

Conditions Générales de Vente 2015

Chers amis,

Avec une offre composée de neuf chaînes de télévision, **LAGARDERE PUBLICITE** s'adresse à tous les publics : à travers son pôle jeunesse (Gulli, Canal J et TiJi) et son pôle adulte (RTL9, MCM et June) l'offre de **LAGARDERE PUBLICITE** touche des téléspectateurs de tout âge, permettant ainsi de répondre à un vaste panel de problématiques publicitaires. Comme chaque année, nos équipes mettront tout en œuvre pour vous proposer les solutions media qui correspondent le mieux à vos besoins.

LAGARDERE PUBLICITE anticipe les futures tendances

Gulli, une galaxie au service des enfants

Gulli confirme en 2014 son leadership sur les enfants. La chaîne proposera cette saison plus de 300 heures d'animation inédite avec dix nouveaux projets produits par Lagardère, mais aussi la majorité des phénomènes de cours de récréation sans oublier de toutes nouvelles acquisitions.

Gulli continue par ailleurs son développement digital. Après le développement de son service de catch up (10 millions de vidéos vues par mois), Gulli va plus loin et lance cette année une web radio, une appli VOD ainsi qu'une appli TV connectée, accompagnant ainsi les familles dans leur nouvelles consommations média.

TiJi, la chaîne ludo-éducative qui aide les enfants à grandir, et **Canal J**, la chaîne des pré-ados, s'adosent à la puissance éditoriale de Gulli ; elles forment ainsi ensemble une offre complémentaire d'un point de vue éditorial et publicitaire.

LAGARDERE PUBLICITE continue de développer une offre adultes et jeunes adultes complémentaire

Des chaînes économiques et affinitaires

Après le beau succès de Tahiti Quest qui a classé Gulli première chaîne de la TNT à chaque diffusion, la chaîne continue de développer son offre familiale : **pour sa neuvième rentrée, Gulli** revient cette saison avec neuf nouvelles productions, incarnées par des figures emblématiques du paysage audiovisuel français.

Grâce à un positionnement unique sur l'univers payant associant une offre de films toujours renouvelée à un catalogue de séries cultes, **RTL9** confirme son statut de pilier de l'offre cabsat et se place toujours dans le top 3 de l'univers payant sur les principales cibles marché.

Nos deux chaînes générationnelles **MCM** et **June** continuent d'afficher de belles performances sur leurs cœurs de cible respectifs :

MCM, sur un positionnement jeune et masculin, propose de beaux rendez-vous inédits avec notamment l'arrivée en grille du Jimmy Fallon show, diffusé 24h seulement après la diffusion américaine. **June** continue de s'adresser aux jeunes femmes modernes à travers une programmation axée autour de la mode et des dernières tendances.

Enfin Lagardère décline en TV deux marques fortes du groupe avec l'arrivée d'**RFM TV** et de **Virgin TV**, confirmant ainsi sa volonté de penser ses actifs à 360°.



Avec la volonté de développer des solutions globales, **LAGARDERE PUBLICITE** ouvre ses marques à des modes d'expression qui dépassent le simple cadre du salon familial (Gulli Replay, application Gulli sur Ipad, Gulli le mag, opérations terrain, licensing, ...).

Toutes les équipes de Lagardère Publicité sont plus que jamais mobilisées ; nous sommes à votre disposition pour vous servir avec toujours plus de réactivité, de pertinence et de simplicité, simplicité à laquelle ne dérogent pas nos nouvelles conditions commerciales !

A bientôt

Marie Renoir-Couteau

Pour en savoir plus : www.lagardere-pub.com

