



CGV 2020



CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE TÉLÉVISION 2020

SOMMAIRE

03. A. L'OFFRE

12. B¹. ESPACE CLASSIQUE
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

35. B². ESPACE CLASSIQUE
CONDITIONS TARIFAIRES

43. B³. ESPACE CLASSIQUE
REMISES COMMERCIALES

53. B⁴. ESPACE CLASSIQUE
COMMERCIALISATIONS
SPÉCIFIQUES

56. B⁵. ESPACE CLASSIQUE
CALCUL DES MONTANTS
D'INVESTISSEMENT

63. B⁶. ESPACE CLASSIQUE
ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

72. C¹. ESPACE PARRAINAGE
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

89. C². ESPACE PARRAINAGE
REMISES COMMERCIALES

91. D. PLACEMENT DE PRODUIT



L'OFFRE





OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France

PUISSANCE ET DIVERSITÉ DE L'OFFRE

Depuis plus de 30 ans, le Groupe M6 s'est installé, au travers de **programmes forts et originaux, dans la vie et le quotidien des Français.**

C'est avec cette même proximité et ce savoir-faire que M6 Publicité accompagne ses clients dans leurs enjeux de communication. Grâce à une large palette de solutions sur mesure, la régie permet à ses clients de **toucher plus de 31 millions de Français chaque jour, sur les médias télévision, radio, et digital du Groupe M6.**

TÉLÉVISION

M6, W9, 6ter, Gulli, Paris Première, téva, Canal J, Tiji, sérieclub, M6 Music, MCM, MCM Top, RFM TV

Les 13 chaînes TV du Groupe rassemblent chaque jour plus de 24 millions d'individus. Cette couverture permet de proposer aux annonceurs des écrans puissants, diffusés dans un environnement de haute qualité afin de maximiser l'efficacité de leurs campagnes.

RADIO

RTL, RTL2 et Fun Radio

Les espaces publicitaires des trois stations de radio du Groupe M6, écoutées quotidiennement par 11 millions d'auditeurs, permettent aux annonceurs de bénéficier de la réactivité, de la puissance et de l'impact drive-to-store du média radio.

DIGITAL

6play, Golden, pure-players, CTZAR

Notre offre digitale est composée de marques médias issues des antennes du Groupe, de sites pure-players et de multi-channels networks. Ces actifs enregistrent des performances exceptionnelles : record d'audience historique en décembre 2018 pour les pure-players, avec 28,6 millions de visiteurs uniques, record d'inscriptions pour un service de télévision en ligne, avec plus de 27 millions de logués sur 6play.

L'influence est également un levier de développement important avec Golden, le média digital à destination des Millennials (10 millions d'abonnés) et l'agence CTZAR, pionnière du secteur avec sa plateforme technologique exclusive SOCIADDICT, son réseau international de 15 000 influenceurs.

EXPÉRIENCIEL

Wild Buzz Agency

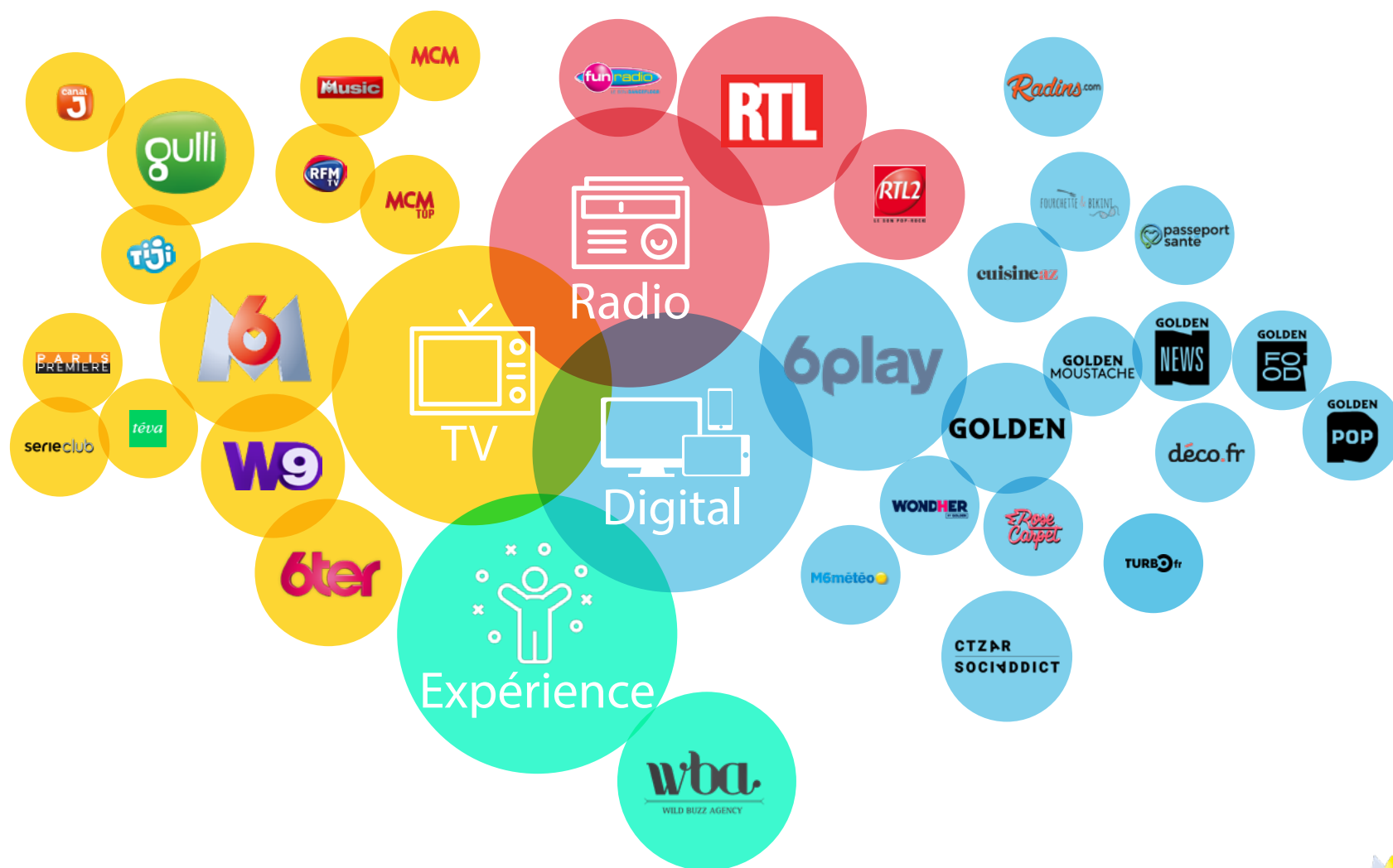
Agence événementielle à l'expertise reconnue, WBA – Wild Buzz Agency – est leader et pionnier des lieux de vie éphémères dédiés aux marques et aux institutions. WBA imagine et orchestre pour les marques des expériences physiques théâtralisées afin de créer l'émotion, la disruption et engager une connexion directe avec les consommateurs.



OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France

PUISSANCE. PROXIMITÉ. CRÉATIVITÉ.





OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France



CHAÎNE PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS

2^{ÈME} CHAÎNE NATIONALE AUPRÈS DES FRDA-50

2^{ÈME} CHAÎNE NATIONALE AUPRÈS DES -50ANS



CHAÎNE TNT PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS

1^{ÈRE} CHAÎNE TNT AUPRÈS DES 15-34ANS



TANT D'HISTOIRES À PARTAGER

LEADER TNT HD AUPRÈS DES FRDA-50

LEADER TNT HD AUPRÈS DES FAMILLES
(FRDA AVEC ENFANTS)



LA CHAÎNE PRÉFÉRÉE DES ENFANTS ET DES FAMILLES

1^{ÈRE} CHAÎNE AUPRÈS DES ENFANTS (4-10ANS)

1^{ÈRE} CHAÎNE EN AFFINITÉ AVEC LES FRDA AVEC ENFANTS





OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France

PARIS
PREMIERE

**LIBRE, CHIC,
UNIQUE**

1^{ÈRE} CHAÎNE PAYANTE AUPRÈS DES 4ANS+

1^{ÈRE} CHAÎNE PAYANTE AUPRÈS DES CSP+

téva

**VIVANTE, VIBRANTE,
CONQUÊRANTE**

1^{ÈRE} CHAÎNE PAYANTE AUPRÈS DES FEMMES

3^{ÈME} CHAÎNE PAYANTE LA PLUS REGARDÉE

canal
J

**LA CHAÎNE SURVITAMINÉE
POUR LES 6-12ANS**

+ DE 2M DE TÉLÉSPECTATEURS PAR MOIS

ti Ji

**DOUCEUR, TENDRESSE
ET AVENTURE**

3^{ÈME} CHAÎNE PRÉ-SCHOOL EN PUISSANCE SUR LES 4-10ANS

3^{ÈME} CHAÎNE PRÉ-SCHOOL EN AFFINITÉ SUR LES 4-10ANS

serieclub

**DÉCOUVREUR
DE SÉRIES**

Music

**LA CHAÎNE
100% HITS**

MCM

**POP CULTURE,
TÉLÉVISION**

MCM
TOP

**LES PLUS GRANDS
TUBES, LES PLUS
GRANDES STARS**

RFM
TV

**LE MEILLEUR
DE LA MUSIQUE
FRANÇAISE ET
INTERNATIONALE**



OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France

UN TERRAIN DE JEU UNIQUE

M6 Unlimited est la cellule cross-media de M6 Publicité dédiée à la création, la production et la distribution de contenus de marque innovants et inspirants.

Elle accompagne les annonceurs dans leur réflexion stratégique et créative, pour optimiser la performance de leurs campagnes.

M6 Unlimited crée des dispositifs publicitaires inspirés des actifs du Groupe M6, des licences de marques incontournables, des talents plébiscités, des événements inédits... Nous produisons des contenus puissants et originaux pour répondre aux objectifs de nos partenaires et offrir une expérience privilégiée à nos communautés.





OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France



POUR BIEN DÉBUTER,
SOYEZ BIEN ENTOURÉS.

Réalisez vos premiers pas en TV/Radio/Digital en toute sérénité avec Step by M6.

Pour parler à vos clients, choisissez l'écosystème du Groupe M6. Puissance et affinité, avec Step by M6, touchez vos clients au bon endroit, au bon moment.

Il n'y a pas de petits ou gros budgets. Il n'y a que des annonceurs bien accompagnés. Step by M6 s'adapte à vos moyens et à vos enjeux de communication.



Solutions accessibles et garanties sur chaque media



15 MILLIONS
de contacts TV
garantis



16 MILLIONS
de contacts Radio
garantis



2.5 MILLIONS
d'impressions display
garanties

Dispositifs personnalisés en fonction de vos objectifs et de votre univers



E-PLAYERS



FOOD



RETAIL



HOME



SANTÉ



TOURISME



JEUNESSE



SPORT

Création sur-mesure et clé en main

Conception et Production
par notre studio M6 Unlimited.





OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France

GOLDEN

L'OFFRE MÉDIA SOCIALE POUR TOUCHER LES MILLENNIALS
10 MILLIONS D'ABONNÉS

PRODUCTION DE CONTENUS

CRÉATION ET PRODUCTION DE VOS CONTENUS DE
MARQUE AVEC UN USAGE 100% PROPRIÉTAIRE



INFLUENCE

ACTIVATION DE VOTRE DISCOURS DE MARQUE
NATIVEMENT SUR NOS RÉSEAUX
ET CEUX DE NOS TALENTS



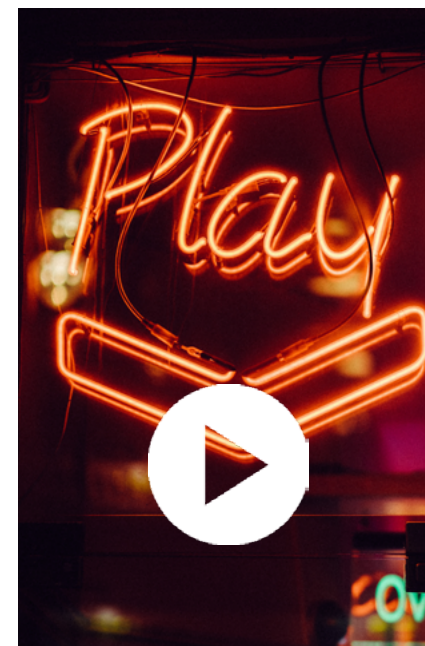
BRAND PUBLISHING

CRÉATION ET GESTION DE VOTRE MÉDIA DE MARQUE
(PRODUCTION DES CONTENUS, CHANNEL MANAGEMENT,
COMMUNITY MANAGEMENT)



ADS / MÉDIAS

MÉDIATISATION DE VOS CONTENUS PUBLICITAIRES
SUR NOS AUDIENCES SOCIALES





OFFRE COMMERCIALE

M6 Publicité, 2^{ème} régie plurimédias de France



PROVOCATEUR D'EXPÉRIENCES

LEADER ET PIONNIER DES LIEUX DE VIE ÉPHÉMÈRES DÉDIÉS AUX MARQUES ET INSTITUTIONS.

Une nouvelle approche dédiée à l'émotion et à l'engagement pour conquérir le cœur des consommateurs.

M6 Publicité et WBA s'unissent pour apporter des réponses aux enjeux médias et hors-médias des marques en s'appuyant sur leur capacité à imaginer, produire et médiatiser des opérations spéciales inédites et sur-mesure.

WBA propose aux marques une expérience physique théâtralisée pour créer l'émotion, la disruption et engager une connexion directe avec leurs clients comme avec ceux qui n'ont jamais utilisé leurs produits. Cette dimension expérientielle est d'autant plus stratégique pour des dispositifs à forte résonance sociale. Ò

Les synergies entre M6 Publicité et Wild Buzz Agency seront nombreuses et permettront de démultiplier le rayonnement des campagnes des annonceurs, en physique, dans toute la France via deux axes : l'expérience et l'émotion. C'est une avancée dans la bataille pour gagner en préférence de marque.





B

ESPACE CLASSIQUE

CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE





ESPACE CLASSIQUE

1. Conditions Générales de Vente

1. PRÉAMBULE

1.1. DÉFINITIONS

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 1^{er} janvier 2020, 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.

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.

CAMPAGNE

Une campagne de publicité TV en espace classique est constituée par l'ensemble des communications effectuées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2020 :

- par un annonceur,
- pour un produit et/ou un service 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 1^{er} janvier et le 31 décembre.

VAGUE

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

CODES SECTEUR / VARIÉTÉ

Le code secteur et le code variété sont précisés dans la nomenclature TV des produits publiée sur le site m6pub.fr et sur MY6 my6.m6pub.fr.

BRIEF DE PROGRAMMATION

Document indiquant les caractéristiques médiaplanning d'une vague achetée au coût GRP net garanti. Ce document est renseigné par l'annonceur ou son mandataire et soumis à M6 Publicité via Popcorn TV ou via la matrice de brief en coût GRP net garanti disponible sur le site MY6 my6.m6pub.fr.

1. Conditions Générales de Vente

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'ordre de publicité concerné 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'ordre de publicité 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.

PUISSANCE TNT

Le support Puissance TNT rassemble :

- la totalité des écrans publicitaires diffusés sur W9 et 6ter, une large part de ces écrans étant synchronisés entre les deux chaînes,
- les écrans de Gulli commercialisés auprès des cibles adultes (libellés d'écrans en 7).

L'ensemble de ces écrans sont exclusivement commercialisés au sein de l'offre publicitaire Puissance TNT.

Les opérations de parrainage ne sont pas diffusées de manière synchronisée sur W9, 6ter et Gulli.

ÉCRAN 2043 SUR M6

L'écran 2043, intégré à l'offre publicitaire de M6, est diffusé de manière synchronisée sur 3 chaînes gratuites du groupe, M6, W9 et 6ter.



1. Conditions Générales de Vente

MY6

MY6 est la plateforme de consultation, de gestion et d'achat de campagnes média.

Par cette plateforme développée par M6 Publicité et disponible via my6.m6pub.fr, une fois logué, chaque administrateur et/ou utilisateur a accès aux informations liées aux campagnes publicitaires dont il(s) a(ont) la charge, et ce dans le respect des conditions générales d'utilisation disponibles sur MY6. L'administrateur/l'utilisateur pourra dans ce cadre gérer les fonctionnalités suivantes :

Programmation :

- rechercher une campagne dont il a la charge par produit,
- consulter les mouvements, consulter les EDIs,
- consulter la liste des spots de ladite campagne.

Budget :

- consulter les budgets.

Flash Ecrans :

- consulter les variations BRUT/BAB sur ses campagnes.

Coffre-Fort :

- déposer et consulter les documents tels qu'attestations de mandat, bilans, etc.

Documents utiles :

- retrouver les bulletins de programmes, les grilles pub TV hebdo, les tarifs publiés, etc.

Réservation/Achat ferme :

- réserver et acheter en net les espaces publicitaires mis à disposition par M6 Publicité.

Simplifier le quotidien des acheteurs média

Plateforme pionnière créée en 2007, MY6 facilite le pilotage des budgets média et la gestion administrative des partenaires commerciaux de M6 Publicité.

Depuis 2019, MY6 est devenue une plateforme servicielle et transactionnelle personnalisée, pour une expérience client optimisée. L'accès à MY6 est soumis à l'acceptation et au respect par l'administrateur/utilisateur des présentes Conditions Générales de Vente et des conditions générales d'utilisation de MY6. MY6 peut être amenée à évoluer et/ou à ne plus être accessible temporairement, et ce à tout moment.



1. Conditions Générales de Vente

1.2. ACCEPTATION DES CGV

Par la souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte, ces derniers :

- reconnaissent avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente énoncées ci-après, en accepter les termes et leur application,
- s'engagent à respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication commerciale audiovisuelle.



1.3. 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.

1.4. ATTESTATION DE MANDAT

1.4.1 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 et MY6 my6.m6pub.fr, n'est valable que pour l'année 2020.

Elle peut être adressée :

- par mail au format pdf à l'adresse : adv@m6.fr,
- ou déposée sous MY6 dans l'espace coffre fort.

1.4.2 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.

1.4.3 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.

1.4.4 L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même

1. Conditions Générales de Vente

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.

1.4.5 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.

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.

En cas de demande supérieure à l'offre publicitaire disponible, M6 Publicité pourra être amenée à refuser la demande d'espace de la part d'un annonceur. Dans ce cas, M6 Publicité se rapprochera de l'annonceur ou de son mandataire afin d'explorer les alternatives possibles.



2. ACHAT D'ESPACE

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.

NB : Les ouvertures du secteur jeux/jouets sur M6, Gulli, Canal J et Tiji se feront le 5 juin 2020 pour l'ensemble de la période 22 août - 31 décembre 2020.

PUBLICATIONS TARIFS	PÉRIODES	DATES D'OUVERTURE	DATES RETOUR*	DATES LIMITES DE MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION **
Mardi 15 octobre 2019 (CGV + Tarifs)	janvier-février 2020	Vendredi 8 novembre 2019	Lundi 25 novembre 2019	Vendredi 29 novembre 2019
Mardi 10 décembre 2019	mars-avril 2020	Vendredi 10 janvier 2020	Lundi 27 janvier 2020	Vendredi 31 janvier 2020
Mardi 11 février 2020	mai-21 août 2020	Vendredi 13 mars 2020	Lundi 30 mars 2020	Vendredi 3 avril 2020
Mardi 12 mai 2020	22 août - octobre 2020	Vendredi 5 juin 2020	Lundi 22 juin 2020	Vendredi 26 juin 2020
Mardi 30 juin 2020	novembre - décembre 2020	Vendredi 4 septembre 2020	Lundi 21 septembre 2020	Vendredi 25 septembre 2020

* Ne s'appliquent effectivement qu'aux campagnes reçues le jour même, avant midi, de l'ouverture de la période concernée.

** A l'issue du retour de planning par M6 Publicité, l'annonceur et/ou le mandataire disposent de 5 jours calendaires pour notifier à M6 Publicité, impérativement par tout moyen écrit, toute annulation d'ordre. Dans ce cas, aucune pénalité ne sera appliquée.

Rappel : pour toutes les conditions relatives aux annulations et aux modalités d'application des pénalités, se référer à l'article B1.4.

1. Conditions Générales de Vente

M6 Publicité recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Échanges 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.

M6 Publicité pourra proposer (y compris de manière exclusive) des achats d'espace publicitaire via MY6, dans le respect des présentes Conditions Générales de Vente et des Conditions Générales d'Utilisation de MY6.

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 via EDI ou le cas échéant par tout autre moyen, confirmant au regard des disponibilités mediaplanning tout ou partie de la demande de réservation effectuée par l'annonceur et/ou son mandataire. Ce bon de commande est également consultable sur le site extranet MY6. Ce bon de commande doit être renvoyé signé par l'annonceur ou son mandataire à M6 Publicité au plus tard 8 jours calendaires avant la diffusion des messages. L'achat sera dans tous les cas considéré par M6 Publicité comme ferme et définitif en cas d'absence de retour de l'annonceur ou de son mandataire dans ce délai.

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 B.2.7.2.

Si le ou les codes secteurs déclarés par l'annonceur et/ou son mandataire ne correspondent pas à la réalité du produit ou service promu dans le message publicitaire, M6 Publicité pourra à sa seule discrétion corriger les codes secteurs.

Si la correction du code secteur rend impossible la réservation en espace classique de l'annonceur, les dispositions de l'article "aménagement de campagnes" (article B.1.3) et "annulation d'ordre" (article B.1.4) pourront s'appliquer.

Aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'Annonceur et/ou son Mandataire.

2.1. ACHAT D'ESPACE 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.

Les tarifs des écrans publicitaires des chaînes pour l'achat au spot à spot sont disponibles sur le site MY6 my6.m6pub.fr. Les remises commerciales applicables à la commercialisation au spot à spot figurent au chapitre B.3.

1. Conditions Générales de Vente

Les achats au spot à spot ont un traitement prioritaire par rapport aux achats en coût GRP net garanti. Attention : certains secteurs font l'objet d'une commercialisation spécifique détaillée au chapitre B.4. Ce mode d'achat est accessible à toutes les chaînes du Groupe M6.

2.2. ACHAT D'ESPACE AU COÛT GRP NET GARANTI SUR M6 ET PUISSANCE TNT

2.2.1 Un achat au coût GRP net garanti est proposé pour M6 et Puissance TNT (W9/6ter/Gulli). Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, la programmation des spots est effectuée par M6 Publicité, qui décide seule de la programmation des spots sur la base d'un brief envoyé par l'annonceur ou son mandataire.

M6 Publicité se réserve le droit d'exclure certains écrans, certains jours ou certaines périodes de ce mode de vente. M6 Publicité informera au préalable les acheteurs du périmètre des écrans qui pourraient être exclus de la garantie.

2.2.2 Un coût GRP net désindexé base 30" est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Publicité :

- dans le cadre de conditions particulières de vente,
- préalablement à la première demande de programmation.

Ce coût GRP net s'entend hors effets de saisonnalité et de tranches horaires et hors effet lié à la catégorie de coût GRP net garanti sélectionné (Standard / Select / Select +).

C'est le coût GRP net désindexé qui est garanti par M6 Publicité.



1. Conditions Générales de Vente

Le coût GRP net indicé tient compte des choix médiaplanning précisés dans le brief de programmation de l'annonceur.

Ces choix, qui impactent le coût GRP net désindexé base 30" convenu, se traduisent par l'application d'indices liés :

- aux formats, tels que visés à l'article B.2.2,
- à la saisonnalité et aux tranches horaires, cf paragraphe B.1.2.2.7,
- à la catégorie de coût GRP net garanti choisie (Standard / Select / Select+), cf paragraphe B.1.2.2.8.

2.2.3 Les demandes d'achat au coût GRP net garanti peuvent être envoyées conformément au calendrier d'ouverture de planning et devront, quoi qu'il arrive, être reçues par M6 Publicité au plus tard quatre semaines avant diffusion.

Toute demande est envoyée sous forme de brief de programmation définissant les caractéristiques de la vague concernée (budget net fin d'ordre, code variété, cible, période de communication, format, répartition par tranche horaire, ...).

Un module de saisie de brief est disponible dans Popcorn TV. Il permet aux acheteurs d'envoyer de manière standardisée et sécurisée leurs demandes de programmation en coût GRP net garanti et de recevoir un accusé de réception.

Une matrice de brief pour l'achat au coût GRP net garanti est également disponible sur le site MY6 my6.m6pub.fr.

À la réception du brief, M6 Publicité vérifie le respect des critères d'éligibilité au mode d'achat. La programmation des spots est effectuée exclusivement par M6 Publicité,

selon les disponibilités planning et au plus proche des souhaits indiqués dans le brief de programmation. Dans le cas de campagnes en coût GRP net garanti achetées sur M6, des spots pourront notamment être programmés dans l'écran 2043 diffusé de manière couplée sur M6, W9 et 6ter.

Un plan média est envoyé par M6 Publicité dans les 48h (jours ouvrés / hors périodes d'ouverture de planning) si tous les éléments des Conditions Générales de Vente sont réunis. Ce plan est envoyé via EDI et consultable sous l'extranet MY6.

Si nécessaire, à la réception du brief ou lors de la construction du plan, M6 Publicité se réserve le droit d'apporter des contre-propositions et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire.

M6 Publicité se réserve le droit de programmer un maximum de 5% des GRP demandés dans le brief sur une chaîne différente de celle du brief, et y compris sur les chaînes thématiques en régie.

Les planifications des spots en coût GRP net garanti sont amenées à être modifiées par M6 Publicité dans un but d'optimisation et ce jusqu'à la diffusion.

Toute modification du brief de programmation à l'initiative de l'annonceur ou de son mandataire intervenant dans un délai inférieur à quatre semaines avant diffusion sera considérée comme l'envoi d'un nouveau brief et est soumise aux Conditions Générales de Vente (ex : aménagement, tarification...).

1. Conditions Générales de Vente

2.2.4 Les remises commerciales définies au chapitre B.3 - 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 2020 investis pour le calcul des remises appliquées à l'achat au spot à spot.

2.2.5 Les achats en coût GRP net garanti sont ouverts :

- à tous les secteurs, sauf ceux de la classe Parfumerie (code 10 03), ceux qui font l'objet de commercialisations spécifiques (édition, campagnes SIG) et les campagnes publicitaires interdites (ou déconseillées) aux < 18 ans sur M6 et Puissance TNT. Les campagnes interdites (ou déconseillées) aux < 12 ans et < 16 ans sont également exclues du périmètre garanti sur Puissance TNT.
- aux cibles détaillées sur la page suivante.

2.2.6 Les achats en coût GRP net garanti sont soumis aux conditions suivantes :

- maximum de 75% des GRP à délivrer dans une même Day Part,
- minimum de deux semaines actives,
- maximum de six semaines actives,
- format inférieur ou égal à 40"
- budget minimum par vague de (net hors taxes facturé) base 30" :
 - **Sur M6** : 100 K€ pour les catégories Standard et Select, 80 K€ pour la catégorie Select+
 - **Sur Puissance TNT** : 30 K€ pour les catégories Standard et Select, 20 K€ pour la catégorie Select+

Ces conditions sont cumulatives.



1. Conditions Générales de Vente

PÉRIMÈTRE DES CIBLES GARANTIES M6 ET PUISSANCE TNT



CIBLES MOYENS GROS ACHETEURS < 50 ANS*

M/G Acheteurs <50 ans biscuits sucrés

M/G Acheteurs <50 ans de tablettes de chocolat

M/G Acheteurs <50 ans de confiserie de chocolat

M/G Acheteurs <50 ans de desserts frais

M/G Acheteurs <50 ans de fromages frais fondus salés

M/G Acheteurs <50 ans de produits apéritifs

M/G Acheteurs <50 ans de traiteur frais

M/G Acheteurs <50 ans de BRSA plates

M/G Acheteurs <50 ans de BRSA gazeuses

M/G Acheteurs <50 ans de café en dosettes

M/G Acheteurs <50 ans de déodorants

M/G Acheteurs <50 ans de gels douche

M/G Acheteurs <50 ans de shampoings



CIBLES FÉMININES

FRDA < 50 ans

FRDA avec enfant <15 ans

FRDA avec enfant <25 ans

Femmes 25-34 ans

Femmes 25-49 ans

Femmes 35-49 ans



CIBLES ENSEMBLE

Ensemble 15-49 ans

Ensemble 25-34 ans

Ensemble 25-49 ans

Ensemble 35-49 ans

ICSP+ 25-49 ans



CIBLES MASCULINES

Hommes 25-49 ans

Garanties sur les cibles acheteurs :

Concernant les 13 cibles moyens gros acheteurs <50 ans, l'analyse des GRP délivrés se fera sur la base des audiences extrapolées connues à J+1 de la date de fin de la campagne, et ce pour l'ensemble des spots diffusés sur celle-ci.

Les campagnes achetées en coût GRP net garanti sur l'une de ces 13 cibles moyen gros acheteurs <50 ans ne pourront donc en aucun cas faire l'objet de demandes de compensation calculées à partir de résultats d'audience constatées qui viendraient à être disponibles après J+1 de la diffusion du dernier spot de la campagne.

* Cibles garanties uniquement en Select+



ESPACE CLASSIQUE

1. Conditions Générales de Vente

2.2.7 Les achats en coût GRP net garanti se font sur la base des indices qui suivent :

INDICES SAISONNALITÉ M6 ET PUISSANCE TNT

PÉRIODES CGV	01/01 05/01	06/01 09/02	10/02 01/03	02/03 05/04	06/04 10/05	11/05 28/06	29/06 12/07	13/07 26/07	27/07 16/08	17/08 30/08	31/08 18/10	19/10 20/12	21/12 31/12
INDICES	80	95	85	105	100	120	105	80	65	100	125	120	90

INDICES TRANCHES HORAIRES M6 ET PUISSANCE TNT

TRANCHES HORAIRES	 CIBLES MOYENS GROS ACHETEURS < 50 ANS	 CIBLES FÉMININES	 CIBLES ENSEMBLE	 CIBLES MASCULINES
DAY (0300-1799)	90	90	85	75
ACCESS (1800-1999)	100	100	100	110
PEAK (2000-2199)	135	135	130	120
NIGHT (2200-2699)	85	85	80	75

M6 Publicité se réserve le droit de modifier les indices de saisonnalité et/ou de tranches horaires en cours d'année pour M6 et/ou Puissance TNT. Dans ce cas, la période et la (ou les) chaîne(s) concernée(s) ainsi que le nouvel indice seront communiqués au plus tard 10 jours calendaires avant la date d'application de cette modification.

1. Conditions Générales de Vente



2.2.8 Catégories de coût GRP net garanti sur M6 et Puissance TNT.

En fonction de ses objectifs mediaplanning, un annonceur ou son mandataire a le choix, pour chacune de ses vagues, entre 3 catégories de coût GRP net garanti. Il n'est pas possible de cumuler plusieurs catégories de coût GRP net garanti au sein d'une même vague.

Chaque catégorie correspond à un niveau d'indice qui s'applique sur le coût GRP net base 30" désindexé convenu.

Les briefs seront traités par M6 Publicité dans l'ordre de priorité suivant :

- Select+
- Select
- Standard

La mise en place d'un plan de roulement des films détaillé par écran sur une commande réservée en coût GRP garanti, n'est possible que pour les catégories Select ou Select+.

CRITÈRES MÉDIAPLANNING ACTIVABLES EN FONCTION DE LA CATÉGORIE DE COÛT GRP NET GARANTI		STANDARD indice 100	SELECT indice 105	SELECT+ indice 107
INVENTAIRE	Nb codes secteurs maximum	2	2	3 et +
	Nb de formats maximum	2	3	4 et +
	Format max*	40	40	40
	Programmation des podiums	J-5 à J-11 (mercredi)	J-6 à J-12 (mardi)	J-6 à J-12 (mardi)
	Exclusion des écrans dans les Dessins Animés	✓	✓	✓
PROGRAMMATION SPOTS	Exclusion des écrans dans les programmes sports		✓	✓
	Exclusion des écrans intitulés 2430 - 2699			✓
	Exclusion d'un jour nommé		✓	✓
	Communication en semaine on /off (semaines pleines de 7 jours)			✓
	Programmation de 2 spots d'une même vague dans un même écran		✓	✓
PODIUMS	Choix des podiums (Or, Argent, Bronze)		✓	✓
	Présence d'un spot en peak le 1er jour			✓
DÉMARRAGE DE LA VAGUE	Au moins 1 spot en peak sur les 3 premiers jours		✓	
	Exclusion d'un format sur une sous-période de la vague		✓	✓
AUTRES CRITÈRES MÉDIAPLANNING	Création de blocs jours (4 jours minimum consécutifs de communication)			✓

* M6 Publicité se réserve la possibilité de limiter l'accès au coût GRP Standard pour les formats supérieurs à 25 secondes en périodes de fort encombrement publicitaire.

1. Conditions Générales de Vente

2.2.9 Une même vague pourra faire l'objet concomitamment des deux modes d'achat (spot à spot et coût GRP net garanti). Dans cette hypothèse, la responsabilité de M6 Publicité ne portera que sur la programmation et les performances de la partie achetée en coût GRP net garanti.

L'achat au spot à spot s'effectuera dans les conditions et selon les modalités décrites aux présentes Conditions Générales de Vente. Par ailleurs, ce mix achat spot à spot / coût GRP net garanti est soumis à l'acceptation de M6 Publicité.

2.3. ACHAT EN PASS SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES

L'achat de Pass thématiques permet à l'annonceur d'avoir accès à une offre multi-chaînes thématiques tout en bénéficiant d'un coût GRP net garanti. Dans le cadre de ces achats en Pass, un coût GRP net garanti base 30" est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Publicité :

- dans le cadre de conditions particulières de vente,
- préalablement à la première demande de programmation.

En fonction de ses objectifs médiaplanning, un annonceur a le choix entre deux catégories de Pass thématiques :

- L'«Easy Pass»
- L'«Ultimate Pass», où il bénéficie de critères médiaplanning premium pour un coût GRP net majoré de +10% par rapport à l'Easy Pass.

Le médiaplanning est entièrement pris en main par les équipes de M6 Publicité.



1. Conditions Générales de Vente

2.4. ACHAT EN NET SUR LA PLATEFORME MY6

M6 Publicité met à disposition une fonctionnalité de réservation en ligne de spot en achat net sur la plateforme MY6 (via le lien suivant : my6.m6pub.fr), afin de permettre à ses interlocuteurs d'optimiser leurs campagnes de publicité TV actives jusqu'à la dernière minute de manière autonome et rapide, dans un souci d'automatisation des process de l'achat d'espace publicitaire TV.

Utilisation de la plateforme :

La connexion à la plateforme MY6 se fait via ses identifiants (login et mot de passe) personnels. Une acceptation des Conditions Générales d'Utilisation (CGU) de réservation en net sur MY6 sera nécessaire en amont de la première réservation (en plus de l'acceptation pour tout achat des Conditions Générales de Vente 2020).

Caractéristiques de l'achat en net sur MY6 :

Les écrans proposés sur la plateforme MY6, dont le choix est à la discrétion de M6 Publicité, sont vendus en net fin d'ordre, et peuvent concerner l'ensemble des supports TV mis à disposition par M6 Publicité (M6, Puissance TNT, Gulli et les chaînes thématiques). Les prix nets des écrans proposés sur MY6 sont susceptibles d'évoluer en temps réel sur la plateforme. Aucune remise commerciale supplémentaire ne pourra être accordée sur les spots achetés en net sur la plateforme MY6. Ces spots ne pourront en aucun cas faire l'objet d'une garantie de performances, quel que soit le support TV utilisé (M6, Puissance TNT, Gulli ou les chaînes thématiques). Les montants nets achetés sur MY6 ne seront en aucun cas intégrés dans l'assiette de calcul des différentes remises commerciales applicables sur les différents supports TV commercialisés par M6 Publicité (M6, Puissance TNT, Gulli et les chaînes thématiques).

M6 Publicité se réserve la possibilité de modifier ou d'apporter de nouvelles caractéristiques de l'achat en net sur MY6.

Toute réservation en net sur la plateforme MY6 constitue un achat ferme et définitif (cf article II.3 des CGU de MY6), hors cas de force majeure (cf article B.1.1 des présentes Conditions Générales de Vente).

Conditions d'accès à la plateforme d'achat en net :

Pour être éligible à l'achat d'espace publicitaire TV en net sur MY6, la campagne doit respecter les conditions suivantes:

- Être active (= au moins un spot programmé sur l'un des supports TV commercialisés par M6 Publicité, soit M6, Puissance TNT, Gulli ou les chaînes thématiques), quel que soit le mode d'achat, dans les 15 jours précédant ou suivant la date de réservation d'un spot en achat net sur MY6,
- Réserver un spot en achat net sur MY6 sur un format identique aux formats utilisés sur la campagne active concernée.

Ces dispositions s'ajoutent aux autres dispositions des Conditions Générales de Vente 2020, qui restent inchangées.

3. AMÉNAGEMENT DE CAMPAGNE

L'annonceur et/ou son mandataire peut aménager sa campagne à l'intérieur des dates initialement arrêtées sous réserve de disponibilité et du maintien du budget à un niveau équivalent si la période concernée est inférieure à 31 jours calendaires (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...*).

Cet aménagement est possible au plus tard 8 jours calendaires avant diffusion.

4. ANNULATION D'ORDRE

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

4.1. Dans le cadre des ouvertures de planning, et après retour des ouvertures de planning, une fois l'espace réservé, l'annonceur ou son mandataire dispose de 5 jours ouvrés pour notifier à M6 Publicité, impérativement par mail, toute demande d'annulation d'ordre. Dans ce cas, aucune pénalité ne sera appliquée.

4.2. Pour toute annulation d'ordre adressée au-delà des 5 jours ouvrés après retour des ouvertures de 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 2020 pour les investissements BAB effectivement constatés au cours du bimestre janvier-février 2020 (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).

4.3. 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.

1. Conditions Générales de Vente

4.4. Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure (i), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'événement à M6 Publicité par tout moyen 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.

5. TARIFICATION

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

5.2. M6 Publicité se réserve le droit de modifier ses tarifs, en les notifiant sur le site MY6 my6.m6pub.fr au minimum 4 jours avant leur date d'entrée en vigueur. Dans ce cas, dans un délai de 2 jours ouvrés, 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. Ces modifications ne pourront porter que sur la période impactée par les modifications tarifaires.

M6 Publicité enverra à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

5.3. M6 Publicité se réserve le droit de modifier le tarif d'écrans publicitaires dans un délai plus court que 4 jours, notamment dans le cas d'un changement de programmation jugé exceptionnel par l'Editeur. 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.

5.4. 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.

5.5. Dans le cas de l'écran 2043, commercialisé dans l'offre M6, le tarif publié inclut une diffusion couplée sur trois chaînes gratuites du groupe, M6, W9 et 6ter.

5.6. Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, M6 Publicité se réserve le droit de modifier les indices de saisonnalité et/ou de tranches horaires en cours d'année pour M6 et/ou Puissance TNT. Dans ce cas, la (ou les) période(s), la (ou les) tranche(s) horaire(s), et la (ou les) chaîne(s) concernée(s) ainsi que le nouvel indice seront communiqués au plus tard 10 jours calendaires avant la date d'application de cette modification.

6. 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'Thématic).



FICHIERS MEDIAPLANNING BIMESTRIELS (PARIS PREMIÈRE)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Septembre - Octobre 2019 - TNT 19 5 B

Novembre - Décembre 2019 - TNT 19 6 B

Janvier - Février 2020 - TNT 20 1B

Mars - Avril 2020 - TNT 20 2B

Mai - Juin 2020 - TNT 20 3B

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/20 au 29/02/20

du 01/03/20 au 30/04/20

du 01/05/20 au 30/06/20

du 01/07/20 au 31/08/20

du 01/09/20 au 31/12/20

FICHIERS MEDIAPLANNING MEDIAMAT THEMATIK (TÉVA, SERIECLUB, M6 MUSIC, CANAL J, TIJI, MCM, MCM TOP ET RFM TV)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Janvier-Juin 2019 - V37

Septembre 2019 - Février 2020 - V38

Janvier - Juin 2020 - V39

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/20 au 30/04/20

du 01/05/20 au 31/08/20

du 01/09/20 au 31/12/20

7. FACTURATION

7.1. 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.

7.2. 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.

7.3. La facturation des messages publicitaires est établie mensuellement.

7.4. 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 2020, et au plus tard fin mars 2021. 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.

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 aux présentes Conditions Générales de Vente et dues par l'annonceur.

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

8. LE PAIEMENT

8.1. Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire (hormis pour les échanges). 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.

8.2. 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 B.1.8.3. s'appliqueront de plein droit. M6 Publicité se réserve le droit de demander, avant toute diffusion, le règlement d'avance ou une caution bancaire ou toute autre garantie dans notamment les cas suivants :

- pour tout annonceur n'apportant pas de garanties satisfaisantes à M6 Publicité sur sa solvabilité,
- pour tout annonceur avec qui M6 Publicité a été précédemment confronté à des retards et/ou défauts de paiement des sommes dues par lui dans le cadre de ses achats d'espaces publicitaires effectués auprès de M6 Publicité.

L'annonceur pour lequel M6 Publicité aura formulé de telles demandes devra fournir lesdites garanties et/ou le règlement d'avance au plus tard 10 jours ouvrés avant la première diffusion.

M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.

1. Conditions Générales de Vente

8.3. 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.

8.4. 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.

8.5. Dans l'hypothèse où M6 Publicité serait amenée à émettre un avoir qui sera imputé :

- sur la facture concernée par ledit avoir ou,
- si ladite facture a d'ores et déjà été réglée, sur la facture la plus ancienne de l'annonceur.

Cet avoir pourra être adressé au mandataire dans l'hypothèse où l'annonceur a chargé celui-ci par attestation de mandat d'encaisser ledit avoir. Dans ce cas, le paiement effectué dans ce cadre au mandataire libère M6 Publicité vis à vis de l'annonceur.

Enfin et dans l'hypothèse où M6 Publicité serait amenée à émettre un avoir à un annonceur ou son mandataire pour le solde des différentes remises à verser à la clôture de l'exercice (au plus tard fin mars 2021), le montant de cet avoir émis par M6 Publicité sera compensé avec les factures échues et non encore payées de l'annonceur concerné.

9. CONFIDENTIALITÉ

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



10. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

Toutes les informations qui peuvent être fournies par toutes personnes physiques de l'annonceur et/ou de son mandataire dans le cadre de leurs échanges avec M6 Publicité font l'objet de traitements par M6 Publicité, qui sont nécessaires dans le cadre de ses activités commerciales, notamment ses actions de prospection commerciale et de ventes d'espaces (Espaces classiques ou Espace Parrainage). Ces informations qui pourront contenir des données personnelles seront utilisées par M6 Publicité (i) à des fins de prospection commerciale afin que M6 Publicité puisse proposer à l'annonceur et/ou son mandataire des offres et invitations en lien avec ses activités ainsi que des informations pertinentes concernant ses offres commerciales, ses supports média et le marché publicitaire en général et (ii) afin de rendre les services demandés par l'annonceur ou le mandataire dans le cadre des achats d'espaces publicitaires ou d'opérations de parrainage.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositions légales, réglementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables relatives à la protection des données des utilisateurs, au traitement de données de communications électroniques et à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies et à la prospection directe, notamment le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement Européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (le « RGDP ») et la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles (ensemble désignées dans les présentes CGV « les Règles Applicables Relatives à la Protection des Données »), les personnes physiques concernées bénéficient d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition

pour motif légitime, de suppression et de portabilité de leurs données personnelles ainsi qu'un droit de limitation du traitement réalisé sur leurs données personnelles. Elles disposent également du droit de définir des directives relatives au sort de leurs données personnelles après leur décès.

L'exercice de l'ensemble de ces droits doit être effectué par l'envoi d'un email à l'adresse suivante : dpo@m6.fr.



11. 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 1^{er} janvier 2020. 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 ou sur MY6 my6.m6pub.fr.





B2

**ESPACE
CLASSIQUE**

CONDITIONS
TARIFAIRES

2. Conditions tarifaires

1. GRILLES DE TARIFS

Les grilles de tarifs des écrans publicitaires des différentes chaînes peuvent être consultées sur le site MY6 my6.m6pub.fr. Elles sont publiées selon le calendrier prévu à l'article B.1.2. Elles sont ajustées chaque semaine en fonction de la programmation, 3 semaines avant la diffusion des programmes.

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 25 secondes sera : $24\ 000 \times 0.95$, soit 22 800€.

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

M6 Publicité se réserve le droit de modifier les indices formats en cours d'année.

DURÉE	INDICE	DURÉE	INDICE	DURÉE	INDICE
3"	33	17"	80	31"	110
4"	37	18"	83	32"	115
5"	41	19"	87	33'	120
6"	45	20"	90	34"	125
7"	48	21"	91	35"	131
8"	52	22"	92	36"	136
9"	54	23"	93	37"	141
10"	56	24"	94	38"	146
11"	59	25"	95	39"	151
12"	64	26"	96	40"	155
13"	67	27"	97	45"	175
14"	70	28"	98	50"	195
15"	74	29"	99	55"	220
16"	76	30"	100	60"	250

Pour tout format supérieur à 40 secondes non mentionné ci-dessus, contactez M6 Publicité.

3. PODIUMS (EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS)

(VENTE AU SPOT À 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.

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

Cette visibilité est valorisée selon les barèmes suivants :

3.1 M6 ET PUISSANCE TNT (HORS ÉCRANS ENFANTS)

ÉCRANS	OR	ARGENT	BRONZE
Écrans 1900-2399	35%	30%	10%
Écrans 1200-1899	25%	20%	5%
Écrans 0300-1199 et 2400 à 2699	15%	10%	3%

Certains écrans, notamment en raison d'un contexte programme événementiel, offrent aux annonceurs une visibilité particulièrement élevée. Dans ces cas, les majorations définies ci-dessus sont susceptibles d'être modifiées.

3.2 ÉCRANS ENFANTS M6 ET GULLI. ENSEMBLE DES CHÂÎNES THÉMATIQUES.

- **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%

Certains écrans, notamment en raison d'un contexte programme événementiel, offrent aux annonceurs une visibilité particulièrement élevée. Dans ces cas, les majorations définies ci-dessus sont susceptibles d'être modifiées.

4. CONSTRUCTION PERSONNALISÉE D'UN ÉCRAN

(EXCLUSIVEMENT POUR LA VENTE AU SPOT À 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 service planning de M6 Publicité, à l'adresse planningtv@m6.fr,
- et au service de diffusion publicitaire de M6 Publicité, à l'adresse : diffusion-publicitaire@m6.fr.

2. Conditions tarifaires

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%.

5. HABILLAGE ÉCRAN

(EXCLUSIVEMENT POUR LA VENTE AU SPOT A SPOT ET HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

L'habillage écran est un format publicitaire événementiel placé dans l'écran immédiatement après le jingle publicitaire permettant à la marque d'émerger. L'habillage écran n'est pas un Podium tel que défini au B.2.3.

L'objectif est de surprendre le téléspectateur en imaginant une continuité visuelle entre le jingle et le début de l'habillage écran qui contient le spot annonceur. L'habillage écran est une publicité à part entière soumise à l'ARPP.

Le jingle publicitaire est un élément d'antenne soumis à la validation de la direction des programmes et produit par M6 Unlimited (excepté pour les dispositifs d'habillage de Gulli). Les habillages écran de Gulli sont produits par la cellule production de *Jeunesse Thématiques*. La marque et/ou ses produits ne seront de ce fait pas présents au sein de ce jingle publicitaire.

Pour créer un lien fort entre la marque et le jingle publicitaire, M6 Unlimited crée une transition de quelques secondes avant le spot TV de l'annonceur. C'est cette transition qui constitue l'habillage écran. Dans l'hypothèse où la marque ne dispose pas de spot TV mais souhaite développer un habillage écran, M6 Unlimited et/ou Jeunesse Thématique peut se charger de l'intégralité de la production (habillage et spot TV).

- Frais de production de l'habillage : nous consulter,
- Majoration de 30% sur l'espace media habillage,
- L'EP Podium Or s'applique sur le spot qui suit l'habillage,
- En cas d'annulation totale d'un habillage écran, le montant de la majoration reste



6. EP1 CONTEXTUALISÉ

L'EP1 contextualisé est un format publicitaire événementiel qui permet à la marque d'émerger en 1^{ère} position d'écran juste après le jingle publicitaire de la chaîne dans l'univers du jingle existant de la chaîne. L'objectif est de surprendre le téléspectateur en imaginant une continuité visuelle entre le jingle publicitaire thématique existant et le début du spot positionné en Podium OR. L'EP1 contextualisé est une publicité à part entière soumise à l'ARPP.

Le jingle publicitaire est un élément antenne soumis à la validation de la direction des programmes et produit par M6 Unlimited. La marque et/ou ses produits ne seront de ce fait pas présents au sein de ce jingle publicitaire. Pour créer un lien fort entre la marque et la reprise d'un jingle publicitaire existant, M6 Unlimited crée une transition de quelques secondes avant le spot TV de l'annonceur délivrant un texte simple et pertinent citant la marque. C'est cette transition + le spot TV qui constituent l'EP1 contextualisé.

Dans l'hypothèse où la marque ne dispose pas de spot TV mais souhaite développer un EP1 contextualisé, M6 Unlimited peut se charger de l'intégralité de la production de cet EP1 contextualisé (transition et spot TV).

- Frais de production : nous consulter
- Tarif : l'achat d'espace des quelques secondes de transition contextualisée intégrant la marque est majorée de 15% et l'EP Podium Or s'applique,
- 8 diffusions minimum,
- En cas d'annulation totale d'un EP1 contextualisé, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur.



7. MESSAGE MULTI-PRODUITS

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

7.1. 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 :

ÉCRANS	2 ^{ÈME} CODE RÉSERVÉ	3 ^{ÈME} CODE RÉSERVÉ	4 ^{ÈME} CODE RÉSERVÉ ET CHAQUE CODE SUIVANT
Plusieurs produits du même annonceur	15%	10%	5%
Plusieurs produits d'annonceurs différents (i)	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.

7.2. 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 ou si le code initialement réservé est erroné. Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

Exemple

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%.

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.



8. CO-BRANDING

(ACHAT AU COUT GRP NET GARANTI ET VENTE AU 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.

9. EXCLUSIVITÉ SECTORIELLE

(EXCLUSIVEMENT POUR L'ACHAT AU SPOT A SPOT ET HORS ACHAT AU COUT GRP NET GARANTI)

9.1. 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.

9.2. 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 MY6 my6.m6pub.fr. 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.

10. ACCÈS PRIORITAIRE

(EXCLUSIVEMENT POUR L'ACHAT AU SPOT A SPOT ET HORS ACHAT AU COUT GRP NET GARANTI)

10.1. Certains spots peuvent bénéficier d'un accès prioritaire au planning sur M6, avant les ouvertures de planning.

Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

ÉCRANS	ACCÈS PRIORITAIRE	ACCÈS PRIORITAIRE OR	ACCÈS PRIORITAIRE ARGENT
Écrans 1900-2399	5%	38%	33%
Écrans 1200-1899		28%	23%
Écrans 0300-1199 et 2400 à 2699		18%	13%

Toute demande d'EP dans le cadre d'un accès prioritaire se fait selon les conditions prévues en accès prioritaire Or et Argent.

2. Conditions tarifaires

10.2. 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.

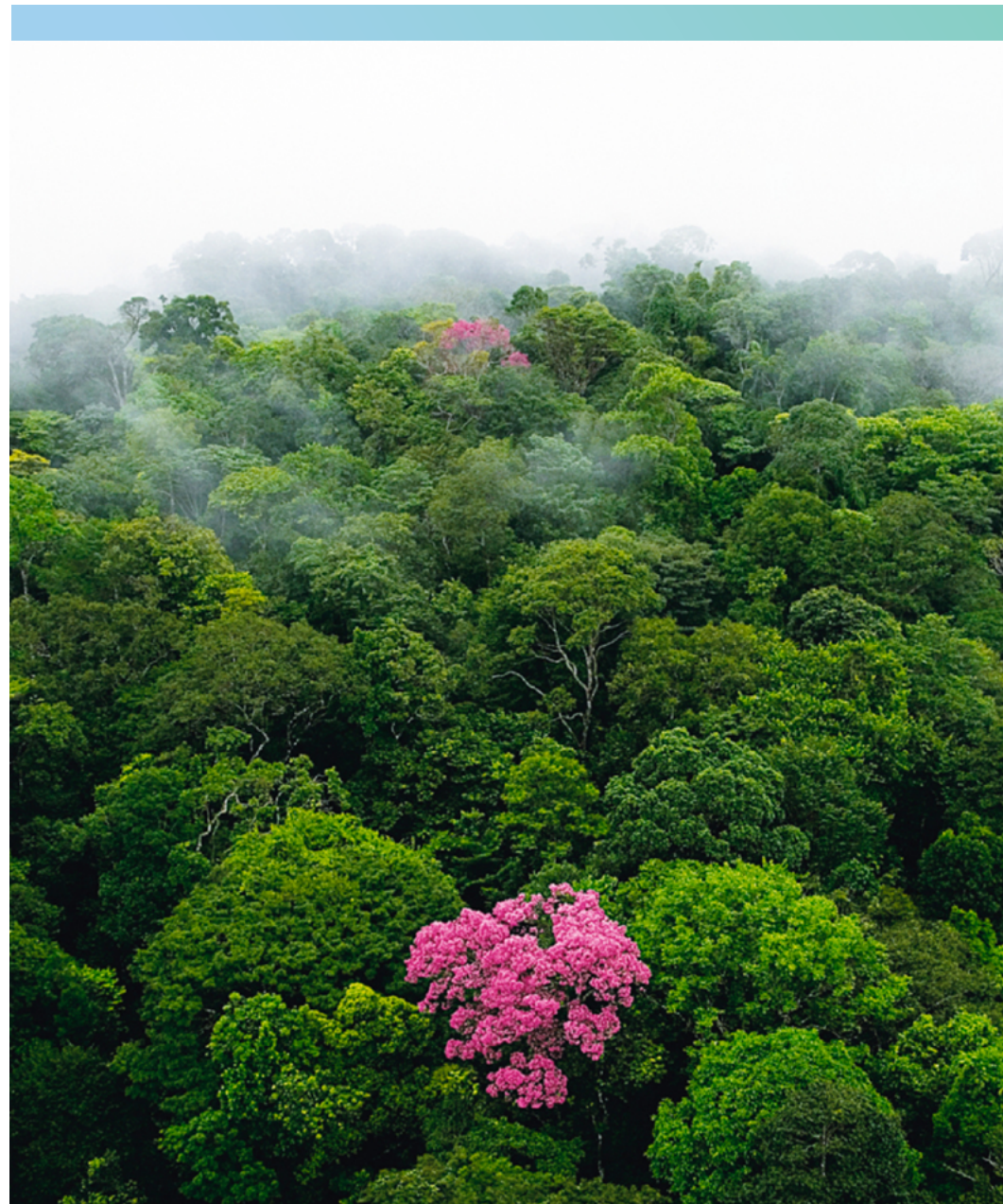
Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

ÉCRANS	ACCÈS PRIORITAIRE OR	ACCÈS PRIORITAIRE ARGENT
Écrans 1900 - 2399	40%	35%
Écrans 1200 - 1899	30%	25%
Écrans 0300 -1199 et 2400 - 2699	20%	15%

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.

10.3. 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 : planningtv@m6.fr.



B3

ESPACE
CLASSIQUE

REMISES
COMMERCIALES



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.

2. PRINCIPE D'APPLICATION IMMÉDIATE DES REMISES

Le solde des remises qui n'ont pas été appliquées en cours d'exercice est versé à la clôture de l'exercice, soit au plus tard fin mars 2021.

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 2020 (achats au spot à spot et au coût GRP net garanti).



3. REMISES APPLICABLES SUR M6

3.1. LA REMISE VOLUME

La remise volume s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel investi sur M6 (spot à spot et coût GRP net garanti, hors montants parrainage) et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité.

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (10%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2020*

DE	À	TAUX
0	200	10%
200	400	11%
400	600	12%
600	800	13%
800	1 000	14%
1 000	1 500	15%
1 500	2 000	16%
2 000	3 000	17%
3 000	5 000	18%
5 000	10 000	19%
10 000	20 000	20%
20 000	30 000	22%
30 000	40 000	24%
40 000		28%

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

3. Remises commerciales

3.2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

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.

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

3.3. 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 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 2020. 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.



4. REMISES APPLICABLES À PUISSANCE TNT

4.1. LA REMISE VOLUME

La remise volume s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel investi sur Puissance TNT (spot à spot et coût GRP net garanti, hors montants parrainage).

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (10%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2020*

DE	À	TAUX
0	100	10%
100	200	11%
200	300	12%
300	500	13%
500	700	14%
700	1 000	15%
1 000	1 500	16%
1 500	2 000	17%
2 000	3 000	18%
3 000	5 000	19%
5 000	7 000	20%
7 000	10 000	22%
10 000	15 000	24%
15 000		28%

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

3. Remises commerciales

4.2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

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

4.4. 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 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 2020. 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.



5. REMISES APPLICABLES À GULLI (ÉCRANS ENFANTS)

5.1. LA REMISE VOLUME

La remise volume s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel investi sur les écrans enfants de Gulli (hors montants parrainage).

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (10%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2020*

DE	À	TAUX
0	50	10%
50	100	11%
100	200	12%
200	300	13%
300	500	14%
500	700	15%
700	1 000	16%
1 000	1 500	17%
1 500	2 000	18%
2 000	2 500	19%
2 500	3 000	20%
3 000	4 000	22%
4 000	5 000	24%
5 000		28%

* Montants investis sur les écrans enfants de Gulli au spot à spot et au coût GRP net garanti, hors montants parrainage.

3. Remises commerciales

5.2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Principe : Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur les écrans enfants de Gulli.

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

5.3. 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 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 écrans enfants de Gulli.

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 écrans enfants de Gulli, toutes remises déduites, sur l'année 2020. 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.





ESPACE CLASSIQUE

3. Remises commerciales

6. REMISES APPLICABLES SUR LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

6.1. LA REMISE VOLUME

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, Canal J, Tiji, MCM, MCM Top et RFM TV. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer.

La remise volume s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel investi sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité (hors montants parrainage).

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (10%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2020

DE	À	TAUX
0	500	10%
500	1 000	15%
1 000	2 500	20%
2 500		35%

6.2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

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.

6.3. 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 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%.

B

ESPACE CLASSIQUE

3. Remises commerciales

Application : Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur les chaînes thématiques, toutes remises déduites, sur l'année 2020. 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.





B4

**ESPACE
CLASSIQUE**

COMMERCIA-
LISATIONS
SPÉCIFIQUES



1. SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT

1.1. 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.

1.2. 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%.



2. ÉDITION AUDIO ET VIDÉO, ÉDITION IMPRIMÉE DE FASCICULES, FOURNISSEURS DE CONTENUS (TEL. SMS/MMS)

2.1. 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 spécifique.

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, la remise référentielle, ainsi que la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

2.2. SUR PUISSANCE TNT, GULLI 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, Gulli et les chaînes thématiques, la remise volume, la remise référentielle et la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.





B5

ESPACE CLASSIQUE

CALCUL DES
MONTANTS
D'INVESTISSEMENT



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.

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 :

1. Abattement SIG / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS),
2. Majoration Podium / habillage écran,
3. Majoration construction personnalisée,
4. Majoration message multiproduits / co-branding,
5. Majoration accès prioritaire.

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 pour des écrans intitulés de 1200 à 1899.
- 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.

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 30", le tarif brut avant barème du spot sera 32 486,4€.

FORMAT DU MESSAGE	24"
BRUT TARIF BASE 30"	20 000€
BRUT TARIF FORMAT - IND 94	18 800€
MAJORATION ACCÈS PRIORITAIRE OR (1200-1899) : + 28%	24 064€
MAJORATION 2 ^{ÈME} ET 3 ^{ÈME} PRODUIT +35% (20% + 15%)	32 486,4€

5. Calcul des montants d'investissement

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 13 juillet au 26 juillet et 80% entre le 19 octobre et le 20 décembre,
- Catégorie de coût GRP net garanti : Select.

INDICE TRANCHES HORAIRES : (30% X 90) + (70% X 135)	121,5
INDICE SAISONNALITÉ : (20% X 80) + (80% X 120)	112
INDICE CATÉGORIE DE COÛT GRP NET	105
INDICE GLOBAL CHOIX MÉDIAPLANNING	142,9

ATTENTION : si le mix tranches horaires n'est pas identique sur toutes les périodes de saisonnalité investies, l'indice médiaplanning de l'annonceur ne sera pas le simple produit des indices de saisonnalité, de tranches horaires et de catégorie de coût GRP net garanti.

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

- Campagne au spot à spot traitée en accès prioritaire OR pour des écrans intitulés 1900 à 2399,
- Citation de deux autres produits d'un autre annonceur nécessitant la réservation de deux codes variétés supplémentaires, notifiée à M6 Publicité lors de la réservation au planning.

FORMAT DU MESSAGE	24"
BRUT TARIF BASE 30"	20 000€
BRUT TARIF FORMAT - IND 94	18 800€
MAJORATION ACCÈS PRIORITAIRE OR (1900-2399) : + 38%	25 944€
MAJORATION 2 ^{ÈME} ET 3 ^{ÈME} PRODUIT +35% (20% + 15%)	35 024,4€

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 30", le tarif brut avant barème du spot sera de 35 024,4€.

2. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR M6

(HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

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



3. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR PUISSANCE TNT

(HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

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





4. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR LES ÉCRANS ENFANTS GULLI

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

5. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

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





Bé

ESPACE CLASSIQUE

ÉLÉMENTS DE
DIFFUSION



1. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

1.1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1.1 Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les instructions de diffusion (Pub ID, rotation des films...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent **impérativement et exclusivement** être communiquées via MyDiffTV, la plateforme en ligne dédiée et commune aux régies membres du SNPTV, accessible à l'adresse www.mydiff.tv. Afin de sécuriser la diffusion et garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'annonceur ou son mandataire : agence média, agence conseil en charge de la création et/ou de la production et déclarée à l'ARPP.

Au-delà de l'envoi des instructions de diffusion, toute question doit être adressée à diffusion-publicitaire@m6.fr.

La mise en place d'un plan de roulement détaillé par écran sur une commande réservée en coût GRP garanti n'est possible que pour les catégories Select et Select+.

1.1.2 Les fichiers de diffusion doivent impérativement être livrés au format de diffusion 16/9 et en Haute Définition (HD). L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à remettre un fichier numérique à M6 Publicité.

1.1.3 La livraison des fichiers numériques devra être effectuée par l'une des sociétés tierces autorisées, Peach ou Adstream.

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.

Les fichiers devront notamment respecter la recommandation CST – 018 – TV – v 3.0.

Chaque envoi de fichier numérique doit être accompagné des renseignements suivants :

- Annonceur
- Nom du Produit
- Pub ID
- Titre du film
- Durée
- Version
- Dans le cadre d'un film comportant une mention légale pouvant faire l'objet d'alternance (notamment : mention sanitaire, jeux d'argent et de hasard, ...), préciser la mention concernée par le film (exemple : « Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour »)
- Date d'envoi des éléments à M6 Publicité

1.1.4 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 : www.groupem6.fr/normestechiques

6. Éléments de diffusion

- Si un film ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Publicité pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) film(s) fourni(s) sans que l'annonceur puisse s'y opposer, ce que l'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production reconnaissent et acceptent expressément.

- L'annonceur et ses prestataires dûment habilités devront se conformer à la charte d'engagement de livraison dématérialisée des films publicitaires, disponible sur le site du SNPTV et de www.m6pub.fr.

1.1.5 Dans l'hypothèse de films sous-titrés à la destination des personnes sourdes et malentendantes, les éléments remis à M6 Publicité doivent être conformes aux normes N 19-2002 de l'UER.

L'Annonceur et ou son mandataire autorise expressément M6 Publicité à insérer au sein des messages publicitaires des sous titres à destination des personnes sourdes et malentendantes. Dans cette hypothèse, les frais techniques occasionnés sont à la charge de l'Annonceur.

1.1.6 La remise des fichiers de diffusion 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.

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.

1.1.7 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.

1.1.8 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.

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

1.1.10 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.

1.1.11 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.

6. Éléments de diffusion

1.1.12 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.

1.1.13 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 B.1.7.

1.1.14 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, ainsi que la position du spot dans l'écran.

1.1.15 M6 Publicité peut, sur demande spécifique et dans les 3 mois suivant la 1ère diffusion du spot concerné, fournir une pige du spot publicitaire diffusé sous format vidéo. Chaque pige fera l'objet d'une facturation forfaitaire HT de 500 € non soumise au barème des remises.

1.2. FRAIS DE MODIFICATION DES INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

Toute demande de modification des instructions de diffusion intervenant entre J-5 et J-2

ouverts avant diffusion fera l'objet d'une facturation forfaitaire HT de 1 000€ par film à modifier, non soumise au barème des remises. Cette disposition de modification n'est possible que dans le cas où le code secteur et la durée du nouveau film sont strictement les mêmes que ceux des premiers éléments reçus.

1.3. ACTUALISATION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Dans l'hypothèse de réception d'éléments de diffusion (instructions, film...) dans un délai compris entre J-2 et H-2, concernant notamment l'actualisation de films, le ou les films reçus ou modifiés pour diffusion entre J-2 et H-2 feront l'objet de frais supplémentaires à partir d'un devis soumis à l'annonceur et/ou son mandataire pour accord.



2. CONFORMITÉ DES MESSAGES

2.1. 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.

2.2. 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.

2.3. Rôle de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité - www.arpp.org) : 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 mandatés (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) doivent soumettre à l'ARPP les films publicitaires (dans toutes leurs versions) ainsi que tous les 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 conjointement à l'envoi du film et au sein des instructions

de diffusion. Sur la base des éléments reçus, l'ARPP rend un avis définitif relatif à la diffusion du film publicitaire. Cet avis doit être remis à M6 Publicité au plus tard 2 jours ouvrés avant diffusion. Pour plus d'informations, www.arpp.org

3. RESPONSABILITÉS

3.1. 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. 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.

3.2. 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.

3.3. 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.

6. *Éléments de diffusion*

3.4. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à ce que le nom de campagne associé au film et indiqué au sein des instructions de diffusion soit le même que celui de la commande 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 nom de campagne associé aux films publicitaires fournis et celui des commandes réservées au planning soient rigoureusement identiques. A défaut, la responsabilité de M6 Publicité ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

4. 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.

5. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

5.1. 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, crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.).

5.2. 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 film 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 film 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

6. Éléments de diffusion

c) les jeux vidéo interdits aux moins de 18 ans sans caractère pornographique, le film 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 film 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 film 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.

Ces restrictions sont susceptibles d'adaptation selon les chaînes et contextes programmes.

5.3. Pour plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés (notamment sur leur gestion pour Puissance TNT, Gulli ou les chaînes thématiques enfants en régie chez M6 Publicité) et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif, réglementaire ou déontologique, contacter M6 Publicité.



6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS

ÉLÉMENTS
À FOURNIRSOUS-
TITRESDÉLAI DE
REMISE DES
ÉLÉMENTSINSTRUCTIONS
DE DIFFUSIONAVIS
FAVORABLE DE
L'ARPP (OU N°
AGRÉMENT)

- 1 Fichier HD
- Livraison dématérialisée
- Prestataires de livraison autorisés :
- Peach (www.peachvideo.com)
- Adstream (<https://www.adstream.com/fr/>)

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.

Chaque fichier de sous-titres devra être intitulé avec la référence Pub ID du film correspondant.

5 jours ouvrés avant la 1ère diffusion.

Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les instructions de diffusion (Pub ID, rotation des films...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent impérativement et exclusivement être communiquées via MyDiffTV, la plateforme en ligne dédiée et commune aux régies membres du SNPTV, accessible à l'adresse www.mydiff.tv.

2 jours ouvrés avant la 1ère diffusion.

6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS



ÉLÉMENTS À FOURNIR

- 1 Fichier HD
- Livraison dématérialisée
- Prestataires de livraison autorisés :
- Peach (www.peachvideo.com)
- Adstream (<https://www.adstream.com/fr/>)

SOUS- TITRES

Intégration des sous-titres au fichier de diffusion

DÉLAI DE REMISE DES ÉLÉMENTS

5 jours ouvrés avant la 1ère diffusion.

INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les instructions de diffusion (Pub ID, rotation des films...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent impérativement et exclusivement être communiquées via MyDiffTV, la plateforme en ligne dédiée et commune aux régions membres du SNPTV, accessible à l'adresse www.mydiff.tv.

AVIS FAVORABLE DE L'ARPP (OU N° AGRÉMENT)

2 jours ouvrés avant la 1ère diffusion.



ESPACE PARRAINAGE

CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES 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, convention commerciale 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, convention commerciale parrainage) 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 radio 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.

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 et MY6 my6.m6pub.fr, n'est valable que pour l'année 2020. Elle doit être adressée 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(s) émission(s) 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 plus de 3 mois avant le démarrage de l'opération

À la date de fin du délai susvisé, l'option, reprenant le nom de l'émission, la cible visée, 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 convention commerciale avant diffusion à retourner signée par l'annonceur ou son mandataire.

L'option non confirmée sera considérée comme nulle. Dans l'hypothèse où M6 Publicité recevrait plusieurs options portant sur le parrainage de(s) même(s) émission(s), leur prise



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

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.

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 et plus généralement aux modalités de commercialisation notamment dans le cas d'une programmation liée à une (des) émission(s) jugée(s) exceptionnelle(s) et/ou événementielle(s) par l'éditeur.





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

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 ayants-droit de l'émission objet de l'option,
- aux lois, règlements et usages régissant le parrainage télévisé et la communication audiovisuelle ou contraire aux intérêts du Groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.

4.3.2 de ne pas renouveler une option.

5. CIBLES PARRAINAGE

L'achat d'un dispositif de parrainage pourra se faire sur l'une des cibles suivantes :

**CIBLES
FÉMININES**

FRDA < 50 ans
FRDA avec enfant <15 ans
FRDA avec enfant <25 ans
Femmes 25-34 ans
Femmes 25-49 ans
Femmes 35-49 ans

**CIBLES
ENSEMBLE**

Ensemble 15-49 ans
Ensemble 25-34 ans
Ensemble 25-49 ans
Ensemble 35-49 ans
ICSP+ 25-49 ans

**CIBLES
ENFANTS**

Enfants 4-10 ans*

**CIBLES
MASCULINES**

Hommes 25-49 ans

*Uniquement sur les programmes jeunesse



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

6. GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE MULTIMARQUES / MULTIPRODUITS

La présentation ou la citation dans le générique de parrainage de plusieurs marques/produits du parrain ou d'un autre annonceur co-parrain est limitée à 3 codes variétés et entraîne l'application d'une majoration selon le barème suivant :

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

Le co-branding (message publicitaire partagé de manière équilibrée par deux marques) fait l'objet d'une valorisation de 35%.

GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

Plusieurs produits
du même annonceur

Plusieurs produits
d'annonceurs différents (i) (ii)

2^{ÈME} CODE RÉSERVÉ

15%

20%





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

7. DOCUMENT CONTRACTUEL

Le document contractuel (convention commerciale 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 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).

8. 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 13 semaines calendaires avant le démarrage de l'opération : M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à 50% du montant de l'opération
- dans un délai inférieur à 13 semaines calendaires et supérieur à 4 semaines calendaires avant le démarrage de l'opération : M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à 75% du montant de l'opération
- dans un délai inférieur à 4 semaines calendaires avant le démarrage de l'opération : M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à 100% du montant de l'opération
- en cours d'exécution de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur, une indemnité égale à 100% du montant restant dû de l'opération.

Les indemnités s'appliquent dès confirmation écrite du dispositif par l'annonceur ou son mandataire. 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.

9. 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.



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

10. CONCURRENCE

10.1. M6 Publicité s'engage envers le parrain à ne pas proposer pendant la durée de l'opération, le parrainage de l'émission qu'il parraine à une marque correspondant à un produit ou un service relevant du même code secteur à 8 chiffres (famille, classe, secteur, variété - cf. nomenclature publiée sur le site m6pub.fr et MY6 my6.m6pub.fr) que celui promu par le parrain dans le cadre de l'opération.

10.2. 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.

10.3. 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.

11. 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 pour la diffusion d'une émission événementielle dans la case d'une émission récurrente ou liée notamment à un événement exceptionnel, M6 Publicité pourra selon les cas et à sa seule discrétion décider de :

- soit commercialiser à compter de la publication du bulletin des programmes correspondant ladite émission à un (des) nouveau(x) annonceur(s) supplémentaires, et ce même si un (des) annonceur(s) a (ont) confirmé une opération de parrainage sur l'émission concernée, et ce sans qu'il(s) puisse(nt) s'y opposer. M6 Publicité s'engage à respecter dans ces hypothèses les dispositions de l'article 10.1 ci-dessus.
- soit proposer comme alternative une nouvelle opération de parrainage équivalente à l' (aux) annonceur(s) concerné(s).



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

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.

En cas de prolongation de la diffusion d'une émission avec l'ajout d'émissions supplémentaires non comprises dans l'opération de parrainage en cours d'exécution commercialisée à l'annonceur, M6 Publicité pourra proposer dans ce cadre en priorité à l'annonceur une nouvelle offre de parrainage desdites émissions supplémentaires.



12. 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.

13. 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.



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

14. 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 Unlimited et/ou Jeunesse Thématiques. La conception, la validation juridique et éditoriale des story-boards, la réalisation, la production, la gestion et/ou diffusion des génériques de parrainage et modules-jeux par M6 Unlimited et/ou Jeunesse Thématiques feront l'objet d'un devis qui sera soumis par M6 Unlimited et/ou Jeunesse Thématiques à l'annonceur et/ou son mandataire pour accord. Une fois validé, un bon de commande reprenant les éléments du devis sera établi entre l'annonceur ou son mandataire.

15. JEU/DOTATIONS

15.1. Lorsque l'opération de parrainage et/ou l'opération spéciale conclue entre l'annonceur et/ou son mandataire et M6 Publicité s'accompagne d'un jeu à destination du public (loteries promotionnelles, jeu-concours, etc.), l'annonceur ou son mandataire s'engage par une obligation de résultat à prendre en charge et à fournir à M6 Publicité les dotations du jeu, et à s'acquitter de tous les frais engendrés par la gestion du Jeu : rédaction et dépôt de règlement, mise en place des moyens de participation (relais internet, audiotel...), gestion des gagnants et envoi des dotations, etc. L'annonceur en tant qu'organisateur du jeu sera responsable de l'organisation du jeu dans son intégralité. L'annonceur se chargera de la rédaction du règlement de jeu, sauf si les parties s'accordent pour en confier la gestion à M6 Publicité.

À ce titre, 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 ou M6 Publicité tant en ce qui concerne leur nature que leur quantité. En cas d'inexécution par l'annonceur ou son mandataire des obligations souscrites aux termes du présent article (notamment son obligation de fournir des dotations conformes aux normes en vigueur tel que visé ci-après) 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, sans préjudice de toute indemnisation complémentaire.





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

15.2. Des frais de mise en place du jeu notamment sur 6play tels que précisés dans le devis adressé par M6 Unlimited et/ou Jeunesse Thématiques (cf. article C.1.14. ci-dessus) seront facturés à l'annonceur ou son mandataire par M6 Unlimited et/ou Jeunesse Thématiques.

15.3. L'Annonceur garantit la sécurité et l'absence de défaut des dotations qu'il fournit au sens des articles 1245 et suivants du code civil, et plus généralement que les dotations et leur emballage soient de la meilleure qualité possible et conformes aux normes en vigueur les plus élevées.

15.4. L'annonceur ou son mandataire, sous-traitant ou non (ensemble désignés « l'Annonceur » pour les besoins du présent article) ne pourra avoir accès aux données des gagnants des jeux que dans le cas où il lui revient de fournir directement ces dotations aux gagnants. Il ne pourra alors les utiliser qu'à cette seule fin. Toute divulgation ou citation des gagnants par l'Annonceur (y compris uniquement la première lettre de leur nom et prénom) est interdite même aux fins de promotion du jeu, sauf accord préalable et spécifique des personnes concernées, de M6 Publicité et de l'éditeur.

Dans les hypothèses où, en exécution du contrat de parrainage ou d'opération spéciale, M6 Publicité serait amenée à traiter et à transférer à l'Annonceur des données à caractère personnel des gagnants du jeu afin qu'il leur fournisse des dotations, il est rappelé que M6 Publicité n'intervient qu'en qualité de sous-traitant de la Chaîne de Télévision concernée et de l'Annonceur en qualité de co-responsable de traitement pour cette finalité, au sens des Règles Applicables Relatives à la Protection des Données.

Dans tous les cas l'Annonceur s'engage à respecter les obligations suivantes :

- mettre en œuvre toutes les mesures techniques fonctionnelles et organisationnelles appropriées afin de respecter les Règles Applicables Relatives à la Protection des Données, ainsi que les conditions de traitement et de conservation des données par l'Annonceur, prévues dans le règlement du jeu,
- ne pas utiliser les données à d'autres fins et pour une durée supérieure que celle prévue dans le règlement de jeu et convenue entre les parties. En particulier, s'il est convenu d'adresser à

l'Annonceur les données des gagnants pour les seuls besoins de leur fournir les dotations, l'annonceur s'engage à supprimer ces données à l'issue de l'envoi des dotations, et au plus tard dans le délai prévu dans le règlement de jeu,

- prendre toutes précautions et mesures utiles afin de préserver la confidentialité des informations, à ne prendre aucune copie des documents et supports de données transmises autres que celles nécessaires à la finalité convenue et à ne pas divulguer les documents et données à toute personne non autorisée,
- prendre toute mesure utile afin de préserver la sécurité des informations et notamment d'empêcher qu'elles ne soient déformées, endommagées qu'elles fassent l'objet d'une utilisation détournée ou frauduleuse,
- mettre en place des mesures organisationnelles, fonctionnelles et techniques pour permettre de respecter les droits des personnes concernées,
- aider tout co-responsable de traitement en vue de garantir le respect des obligations relatives à la sécurité, l'analyse d'impact, la notification des failles,
- conserver des preuves du respect de ces obligations et à les transmettre à M6 Publicité à première demande.

L'Annonceur garantit M6 Publicité et l'éditeur du support concerné, leurs représentants légaux et leurs employés de toutes pertes, dommages et conséquences, résultant d'un manquement à cet engagement, notamment toute somme ou dommages et intérêts qui seraient mises à leurs charges, y compris les frais d'avocat.

Ces obligations pourront, le cas échéant, être précisées/complétées dans le contrat de parrainage ou d'opération spéciale, en fonction des spécificités de l'opération.



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

16. DIFFUSION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

16.1. 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 :

- s'il lui apparaît non-conforme aux obligations contractuelles de l'éditeur avec les ayants-droit 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 au moins 7 (sept) jours ouvrables avant la première diffusion du générique de parrainage.
- 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.





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

16.2. M6 Publicité garde la maîtrise de la programmation des génériques de parrainage présents sur l'(les) émission(s) parrainée(s) et plus particulièrement décidera seule du plan de roulement de diffusion de l'ensemble desdits génériques de parrainage. 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 C.1.18.

17. 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).

téva

FICHIERS MEDIAPLANNING BIMESTRIELS (PARIS PREMIÈRE)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Septembre - Octobre 2019 - TNT 19 5 B

Novembre - Décembre 2019 - TNT 19 6 B

Janvier - Février 2020 - TNT 20 1B

Mars - Avril 2020 - TNT 20 2B

Mai - Juin 2020 - TNT 20 3B

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/20 au 29/02/20

du 01/03/20 au 30/04/20

du 01/05/20 au 30/06/20

du 01/07/20 au 31/08/20

du 01/09/20 au 31/12/20

FICHIERS MEDIAPLANNING MEDIAMAT THÉMATIK (TÉVA, SERIECLUB, M6 MUSIC, CANAL J, TIJI, MCM, MCM TOP ET RFM TV)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Janvier-Juin 2019 - V37

Septembre 2019 - Février 2020 - V38

Janvier - Juin 2020 - V39

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/20 au 30/04/20

du 01/05/20 au 31/08/20

du 01/09/20 au 31/12/20



ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

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 période de diffusion des éléments de l'opération de parrainage.

18.2. 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.

18.3. La facturation des opérations de parrainage est établie mensuellement.

18.4. M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.

19. PAIEMENT

19.1. Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire (hormis pour les échanges). 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.

19.2. Les opérations de parrainage diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. À 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 ou une caution bancaire ou toute autre garantie dans notamment les cas suivants :

- pour tout annonceur n'apportant pas de garanties satisfaisantes à M6 Publicité sur sa solvabilité ;
- pour tout annonceur avec qui M6 Publicité a été précédemment confronté à des retards et/ou défauts de paiement des sommes dues par lui dans le cadre de ses achats d'opérations de parrainage effectuées auprès de M6 Publicité.

L'annonceur pour lequel M6 Publicité aura formulé de telles demandes devra fournir lesdites garanties et/ou le règlement d'avance au plus tard 10 jours ouvrés avant la première diffusion.

19.3. 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.

19.4. 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

1. Conditions Générales de Vente

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 dûs pour les génériques de parrainage diffusés jusqu'à la date effective de résiliation de la convention commerciale de parrainage en cours, et ce sur la base des factures émises par M6 Publicité.

19.5. Dans l'hypothèse où M6 Publicité serait amenée à émettre un avoir qui sera imputé :

- sur la facture concernée par ledit avoir,
- ou si ladite facture a d'ores et déjà été réglée, sur la facture la plus ancienne de l'annonceur.

Cet avoir pourra être adressé au mandataire dans l'hypothèse où l'annonceur a chargé celui-ci par attestation de mandat d'encaisser ledit avoir. Dans ce cas, le paiement effectué dans ce cadre au mandataire libère M6 Publicité vis à vis de l'annonceur.





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

20. 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.

21. 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.



22. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

Toutes les informations qui peuvent être fournies par toutes personnes physiques de l'annonceur et/ou de son mandataire dans le cadre de leurs échanges avec M6 Publicité font l'objet de traitements par M6 Publicité, qui sont nécessaires dans le cadre de ses activités commerciales, notamment ses actions de prospection commerciale et de ventes d'espaces (Espaces classiques ou Espace Parrainage). Ces informations qui pourront contenir des données personnelles seront utilisées par M6 Publicité (i) à des fins de prospection commerciale afin que M6 Publicité puisse proposer à l'annonceur et/ou son mandataire des offres et invitations en lien avec ses activités ainsi que des informations pertinentes concernant ses offres commerciales, ses supports média et le marché publicitaire en général et (ii) afin de rendre les services demandés par l'annonceur ou le mandataire dans le cadre des achats d'espaces publicitaires ou d'opérations de parrainage.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositions légales, réglementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables relatives à la protection des données des utilisateurs, au traitement de données de communications électroniques et à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies et à la prospection directe, notamment le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement Européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (le « RGDP ») et la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles (ensemble désignées dans les présentes CGV « les Règles Applicables Relatives à la Protection des Données »), les personnes physiques concernées bénéficient d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition pour motif légitime, de suppression et de portabilité de leurs données personnelles ainsi qu'un droit de limitation du traitement réalisé sur leurs données personnelles. Elles disposent également du droit de définir des directives relatives au sort de leurs données personnelles après leur décès.

L'exercice de l'ensemble de ces droits doit être effectué par l'envoi d'un email à l'adresse dpo@m6.fr.





ESPACE PARRAINAGE

1. Conditions Générales de Vente

23. COMPÉTENCE

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

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à partir du 1^{er} janvier 2020 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.

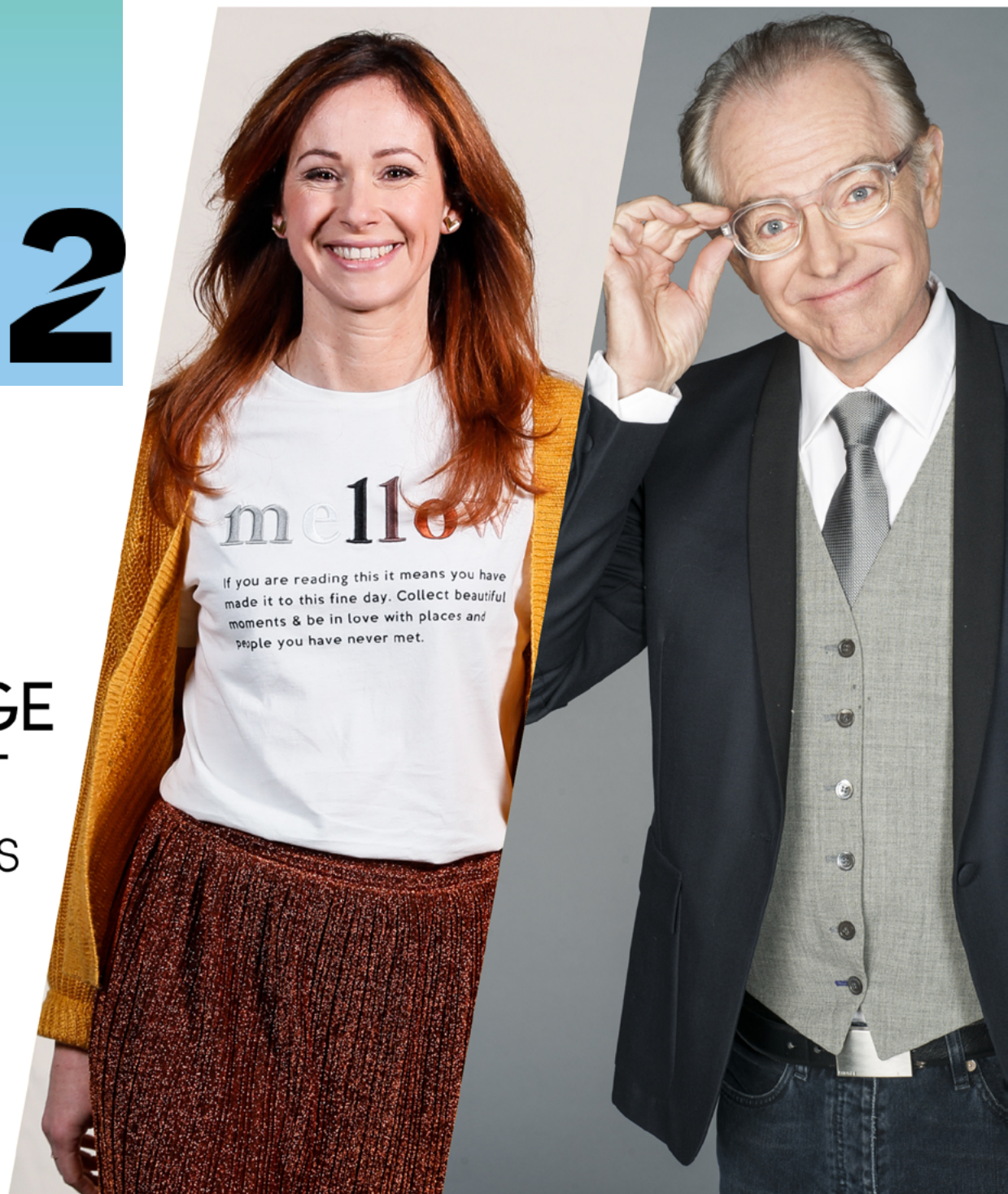




C2

ESPACE PARRAINAGE

REMISES
COMMERCIALES





ESPACE PARRAINAGE

2. Remises commerciales

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 :

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.

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 de la convention commerciale de parrainage ainsi que le paiement des factures à leur échéance.

Sur M6, W9, 6ter, Gulli, sur les chaînes thématiques et sur 6play 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.

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.





**PLACEMENT
DE PRODUITS**



PLACEMENT DE PRODUITS

Conformément à la réglementation applicable à la date de la publication des Conditions Générales de Vente, le placement de produit, sous réserve de conformité avec la délibération CSA n°2010/4 du 16/02/2010, modifiée par la délibération du 24 juillet 2012, 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 en cours d'exécution de l'opération.

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 mail à l'adresse adv@m6.fr.

