u>	02		Soins du visage et beauté
<u>10</u>	<u>04</u>	02	01	Soins du visage et beauté femme hors soins contour des yeux
<u>10</u>	<u>04</u>	02	02	Soins du visage et beauté homme hors soins contour des yeux
<u>10</u>	<u>04</u>	02	03	Patch (pastilles adhésives anti-imperfections)
<u>10</u>	<u>04</u>	02	04	Brumisateurs d'eau
<u>10</u>	<u>04</u>	02	05	Nettoyants du visage (gels, lotions, mousse...) femme et homme
<u>10</u>	<u>04</u>	02	06	Soins contour des yeux femmes
<u>10</u>	<u>04</u>	02	07	Soins contour des yeux hommes
<u>10</u>	<u>04</u>	03		Démaquillants (visage et yeux) (dont lingettes)
<u>10</u>	<u>04</u>	03	01	Démaquillants (visage et yeux) (dont lingettes)
<u>10</u>	<u>04</u>	04		Produits solaires, après-solaires et autobronzants externes
<u>10</u>	<u>04</u>	04	01	Produits solaires et après-solaires externes
<u>10</u>	<u>04</u>	04	02	Produits autobronzants externes
<u>10</u>	<u>04</u>	05		Produits soins des mains
<u>10</u>	<u>04</u>	05	01	Produits soins des mains
<u>10</u>	<u>04</u>	06		Produits amincissants externes
<u>10</u>	<u>04</u>	06	01	Produits amincissants externes femme
<u>10</u>	<u>04</u>	06	02	Produits amincissants externes homme
<u>10</u>	<u>04</u>	07		Soins du corps
<u>10</u>	<u>04</u>	07	01	Soin du corps y compris huile de beauté
<u>10</u>	<u>04</u>	08		Soins des lèvres
<u>10</u>	<u>04</u>	08	01	Soins des lèvres
<u>10</u>	<u>04</u>	09		Soins des pieds
<u>10</u>	<u>04</u>	09	01	Soins des pieds (dont déodorants)
<u>10</u>	<u>05</u>			<u>Maquillage</u>
<u>10</u>	<u>05</u>	01		Maquillage
<u>10</u>	<u>05</u>	01	01	Maquillage (fards, fonds de teint, rouges, mascaras, vernis...)
<u>10</u>	<u>06</u>			<u>Produits capillaires</u>
<u>10</u>	<u>06</u>	01		Shampooings, après-shampooings et masques capillaires
<u>10</u>	<u>06</u>	01	01	Shampooings, après-shampooings et masques capillaires (démélangants...)
<u>10</u>	<u>06</u>	02		Colorations capillaires
<u>10</u>	<u>06</u>	02	01	Colorations capillaires femmes
<u>10</u>	<u>06</u>	02	02	Colorations capillaires hommes
<u>10</u>	<u>06</u>	03		Maintien coiffure
<u>10</u>	<u>06</u>	03	01	Produits de coiffage, laques, fixateurs, gels...
<u>10</u>	<u>06</u>	04		Lotions, traitements, soins
<u>10</u>	<u>06</u>	04	01	Lotions et traitements (antipelliculaire, antichute...)
<u>10</u>	<u>06</u>	04	02	Soins capillaires (huile et spray) - Hors après-shampooing et masque capillaire
<u>10</u>	<u>06</u>	05		Accessoires de coiffure
<u>10</u>	<u>06</u>	05	01	Accessoires de coiffure (barrettes, pinces...)

<u>10</u>	<u>07</u>			Equipement-Centres beauté
<u>10</u>	<u>07</u>	01		Instituts de beauté
<u>10</u>	<u>07</u>	01	01	Instituts de beauté
<u>10</u>	<u>07</u>	02		Salons de coiffure
<u>10</u>	<u>07</u>	02	01	Salons de coiffure
<u>10</u>	<u>07</u>	03		Centres pour la forme
<u>10</u>	<u>07</u>	03	01	Centres pour la forme
<u>10</u>	<u>08</u>			Hygiène-beauté gamme
<u>10</u>	<u>08</u>	04		Hygiène-beauté gamme
<u>10</u>	<u>08</u>	04	01	Hygiène-beauté gamme (sans mise en avant de produits particuliers)

<u>11</u>				Automobile Transport
<u>11</u>	<u>01</u>			Automobiles-Poids lourds
<u>11</u>	<u>01</u>	01		Automobiles (dont électriques et hybrides)
<u>11</u>	<u>01</u>	01	01	Automobiles-voitures de tourisme et de sport gamme inférieure
<u>11</u>	<u>01</u>	01	02	Automobiles-voitures de tourisme et de sport gamme moyenne
<u>11</u>	<u>01</u>	01	03	Automobiles-voitures de tourisme et de sport gamme supérieure
<u>11</u>	<u>01</u>	01	04	Automobiles-voitures de tourisme et de sport opérations commerciales (portes ouvertes...), institutionnel marques, sans mise en avant d'un modèle particulier (sans garantie d'exclusivité)
<u>11</u>	<u>01</u>	01	05	Micro-voitures
<u>11</u>	<u>01</u>	02		Services et centres auto
<u>11</u>	<u>01</u>	02	01	Services et centres auto
<u>11</u>	<u>01</u>	02	02	Contrôles techniques
<u>11</u>	<u>01</u>	02	03	Stations de lavage
<u>11</u>	<u>01</u>	03		Camions-cars
<u>11</u>	<u>01</u>	03	01	Camions-cars
<u>11</u>	<u>01</u>	04		Véhicules utilitaires
<u>11</u>	<u>01</u>	04	01	Véhicules utilitaires
<u>11</u>	<u>02</u>			Deux roues
<u>11</u>	<u>02</u>	01		Accessoires deux roues
<u>11</u>	<u>02</u>	01	01	Accessoires deux roues
<u>11</u>	<u>02</u>	02		Deux roues
<u>11</u>	<u>02</u>	02	01	Motos, cyclomoteurs, scooters (dont électriques)
<u>11</u>	<u>02</u>	02	02	Bicyclettes
<u>11</u>	<u>02</u>	02	03	Vélo à assistance électrique
<u>11</u>	<u>03</u>			Matériel de transport
<u>11</u>	<u>03</u>	01		Matériel de transport
<u>11</u>	<u>03</u>	01	01	Matériel de transport (dont moteurs hors automobile)
<u>11</u>	<u>04</u>			Equipements accessoires véhicules
<u>11</u>	<u>04</u>	01		Accessoires véhicules
<u>11</u>	<u>04</u>	01	01	Accessoires véhicules (housses, chaînes, alarme...)
<u>11</u>	<u>04</u>	01	02	Aide à la navigation (G P S...)
<u>11</u>	<u>04</u>	02		Equipements mécaniques et électriques
<u>11</u>	<u>04</u>	02	02	Equipements mécaniques
<u>11</u>	<u>04</u>	02	03	Equipements électriques et électroniques
<u>11</u>	<u>04</u>	03		Pneumatiques
<u>11</u>	<u>04</u>	03	01	Pneumatiques
<u>11</u>	<u>05</u>			Caravanes-bateaux
<u>11</u>	<u>05</u>	01		Caravanes
<u>11</u>	<u>05</u>	01	01	Caravanes, camping car, habitations mobiles...
<u>11</u>	<u>05</u>	02		Bateaux
<u>11</u>	<u>05</u>	02	01	Bateaux de plaisance

12				Voyage-Tourisme
12	01			Voyage-Tourisme
12	01	01		Location de véhicules
12	01	01	01	Location de moyens de transport
12	01	02		Compagnies aériennes
12	01	02	01	Compagnies aériennes
12	01	03		Compagnies maritimes
12	01	03	01	Compagnies maritimes
12	01	04		Clubs-Agences de voyages
12	01	04	01	Clubs, agences de voyages
12	01	05		Transports publics
12	01	05	01	Transports urbains
12	01	05	02	Transports routiers passagers
12	01	05	03	Transports ferroviaires
12	01	06		Offices de Tourisme
12	01	06	01	Tourisme français et étranger (collectivités locales et territoriales) hors développements économiques et sociaux (18 05 04 01)
12	01	06	02	Thermalisme et thalassothérapie
12	01	06	03	Stations de sports d'hiver
12	01	07		Restauration
12	01	07	01	Restauration rapide (dont sandwicherie, café...)
12	01	07	02	Restauration livrée à domicile
12	01	07	03	Restaurants, cafétérias
12	01	08		Hôtellerie
12	01	08	01	Hôtellerie
12	01	08	02	Hôtellerie de plein air

13				Energie
13	01			Secteur pétrolier
13	01	01		Produits pétroliers
13	01	01	01	Lubrifiants, carburants et stations services
13	01	01	02	Additifs et nettoyeurs moteurs
13	01	02		Fioul domestique
13	01	02	01	Fioul domestique
13	01	03		Butane-Propane
13	01	03	01	Gaz butane, propane (bonbonnes)
13	01	03	02	Gaz naturel
13	02			Autres sources d'énergie
13	02	01		Autres sources d'énergie
13	02	01	01	Energies électriques, nucléaire
13	02	01	02	Energies renouvelables (vent, soleil, chaleur terrestre, eau, biodégradation...)

15				Enseignement-Formation
15	01			Formations
15	01	01		Formations
15	01	01	01	Ecoles, cours, formations professionnels
15	01	01	02	Cours de langues (tout support)
15	01	01	03	Séjours linguistiques
15	01	01	04	Soutiens scolaires (tout support)
15	02			Méthodes diverses (tout support)
15	02	01		Cours de conduite

15	02	01	01	Cours de conduite
15	02	02		Méthodes diverses (dont minceur)
15	02	02	01	Méthodes minceur

16				Edition
16	01			Editions audio vidéo
16	01	01		Editions musicales
16	01	01	01	Editions musicales tous supports : CD, mobile... (sans garantie d'exclusivité)
16	01	02		Editions audiovisuelles
16	01	02	01	Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD... (sans garantie d'exclusivité)
16	02			Edition imprimée
16	02	01		Edition littéraire (aux seules chaînes exclusivement du câble et du satellite)
16	02	01	12	Edition littéraire tous supports : livres, BD, livres électroniques... (sans garantie d'exclusivité)
16	02	04		Fascicules avec ou sans objets
16	02	04	01	Fascicules avec ou sans objets (sans garantie d'exclusivité)

17				Distribution-VAD
17	01			Distribution généraliste
17	01	02		Grands magasins et centres commerciaux
17	01	02	01	Grands magasins
17	01	02	02	Centres commerciaux
17	01	03		GMS, Hard Discount
17	01	03	01	GMS, Hard Discount
17	01	03	02	Gamme MDD, 1er Prix (sans mise en avant d'un produit particulier)
17	01	03	03	Moyens de fidélisation (y compris cartes de réduction)
17	01	03	04	Cartes de paiement d'enseignes
17	01	03	05	Service drive GMS et Hard Discount
17	01	04		GMS Services marchands
17	01	04	01	Parapharmacie
17	01	04	02	Billetterie
17	01	07		Soldeurs, ventes entrepôts, dépôts-ventes
17	01	07	01	Soldeurs, ventes entrepôts
17	01	07	02	Dépôts-ventes
17	01	08		Magasins locaux
17	01	08	01	Magasins locaux
17	01	09		Centrales d'achats
17	01	09	01	Centrales d'achats
17	02			Distribution spécialisée (hors commerce en ligne - voir 17.03.00.00 VAD Distribution)
17	02	01		Magasins et rayons spécialisés
17	02	01	01	Magasins et rayons spécialisés Alimentation / Boissons (surgelés, traiteurs...)
17	02	01	02	Magasins et rayons spécialisés Jardinerie/Pépiniériste/Fleuriste/Animalerie
17	02	01	03	Magasins et rayons spécialisés Moquette / Revêtements sols
17	02	01	04	Magasins et rayons spécialisés Ameublement / Luminaire / Literie
17	02	01	05	Magasins et rayons spécialisés Audiovisuel
17	02	01	06	Magasins et rayons spécialisés Bricolage / Quincaillerie
17	02	01	07	Magasins et rayons spécialisés Habillement / Textiles (précédemment Confection/Tissus)
17	02	01	08	Magasins et rayons spécialisés Electroménager / Electronique/Informatique
17	02	01	09	Magasins et rayons spécialisés Jeux / Jouets
17	02	01	10	Magasins et rayons spécialisés Maternité
17	02	01	11	Magasins et rayons spécialisés Photo
17	02	01	12	Magasins et rayons spécialisés Sanitaires / Carrelages

<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	13	Magasins et rayons spécialisés Cuisines
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	14	Magasins et rayons spécialisés Sports (habillement, accessoires, textile sport, matériel de sport)
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	15	Magasins et rayons spécialisés Parfumeries / Beauté / Hygiène / Parapharmacie
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	16	Magasins et rayons spécialisés Loisirs/Produits culturels (librairie, papeterie, musique, vidéo...)
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	17	Magasins et rayons spécialisés Décoration d'intérieur / Arts de la table
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	18	Magasins et rayons spécialisés Téléphonie / Télécommunication
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	19	Magasins et rayons spécialisés Chaussures (hors Sports)
<u>17</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	20	Magasins et rayons spécialisés rachats - recyclages
<u>17</u>	<u>03</u>			<u>VAD Distribution (y compris commerce en ligne - ex-49.03.00.00 Internet)</u>
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		VAD Distribution
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	02	VAD Alimentation/Boissons (surgelés, traiteurs...)
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	03	VAD Jardinerie / Pépiniériste / Fleuriste / Animalerie
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	04	VAD Décoration/Moquette
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	05	VAD Ameublement/Luminaire/Literie
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	06	VAD Audiovisuel
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	07	VAD Bricolage / Quincaillerie
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	08	VAD Prêt à porter / Accessoires
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	09	VAD Electroménager / Electronique/Informatique
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	10	VAD Jeux / Jouets
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	11	VAD Maternité
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	12	VAD Photo (albums photos, développement ...)
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	13	VAD Sanitaires/Carrelages
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	14	VAD Cuisines
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	15	VAD Sports (habillement, accessoires, textile sport, matériel de sport)
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	16	VAD Parfumeries / Beauté / Hygiène / Parapharmacie
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	17	VAD Loisirs / Produits culturels (librairie, papeterie, musique, vidéo...)
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	18	VAD Voyages / Tourisme / Hôtellerie y compris comparateurs de voyages
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	19	VAD Dépôts-ventes
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	20	VAD Automobiles (accessoires...)
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	21	VAD Rachats-recyclages
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	22	VAD Chaussures
<u>17</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	23	VAD Achats groupés

<u>18</u>				<u>Ets financiers-assurance</u>
<u>18</u>	<u>01</u>			<u>Etablissements financiers-assurance</u>
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		Services financiers
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	01	Conseils-experts financiers, affacturage, courtage y compris services en ligne
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	02	Agents de change-bourses
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	03	Monnaies de collection
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	04	Cautions mutuelles immobilières
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		Banques
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	01	Placements-épargne (Livret, PEL, Codevi...) sauf épargne retraite (voir 18.01.03.01)
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	02	Moyens de paiement (cartes de crédit, de paiement)
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	03	Autres moyens de paiement y compris services en ligne
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	04	Prêts immobiliers
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	05	Prêts personnels (hors autos-motos), à la consommation, crédits renouvelables, rachats de crédits, prêts travaux...
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	06	Prêts automobiles, motos...
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	07	Cartes multi-services, à points
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	08	Institutionnel banque (sans mise en avant d'un produit ou service particulier)
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	09	Services bancaires aux entreprises
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	10	Services bancaires aux particuliers
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>		Assurances

<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	01	Assurances vie, retraite (dont épargne, PERP), prévoyance, santé, médicale
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	02	Assurances automobiles, motos. . .
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	03	Assurances multirisques habitation
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	04	Assurances assistance-loisirs et déplacements
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	05	Assurances obsèques
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	06	Assurances scolaires
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	07	Assurances animaux
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	08	Assurances professionnelles (risques industriels...)
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	09	Institutionnel assurance (sans mise en avant d'un produit ou service particulier)
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	10	Assistance, protection juridique
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	11	Assurances prêts (immobilier. . .)
<u>18</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	12	Conseils / Services en ligne y compris comparateurs d'assurance

<u>19</u>				Jardinage-Bricolage-Agriculture
<u>19</u>	<u>01</u>			Jardinage
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		Plantes et graines
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	01	Plantes, fleurs, graines et bulbes
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		Matériels parcs et jardins
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	01	Tondeuses, motoculteurs, débroussailleuses. . .
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	02	Matériels d'arrosage
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	03	Outillages de jardin à moteur et à main
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	04	Tronçonneuses
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>03</u>		Bacs à plantes, mini-serres
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	01	Bacs à plantes, mini-serres
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>04</u>		Engrais et traitements jardin et appartement (phytosanitaires)
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	01	Engrais jardin et plantes appartement
<u>19</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	02	Traitements divers jardin et appartement (insecticides, fongicides, herbicides. . .)
<u>19</u>	<u>02</u>			Bricolage
<u>19</u>	<u>02</u>	<u>01</u>		Outillages pour bricoleur
<u>19</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	01	Outillages électriques et classiques (perceuses, agrafeuses. . .)
<u>19</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	02	Matériels de nettoyage sols et murs
<u>19</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	03	Visserie : boulons, chevilles, clous, crochets, écrous, rivets, rondelles, vis...
<u>19</u>	<u>03</u>			Agriculture
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		Matériels agricoles
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	01	Matériels agricoles (tracteurs. . .)
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	02	Matériels de préparation des sols
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>02</u>		Engrais agricoles
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>02</u>	01	Engrais chimiques agricoles (biostimulants, substrats, terreaux spéciaux. . .)
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>03</u>		Nutrition animale
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>03</u>	01	Aliments pour animaux de ferme
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>04</u>		Eleveurs de chevaux
<u>19</u>	<u>03</u>	<u>04</u>	01	Eleveurs de chevaux

<u>20</u>				Services
<u>20</u>	<u>01</u>			Marché du travail
<u>20</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		Personnel intérimaire
<u>20</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	01	Personnel intérimaire
<u>20</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		Cabinet de recrutement
<u>20</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	01	Cabinet de recrutement
<u>20</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	02	Conseils en mobilité professionnelle internationale (carte verte, expatriation. . .)
<u>20</u>	<u>01</u>	<u>03</u>		Recrutement des entreprises

<u>20</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	01	Recrutement des entreprises
<u>20</u>	<u>02</u>			<u>Entreprises de communication</u>
<u>20</u>	<u>02</u>	<u>01</u>		<u>Communication</u>
<u>20</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	01	Agences de communication
<u>20</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	02	Agences de mannequins
<u>20</u>	<u>03</u>			<u>Location biens et services</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		<u>Déménagements</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	01	Déménagements, garde-meubles, stockage privatif...
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>02</u>		<u>Transports express courrier</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>02</u>	01	Transports express, fret, sociétés de coursiers
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>02</u>	02	Courrier, timbres, colis, enveloppes, matériels courrier...
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>03</u>		<u>Location-dépannages (hors automobiles)</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>03</u>	01	Location de matériels, appareils
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>03</u>	02	Sociétés de dépannages (hors automobiles)
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>04</u>		<u>Agences matrimoniales (+ serveurs...) et clubs de rencontres</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>04</u>	01	Agences matrimoniales et clubs de rencontres y compris en ligne
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>05</u>		<u>Laverie-pressing</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>05</u>	01	Laverie-pressing
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>06</u>		<u>Restauration d'entreprise</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>06</u>	01	Sociétés de restauration d'entreprise, tickets restaurant...
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>07</u>		<u>Services divers</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>07</u>	01	Services cadeaux (fleurs, chèques, box...)
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>07</u>	02	Maisons de retraite
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>07</u>	03	Sociétés de services funéraires
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>07</u>	04	Services de télé-assistance aux personnes
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>08</u>		<u>Services professionnels</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>08</u>	01	Expertise, audit, consultants...
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>08</u>	02	Sociétés de nettoyage industriel
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>08</u>	03	Services professionnels à la personne, aide à domicile
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>09</u>		<u>Surveillance</u>
<u>20</u>	<u>03</u>	<u>09</u>	01	Gardiennage, sécurité, détectives...
<u>20</u>	<u>04</u>			<u>Services publics et collectifs</u>
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>01</u>		<u>Associations, fédérations et organisations professionnelles</u>
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	01	Associations, fédérations et organisations professionnelles (dont Agence Nationale pour les Chèques-Vacances)
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>02</u>		<u>Organismes humanitaires</u>
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>02</u>	01	Organismes humanitaires (fondations...)
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>03</u>		<u>Informations gouvernementales</u>
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>03</u>	01	Informations gouvernementales
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>03</u>	02	Grandes causes nationales (hors humanitaires)
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>04</u>		<u>Collectivités locales (hors tourisme)</u>
<u>20</u>	<u>04</u>	<u>04</u>	01	Développements économiques et sociaux (hors offices de tourisme 12.01.06.01)
<u>20</u>	<u>05</u>			<u>Clubs et associations</u>
<u>20</u>	<u>05</u>	<u>01</u>		<u>Clubs et associations sportives</u>
<u>20</u>	<u>05</u>	<u>01</u>	01	Clubs et associations sportives

<u>21</u>				<u>Immobilier</u>
<u>21</u>	<u>01</u>			<u>Immobilier</u>
<u>21</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		<u>Immobilier habitation (appartements...)</u>
<u>21</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	01	Immobilier habitation (appartements...)
<u>21</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		<u>Immobilier de bureaux</u>
<u>21</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	01	Immobilier de bureaux
<u>21</u>	<u>01</u>	<u>03</u>		<u>Services et agences immobilières</u>

21	01	03	01	Services et agences immobilières (y compris sites Internet)
----	----	----	----	---

22	Publicité Financière		
22	01	Publicité Financière	
22	01	01	Opérations financières
22	01	01	01Privatisations et ouvertures/augmentations de capital
22	01	02	Informations financières
22	01	02	01Informations financières, publications des résultats

23	Corporate		
23	01	Corporate	
23	01	01	Corporate d'entreprise (sans garantie d'exclusivité)
23	01	01	01Corporate d'entreprise y compris sites institutionnels
23	01	01	02Promotion gammes de produits (opérations sans mise en avant de produits particulière)

26	Pharmacie-Médecine		
26	01	Produits pharmaceutiques publics	
26	01	01	Articles et appareils de santé
26	01	01	01Accessoires de santé (thermomètre, tensiomètre...)
26	01	01	02Préservatifs, lubrifiants et accessoires...
26	01	01	03Bouchons anti-bruit
26	01	01	04Produits anti-ronflements
26	01	01	05Articles de puériculture
26	01	02	Pharmacie diverse
26	01	02	01Collyres-soins des yeux
26	01	02	02Tests de grossesse
26	01	02	03Tests d'ovulation
26	01	02	04Produits de cure solaire (ex-bronzants internes (produits solaires oraux))
26	01	02	05Produits de cure minceur (ex-produits internes amincissants)
26	01	02	06Produits anti-insectes
26	01	02	07Produits antiparasites et accessoires (poux...)
26	01	02	08Vaccins (sauf anti-grippe)
26	01	02	09Traitements des oreilles
26	01	02	10Traitements pour la ménopause
26	01	02	11Traitements de l'impuissance masculine
26	01	02	12Traitements anti-histaminiques (rhinites allergiques...)
26	01	02	13Produits de cure anti-rides internes (raffermissant, liftant...)
26	01	02	14Produits de cure capillaire (circuit pharmacie/parapharmacie)
26	01	02	15Produits de cure hydratation interne
26	01	02	16Assainissants atmosphériques (sprays...)
26	01	02	17Traitements des gênes urinaires
26	01	03	Sédatifs
26	01	03	01Sédatifs (relaxant...)
26	01	04	Toux-grippe-analgésiques
26	01	04	01Analgésiques
26	01	04	02Anti-grippe
26	01	04	03Anti-rhume, décongestionnants
26	01	04	04Toux et maux de gorge
26	01	04	05Vaccins anti-grippe
26	01	05	Estomac-digestion
26	01	05	01Estomac-digestion

<u>26</u>	<u>01</u>	<u>05</u>	02	Laxatifs
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>05</u>	03	Antinausée (malaise de transports...)
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>05</u>	04	Antidiarrhées
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>		Antidouleurs-dermatologie, orthopédie
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	01	Antidouleurs-rhumatismes (baumes musculaires, patchs, sprays...)
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	02	Affections virales de la peau (anti-herpétiques, boutons de fièvre...)
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	03	Soins des jambes, orthopédie
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	04	Autres affections virales de la peau (verrues...)
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	05	Affections fongiques de la peau (mycoses...)
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	06	Infections de la bouche (aphtes...)
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	07	Traitements des brûlures
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>06</u>	08	Crème dermique apaisante hors antidouleurs-rhumatismes
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>07</u>		Toniques et vitamines
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>07</u>	01	Vitamines, fortifiants, sels minéraux
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>08</u>		Soins hémorroïdes-circulation du sang
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>08</u>	01	Soins hémorroïdes
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>08</u>	02	Circulation du sang
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>09</u>		Traitements anti-tabac dont substitut
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>09</u>	01	Traitements anti-tabac dont substitut
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>10</u>		Pansements-désinfectants
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>10</u>	01	Pansements, bandages
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>10</u>	02	Antiseptiques, désinfectants
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>11</u>		Appareils pour malentendants
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>11</u>	01	Appareils pour malentendants
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>12</u>		Institutionnel produits pharmaceutiques publics
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>12</u>	01	Institutionnel médicaments
<u>26</u>	<u>01</u>	<u>12</u>	02	Institutionnel parapharmacie
<u>26</u>	<u>02</u>			Prévention médicale
<u>26</u>	<u>02</u>	<u>01</u>		Prévention médicale
<u>26</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	01	Prévention médicale
<u>26</u>	<u>03</u>			Santé animaux domestiques
<u>26</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		Produits vétérinaires animaux de compagnie
<u>26</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	01	Produits vétérinaires animaux de compagnie (antipuces...)
<u>26</u>	<u>04</u>			Matériel médical
<u>26</u>	<u>04</u>	<u>01</u>		Matériels d'assistance pour personnes à mobilité réduite
<u>26</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	01	Mobiliers d'assistance pour personnes à mobilité réduite : monte-escaliers, mini-ascenseurs...
<u>26</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	02	Matériels d'assistance pour personnes à mobilité réduite : scooters, déambulateurs...
<u>26</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	03	Baignoires médicales, élévateurs de bains
<u>26</u>	<u>04</u>	<u>02</u>		Matériels d'imagerie médicale
<u>26</u>	<u>04</u>	<u>02</u>	01	Matériels d'imagerie médicale (radiologie, scanner, échographie, imagerie par résonance magnétique...)
<u>26</u>	<u>05</u>			Centres hospitaliers, cliniques
<u>26</u>	<u>05</u>	<u>01</u>		Centres hospitaliers, cliniques
<u>26</u>	<u>05</u>	<u>01</u>	01	Centres hospitaliers, cliniques

<u>30</u>				Audiovisuel-Photo-Cinéma
<u>30</u>	<u>01</u>			Audiovisuel
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		Radios et Hi-fi
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	01	Hi-fi, radios, minidisc, lecteurs et graveurs CD... de salon
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	02	Radios et audios portables (baladeurs, MP3...)
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		Autoradios, lecteurs DVD auto et accessoires
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	01	Autoradios, lecteurs DVD auto et accessoires
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>03</u>		Supports enregistrement

<u>30</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	03	Supports audio-vidéo enregistrables (cartes mémoire, clés...)
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>04</u>		Télévision-vidéo
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	01	Téléviseurs, lecteurs/enregistreurs DVD, PVR/DVR, 3D, TV connectée...
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	02	Caméscopes, matériels vidéo
<u>30</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	03	Terminaux numériques (TNT...)
<u>30</u>	<u>02</u>			Musique-audiovisuel
<u>30</u>	<u>02</u>	<u>01</u>		Instruments de musique
<u>30</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	01	Instruments de musique et accessoires
<u>30</u>	<u>02</u>	<u>02</u>		Accessoires radio TV
<u>30</u>	<u>02</u>	<u>02</u>	01	Accessoires radio TV (antennes, écouteurs...)
<u>30</u>	<u>03</u>			Photo-cinéma
<u>30</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		Photographie et cinéma
<u>30</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	01	Appareils (dont jetables, numériques, wifi), accessoires et traitements photos (imprimantes spéciales...)

<u>32</u>				Culture et Loisirs
<u>32</u>	<u>01</u>			Jouets et jeux (sans garantie d'exclusivité)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		Ordinateurs pour enfants, consoles et logiciels jeux
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	04	Ordinateurs pour enfants
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	05	Ordinateurs de poche, agendas électroniques pour enfants
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	06	Consoles, logiciels et accessoires jeux vidéo, tablettes enfants
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		Jouets filles et garçons
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	01	Grandes poupées-poupons à fonctions (et accessoires)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	02	Grandes poupées-poupons classiques (et accessoires)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	03	Poupées mannequins (et accessoires) filles
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	04	Mini poupées, figurines, figurines miniatures filles (et accessoires)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	05	Mini poupées, figurines, figurines miniatures parlantes (et accessoires)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	06	Landaus-poussettes (jouets) sauf à fonctions et/ou interactifs
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	07	Bijoux et accessoires enfants (maquillage...)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	08	Peluches (sauf peluches à fonctions et/ou interactives)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	09	Jeux éducatifs électroniques
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	10	Jeux éducatifs (sauf électroniques)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	11	Jeux artistiques, activités manuelles (modelage, dessin, poterie...)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	12	Instruments de musique enfants, jouets musicaux
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	13	Robots (transformables sauf à fonctions et/ou interactifs)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	14	Véhicules et engins miniatures, garages (sauf à fonctions et/ou interactifs)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	15	Avions (sauf à fonctions et/ou interactifs)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	16	Jouets radioguidés et télécommandés
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	17	Trains et circuits électriques
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	18	Figurines, figurines miniatures garçons (et accessoires)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	19	Poupées mannequins (et accessoires) garçons
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	20	Porteurs-véhicules enfants
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	21	Jeux de construction
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	22	Structures et personnages
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	23	Jeux de professions et panoplies
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	24	Jeux sportifs-plein air
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	25	Gadgets pour enfants
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	26	Vignettes, images à collectionner
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	27	Matériel électronique enfants (vidéo, audio, photo)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	30	Peluches à fonctions et/ou interactives
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	31	Voiturettes électriques enfants
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	32	Robots de compagnie à fonctions et/ou interactifs (animaux...)
<u>32</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	33	Accessoires jouets à fonctions et/ou interactifs

32	01	02	34	Jeux scientifiques et accessoires
32	01	02	35	Têtes à coiffer (y compris à fonctions) et accessoires
32	01	02	36	Jouets musicaux (Karaoke...)
32	01	03		Jeux 1er âge (0 à 30 mois)
32	01	03	01	Jouets et jeux 1er âge (0 à 30 mois)
32	01	03	02	Tricycles 1er âge
32	01	04		Jeux de société
32	01	04	01	Jeux de société enfants et familiaux
32	01	04	02	Jeux de société adultes
32	01	04	04	Puzzles
32	01	04	05	Maquettes
32	01	04	06	Jeux traditionnels (dés, jeux de cartes...)
32	01	05		Autres jouets et jeux
32	01	05	01	Feux d'artifice
32	01	07		Institutionnel jouets et jeux
32	01	07	01	Institutionnel jouets et jeux
32	02			Jeux et manifestations
32	02	01		Salons - Foires - Expositions
32	02	01	01	Salons, foires, expositions (publicité nationale)
32	02	01	02	Salons (publicité régionale)
32	02	01	03	Foires (publicité régionale)
32	02	01	04	Expositions (publicité régionale)
32	02	02		Cinéma (pas encore ouvert à la publicité classique sauf chaînes payantes "Cinéma", chaînes transfrontières)
32	02	02	01	Films, salles et festivals de cinéma
32	02	03		Spectacles-manifestations
32	02	03	01	Spectacles vivants (théâtres, concerts...)
32	02	03	02	Musées
32	02	03	03	Soirées à thèmes
32	02	04		Manifestations sportives
32	02	04	01	Manifestations sportives
32	02	05		Centres de loisirs
32	02	05	01	Parcs d'attraction
32	02	05	02	Zoo/parc animalier
32	02	06		Casinos-loteries-paris-jeux d'argent en ligne
32	02	06	01	Casinos
32	02	06	02	Jeux de grattage et de tirage
32	02	06	03	Paris sportifs et hippiques (réseaux physiques)
32	02	06	04	Paris et jeux d'argent en ligne (sans garantie d'exclusivité)
32	03			Matériels de sports
32	03	01		Matériels de sports
32	03	01	01	Matériels de sports (pétanque, patins, planches, skis...)
32	03	02		Matériels de camping
32	03	02	01	Matériels de camping

33				Information Media
33	01			Information Media
33	01	01		Radio
33	01	01	01	Stations de radio
33	01	02		Presse
33	01	02	01	Presse quotidienne nationale
33	01	02	02	Presse quotidienne régionale
33	01	02	03	Presse départementale et locale

33	01	02	04	Périodiques locaux gratuits
33	01	02	05	Magazines Actualité-hebdos, Informations générales, culturelles (littérature, spectacles) et scientifiques, Société
33	01	02	06	Magazines Affaires (économie, investissements, entreprises, emplois, carrières)
33	01	02	07	Magazines Animaux, Chasse et Pêche, Mer, Océanographie
33	01	02	08	Magazines Arts, Objets d'arts, Antiquités, Collections, Brocante, Ventes aux enchères
33	01	02	09	Magazines Auto-moto
33	01	02	10	Magazines Bandes dessinées (hors enfants)
33	01	02	11	Magazines Bricolage, Travaux décoratifs, Jardins, Piscines
33	01	02	12	Magazines Cinéma, Haute-fidélité, Home cinema, DVD, Vidéo, Photo-ciné-vidéo amateur
33	01	02	13	Magazines Famille
33	01	02	14	Magazines Féminins, Beauté, Mode, Forme, Diététique, Santé
33	01	02	15	Magazines Histoire
33	01	02	16	Magazines Immobilier
33	01	02	17	Magazines Informatique, Multimédia, Electronique, Internet, Télécommunications, Télématicque
33	01	02	18	Magazines Jeunesse (enfant, pré-adolescent, adolescent et étudiant)
33	01	02	19	Magazines Jeux, Jeux vidéo, Modelisme et maquettisme, trains
33	01	02	20	Magazines Maison, Décoration, Art de vivre
33	01	02	21	Magazines Cuisine
33	01	02	22	Magazines Masculins
33	01	02	23	Magazines locaux et régionaux
33	01	02	24	Magazines Musique, Danse, Variétés
33	01	02	25	Magazines Personnalités, Célébrités
33	01	02	26	Magazines Revues de marques (consumers)
33	01	02	27	Magazines Séniors
33	01	02	28	Magazines Sports
33	01	02	29	Magazines Télévision-radio
33	01	02	30	Magazines Tourisme
33	01	02	31	Magazines Turfisme-courses
33	01	02	32	Presse technique et professionnelle, presse agricole, presse médicale
33	01	03		Télévision
33	01	03	01	Chaînes TV, bouquets numériques
33	01	04		Afficheurs
33	01	04	01	Afficheurs
33	01	05		Sites Internet éditoriaux
33	01	05	01	Sites Internet éditoriaux (avec contenus journalistiques)

49				Télécommunications
49	01			Téléphonie/Télécommunications
49	01	01		Services et offres du téléphone
49	01	01	01	Institutionnel téléphone
49	01	01	04	Services et offres prépayés du téléphone mobile, y compris cartes
49	01	03		Moyens de transmission
49	01	03	01	Câble, satellite, matériels de réseaux de télécommunication (uniquement transporteur)
49	01	04		Appareils de convergence et de communications électroniques
49	01	04	01	Appareils de téléphonie fixe, répondeurs
49	01	04	02	Appareils de téléphonie mobile hors smartphone
49	01	04	03	Smartphones
49	01	04	04	Tablettes, eBooks...
49	02			Fournisseurs de contenu (Téléphone, SMS/MMS et Internet/ <i>Podcasting</i>)
49	02	03		Fournisseurs de contenu de services
49	02	03	07	Fournisseurs de contenu annuaires, renseignements téléphoniques
49	02	04		Fournisseurs de contenu messagerie dialogue

<u>49</u>	<u>02</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	Fournisseurs de contenu destiné aux adultes (sans garantie d'exclusivité)
<u>49</u>	<u>02</u>	<u>07</u>		Fournisseurs de contenu Audiovisuel
<u>49</u>	<u>02</u>	<u>07</u>	<u>01</u>	Plates-formes de distribution de contenus audiovisuels numériques (télévision de rattrapage (Catch-Up TV), VOD...)
<u>49</u>	<u>02</u>	<u>08</u>		Fournisseurs de contenu y compris téléchargement (sans ganrantie d'exclusivité)
<u>49</u>	<u>02</u>	<u>08</u>	<u>01</u>	Personnalisation du téléphone (hors destiné aux adultes)
<u>49</u>	<u>02</u>	<u>08</u>	<u>02</u>	Fournisseurs de contenu : musiques, vidéos, jeux, applications
<u>49</u>	<u>03</u>			Internet
<u>49</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		Internet
<u>49</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	Fournisseurs d'accès
<u>49</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	Sites internet (dont moteurs/portails, navigateur... hors sites éditoriaux 33.01.05.01 et commerce en ligne 17 03 00 00) (sans garantie d'exclusivité)
<u>49</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	Hébergeurs web (sans garantie d'exclusivité)
<u>49</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	Réseaux Sociaux
<u>49</u>	<u>04</u>			Offres de communications électroniques
<u>49</u>	<u>04</u>	<u>01</u>		Offres de communications électroniques
<u>49</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	<u>05</u>	Offres de communications électroniques (sans garantie d'exclusivité)

<u>50</u>				Informatique (dont Bureautique-Imprimantes)
<u>50</u>	<u>01</u>			Informatique
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>01</u>		Informatique
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	Réseaux et systèmes
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	Micro-ordinateurs
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	Processeurs
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>02</u>		Matériels périphériques
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	Scanners, lecteurs, graveurs (autres que CD audio), souris, webcams...
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	<u>02</u>	Modems
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>03</u>		Calcul et divers appareils électroniques
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	Calculatrices
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	<u>04</u>	Stations Météo électroniques
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>04</u>		Imprimantes et cartouches
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	Imprimantes multifonctions (hors spéciales photos 30 03 01 01)
<u>50</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	<u>02</u>	Cartouches pour imprimantes
<u>50</u>	<u>02</u>			Matériels de transposition
<u>50</u>	<u>02</u>	<u>01</u>		Copieurs
<u>50</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	Copieurs
<u>50</u>	<u>03</u>			Services informatiques
<u>50</u>	<u>03</u>	<u>01</u>		Logiciels pour adultes
<u>50</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	Logiciels-(dont Plug In) hors jeux
<u>50</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	Services de cloud
<u>50</u>	<u>04</u>			Mobilier-Fournitures bureau
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>01</u>		Papeterie
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	<u>01</u>	Papeterie (cahiers, classeurs, agendas...)
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	<u>02</u>	Colles de bureau, rubans adhésifs...
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	<u>03</u>	Correcteurs écriture
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>02</u>		Matériels d'écriture
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>02</u>	<u>01</u>	Matériels d'écriture (stylos, crayons, marqueurs, feutres...)
<u>50</u>	<u>4</u>	<u>02</u>	<u>02</u>	Surligneurs
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>03</u>		Mobiliers et matériels de bureau
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>03</u>	<u>01</u>	Mobiliers et matériels de bureau
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>04</u>		Fournitures de bureau
<u>50</u>	<u>04</u>	<u>04</u>	<u>01</u>	Fournitures de bureau gamme

<u>55</u>				<u>BTP</u>
<u>55</u>	<u>01</u>			<u>Matériaux</u>
<u>55</u>	<u>01</u>	01		<u>Matériaux de gros œuvre</u>
<u>55</u>	<u>01</u>	01	01	Matériaux de gros œuvre
<u>55</u>	<u>02</u>			<u>Couverture-étanchéité</u>
<u>55</u>	<u>02</u>	01		<u>Couverture-étanchéité</u>
<u>55</u>	<u>02</u>	01	01	Couverture-étanchéité
<u>55</u>	<u>03</u>			<u>Revêtements sols industriels</u>
<u>55</u>	<u>03</u>	01		<u>Revêtements sols industriels</u>
<u>55</u>	<u>03</u>	01	01	Revêtements sols industriels (routiers...)
<u>55</u>	<u>04</u>			<u>Entreprises de construction</u>
<u>55</u>	<u>04</u>	01		<u>Entreprises de construction</u>
<u>55</u>	<u>04</u>	01	01	Entreprises de construction-BTP

<u>70</u>				<u>Industrie</u>
<u>70</u>	<u>01</u>			<u>Métallurgie-Travaux métaux</u>
<u>70</u>	<u>01</u>	01		<u>Métallurgie-Travaux métaux</u>
<u>70</u>	<u>01</u>	01	01	Métallurgie-Travaux métaux
<u>70</u>	<u>02</u>			<u>Conditionnement</u>
<u>70</u>	<u>02</u>	01		<u>Produits emballage</u>
<u>70</u>	<u>02</u>	01	01	Emballages industriels
<u>70</u>	<u>03</u>			<u>Protection-sécurité</u>
<u>70</u>	<u>03</u>	01		<u>Systèmes de protection</u>
<u>70</u>	<u>03</u>	01	01	Extincteurs
<u>70</u>	<u>04</u>			<u>Electrotechnique-Electronique</u>
<u>70</u>	<u>04</u>	01		<u>Alimentation électrique</u>
<u>70</u>	<u>04</u>	01	01	Générateurs
<u>70</u>	<u>05</u>			<u>Recyclages</u>
<u>70</u>	<u>05</u>	01		<u>Recyclages</u>
<u>70</u>	<u>05</u>	01	01	Recyclages