CONDITIONS COMMERCIALES
CHAÎNES TNT & THEMATIQUES

HD1 · 23 NUMERO · sc discovery science · Discovery CHANNEL · TV Breizh · EUROSPORT · EUROSPORT 2 · histoire · Ushuaïa TV · LCI · BOING · CN CARTOON NETWORK · Boomerang

2015

TF1 PUBLICITE

LCI sous réserve des procédures en cours

EN 2015, TF1 PUBLICITÉ RÉ-INVENTE L'ACHAT DES CHAÎNES TNT-THÉMATIQUES AVEC LA MISE EN PLACE DE FLUO.

FLUO est un mode de commercialisation flexible avec un choix de 27 cibles garanties sur des offres mono-chaîne ou multi-chaîne, permettant de répondre à vos objectifs de ciblage, de médiaplanning et de recherche de contexte affinitaire. Ainsi FLUO va rendre vos achats plus FLUides tout en Optimisant vos campagnes.

FLUO offre quatre avantages : la simplification de l'achat, la transparence/garantie des prix, la flexibilité/optimisation du médiaplanning et l'accès à une offre de chaînes performantes.

DÉTAILLONS CES QUATRE AVANTAGES :

- Simplification de l'achat

Cette nouvelle offre simplifie l'achat en mettant en place une seule négociation par annonceur et par cible pour toutes les offres/chaînes.
Une plate-forme servicielle sera disponible début 2015 pour les clients permettant d'avoir un accès à un simulateur, à une fiche de brief simplifiée et à un suivi de vos campagnes.

- Transparence/garantie des prix

Vos achats sont sécurisés via un coût GRP garanti et une répartition cohérente des GRP par chaînes.
Les offres FLUO proposent une lisibilité et une transparence des prix via le jeu des indices, rendant notamment les offres multi-chaîne plus attractives.

- Flexibilité/optimisation du médiaplanning

FLUO propose ainsi des dispositifs « prêt à programmer » et des programmations sur mesure selon vos problématiques (coût, poids de Prime, poids d'EP adaptables par vague)

- Accès à une offre de chaînes dynamiques et des thématiques fortes

HD1 et Numéro 23 sont respectivement leader et plus forte progression de la TNT HD*. Ces deux chaînes bénéficieront d'une couverture quasi-nationale en juin 2015. La promesse éditoriale Cinéma/Série de HD1 est un succès alors que Numéro 23 séduit par ses programmes généralistes et alternatifs.
Le positionnement de TV Breizh « feel good TV » complètera cette offre fiction/séries en 2015 auprès des abonnés cab/sat/adsl et permettra de toucher davantage de cibles mixtes et féminines.
En se recentrant sur des thématiques fortes, les chaînes payantes de l'offre FLUO permettent de communiquer dans des contextes affinitaires à forte valeur d'engagement : sport, information, découverte. Elles proposent une importante capacité de ciblage auprès des cibles masculines, csp+ et mixtes dans les écrans de marques référentes : Eurosport, LCI***, Discovery, Ushuaia TV et Histoire.
Deuxième offre jeunesse payante**, les chaînes du groupe Turner (Cartoon Network, Boomerang et Boing) proposent de partager toute la créativité et l'humour de leurs programmes.

EN 2015, METTEZ DU FLUO DANS VOS CAMPAGNES !

**Source Mediamat-Médiamétrie S1 2014 :*
- ind 4+, FRDA moins de 50 ans, HD1 leader en audience
- S1 2014 vs S1 2013 sur 4+, 25-49 ans, frda moins de 50 ans.....Numéro 23 plus fortes progressions de la TNT HD
***Mediamat Thématik Janvier-Juin 2014 cible 4-10 ans base chaînes jeunesse payantes*

****LCI sous réserve des procédures en cours*

ESPACE CLASSIQUE DES CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

TARIFICATION ET CONDITIONS COMMERCIALES 2015

I. TARIFICATION

L'espace classique est tarifé selon deux modes différents :
- au tarif Brut HT Base 30 secondes,
- au tarif Net HT Base 30 secondes : avec ce mode de tarification, l'annonceur ne peut bénéficier d'aucune autre remise.

Les investissements réalisés dans le cadre des offres multi-chaîne feront l'objet d'une **facturation par support.**

Les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion.

II. MODES D'ACHAT ET CONDITIONS COMMERCIALES

A. LES MODES D'ACHAT

1. FLUO : MODE D'ACHAT EN COÛT GRP GARANTI

Les achats FLUO permettent à l'annonceur de communiquer sur les chaînes Thématiques et de la TNT, sur l'ensemble des day-parts, en maîtrisant **le coût GRP net base 30 secondes qui lui est garanti** par TF1 Publicité dans le respect des modalités et des objectifs définis par l'annonceur ou son mandataire dans le Brief de programmation.

La programmation des campagnes publicitaires achetées dans le cadre de l'offre FLUO est assurée exclusivement par TF1 Publicité.

Plusieurs offres sont accessibles en fonction des chaînes ou des dispositifs multi-chaîne retenus ; elles permettent à l'annonceur ou à son mandataire de disposer de services différents pour la construction de ses campagnes.

a. LES DISPOSITIFS MONO-CHAÎNE ET MULTI-CHAÎNE

Les offres FLUO mono-chaîne ou multi-chaîne sont accessibles et garanties sur **6 pools de cibles :**

ENFANTS	JEUNES	FEMMES		MIXTES	HOMMES	ACTIFS CSP+
Enfants 4-10 ans	Ens 15-34 ans	Femmes 25-34 ans	Femmes 25-59 ans	Ens 25-49 ans	Hommes 15-34 ans	Individus CSP+
Enfants 4-14 ans	Ens 25-34 ans	Femmes 25-49 ans	Femmes RDA 25-59 ans	Ens 15-49 ans	Hommes 15-49 ans	Actifs
Garçons 4-14 ans		Femmes 15-49 RDA	Femmes 35-49 ans	Ens 25-59 ans	Hommes 25-49 ans	
		Femmes RDA avec enfants	Femmes 35-59 ans	Ens 35-59 ans	Hommes 35-49 ans	
		Femmes RDA avec enfants – 25 ans	Femmes 35+	Ens 35 ans et +		
				RDA – 60 ans		

La base 100 du « Coût GRP net base 30 secondes » est fixée annuellement **par cible** et est ensuite modulée selon une grille d'indices qui sont fonction de la cible, du day-part et du type d'offre (chaîne ou dispositif multi-chaîne) concernés ; les achats de dispositifs multi-chaîne bénéficient d'un indice plus attractif que les dispositifs mono-chaîne.

Les offres FLUO se déclinent dans des **dispositifs mono-chaîne ou multi-chaîne :**

Toutes nos offres multi-chaîne, clés en main, sont ciblées et thématisées. Elles permettent d'obtenir pour vos campagnes des programmations multi-chaîne adaptées à un coût optimisé.

Afin de vous donner une meilleure visibilité sur la programmation de ces dispositifs, **la répartition des GRP par regroupement de chaînes appelés « segments » est indiquée et garantie à plus ou moins 5 points.**
La répartition des GRP par segment ainsi que les indices pourront être révisés dans l'année en fonction de l'évolution des audiences des chaînes.

- **DÉTAIL DES DISPOSITIFS FLUO MONO-CHAÎNE ET FLUO MULTI-CHAÎNE :**

POOL DE CIBLES	Offres FLUO MONO-CHAINE — INDICES FLUO	Indices	Offres FLUO MULTI-CHAINE — DISPOSITIF	Indices	COMPOSITION ET REPARTITION DES GRP PAR SEGMENT — SEGMENT 1**	% GRP	SEGMENT 2**	% GRP
FEMMES	HD1	105	FLUO CINEMA / SERIES	85	HD1 + NUMERO 23	75%	TV BREIZH	25%
	NUMERO 23	95						
	TV BREIZH	90						
MIXTES	HD1	105	FLUO CINEMA / SERIES	85	HD1 + NUMERO 23	75%	TV BREIZH	25%
	NUMERO 23	95						
	TV BREIZH	95						
	EUROSPORT	95	FLUO SPORT INFO DECOUVERTE	85	EUROSPORT	40%	LCI* + DISCOVERY CHANNEL + DISCOVERY SCIENCES	60%
	LCI *	95						
	DISCOVERY CHANNEL	95						
	DISCOVERY SCIENCES	95	FLUO DECOUVERTE	85	DISCOVERY CHANNEL	50%	DISCOVERY SCIENCES + USHUAIA + HISTOIRE	50%
	USHUAIA	95						
	HISTOIRE	95						
HOMMES	NUMERO 23	100	FLUO SPORT INFO DECOUVERTE	85	EUROSPORT	40%	LCI* + DISCOVERY CHANNEL + DISCOVERY SCIENCES	60%
	LCI*	95						
	EUROSPORT	95						
	DISCOVERY CHANNEL	95						
	DISCOVERY SCIENCES	95						
ACTIFS - CSP+	LCI*	95	FLUO SPORT INFO DECOUVERTE	85	EUROSPORT	40%	LCI* + DISCOVERY CHANNEL + DISCOVERY SCIENCES	60%
	DISCOVERY CHANNEL	95						
	DISCOVERY SCIENCES	95						
	EUROSPORT	95	FLUO DECOUVERTE	85	DISCOVERY CHANNEL	50%	DISCOVERY SCIENCES + USHUAIA + HISTOIRE	50%
	USHUAIA	95						
	HISTOIRE	95						
JEUNES	NUMERO 23	100	FLUO ENTERTAINMENT	85	NUMERO 23	60%	DISCOVERY CHANNEL + DISCOVERY SCIENCES	40%
	DISCOVERY CHANNEL	90						
	DISCOVERY SCIENCES	90						
ENFANTS	CARTOON NETWORK	100	FLUO KIDS	85	CARTOON NETWORK + BOOMERANG + BOING	100%		
	BOOMERANG	100						
	BOING	100						

** LCI sous réserve des procédures en cours*

*** Poids des GRP (+/- 5 points) par segment au sein de l'offre FLUO Multi-Chaine*

UN SEUL INDICE PAR DAY-PART S'APPLIQUE À TOUS LES POOLS DE CIBLES ET TOUTES LES OFFRES.

PRIME*	HORS PRIME *
115	85

EXEMPLE FLUO / ACHAT SUR CIBLE FEMME 25-49 ANS (POOL CIBLE FEMMES)

INDICES FLUO POOL CIBLE FEMME			
Fluo Mono Chaine HD1	Fluo Mono Chaine 25	Fluo Mono Chaine Breizh	Fluo Pack Cinéma / séries HD1 + 25 + Breizh
105	95	90	85

INDICES FLUO DAY-PART	
PRIME	HORS PRIME
115	85

Par exemple :

- pour une base 100 de **1 500 €** sur Femmes 25-49
- 30% de Prime

TYPE DE BRIEF DE PROGRAMMATION	Fluo Mono-Chaîne HD1	Fluo Multi-Chaîne Pack Cinéma/séries
Indice day-part combiné	**94** (115*30% + 85*70%)	**94** (115*30% + 85*70%)
Cout Grp 30''	**1 480,5 €** (1500 * 94 *105)	**1 199 €** (1500 * 94 *85)

(*) Prime : Ecrans entre 1900 et 2199 sauf pour les chaînes suivantes :
Chaînes Jeunesse : 0630-0830 Lundi à Vendredi, 1630-1900 Lundi, Mardi, Jeudi, Vendredi, 1400-1900 Mercredi, 0700-1900 Samedi-Dimanche / Du 1er octobre au 13 décembre 2015 : Ensemble Journée = 100% Prime
Eurosport : Lundi-Vendredi 1700-2299, Samedi-Dimanche 0900-2299
*LCI*** : 0630-0930, 1200-1400 et 1900-2399 du Lundi au Dimanche*

B. LES OFFRES DISPONIBLES

L'OFFRE FLUO BASIC :

L'annonceur fixe dans son Brief de programmation en FLUO Basic :

- **Le budget net d'investissement**
- **La ventilation des GRP**
  - Par day-part (Prime/Hors Prime) avec un **maximum de 30% des GRP en Prime***
  - En emplacements préférentiels ** avec **un maximum de 30% des GRP**

Les programmations réalisées dans le cadre de l'offre Fluo Basic seront communiquées, à titre indicatif, par TF1 Publicité à l'annonceur et/ou son mandataire **3 semaines avant la date de démarrage** renseignée dans le Brief de programmation, puis à chaque modification.

L'OFFRE FLUO PLUS :

L'annonceur fixe dans son Brief de programmation en FLUO Plus :

- **Le budget net d'investissement**
- **La ventilation des GRP**
  - Par day-part (Prime/Hors Prime) **sans limite de poids de Prime ***
  - En emplacements préférentiels ** avec un **maximum de 50% des GRP**

Une visibilité accrue : Les programmations seront communiquées, à titre indicatif, par TF1 Publicité à l'annonceur et/ou son mandataire 4 semaines avant la date de démarrage renseignée dans le Brief de programmation, puis à chaque modification.

TF1 Publicité traitera les demandes de programmation en Fluo Plus en priorité avant les demandes de programmation en Fluo Basic
Dans l'offre FLUO Plus, les indices des offres sont **supérieurs de 4 points** à ceux de l'offre FLUO Basic.

**La définition du Prime est définie ci-avant pour chacune des chaînes dans les offres Fluo.*
*** Les emplacements préférentiels concernent les 6 positions 1, 2, 3, 97, 98, 99 avec minimum 2/3 sur les positions 1,2 et 98,99.*

****LCI sous réserve des procédures en cours*

• **Une seule offre FLUO possible par produit et par vague**

• Toute autre demande de spécificités médiaplanning sera soumise à l'accord préalable de TF1 Publicité et le cas échéant nécessitera l'achat en offre FLUO Plus.

• Les demandes de programmation des vagues FLUO, conformes aux Conditions Générales de Vente (CGV) Espace Classique de TF1 publicité, sont adressées à TF1 Publicité par l'annonceur et/ou son mandataire sous la forme d'un Brief de programmation.

RÉCAPITULATIF DES CRITÈRES FLUO BASIC ET FLUO PLUS :

	FLUO Basic	FLUO PLUS
Indices 2015	Indice de l'offre x Indice day-part	Indice de l'offre + 4 points x Indice day-part
Communication du plan	S-3 du démarrage	S-4 du démarrage
Pression en Prime*	Maximum 30%	SANS LIMITE
Pression en EP (1,2,3,97,98,99)	Maximum 30%	Maximum 50%

MISE EN ŒUVRE DE LA GARANTIE DE COÛT GRP

TF1 publicité s'engage à garantir le « Coût GRP net base 30 secondes » résultant de l'application sur chaque base 100 des indices de chaque offre et de chaque Day-part à concurrence du respect du budget net indiqué au sein du Brief de programmation.

Les « coûts GRP nets base 30 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, **hors majorations applicables.**

TF1 Publicité fera ses meilleurs efforts pour respecter le budget net défini au sein du Brief de programmation et **pourra modifier les programmations des vagues jusqu'à leur diffusion afin de respecter l'atteinte du Coût GRP Net Garanti et le budget net indiqué au sein du Brief de programmation** ; celui-ci sera ajusté par l'application sur facture d'une modulation complémentaire calculée par message.

Dans l'hypothèse où TF1 Publicité dépasserait de **plus de 300 € et de plus de 3%** le budget indiqué au sein du Brief de programmation, TF1 Publicité appliquera un abattement complémentaire afin que le budget réellement programmé ne dépasse pas de plus de **3%** le budget indiqué.

La facturation sera établie mensuellement sur la base des audiences disponibles pour chacune des chaînes à la date de facturation (Fichiers Mediamat quotidien, Médiaplanning ou Médiamat ' Thématik).

Les audiences différées, connues au-delà de cette date, ne donneront lieu à aucune régularisation de facture.

2. LES PACKS ÉVÉNEMENTIELS

Pour communiquer autour des grands évènements d'antenne, TF1 Publicité propose des **packs événementiels**.
Les packs événementiels tarifés en **net** sont constitués d'un nombre fixe de messages, sur un ensemble déterminé de chaînes et diffusés dans un **contexte spécifique**.

Les campagnes programmées dans le cadre d'un « pack événementiel » **ne bénéficient d'aucune autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature**

3. LES ACHATS EN SPOT À SPOT

Les achats à l'unité permettent à l'annonceur ou à son mandataire de construire ses campagnes sur-mesure en choisissant des écrans parmi l'ensemble des écrans publicitaires des chaînes Thématiques et de la TNT.

B. LES CONDITIONS COMMERCIALES

1. ABATTEMENT APPLICABLE AUX CAMPAGNES COLLECTIVES, GOUVERNEMENTALES ET D'INTÉRÊT GÉNÉRAL APPLICABLES SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Les campagnes **collectives** bénéficient d'un **abattement de 15%** appliqué sur le chiffre d'affaires brut tarif.
Une publicité peut être considérée comme « collective » au sens des usages en la matière lorsqu'elle a pour but de promouvoir collectivement la fourniture de biens et services qui sont présentés d'une manière générique, en excluant la promotion d'une marque particulière de ces biens ou service.
Une demande d'accord préalable doit être présentée à TF1 Publicité qui vérifie, à l'examen du dossier, que celui-ci correspond à la qualification de « publicité collective ».
Les **campagnes gouvernementales** et d'intérêt général bénéficient d'un **abattement de 30%** appliqué sur le chiffre d'affaires brut tarif.
Les campagnes « collectives, gouvernementales et d'intérêt général » sont éligibles aux remises de référence et prime de centralisation si elles remplissent les conditions nécessaires à leur attribution.

2. ABATTEMENT APPLICABLE AUX CAMPAGNES « ENTERTAINMENT » SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Les campagnes « Entertainment » concernent les secteurs Editions (F 16), Personnalisation du téléphone (V 49020801), Fournisseurs de contenus messagerie dialogue (S 490204) et Spectacles vivants (V 32020301).

Tout annonceur remplissant les conditions cumulatives suivantes est considéré comme relevant du secteur « Spectacle vivant » (V 32020301), s'il justifie :
- être un entrepreneur de spectacles au sens de la règlementation en vigueur,
- disposer d'une billetterie propre au spectacle objet du message publicitaire.

Les campagnes de la famille « Edition » (F16) et les variétés « Personnalisation du téléphone : chargement de logos et sonneries » (V49020602), « Services d'échanges interpersonnels » (V49020402) et « Spectacles vivants » (V32020301) bénéficient d'un **abattement de 35%** appliqué sur le chiffre d'affaires brut tarif.

Les campagnes « entertainment » sont éligibles aux remises de référence et prime de centralisation si elles remplissent les conditions nécessaires à leur attribution.

3. MAJORATION APPLICABLE AUX EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Une majoration est appliquée, sur le Chiffre d'Affaires Brut tarif, aux messages programmés en **emplacements préférentiels :**
+ 15% pour les deux premières et deux dernières positions dans l'écran (ou 1, 2, 98 et 99),
+ 10% pour les troisièmes et antépénultièmes positions dans l'écran (ou 3 et 97).

4. LES MODULATIONS TARIFAIRES

A. MAJORATIONS TARIFAIRES POUR PRÉSENCE OU CITATION DE MULTI-MARQUES ET/OU MULTI-PRODUITS APPLICABLES AUX CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Toute **mise en avant d'un élément d'identité visuel et sonore dans un même message d'autres marques ou produits d'un même annonceur ou d'un même groupe annonceurs,** avec une durée **supérieure à 3 secondes** et relevant de **codes secteurs différents** se verra appliquer, sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif, la majoration suivante :

+ 10 % pour le 2ème produit/marque de code secteur différent mis en avant
+ 5 % pour chaque produit/marque de code secteur supplémentaire au-delà du deuxième

B. MAJORATIONS TARIFAIRES POUR PRÉSENCE OU CITATION DE MULTI-ANNONCEURS APPLICABLES AUX CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Toute mise en avant, dans un même message de marques ou de produits d'autres annonceurs y compris « réseaux sociaux », se verra appliquer, sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif, une majoration de :
Pour une **présence partagée et /ou présence avec une durée supérieure à 3 secondes**
+ 20 % pour le 2ème annonceur mis en avant,
+ 10 % pour chaque annonceur supplémentaire au-delà du deuxième.
On entend par « réseau social » un service de communication en ligne permettant

notamment la constitution d'un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles par la mise à disposition à leurs membres d'outils et d'interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

C. MAJORATIONS TARIFAIRES SPÉCIFIQUES AUX SPOTS INTERACTIFS APPLICABLES AUX CHAÎNES DE LA TNT

+20 % si TF1 publicité est informée de la mise en interactivité à la réservation du message,
+30 % si TF1 publicité est informée de la mise en interactivité après la réservation du message, et notamment à réception du film publicitaire.
La majoration est appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

On entend par **message « interactif »** le message publicitaire audiovisuel intégrant une technologie permettant au téléspectateur d'intervenir lors de sa diffusion sur la chaîne de la TNT via notamment sa télécommande, son ordinateur, son smartphone ou sa tablette, aux fins d'obtenir sur un espace dédié édité par l'Annonceur, des contenus et/ou informations complémentaires (contenus vidéos, offres de réductions, jeux …) sur la marque, l'enseigne, les produits ou services de l'Annonceur.
TF1 Publicité s'autorise à déterminer le nombre maximum de spots interactifs par écran ainsi que leur position au sein de ces écrans.

D. MAJORATIONS TARIFAIRES POUR OPÉRATIONS SPÉCIALES APPLICABLES AUX CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Dans le cadre des opérations spéciales, les messages sont majorés de **+30 %.**
Les opérations spéciales doivent faire l'objet d'un accord préalable de TF1 Publicité.
La majoration est appliquée sur le chiffre d'affaires brut tarif.

5. REMISE DE RÉFÉRENCE APPLICABLE AUX CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

Tout annonceur présent en 2015 bénéficie d'une **remise de référence de 15%** restituée sur facture et appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié réalisé au cours de l'année 2015.

Sont exclus du champ d'application de la remise de référence, les investissements réalisés dans le cadre des « packs événementiels »

6. PRIME DE CENTRALISATION APPLICABLE AUX CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT TOUT ANNONCEUR QUI CONFIE LA PROGRAMMATION ET L'ACHAT DE SES CAMPAGNES À UN MANDATAIRE QUI, EN 2015 :

- centralise plusieurs mandats,
et
- assure la totalité des missions suivantes :
l'achat d'espace,
la réservation d'espaces publicitaires, en spot à spot ou en Fluo,
la gestion, le suivi et la signature des ordres de publicité (y compris par EDI publicité),
la gestion et le contrôle des factures émises au nom de l'annonceur,
le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement.

bénéficie d'une **prime de centralisation de 1.5%** sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié, réalisé au cours de l'année 2015, diminué de la remise de référence.

Sont exclus du champ d'application de la prime de centralisation, les investissements réalisés dans le cadre des « packs événementiels ».

ESPACE PARRAINAGE DES CHAÎNES THÉMATIQUES ET DE LA TNT

TARIFICATION ET CONDITIONS COMMERCIALES 2015

I. TARIFICATION

Chaque offre de parrainage fait l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net disponible sur le site de TF1 Publicité

II. CONDITIONS COMMERCIALES

Chaque condition détaillée ci-après s'appliquent à toutes les chaînes thématiques et à toutes les chaînes de la TNT dont TF1 Publicité assure la régie publicitaire.

1. REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en parrainage en 2015 bénéficie d'une **remise de référence de 15%,** restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié réalisé au cours de l'année 2015.

2. PRIME DE CENTRALISATION

Tout parrain qui confie l'achat de ses opérations de parrainage à un mandataire qui, en 2015 :

- centralise plusieurs mandats, indifféremment en espace classique ou en parrainage, et
- assure la totalité des missions suivantes :

l'achat d'opération de parrainage,
la réservation d'opérations de parrainage,
la signature du contrat de parrainage,
la gestion et le suivi du contrat de parrainage,
la gestion et le contrôle de la facturation,
le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement,

bénéficie d'une **prime de centralisation de 1,5%** calculée sur son chiffre d'affaires brut négocié réalisé au cours de l'année 2015, diminué de la remise de référence.

Les frais techniques ne bénéficient pas de la prime de centralisation (Cf. Conditions financières : article 7 des CGV Parrainage TF1 Publicité).

Cette prime n'est accordée que si TF1 Publicité est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Espace Parrainage TF1 Publicité.
Le non-respect de l'une quelconque des conditions indiquées ci-dessus fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité du parrain ou de celle du mandataire.
Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies (Cf. Conditions financières : article 7 des CGV Parrainage TF1 Publicité).

3. MODULATIONS TARIFAIRES

+ 10 % lorsqu'il y a présence ou citation dans un même «billboard» de plusieurs marques d'un même parrain,
+ 20 % lorsqu'il y a présence ou citation dans un même «billboard» d'un deuxième parrain.

La majoration est appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut pour les offres publiées en tarif Brut et sur le Chiffre d'Affaires Net pour les offres publiées en tarif net