

**Next  
Régie**

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE TÉLÉVISION 2015

Applicables au 1<sup>er</sup> Janvier 2015



<b>PRÉSENTATION DES SUPPORTS</b>	<b>3</b>	<b>MODES DE COMMERCIALISATION</b>	<b>11</b>
BFMTV	3	Commercialisation par modules	11
RMC Découverte	4	Présentation des modules de programmation	12
BFM Business TV	5	Conditions d'achat au CGRP net garanti	18
BFMTV.COM	6	Achat au spot à spot	19
		Commercialisation de packages publicitaires	19
<b>CONDITIONS COMMERCIALES</b>	<b>7</b>	<b>SOLUTIONS CLÉS EN MAIN</b>	<b>20</b>
Remise de Référence	7	<b>ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE</b>	<b>30</b>
Remise Volume	7	<b>CONTRAINTES SECTORIELLES</b>	<b>31</b>
<b>CUMUL DE MANDATS</b>	<b>8</b>	<b>CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2015</b>	<b>32</b>
<b>CONDITIONS TARIFAIRES</b>	<b>9</b>	<b>ANNEXE AUX CGV</b>	<b>40</b>
Campagnes SIG, grandes causes	9	Annexe 1 Regroupements de cibles	41
Campagnes de publicité collective	9	Annexe 2 Coefficients par formats	42
Campagnes de marketing direct	9		
Modulations tarifaires	10		

## BFMTV, PLUS QUE JAMAIS N°1

2,3%



1,0%



Source : Médiamétrie Mediamat – septembre 2014 - Pda

## RENTRÉE RECORD POUR BFMTV

Avec 2,3% de part d'audience nationale au mois de septembre 2014, BFMTV démarre la saison par un nouveau record et réalise 2,3 fois l'audience de la 2<sup>ème</sup> chaîne d'info.

## BFMTV MUSCLE SES SOIRÉES

Des nouveautés viennent booster les soirées de BFMTV cette saison :

- **News & Compagnie** (21h-22h du lundi au jeudi), présenté par Nathalie LÉVY, avec Laurent NEUMANN et Emmanuel LECHYPRE
- **Grand Angle** (22h-00h du lundi au jeudi), présenté par Jean-Baptiste BOURSIER



## RMC DÉCOUVERTE, LEADER DE LA TNT HD

## UNE PDA NATIONALE RECORD DE 1,1% DE PDA



Seule en tête sur les 4 ans et plus, la chaîne confirme son **leadership sur toutes les cibles clés** (individus -50 ans, 15-34 ans, CSP+, cibles masculines...)

RMC Découverte se classe d'ores et déjà **5<sup>ème</sup> chaîne TNT sur les hommes 25-49 ans avec 2,7% de PDA**

Des audiences moyennes en soirées qui dépassent désormais les 400 000 téléspectateurs\*.

Toujours **plus de nouveautés cette saison** avec encore plus d'inédit TV ou TNT, et des nouvelles productions RMC Découverte

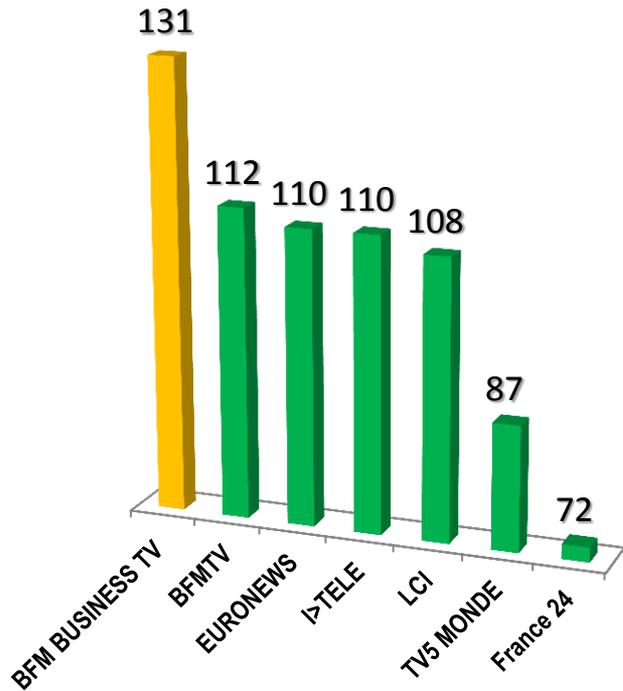
Près de **21 millions de téléspectateurs par mois**  
dont plus de **3,5 millions par jour**

Médiamétrie Médiamat – Audience cumulée – Individus 4 ans et + – septembre 2014

## LA CHAÎNE DES HAUTS POUVOIRS DE DÉCISION ET HAUTS POUVOIRS D'ACHAT

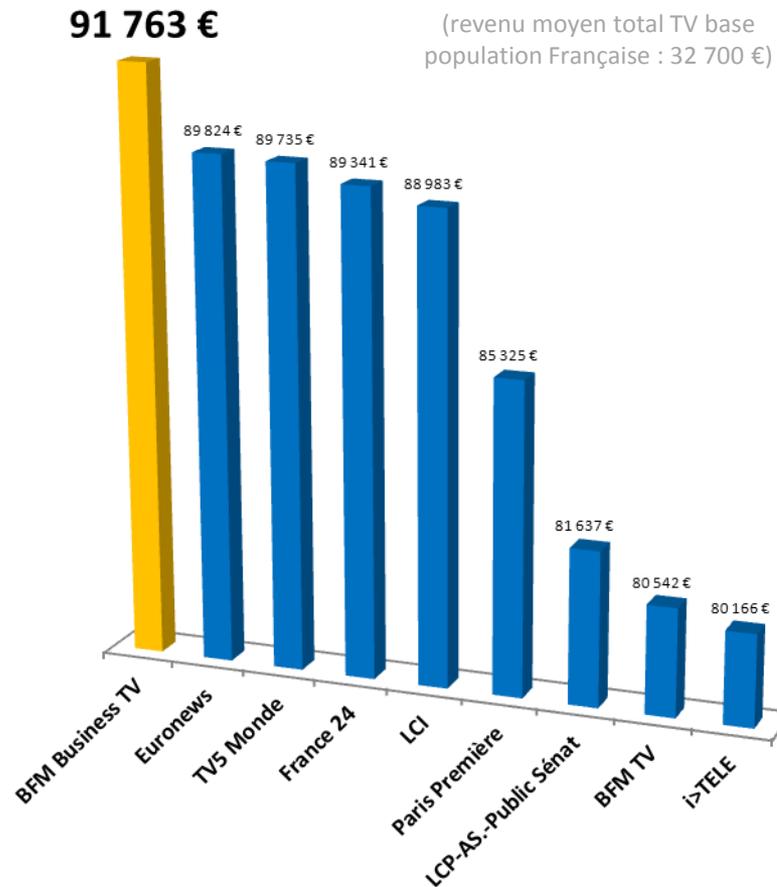
N°1 en affinité auprès des cadres et dirigeants aisés\* ...

(revenus foyer annuels nets >65K€)



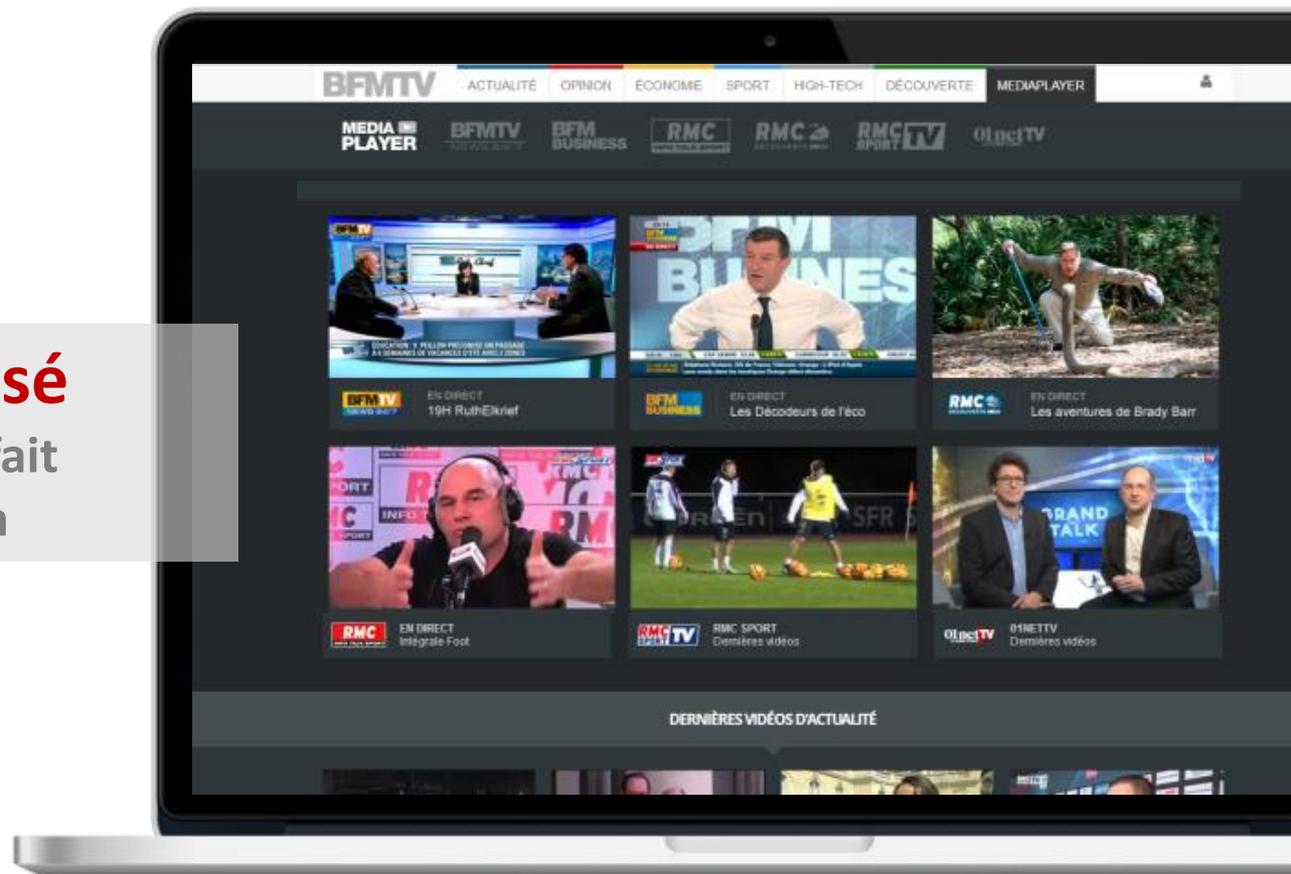
...et un public à plus fort pouvoir d'achat\*\*

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



1<sup>er</sup> SITE DE NEWS VIDÉO DE FRANCE

**1/4 du temps passé**  
sur les vidéos d'info se fait  
sur le site BFMTV.com



Médiaplayer du site BFMTV.com

## Remise de Référence

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur BFMTV bénéficie d'une remise de 15% appliquée sur le chiffre d'affaire brut payant (à l'exclusion des frais techniques) déduction faite en cascade des remises présentées ci-après (avant cumul des mandats).

## Remise Volume

Le dégressif volume s'applique sur les investissements Bruts Payants réalisés sur BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte à l'exception des gracieux, des échanges et des opérations spéciales (toute action hors publicité classique).

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

### Investissements du 1er JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2015 (en €)

CA Brut payant supérieur à	CA Brut payant Inférieur à	Taux	CA Brut payant supérieur à	CA Brut payant Inférieur à	Taux	CA Brut payant supérieur à	CA Brut payant Inférieur à	Taux
85 000 €	190 000 €	7%	1 200 000 €	1 700 000 €	11%	4 200 000 €	4 800 000€	16%
190 000 €	360 000 €	8%	1 700 000 €	2 100 000 €	12%	4 800 000 €	5 800 000 €	17%
360 000 €	850 000 €	9%	2 100 000 €	2 400 000 €	13%	5 800 000 €	6 900 000 €	18%
850 000 €	1 200 000 €	10%	2 400 000 €	3 500 000 €	14%	6 900 000 €	8 400 000 €	19%
			3 500 000 €	4 200 000 €	15%	CA supérieur à 8 400 000 €		20%

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

Cette remise n'est appliquée que si NextRégie est en possession d'une attestation de mandat conforme.

La remise de cumul de mandats s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé HT du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2015 après déduction de toutes les primes et remises des présentes conditions de vente à tout annonceur utilisant un mandataire associant au moins 2 mandats et assurant à ses frais exclusifs la totalité des missions suivantes :

- Gestion des ordres
- Regroupement des factures à échéance
- Expertise média (médiaplanning)
- Contrôle de la diffusion

Le chiffre d'affaires net HT est égal au chiffre d'affaires brut payant HT diffusé entre le 1er janvier et le 31 décembre 2015 diminué de la totalité des dégressifs, primes et remises déjà effectués.

## **Campagnes SIG, grandes causes -40%**

Cette remise est exclusive de toute autre remise, dégressif ou abattement à l'exception de la remise de cumul de mandats.

## **Campagnes de publicité collective -30%**

Concerne les campagnes publicitaires au profit d'un organisme professionnel, d'une association, d'une marque collective, en excluant les publicités pour des marques commerciales.

La qualification « campagne collective » est laissée à l'appréciation de NextRégie et sera attribuée par la régie après examen d'un dossier de demande.

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

## **Campagnes de Marketing direct -40%**

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

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

## Modulations tarifaires

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

- Emplacement préférentiel (première / dernière position) au sein d'un écran **+25%**
- Emplacement préférentiel (deuxième / troisième / antépénultième position / avant dernière position) au sein d'un écran **+20%**
- Présence ou citation de la marque d'un autre annonceur dans l'écran **+20%**
- Présence ou citation de plusieurs produits d'une même marque **+15%**
- Produit à codes secteur multiples **+15%**



## Commercialisation par modules

NextRégie offre la possibilité d'acheter l'espace qu'elle commercialise dans les écrans publicitaires de BFMTV et RMC Découverte en coût GRP net garanti.

Comme en 2014, des modules par cible sont proposés afin de fournir la meilleure qualité de programmation.

En 2015, NextRégie propose 4 modules multi chaînes (BFMTV et/ou BFM Business TV et/ou RMC Découverte) et 3 modules mono chaîne.

### **Garantie de servi prime**

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

Le Prime s'entend comme la tranche du lundi au vendredi 6h-9h pour BFMTV ; la tranche du lundi au dimanche 20h-24h pour RMC Découverte.

Ce poids de Prime peut être amélioré, en optant pour des modules Premium ou Premium +, moyennant une majoration sur le coût GRP contractuel.

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

# **PRÉSENTATION DES MODULES DE PROGRAMMATION**

## MODULE « CSP+ »



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



		% de Prime (6h-9h LàV)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	35%	100
Premium	⇒	45%	102
Premium+	⇒	55%	105



		% de Prime (20h-24h)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	40%	100
Premium	⇒	45%	103
Premium+	⇒	50%	105

Répartition du net investi par chaîne :



## MODULE « Hommes »



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



		% de Prime (6h-9h LàV)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	30%	100
Premium	⇒	40%	103
Premium+	⇒	50%	106



		% de Prime (20h-24h)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	35%	100
Premium	⇒	40%	104
Premium+	⇒	45%	108

Répartition du net investi par chaîne :



## MODULE « Adultes »



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



		% de Prime (6h-9h LàV)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	25%	100
Premium	⇒	35%	104
Premium+	⇒	45%	107



		% de Prime (20h-24h)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	35%	100
Premium	⇒	40%	104
Premium+	⇒	45%	108

Répartition du net investi par chaîne :



## MODULE « Femmes »



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



		% de Prime (6h-9h LàV)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	5%	100
Premium	⇒	15%	105
Premium+	⇒	25%	110



		% de Prime (20h-24h)	Base de garantie CGRP
Standard	⇒	35%	100
Premium	⇒	40%	104
Premium+	⇒	45%	108

Répartition du net investi par chaîne :



## LES MODULES MONO CHÂÎNE



Le détail des cibles concernées par ces **modules mono chaîne** se trouve en *Annexe 1 - Regroupements de cibles*.

## MODULE « Seniors »

	% de Prime (6h-9h LàV)	Base de garantie CGRP
Standard →	5%	100
Premium →	15%	106
Premium+ →	25%	112

## MODULE « Ménagères »

	% de Prime (20h-24h)	Base de garantie CGRP
Standard →	35%	100
Premium →	40%	104
Premium+ →	45%	108

## MODULE « Jeunes Adultes »

	% de Prime (20h-24h)	Base de garantie CGRP
Standard →	30%	100
Premium →	35%	103
Premium+ →	40%	107

## Conditions d'achat au Coût GRP Net garanti

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

- **4 000 € Net base 30s. par semaine active sur BFMTV.**
- **2 000 € Net base 30s. par semaine active sur RMC Découverte**

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

## Audience de référence pour le calcul du coût GRP

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

Bimestre d'étude	Dates de publication des audiences bimestrielles	Application des audiences comme base des CGRP estimés
Septembre - Octobre 2014	20/11/2014	01/12/2014 au 31/01/2015
Novembre-Décembre 2014	15/01/2015	01/02/2015 au 31/03/2015
Janvier-Février 2015	19/03/2015	01/04/2015 au 31/05/2015
Mars -Avril 2015	21/05/2015	01/06/2015 au 31/08/2015
Mai - Juin 2015	16/07/2015	01/09/2015 au 30/11/2015

- Pour RMC Découverte l'étude utilisée sera le Médiamat National Quotidien.

## Achat au spot à spot

NextRégie propose dorénavant pour BFMTV l'achat au spot selon les modalités suivantes :

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

## Commercialisation de packages publicitaires

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

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

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

# **SOLUTIONS CLÉS EN MAIN**

NB : la définition, la disponibilité et la tarification des packages sont susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2015.

## PACK DÉCIDEURS GRANDE CONSO



Une communication tactique auprès des professionnels du secteur de la grande distribution\*.

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

### Dispositif Type\*\* :

Bloc de communication lundi-vendredi  
3 spots par jour en Prime matin et soir  
15 spots sur la semaine

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

**15 K€ Net** (base 30'')



## PACKS ILLIMITÉS HIVER




**3 SEMAINES**

Pour 100 K€ net du 22 décembre 2014 au 11 janvier 2015

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



**DÉCEMBRE**

Pour 60 K€ net du 22 au 31 décembre 2014

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



**JANVIER**

Pour 60 K€ net du 1<sup>er</sup> au 11 janvier 2015

Communiquez de façon illimitée\* et sur toute la journée pour bien démarrer l'année 2015.

\*Base format 30'' . Dans la limite de 14 spots par jour sur BFMTV, 10 par jour sur RMC Découverte et 10 par jour sur BFM Business TV  
Chaque pack n'est valable que pour un seul produit par annonceur.  
Sous réserve de disponibilités au moment de la réservation.  
Nous contacter pour plus de détails.

## PACKS ILLIMITÉS ÉTÉ



**Pour 200 K€ net du 6 juillet au 23 août 2015**

Communiquez de façon illimitée\* et sur toute la journée pendant 7 semaines.



**Pour 100 K€ net du 27 juillet au 16 août 2015**

Communiquez de façon illimitée\* et sur toute la journée au cœur de l'été.

\*Base format 30" . Dans la limite de 14 spots par jour sur BFMTV, 10 par jour sur RMC Découverte et 10 par jour sur BFM Business TV  
Chaque pack n'est valable que pour un seul produit par annonceur.  
Sous réserve de disponibilités au moment de la réservation.  
Nous contacter pour plus de détails.



## LE VERTICAL PLANNING BFMTV

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

TV



DIGITAL



**Dispositif** : jusqu'à 40 spots répartis sur une journée

Une présence en 100% EP T1

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

**Spécificité de la durée d'écoute** : une répétition maîtrisée

**Dispositif** : présence sur le web et sur les supports mobiles avec garantie de 600 000 contacts uniques

**Puissance** :

Roadblock vidéo : interstitiel vidéo lancé en plein écran à la première visite (1<sup>er</sup> clic) de l'un des sites du groupe

Interstitial vidéo au lancement de l'application mobile ou tablette

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

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

**45 K€ Net** (base 30'')

du lundi au vendredi – 40 spots

**40 K€ Net** (base 30'')

du samedi au dimanche – 36 spots

### Modalités de commercialisation

NextRégie commercialise un seul dispositif Vertical Planning par jour\*. Le Vertical Planning est optionnable dès aujourd'hui et ce toute l'année 2015

### Délais des options

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

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

## HORIZONTAL PLANNING



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

*Bénéfice : un territoire de communication durable aux horaires clés des chaînes d'info (Matinale, access et 2<sup>ème</sup> partie de soirée)*



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

Semaine type\* :

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



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

Semaine type\* :

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

**325 K€ Net** (base 30'')

pour 12 semaines de communication



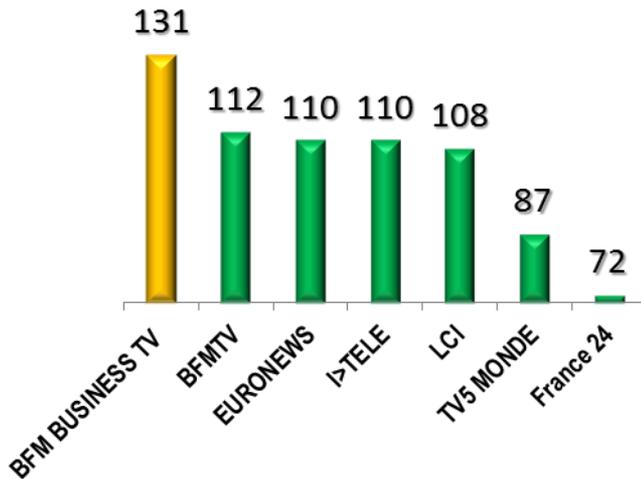
## PACK BFM BUSINESS TV

Communiquez sur la chaîne des cadres et dirigeants

**190 000 TÉLESPECTATEURS PREMIUM RÉGULIERS**

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

**EN SUR-AFFINITE AUPRES DES HAUTS POUVOIRS DE DÉCISION ET HAUTS POUVOIRS D'ACHAT**



**BUDGET DU DISPOSITIF**

**10 K€ Net** (base 30'')

Source : Premium 2013 – audience régulière (tous les jours ou presque) L&D – UC chaînes info – IA – cible cadres et dirigeants revenus foyer annuel >65K€

\*Base tarifs Tarifs au 01/01/2014. (possibilité de modification du budget indiqué ci-dessus) Les tarifs applicables sont les tarifs en vigueur le jour de la première diffusion des messages.

## LE PACK AFFINITÉ TOP GEAR



Un plan optimisé sur 3 semaines pour atteindre 23 GRP sur cible  
Hommes 25-49 ans

Pour toute campagne de 30K€ minimum (base 30''), RMC Découverte vous assure :

- Un CGRP net garanti\*
- 50% des GRP autour de Top Gear, programme phare de la chaîne
- 50% d'EP minimum garantis (positions ABYZ)



## LES OFFRES VIDÉO ONLINE DE BFMTV.COM



## 4 OFFRES VIDÉO DÉDIÉES À VOS OBJECTIFS DE COMMUNICATION

## PLATINIUM

Faites émerger votre marque dans un écran éditorial  
Une diffusion triple écran exclusivement sur nos sites et applications



**Inventaire**  
11M de vidéos vues

Portail BFMTV.com : BFMTV + BFM Business +  
RMC + RMC Sport + RMC Découverte



**Inventaire**  
4M de vidéos vues

## THÉMATIQUE

News, Business, Sport, High-Tech ou Broadcast  
Les contenus vidéo de nos plus belles marques diffusés  
sur nos sites ainsi que sur le top 15 des sites news\*



**Inventaire ACTU**  
16M de vidéos vues



**Inventaire ECONOMIE**  
1M de vidéos vues



**Inventaire SPORT**  
3M de vidéos vues



**Inventaire HIGH-TECH**  
4M de vidéos vues

**Inventaire BROADCAST**  
13M de vidéos vues

\* Tels que : L'Express, Le Figaro, Nouvel Observateur, Le Parisien, Planet.fr, 20Minutes, Boursorama, Le Point, Le Plus, Agoravox, Les Echos, La Tribune, Direct Matin, Le Monde, Libération

## ■ LES OFFRES VIDÉO ONLINE DE BFMTV.COM

## 4 OFFRES VIDÉO DÉDIÉES À VOS OBJECTIFS DE COMMUNICATION

## PUISSANCE

Une couverture optimisée avec une diffusion maximale sur l'ensemble de nos sites et une sélection de sites Médias\*



Inventaire total : 27M de vidéos vues

## DATA

Une couverture sur cible garantie

A VENIR

## Parrainage / Opérations spéciales

Les opérations de parrainage proposées sur BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte feront l'objet de fiches et de tarifications spécifiques publiées au gré des programmations d'émissions par NextRégie.

## Opérations Hors Média

Sur devis spécifique, NextRégie propose des opérations hors média autour des marques dérivées des antennes (*BFM Awards, BFM Académie etc.*).

## Publi-rédactionnels

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

### DISCOURS PRODUIT

60'' dédiées à l'analyse  
des caractéristiques du modèle  
Mise en avant à travers un  
traitement reportage unique

### ÉMERGENCE

Diffusé en écran « protégé »  
Encadré par un  
jingle spécifique

### INTÉGRATION

Présentation par des personnalités de  
l'antenne  
Intégration dans les codes graphiques  
de la chaîne

>> PRÉSENCE EN TV...



>> ...DISPONIBLE AVEC DES CONTENUS  
COMPLÉMENTAIRES SUR LE WEB

## EXCLUSIVITÉ SECTORIELLE NON GARANTIE

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

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

A noter que sur la période du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août 2015, l'exclusivité sectorielle n'est pas garantie pour les produits appartenant au secteur suivant :

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

NextRégie commercialise BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte.

Les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent à la vente des espaces publicitaires diffusés sur BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte dont NextRégie est la régie exclusive et est seule habilitée à recevoir les ordres de publicité.

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à tous les ordres de publicité exécutés du 1er JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2015.

La souscription d'un bon de commande (ordre de publicité) par l'annonceur ou son mandataire implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente, ainsi que de la réglementation en vigueur concernant la publicité télévisée.

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

Les tarifs et les conditions générales de vente applicables aux campagnes publicitaires sont ceux en vigueur à la date de diffusion des messages publicitaires mentionnés dans l'ordre de publicité souscrit par l'annonceur ou son mandataire. Toutefois, la régie se réserve le droit de modifier à tout moment ses tarifs ou les stipulations des présentes conditions générales de vente, étant précisé que toute modification fera l'objet d'une note d'information auprès des annonceurs et / ou de leurs mandataires dans un délai minimum de 7 jours au moins avant la date d'entrée en vigueur des dites modifications.

Les tarifs sont indiqués hors taxes et les facturations sont donc majorées de la TVA applicable.



## Ordres de publicité

Toute réservation d'espace devra être faite par écrit, par mail par l'annonceur ou son mandataire, auprès du service planning de la régie.

Cette réservation donnera lieu à l'envoi par NextRégie d'un bon de commande (ordre de publicité) via EDI et/ou pdf.

Les ordres de publicité peuvent être passés directement par l'annonceur ou, en son nom et pour son compte, par l'intermédiaire d'un mandataire.

Tout achat d'espace par un intermédiaire s'effectue en vertu d'un contrat de mandat par l'effet duquel le mandataire représente l'annonceur auprès de la régie. L'annonceur est tenu de transmettre à la régie, préalablement à toute commande, une lettre accréditant son mandataire (attestation de mandat).

En cas de modification ou de résiliation du contrat de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai NextRégie.

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



## Remise des éléments techniques

La livraison des films publicitaires ainsi que des plans de roulement se font auprès du service Diffusion de NextRégie jusqu'à 5 jours ouvrés avant la première diffusion.

Chaque film doit être déposé à l'ARPP et recevoir son aval.

Une solution de livraison dématérialisée est disponible et permet via les plateformes de la société IMD ([www.imdplc.com](http://www.imdplc.com)) ou Adstream ([www.adstream.com/fr](http://www.adstream.com/fr)) de transmettre à la régie les films publicitaires sans support physique.

Les messages publicitaires livrés doivent respecter la Recommandation Technique CST - RT - 017 – v3.0 et les valeurs édictées par le CSA, en application de la délibération n° 2011-29.

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

Aucune réclamation concernant la programmation ou la diffusion d'un message publicitaire ne pourra être retenue au-delà de 3 jours après la première diffusion d'un message.



## Contenu du message publicitaire

Les diffusions de formats publicitaires sont faites sous la seule et entière responsabilité de l'annonceur et doivent être en conformité avec la législation en vigueur en France.

L'Annonceur est entièrement responsable et garant des droits de tous tiers sur le contenu des messages et des éléments qui le composent. A ce titre, il garantit à NextRégie et aux médias, dont elle assure la régie, la livraison des films publicitaires libres de tout droit (notamment en matière de propriété intellectuelle et industrielle, etc...). L'Annonceur et le mandataire garantissent NextRégie et BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte contre tout recours émanant de tiers, du fait de la diffusion des messages transmis et s'engage à prendre en charge toute conséquence dommageable à leur endroit à quelque titre que ce soit.

NextRégie se réserve la possibilité de refuser la diffusion de tous messages non conformes à la loi ou à l'esprit de BFMTV, BFM Business TV et RMC Découverte dans les conditions prévues par la jurisprudence en vigueur



## Annulation / Modifications

Toute annulation d'un ordre doit être adressée au moins 28 jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'ordre de publicité. A défaut, le ou les messages annulés seront facturés intégralement à l'annonceur, la régie se réservant le droit de disposer des espaces concernés.

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

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



## Règles spécifiques de réservation et d'annulation liées aux Opérations spéciales media / hors media et Sponsoring

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

Tout dispositif optionné doit faire l'objet d'une demande écrite. La régie s'engage à confirmer l'option à l'annonceur par retour de mail sous 24h.

Si un annonceur en option 2 confirme de manière ferme et définitive le dispositif optionné, l'annonceur en option 1 de ce même dispositif dispose de 48h pour confirmer ou non la campagne. En cas de non réponse ou de retour négatif, l'annonceur en option 1 perd le dispositif



Date d'annulation de la campagne	J+1 de la confirmation	J-90 de la première diffusion	J-15 de la première diffusion
Pénalités : en % du montant de la campagne	25%	50%	100%

## Contraintes liées au format des chaînes

BFMTV et BFM Business TV donnent la priorité au direct. A ce titre, les horaires théoriques de diffusion des spots, symbolisés par leur code écran, sont non contractuels. Ils peuvent ainsi faire l'objet d'aménagements pour une diffusion en contexte programme équivalent.

Par ailleurs, les chaînes se réservent le droit de diffuser des programmes exceptionnels en direct qui donneraient lieu à la suppression ou au décalage d'un ou de plusieurs écrans. Tout annonceur qui verra des messages supprimés dans ces conditions fera l'objet d'une nouvelle diffusion à des conditions équivalentes (dans la limite de l'inventaire disponible).



## Conditions de règlement – facturation

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

Elles sont payables par chèque ou par virement à NextRégie.

Les factures et avoirs sont établis au moins mensuellement par NextRégie au nom de l'annonceur, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du mandataire expressément habilité, conformément à l'attestation du mandat.

L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et reste redevable du règlement à défaut du paiement du mandataire (si celui-ci est payeur).

NextRégie se réserve le droit d'exiger un paiement anticipé de l'annonceur ou de son mandataire dans le cas où la solvabilité de l'annonceur ne serait pas avérée sauf preuve contraire apportée par l'annonceur. NextRégie base son analyse financière sur la notation COFACE®.

En cas de litige ou d'attente d'avoir, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.



## Retard de paiement et intérêts de retard

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

L'exécution des ordres en cours pourra être suspendue. De même tout défaut de paiement à l'échéance entraînera déchéance du terme pour les paiements que NextRégie aurait pu accorder à un annonceur ou son mandataire.

Des pénalités de retard seront exigibles de plein droit auprès de l'annonceur le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture sans qu'un rappel ne soit nécessaire, conformément aux dispositions du code de commerce.

Le taux appliqué par NextRégie, est de 3 fois le Taux d'Intérêt Légal.

Tout différend ou difficulté né(e) de l'interprétation ou de l'exécution des présentes CGV sera soumis(e) à la loi française et jugée par la juridiction compétente, à savoir les Tribunaux de Paris.



**Next  
Régie**

# ANNEXE AUX CGV



## Regroupements de cibles

**CSP+ :**

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

**Hommes :**

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

**Adultes :**

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

**Femmes :**

- RDA - 60 ans
- Femmes 35-49 ans
- Femmes 35-59 ans
- Femmes 25-59 ans
- Femmes 25-49 ans

**Seniors :**

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

**Ménagères :**

- Femmes Actives
- Femmes 15-49 ans
- Ménagères 25 - 59 ans
- Ménagères 15 - 49 ans
- Ménagères avec enfant - de 25 ans
- Ménagères avec enfant
- Ménagères 15-49 ans CSP+
- Ménagères CSP + avec enfant -25 ans

**Jeunes Adultes :**

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

## Coefficients par formats

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

## Barèmes de durée

Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice	Formats	indice
2"	0,26	21"	0,84	40"	1,5	59"	2,26	78"	3,2	97"	4,15	116"	5,1
3"	0,28	22"	0,87	41"	1,54	60"	2,3	79"	3,25	98"	4,2	117"	5,15
4"	0,32	23"	0,89	42"	1,58	61"	2,35	80"	3,3	99"	4,25	118"	5,2
5"	0,35	24"	0,92	43"	1,62	62"	2,4	81"	3,35	100"	4,3	119"	5,25
6"	0,38	25"	0,95	44"	1,66	63"	2,45	82"	3,4	101"	4,35	120"	5,3
7"	0,41	26"	0,96	45"	1,7	64"	2,5	83"	3,45	102"	4,4	124"	5,75
8"	0,44	27"	0,97	46"	1,74	65"	2,55	84"	3,5	103"	4,45	128"	6,15
9"	0,47	28"	0,98	47"	1,78	66"	2,6	85"	3,55	104"	4,5	131"	6,5
10"	0,5	29"	0,99	48"	1,82	67"	2,65	86"	3,6	105"	4,55	132"	6,6
11"	0,53	<b>30"</b>	<b>1</b>	49"	1,86	68"	2,7	87"	3,65	106"	4,6	135"	6,9
12"	0,57	31"	1,1	50"	1,9	69"	2,75	88"	3,7	107"	4,65	140"	7,4
13"	0,61	32"	1,15	51"	1,94	70"	2,8	89"	3,75	108"	4,7	150"	8,4
14"	0,64	33"	1,2	52"	1,98	71"	2,85	90"	3,8	109"	4,75	152"	8,6
15"	0,67	34"	1,25	53"	2,02	72"	2,9	91"	3,85	110"	4,8	180"	11,45
16"	0,7	35"	1,3	54"	2,06	73"	2,95	92"	3,9	111"	4,85	200"	14
17"	0,73	36"	1,34	55"	2,1	74"	3	93"	3,95	112"	4,9	210"	15
18"	0,76	37"	1,38	56"	2,14	75"	3,05	94"	4	113"	4,95		
19"	0,79	38"	1,42	57"	2,18	76"	3,1	95"	4,05	114"	5		
20"	0,81	39"	1,46	58"	2,22	77"	3,15	96"	4,1	115"	5,05		

# CONTACT

The logo for Next Régie, featuring the words "Next" and "Régie" in white, bold, sans-serif font stacked vertically on a red square background.

**Next  
Régie**

Adresse : 12 rue d'Oradour sur Glane – 75015 Paris

Tél. : 01 71 19 11 71

E-Mail : [contactregie@nextregie.fr](mailto:contactregie@nextregie.fr)

 **Next Régie**  **@NextRegie**

The logo for BFM TV, featuring the text "BFM TV" in white, bold, sans-serif font on a yellow background, with "NEWS 24/7" in white, sans-serif font on a blue background below it.

**BFM TV**  
NEWS 24/7

The logo for BFM Business Télévision, featuring the text "BFM BUSINESS" in yellow, bold, sans-serif font and "TÉLÉVISION" in white, bold, sans-serif font on a blue background.

**BFM  
BUSINESS  
TÉLÉVISION**

The logo for RMC, featuring the text "RMC" in white, bold, sans-serif font on a black background, with a globe icon to the right. Below it, the text "DÉCOUVERTE HD24" is in white, sans-serif font on a black background.

**RMC**   
DÉCOUVERTE **HD24**