

CGV



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE TÉLÉVISION 2019

SOMMAIRE

04. A. L'OFFRE

B¹. ESPACE CLASSIQUE
CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

11.

31.

B². ESPACE CLASSIQUE
CONDITIONS TARIFAIRES

B³. ESPACE CLASSIQUE
REMISES COMMERCIALES

38.

49.

B⁴. ESPACE CLASSIQUE
COMMERCIALISATIONS SPÉCIFIQUES

B⁵. ESPACE CLASSIQUE
CALCUL DES MONTANTS
D'INVESTISSEMENT

53.

SOMMAIRE

59. ^{B⁶}. ESPACE CLASSIQUE
ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

^{C¹}. ESPACE PARRAINAGE
CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 68.

82. ^{C²}. ESPACE PARRAINAGE
REMISES COMMERCIALES

D. PLACEMENT DE PRODUIT 84.

A.
L'OFFRE



A

L'OFFRE

TÉLÉVISION | CHAINES



LA CHAÎNE PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS

M6 est la chaîne qui rassemble les Français. 2ème chaîne auprès des -50 ans, elle offre une programmation variée : divertissement, magazines, fictions françaises, séries internationales, cinéma, sport ...

M6 doit son succès au lien indéfectible qu'elle a su créer avec les Français grâce à ses marques établies, au lancement de nouveautés et aux visages de la chaîne qui s'invitent tous les jours dans le quotidien de millions de Français.

Continuons de grandir ensemble.



CHAÎNE TNT PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS

W9 a conclu sa meilleure saison d'audience depuis 4 ans et s'est classée leader des chaînes TNT auprès des moins de 50 ans. La chaîne a confirmé son statut de chaîne TNT N°1 en notoriété et en appréciation.

La saison 2018/2019 doit permettre d'amplifier ces résultats. Avec de nouveaux programmes et de nouveaux visages, W9 renforce ses piliers cinéma, séries, fiction originale, magazines et séries-réalités. Une offre variée et puissante, pour continuer à grandir en audience et creuser l'identité spécifique de W9 !



FRANCHIR DE NOUVEAUX CAPS

La chaîne familiale et feel-good de la TNT vient de réaliser sa meilleure saison historique d'audience et conforte son statut de 5ème chaîne TNT / leader chaîne TNT HD auprès des FRDA-50. Son image et sa notoriété sont en forte hausse.

6ter fait la part belle aux productions originales à l'aide de contenus inédits et de nouveaux visages à l'image d'Élodie Gossuin, la Miss France préférée des Français, qui viennent renforcer sa grille de programmes.

Pour rassembler tous les membres de la famille devant des programmes fédérateurs, 6ter conjugue divertissement, émotion, et découverte. Une offre lisible et cohérente qui affirme le positionnement unique de la chaîne.



A

L'OFFRE

TÉLÉVISION | CHAINES

**PARIS
PREMIERE**

LA CHAÎNE IN.QUA.LI.FIA.BLE.

Au 1er semestre 2018, Paris Première a réalisé sa meilleure vague historique et a été la chaîne payante la plus regardée avec 10.5 millions de téléspectateurs par mois.

Leader CSP+ parmi les généralistes, Paris Première est la chaîne libre, chic et unique par excellence.

Cette saison, Paris Première affirmera plus que jamais sa singularité avec des programmes originaux qu'on ne voit pas ailleurs. Elle cultivera comme depuis plus de 30 ans la liberté d'expression avec la nouvelle émission de débat et de libre-échange. L'actualité politique et culturelle seront revisitées ; humour et plaisirs de la vie seront également toujours au rendez-vous.

téva

LA CHAÎNE N°1 AUPRÈS DES FEMMES

Depuis 22 ans, téva est la chaîne de référence auprès des femmes. Téva se classe leader des chaînes payantes auprès des FRDA-50 pour la 15ème vague consécutive et progresse en 1 an (1% de pda).

Cette saison, téva évolue et secoue ses fondamentaux. Aux côtés des séries inédites qui font sa réputation depuis plus de 20 ans et de ses magazines iconiques, la chaîne grandit, s'émancipe, gagne encore en caractère et en liberté de ton.

serieclub

DÉCOUVREUR DE SÉRIES

Toutes les nouveautés en première diffusion France avec, chaque année, plus de 15 séries ou saisons en première diffusion France, des séries incontournables et des événements liés aux séries, serieclub est LA chaîne de référence en matière de séries !

Music

UNE OFFRE 100% MUSICALE

A

L'OFFRE

DIGITAL | NOUVEAUX MÉDIAS

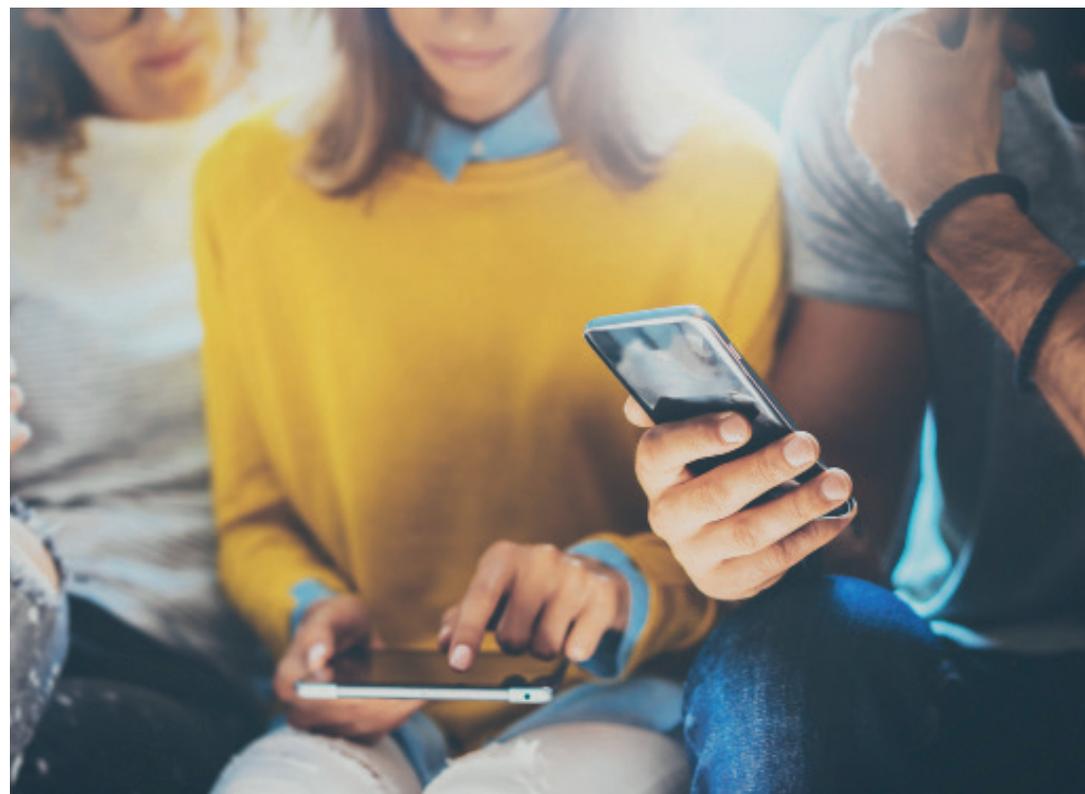
L'OFFRE DIGITALE DU GROUPE M6 EST COMPOSÉE DE MARQUES MÉDIA INCONTOURNABLES

issues des antennes du groupe (chaînes ou programmes), de médias pure players puissants (cuisineAZ, deco.fr, turbo.fr, Passeport Santé...) et de multi-plateforms networks (Golden Moustache, Rose Carpet, Golden News, Golden Pop,...).

Plus de 30 sites, applications, chaînes digitales et services IPTV permettent une couverture multi-écrans unique chaque mois :

- 24,8 millions de visiteurs uniques sur PC, mobiles et tablettes, soit 260 millions de pages vues.
- près de 8,5 millions de foyers utilisateurs des services interactifs disponibles sur télévision.

Cette offre multi-écrans (PC, Mobile, Tablette et IPTV), puissante et diversifiée, permet aux annonceurs de diffuser leur film publicitaire sur l'ensemble des écrans, autour de contenus en affinité avec leur(s) cible(s).



A

L'OFFRE

M6 UNLIMITED

LA DIVERSITÉ ET LA RICHESSE DU PORTEFEUILLE DE MARQUES

offrent de nombreuses opportunités aux annonceurs. M6 Unlimited met en place des dispositifs sur-mesure, puissants, originaux et cross-médias en TV, radio, digital et influence grâce à la force de ses marques.

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

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

M6 Unlimited prolonge l'association des annonceurs aux marques et programmes des chaînes du Groupe M6 par la commercialisation ou la gestion de licences.



A

L'OFFRE

GOLDEN NETWORK

LE MÉDIA DIGITAL CRÉATEUR DE CONTENUS POUR LES MILLENNIALS

Golden Network représente 7 marques médias puissantes et référentes auprès des Millennials, 30 talents et commercialise près de 700 chaînes Youtube totalisant 700M de vidéos vues par mois ; se positionnant ainsi comme leader des MCNs en France. En 2018, Golden Network accélère son développement et lance 5 nouveaux médias d'information, avec des contenus innovants et thématisés, de nouvelles écritures, de nouveaux talents : Golden News, Golden Pop, Golden Food, Golden Genuis et Wondher.

La commercialisation de l'offre du network est assurée par M6 Publicité qui propose aux annonceurs des dispositifs publicitaires cross-media intégrant TV, digital, radio, médiatisation sociale et brand content.. Une créativité reconnue et plusieurs fois récompensée à l'image des campagnes *#NonAuHarcelement* par Rose Carpet pour l'Education Nationale ou encore le *Faux leak de Brice 3* par Golden Moustache pour Gaumont.

GOLDEN NETWORK

GOLDEN MOUSTACHE *Rose Carpet* **GOLDEN NEWS** **GOLDEN POP** **GOLDEN GENIUS** **GOLDEN FOOD** **WONDHER** BY GOLDEN



A

L'OFFRE

STEP BY M6

STEP BY M6 : LA SOLUTION ADAPTÉE POUR UNE PREMIÈRE COMMUNICATION

Développez votre marque et recrutez de nouveaux clients grâce à la puissance des médias du Groupe M6. La solution **Step by M6** est une solution clé en main adaptée aux besoins et aux enjeux des nouveaux annonceurs.

La solution Step by M6 garantit des performances sur l'ensemble de nos supports avec un accompagnement à chaque étape de la prise de parole :

Avant la campagne

- Diagnostic des enjeux marketing
- Propositions de solutions médiaplanning
- Accompagnement créatif

Pendant la campagne

- Reporting intermédiaire
- Analyse des résultats
- Optimisation du médiaplanning

Après la campagne

- Bilan marketing complet
- Recommandations pour les futures campagnes

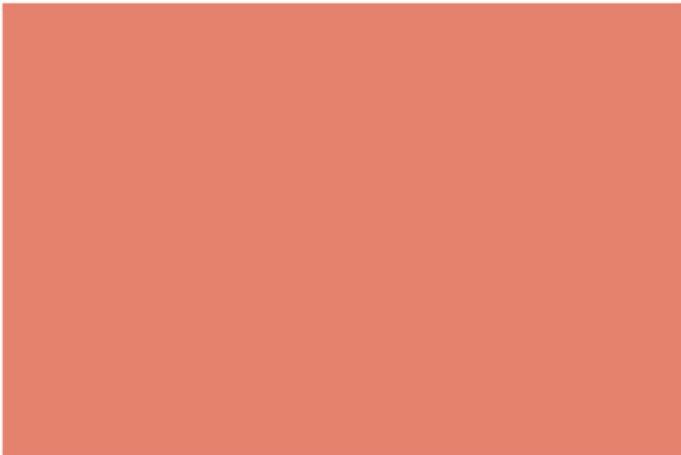
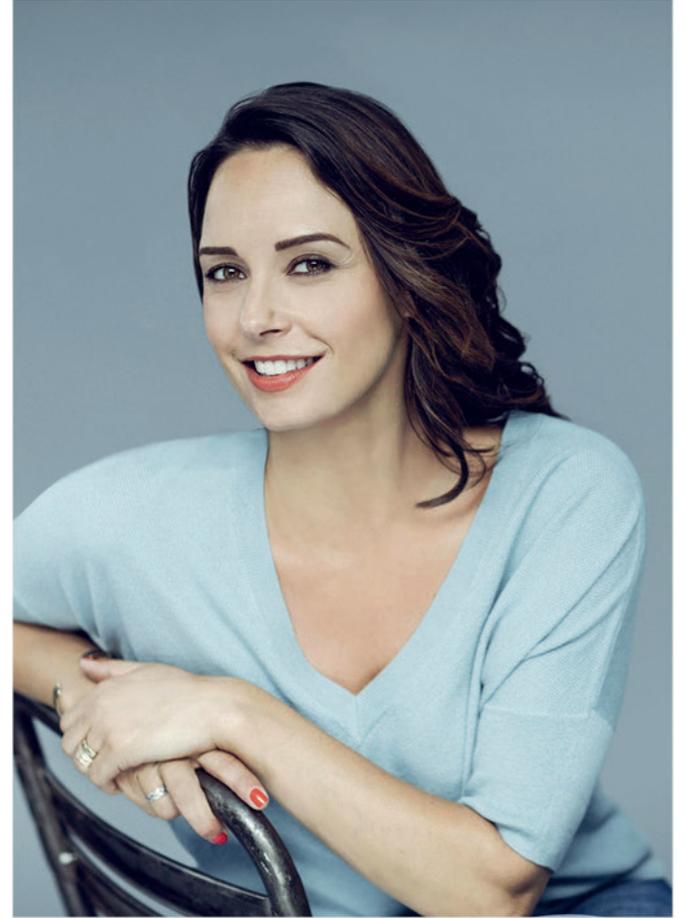
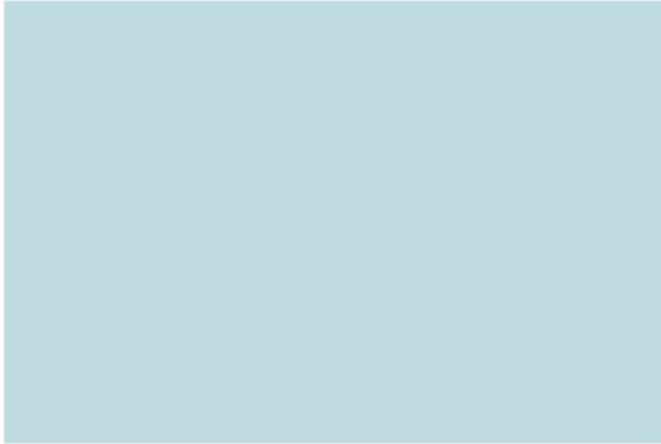


La solution Step by M6 s'adapte à votre objectif de communication :

- **Création publicitaire** : notre studio au service des marques (conception/rédaction, production, tournage)
- **Sponsoring** : parrainage d'émissions par univers (mode/beauté, cuisine, immo-déco...)
- **Drive to web** : programme de performances sur-mesure
- **Drive to Store**
- **Santé**



B¹.
ESPACE
CLASSIQUE



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 1er janvier 2019, 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 1er janvier et le 31 décembre 2019 :

- 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 1er janvier et le 31 décembre.

1 / CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

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.

PUISSANCE TNT

Les écrans publicitaires de W9 et de 6ter sont diffusés de manière synchronisée. Ils sont commercialisés exclusivement au sein de l'offre publicitaire Puissance TNT. Seuls certains écrans, diffusés exclusivement sur une chaîne, ne sont pas synchronisés, notamment pour des raisons de profils (enfants, hommes) ou pour des raisons réglementaires.

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

ÉCRAN 2043 SUR M6

À partir de janvier 2019, l'écran 2043, intégré à l'offre publicitaire de M6, est diffusé de manière synchronisée sur les 3 chaînes gratuites du groupe, M6, W9 et 6ter.

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 aura 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 :

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.

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 est une plateforme développée par M6 Publicité qui peut être amenée à évoluer et/ou à ne plus être accessible temporairement ou définitivement, et ce à tout moment.

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 acceptant 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 2019.

Elle doit être adressée :

- par écrit à M6 Publicité, Service Administration des Ventes, 107, avenue Charles de Gaulle, 92 200 Neuilly-sur-Seine
- par mail au format pdf à l'adresse : adv@m6.fr.

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 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.



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.

PUBLICATIONS TARIFS	PÉRIODES	DATES D'OUVERTURE	DATES RETOUR*	DATES LIMITES DE MODIFICATIONS DE LA PROGRAMMATION**
Mardi 16 octobre 2018 (CGV + Tarifs)	Janvier-février 2019	Vendredi 9 novembre 2018	Lundi 26 novembre 2018	Vendredi 30 novembre 2018
Mardi 11 décembre 2018	Mars-Avril 2019	Vendredi 11 janvier 2019	Lundi 28 janvier 2019	Vendredi 1 février 2019
Mardi 12 février 2019	Mai-23 août 2019	Vendredi 15 mars 2019	Lundi 1 avril 2019	Vendredi 5 avril 2019
Mardi 14 mai 2019	24 août-3 novembre 2019	Vendredi 7 juin 2019	Lundi 24 juin 2019	Vendredi 28 juin 2019
Mardi 2 juillet 2019	4 novembre-décembre 2019	Vendredi 6 septembre 2019	Lundi 23 septembre 2019	Vendredi 27 septembre 2019

* 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.

Les ouvertures du secteur jeux/jouets (écrans intitulés en 6 sur M6) se feront le 7 juin 2019 pour l'ensemble de la période 24 août - 31 décembre 2019.

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.

M6 Publicité recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Echanges de Données Informatisées, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité. L'annonceur et/ou son mandataire effectuera l'achat d'espace publicitaire par message électronique selon les modalités définies dans un accord pour l'échange de données informatisées conclu entre M6 Publicité et l'annonceur et/ou son mandataire.

M6 Publicité pourra proposer 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.2.6.3.

Si le ou les codes secteurs déclarés par l'annonceur et/ou son mandataire ne correspondront 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.

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 pour M6 et Puissance TNT,
- sur les chaînes thématiques.

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.

Les achats au spot à spot auront 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). 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 dans le cadre de ce mode d'achat.

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.

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...).

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 2019 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, campagnes « collective ») 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 (à l'exception des campagnes ciblant les 4-10 ans),
- minimum de 25% des GRP à délivrer sur la tranche du peak time (écrans intitulés de 2000 à 2199),
- 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) :
 - 100 K€ base 30'' sur M6,
 - 30 K€ base 30'' sur Puissance TNT (W9/6ter) pour la catégorie standard,
 - 20 K€ base 30'' sur Puissance TNT (W9/6ter) pour la catégorie Select et Select+.

Ces conditions sont cumulatives.

PÉRIMÈTRE DES CIBLES GARANTIES

CIBLES ACHETEURS
< 50 ANS*

Acheteurs <50ans biscuits sucrés

Acheteurs <50ans de tablettes de chocolat

Acheteurs <50ans de confiserie de chocolat

Acheteurs <50ans de desserts frais

Acheteurs <50ans de fromages frais
fondus salés

Acheteurs <50ans de produits apéritifs

Acheteurs <50ans de traiteur frais

Acheteurs <50ans de BRSA plates

Acheteurs <50ans de BRSA gazeuses

Acheteurs <50ans de café en dosettes

Acheteurs <50ans de déodorants

Acheteurs <50ans de gels douche

Acheteurs <50ans de shampoings

CIBLES FÉMININES

FRDA < 50 ans

FRDA avec enf. - 15 ans

FRDA avec enf. - 25 ans**

Millennial Mums*
Femmes 15-39 ans avec enf. -15 ans

Femmes 25-34 ans

Femmes 25-49 ans

Femmes 35-49 ans**

Femmes 25-49 ans Foodistas*

Femmes 25-49 ans Stylistas*

Femmes 25-49 ans Deco Lovers*

CIBLES ENSEMBLE

Ensemble 15-49 ans

Ensemble 25-34 ans

Ensemble 25-49 ans

Ensemble 35-49 ans**

ICSP+ 25-49 ans

Nouveaux parents*
Ens<50 ans avec enf. -11 ans

Adultes épicuriens Ind. <50 ans sans enf.*

25-49 ans Home Movers*

25-49 ans Connected Shoppers*

25-49 ans Deco Lovers*

CIBLE MASCULINE

Hommes 25-49 ans

CIBLE ENFANT

Enfants 4-10 ans ***

Garanties sur les cibles acheteurs :

Concernant les 13 cibles 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 acheteurs < 50ans 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+

** Uniquement sur M6

*** Uniquement dans les écrans intitulés en 6 sur M6 et sur la période du 1er janvier au 23 août 2019

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 06/01	07/01 10/02	11/02 10/03	11/03 07/04	08/04 28/04	29/04 12/05	13/05 30/06	01/07 14/07	15/07 28/07	29/07 18/08	19/08 01/09	02/09 20/10	21/10 03/11	04/11 22/12	23/12 31/12
INDICES	80	90	90	105	100	100	120	105	80	65	105	120	120	120	90

NB : Aucun indice de saisonnalité ne s'applique à la cible enfants 4-10 ans.

INDICES TRANCHES HORAIRES M6 ET PUISSANCE TNT

TRANCHES HORAIRES	CIBLES ACHETEURS	CIBLES FEMININES	CIBLES ENSEMBLE	CIBLE MASCULINE	CIBLE ENFANT
Day (0300-1799)	85	85	85	70	100
Access (1800-1999)	102	102	102	110	
Peak (2000-2199)	135	135	125	120	
Night (2200-2699)	90	90	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.



2.2.8. Catégories de coût GRP net garanti sur M6 et Puissance TNT (hors campagnes 4-10 ans)

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

CRITÈRES MÉDIAPLANNING INTÉGRÉS EN FONCTION DE LA CATÉGORIE DE COÛT GRP NET GARANTI (M6)		STANDARD indice 100	SELECT indice 104	SELECT+ indice 106
Périmètre offre écrans		Sans restriction	Sans restriction	Sans restriction
Budget net minimum base 30 sec		100K€	100K€	100K€
Nombre de semaines actives minimum		2	2	2
Nombre de semaines actives maximum		6	6	6
Renvoi du plan *		Dans les 48h	Dans les 48h	Dans les 48h
Nb codes secteurs maximum		2	2	3 et +
Nb de formats maximum		2	3	4 et +
Format max en sec		40	40	40
Programmation des podiums		J-5 à J-11 (Mercredi)	J-6 à J-12 (Mardi)	J-6 à J-12 (Mardi)
Inventaire	Exclusion des écrans dans les dessins animés (intitulés en 6)	✓	✓	✓
	Exclusion des écrans dans les programmes sports (intitulés en 2)	✓	✓	✓
	Exclusion des écrans intitulés 2430 - 2699			✓
	Exclusion d'un jour nommé		✓	✓
	Communication en semaine on /off (semaines pleines de 7 jours)		○	✓
Programmation spots	Espacement des spots d'une même vague d'au moins 15 min (en intitulé d'écran)	✓	✓	✓
	Espacement des spots d'une même vague d'au moins 1h (en intitulé d'écran)		○	✓
	Programmation de 2 spots d'une même vague dans un même écran		✓	✓
Podiums	Accès aux podiums	✓	✓	✓
	Choix des podiums (Or, Argent, Bronze)		○	✓
Démarrage de la vague	1er spot de la vague en Peak (du mardi au samedi)		○	✓
	1er spot de la vague en Peak (dimanche et lundi)			✓
	Présence d'un spot en peak le 1er jour (du mardi au samedi)		○	✓
	Présence d'un spot en peak le 1er jour (dimanche et lundi)			✓
	1 spot en peak sur les 4 premiers jours		○	✓
	2ème spot en peak sur les 4 premiers jours		○	✓
Autres critères mediaplanning	Pas de restriction sur le poids du peak		○	✓
	Mise en place d'un plan de roulement des films détaillé par écran		✓	✓
	Exclusion d'un format sur une sous-période de la vague		○	✓
	Création de blocs jours (4 jours minimum consécutifs de communication)			✓

* hors période d'ouverture de planning

○ critères optionnels : 3 critères supplémentaires au choix

1 / CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE



CRITÈRES MÉDIAPLANNING INTÉGRÉS EN FONCTION DE LA CATÉGORIE DE COÛT GRP NET GARANTI PUISSANCE TNT		STANDARD indice 100	SELECT indice 104	SELECT+ indice 106
Périmètre offre écrans		Sans restriction	Sans restriction	Sans restriction
Budget net minimum base 30 sec		30K€	20K€	20K€
Nombre de semaines actives minimum		2	2	2
Nombre de semaines actives maximum		6	6	6
Renvoi du plan *		Dans les 48h	Dans les 48h	Dans les 48h
Nb codes secteurs maximum		2	2	3 et +
Nb de formats maximum		2	3	4 et +
Format max en sec.		40	40	40
Programmation des podiums		J-5 à J-11 (Mercredi)	J-6 à J-12 (Mardi)	J-6 à J-12 (Mardi)
Inventaire	Exclusion des écrans dans les dessins animés (intitulés en 7)	✓	✓	✓
	Exclusion des écrans dans les programmes sports (intitulés en 3)	✓	✓	✓
	Exclusion des écrans intitulés 2430 - 2699			✓
	Exclusion d'un jour nommé		✓	✓
	Communication en semaine on /off (semaines pleines de 7 jours)		○	✓
Programmation spots	Espacement des spots d'une même vague d'au moins 15 min (en intitulé d'écran)	✓	✓	✓
	Programmation de 2 spots d'une même vague dans un même écran		✓	✓
Podiums	Accès aux podiums	✓	✓	✓
	Choix des podiums (Or, Argent, Bronze)		○	✓
Démarrage de la vague	1er spot de la vague en Peak		○	✓
	Présence d'un spot en peak le 1er jour		○	✓
	1 spot en peak sur les 4 premiers jours		○	✓
	2ème spot en peak sur les 4 premiers jours		○	✓
Autres critères mediaplanning	Mise en place d'un plan de roulement des films détaillé par écran		✓	✓
	Exclusion d'un format sur une sous-période de la vague		○	✓
	Création de blocs jours (4 jours minimum consécutifs de communication)			✓

* hors période d'ouverture de planning

○ critères optionnels : 3 critères supplémentaires au choix

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.

Les éléments constitutifs des Pass (répartition théorique des GRP entre chaîne, nombre de cibles proposées, critères Médiaplanning proposés dans l'Ultimate Pass...) sont disponibles sur My6 my6.m6pub.fr.



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 TV M6 Publicité 2019).

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 et les chaînes thématiques). Les prix nets des écrans proposés sur MY6 sont susceptibles d'évoluer en temps réel sur la plateforme MY6.

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 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 et les chaînes thématiques).

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.1.4.4 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 :

- Etre active (= au moins un spot programmé sur l'un des supports TV commercialisés par M6 Publicité, soit M6, Puissance TNT 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 TV M6 Publicité 2019, 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 écrit 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 écrit, 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 2019 pour les investissements BAB effectivement constatés au cours du bimestre janvier-février 2019 (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 1^{ère} 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 1^{ère} 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.

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 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'une programmation liée à un événement 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 inclura une diffusion couplée sur les 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'Thématik).



FICHIERS MEDIAPLANNING BIMESTRIELS (PARIS PREMIÈRE)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Septembre - Octobre 2018 - TNT 18 5 B
 Novembre - Décembre 2018 - TNT 18 6 B
 Janvier - Février 2019 - TNT 19 1B
 Mars - Avril 2019 - TNT 19 2B
 Mai - Juin 2019 - TNT 19 3B

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/19 au 28/02/19
 du 01/03/19 au 30/04/19
 du 01/05/19 au 30/06/19
 du 01/07/19 au 31/08/19
 du 01/09/19 au 31/12/19

FICHIERS MEDIAPLANNING MEDIAMAT THEMATIK (TÉVA, SERIECLUB, M6 MUSIC)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Janvier-Juin 2018 - V35
 Septembre 2018 - Février 2019 - V36
 Janvier - Juin 2019 - V37

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/19 au 30/04/19
 du 01/05/19 au 31/08/19
 du 01/09/19 au 31/12/19

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 2019, et au plus tard fin mars 2020. 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 et sur 6ter, 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.

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 2020), 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

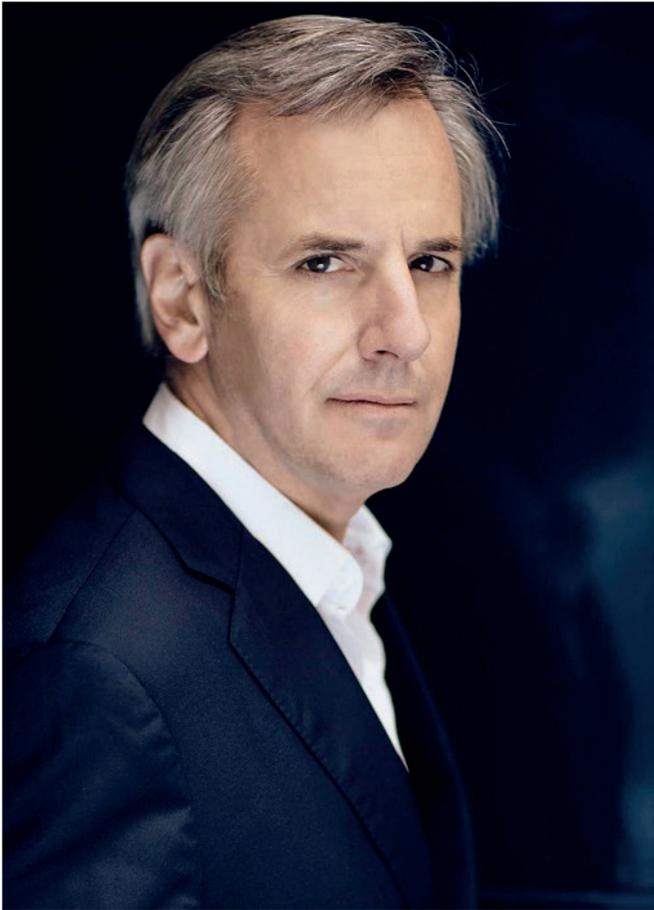
L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Publicité s'engagent à observer et respecter toute confidentialité sur toutes les informations écrites ou orales échangées ainsi que sur les dispositions figurant dans tous les documents contractuels.

10. COMPÉTENCE

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

Les Conditions Générales de Vente prennent effet à partir du 1er janvier 2019. 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



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"	51	22"	92	36"	136
9"	54	23"	93	37"	141
10"	56	24"	94	38"	146
11"	59	25"	95	39"	151
12"	63	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 A SPOT ET AU COUT GRP NET GARANTI)

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

Écrans	Or	Argent	Bronze
écrans 1900-2399	35%	30%	10%
écrans 1200-1899	20%	15%	4%
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 PUISSANCE TNT ET LES 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 A SPOT ET HORS VENTE AU COUT GRP NET GARANTI)

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

Cette demande doit être adressée par e-mail :

- au chargé de planning chez M6 Publicité
- et au service de diffusion publicitaire de M6 Publicité, à l'adresse : diffusion-publicitaire@m6.fr

Si l'annonceur demande une construction personnalisée, chacun de ses messages ayant une durée inférieure ou égale au message le plus long fait l'objet d'une majoration de 15%. Si aucun emplacement précis n'est acheté dans un écran, M6 Publicité construira l'écran à sa convenance.

Exemple

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

5. HABILLAGE ÉCRAN (EXCLUSIVEMENT POUR LA VENTE AU SPOT A SPOT ET HORS VENTE AU COÛT GRP NET GARANTI)

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

L'habillage écran est soumis à l'accord préalable de M6 Publicité et de l'éditeur. L'habillage écran n'est pas un Podium tel que défini au B.2.3. L'habillage écran peut être diffusé aux côtés du spot publicitaire du même annonceur.

La transition liant le jingle publicitaire de la chaîne au spot publicitaire de l'annonceur sera produite par M6 Unlimited Studio. Les frais de production seront proposés sur devis.

La demande doit être adressée par e-mail au service planning à l'adresse suivante : stephanie.malandra@m6.fr

Il fait l'objet d'une majoration de 30%.

En cas d'annulation totale d'un habillage écran, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur. En cas d'annulation totale d'un habillage écran et du spot publicitaire classique correspondant, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur.

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

6.1 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) (ii)	20%	15%	10%

(i) Dans ce cas :

- la visualisation du (des) produit(s) supplémentaire(s) ne doit pas occuper la totalité de l'écran.

2 / CONDITIONS TARIFAIRES

- la présence du (des) produit(s) supplémentaire(s) ne peut en aucun cas avoir une durée supérieure à cinq secondes.

(ii) hors réseau social et/ou site de partage de contenus audiovisuels et/ou application smartphone (cf article B.2.6.2.)

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

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

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

Dans ce cas :

- la visualisation d'un réseau social et/ou d'un site de partage de contenus audiovisuels et/ou d'une application pour smartphone ou tablette ne doit pas occuper la totalité de l'écran.
- cette présence ne peut en aucun cas avoir une durée supérieure à cinq (5) secondes.

- chaque présence est majorée (majoration en cumul : si 3 présences = +30%)
- au-delà d'une visualisation supérieure à 5 secondes, la majoration appliquée sera celle du co-branding, soit +35%.

Exemples

1. Pour 3 codes réservés pour plusieurs produits du même annonceur, la majoration appliquée est de 15% + 10%, soit 25%.
2. Pour un spot faisant référence à un 2ème annonceur relevant d'un code secteur différent + citation d'un réseau social, la 1ère majoration appliquée sera de 20%. La majoration de 10% pour présence de réseau social sera appliquée pour tous les spots diffusés.

6.3. Une majoration additionnelle de 10% est appliquée si M6 Publicité est informée de la présentation ou citation d'un produit supplémentaire après la réservation au planning ou si le code initialement réservé est erroné. Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

Exemples

1. Pour 2 codes réservés pour plusieurs produits d'annonceurs différents, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée est de 20% + 10%, soit 30%.
2. Pour un spot faisant référence à un 2ème annonceur relevant d'un code secteur différent + citation d'un réseau social, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée sera de 20% + une majoration de 20% (10% pour présence de réseau social + 10% pour non information lors de la réservation), soit +40% pour tous les spots diffusés.

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

7. 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.

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

8.1. 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.

8.2. 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.

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

9.1. 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		23%	18%
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.



9.2. 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 portants les intitulés compris entre 2000 et 2199 inclus.

Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

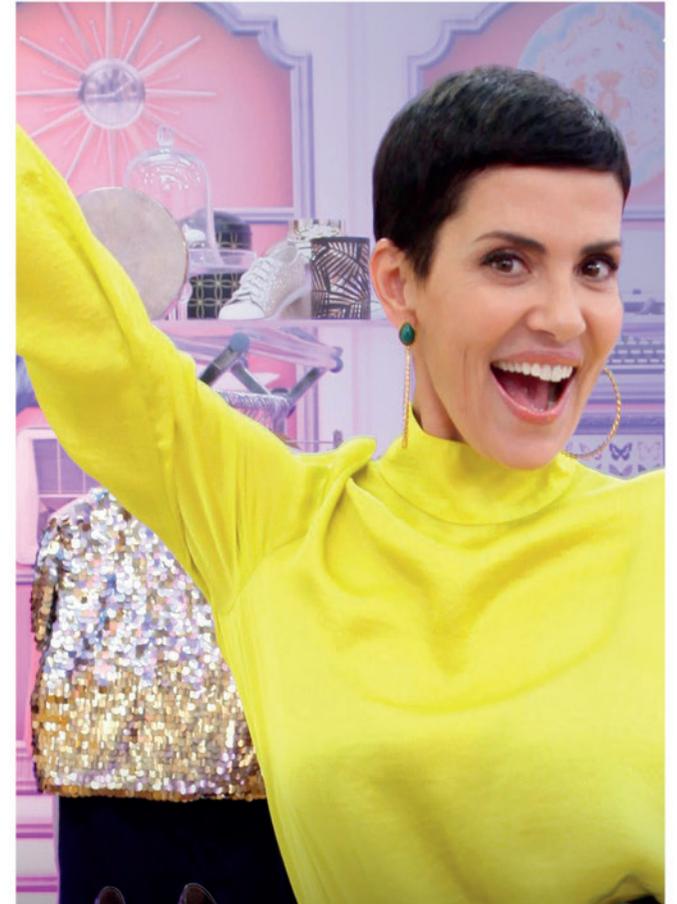
Écrans	Accès Prioritaire Or	Accès Prioritaire Argent
écrans 1900-2399	40%	35%
écrans 1200-1899	25%	20%
écrans 0300-1199 et 2400 à 2699	20%	15%

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.

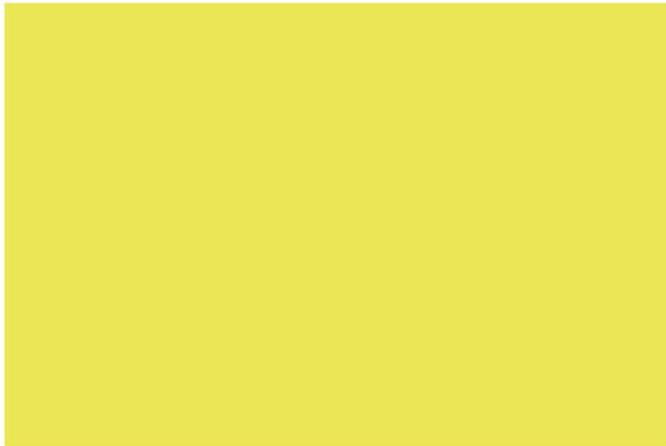
9.3. Cette majoration s'applique sur la totalité de l'espace publicitaire réservé. Pour bénéficier d'un accès prioritaire, les annonceurs doivent adresser à M6 Publicité une demande :

- exclusivement la veille de l'ouverture du planning (et au plus tard à 18:00)
- exclusivement par mail au service planning à : stephanie.malandra@m6.fr

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



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

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

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

Le solde des différentes remises est versé à la clôture de l'exercice, soit au plus tard fin mars 2020.

Sur M6, le montant total des remises immédiates liées à l'engagement annuel de l'annonceur ne peut pas dépasser 90% des 2 premières remises (remise volume, remise de développement annuel M6).

La même disposition s'applique pour les deux remises pratiquées sur Puissance TNT (remise volume et remise de développement annuel).

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 2019 (achats au spot à spot et au coût GRP net garanti).

3. REMISES APPLICABLES SUR M6

3.1. LA REMISE VOLUME

Condition d'attribution : montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité supérieur ou égal à 100 K€ HT.

Principe : Elle s'applique sur le montant BAB d'achat d'espace classique investi sur M6 et les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité au 1er janvier 2019, facturé par M6 Publicité à un annonceur au cours de la totalité de l'année 2019.

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 et M6 Music. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2019*

DE	À	TAUX
100	300	2%
300	400	4%
400	500	5%
500	600	6%
600	700	7%
700	800	8%
800	900	9%
900	1 000	10%
1 000	1 500	11%
1 500	2 000	12%
2 000	3 000	13%
3 000	5 000	14%
5 000	10 000	15%
10 000	20 000	16%
20 000	30 000	18%
30 000		22%

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

3 / REMISES COMMERCIALES

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

Pour une application immédiate de la remise volume, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur un montant BAB d'achat d'espace publicitaire au cours de la totalité de l'année 2019.

Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2019 de 90% du taux de remise volume correspondant à cet engagement.

3.2. LA REMISE DE DÉVELOPPEMENT ANNUEL M6

Condition d'attribution : montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 en progression d'au moins 2% par rapport au montant BAB annuel 2018 sur M6.

Principe : la remise est attribuée en fonction de l'évolution des investissements BAB sur M6 entre 2018 et 2019 (espace classique).

Le taux maximal de remise lié au développement est de 15%.

PROGRESSION DU MONTANT BAB ENTRE 2018 ET 2019*	TAUX
De 2% à 4%	1%
De 4% à 6%	2%
De 6% à 10%	4%
De 10% à 20%	7%
De 20% à 30%	10%
Plus de 30% et nouvel annonceur	15,0%

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

Application : La remise de développement annuel s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel. Elle est versée à la clôture de l'exercice.

Pour une application immédiate de la remise de développement annuel, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à M6 sur l'année.

Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2019 de 90% de la remise de développement annuel.

CUMUL DES REMISES

Plafonnement : les deux remises précédentes – remise volume, remise de développement annuel M6 s'appliquent en cumul. Les remises sont plafonnées à 28%.

Exemple

- *Taux de remise volume : 15%*
- *Taux de remise de développement annuel M6 : 15%*
- *Taux cumulé : 15% + 15%, soit 30%, ramené à 28% après application du plafonnement.*

3.3. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Condition d'attribution : Montant BAB 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 > 0.

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

Barème : La remise référentielle est fixée à 15%.

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

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

3.4. LA REMISE MANDATAIRE

Condition d'attribution :

1. Comme les précédentes remises définies ci-dessus, cette remise est attribuée à l'annonceur.
2. L'annonceur doit faire appel à un mandataire qui réalise un montant BAB HT d'achat d'espace publicitaire sur M6 supérieur à 1 million d'euros en 2019 et qui assure pour le compte de l'annonceur la gestion, le suivi et le contrôle des ordres de publicité et des factures ainsi que leur paiement à date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

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

Barème : La remise mandataire est fixée à 2%.

Application : Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur M6, toutes remises déduites, sur l'année 2019. 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

Condition d'attribution : Montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur Puissance TNT supérieur ou égal à 50 K€ HT.

Principe : Elle s'applique sur le montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace classique sur Puissance TNT.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2019*

DE	À	TAUX
50	100	2%
100	200	3%
200	300	4%
300	500	5%
500	700	6%
700	1 000	7%
1 000	1 300	8%
1 300	1 800	9%
1 800	2 500	10%
2 500	3 500	12%
3 500	5 000	14%
5 000	8 000	17%
8 000	14 000	20%
14 000		24%

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

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

Pour une application immédiate de la remise volume, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur un montant BAB d'achat d'espace publicitaire au cours de la totalité de l'année 2019 concernant Puissance TNT. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2019 de 90% du taux de remise volume correspondant à cet engagement.

4.2. LA REMISE DE DÉVELOPPEMENT ANNUEL PUISSANCE TNT

Condition d'attribution : Montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur Puissance TNT en progression d'au moins 2% par rapport au montant BAB annuel 2018.

Principe : Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2019 sur Puissance TNT par rapport au montant BAB de l'année 2018.

Barème :

PROGRESSION DU MONTANT BAB ENTRE 2018 ET 2019*	TAUX
De 2% à 4%	1%
De 4% à 6%	2%
De 6% à 10%	3%
De 10% à 20%	5%
De 20% à 30%	10%
Plus de 30% et nouvel annonceur	14%

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

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

Elle est versée à la clôture de l'exercice.

Pour une application immédiate de la remise de développement annuel, l'annonceur doit s'engager par écrit à l'égard de M6 Publicité sur une progression de volume de l'achat d'espace publicitaire consacré à Puissance TNT sur l'année. Il bénéficie alors sur facture et rétroactivement au 1er janvier 2019 de 90% de la remise de développement annuel.

CUMUL DES REMISES

Principe : Les deux remises précédentes – remise volume et remise de développement annuel – s'appliquent en cumul. Ce cumul est plafonné à 28%.

EXEMPLE

- Taux de remise volume : 17%
- Taux de remise de développement annuel : 14%
- Taux cumulé : 17% + 14% soit 31%, ramené à 28% après application du plafonnement.

4.3. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Condition d'attribution : Montant BAB 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur Puissance TNT > 0.

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 et des éventuelles remises immédiates liées à l'engagement de l'annonceur.

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

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 réalise un montant BAB HT d'achat d'espace publicitaire sur Puissance TNT supérieur à 200 K€ en 2019 et qui assure pour le compte de l'annonceur la gestion, le suivi et le contrôle des ordres de publicité et des factures ainsi que leur paiement à date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

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

Barème : La remise mandataire est fixée à 2%.

Application : Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur Puissance TNT, toutes remises déduites, sur l'année 2019.

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

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



5. REMISES APPLICABLES SUR LES CHAINES THÉMATIQUES

5.1. LA REMISE VOLUME

Condition d'attribution : Montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité supérieur ou égal à 50 K€ HT.

Principe : Elle s'applique selon le montant BAB annuel 2019 d'achat d'espace classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité.

Barème : Montant BAB en K€ HT de l'achat d'espace 2019

DE	À	TAUX
50	500	10%
500	1 000	15%
1 000	2 000	20%
2 000		33%

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

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

5.2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Condition d'attribution : Montant BAB 2019 d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité > 0.

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

Barème : La remise référentielle est fixée à 15%.

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

5.3. LA REMISE MANDATAIRE

Condition d'attribution : Comme les précédentes remises définies ci-dessus, cette remise est attribuée à l'annonceur.

L'annonceur doit faire appel à un mandataire qui réalise un montant BAB HT d'achat d'espace publicitaire sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Publicité supérieur à 100 K€ en 2019 et qui assure pour le compte de l'annonceur la gestion, le suivi et le contrôle des ordres de publicité et des factures ainsi que leur paiement à date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

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

Barème : La remise mandataire est fixée à 2%.

Application : Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire sur les chaînes thématiques en régie, toutes remises déduites, sur l'année 2019.

Elle est versée à l'annonceur en cours d'ordre après vérification des critères d'attribution décrits ci-dessus. En cas d'intervention de plusieurs mandataires pour un même annonceur, la remise est attribuée à l'annonceur en fonction du montant de l'achat d'espace publicitaire effectué par chacun des mandataires pour le compte de ce même annonceur.



B⁴.

ESPACE CLASSIQUE
COMMERCIALISATION
SPÉCIFIQUES



1. CAMPAGNE COLLECTIVE

1.1. DÉFINITION

Une campagne est considérée comme collective lorsqu'elle a pour objectif de promouvoir des produits ou des services présentés de manière collégiale, sans mettre en avant une ou plusieurs marques des produits ou des services concernés.

Pour obtenir le statut de campagne collective, les demandes doivent être adressées exclusivement par mail à l'adresse adv@m6.fr et être accompagnées d'un dossier justifiant le bien-fondé de la demande pour l'année en cours. Seule M6 Publicité est habilitée à qualifier une campagne de «collective».

Les campagnes ne bénéficiant pas de ce statut pour l'année 2019 sont soumises au tarif général et aux Conditions Générales de Vente.

1.2. COMMERCIALISATION

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

PÉRIODE	ABATTEMENT
1er janvier - 28 février 2019	25 %
1er mars - 14 juillet 2019	15 %
15 juillet - 18 août 2019	25 %
19 août - 31 décembre 2019	15 %

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

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

2. SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT

2.1. 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.

2.2. 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%.



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

3.1. 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 de développement annuel TV groupe M6 (ainsi que les bonus qui y sont associés), la remise référentielle, ainsi que la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

3.2. SUR PUISSANCE TNT ET LES CHAÎNES THÉMATIQUES

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

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

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





B⁵.

CALCUL DES
MONTANTS
D'INVESTISSEMENT



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 collective / 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
6. Majoration réseaux sociaux

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

Exemples

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

- Campagne au spot à spot traitée en accès prioritaire OR 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.

Format du message	24"
Brut tarif base 30"	20 000€
Brut tarif format - ind 94	18 800€
Majoration Accès Prioritaire OR (1200-1899) : + 23%	23 124€
Majoration 2e et 3e produit +35% (20% + 15%)	31 217,4€

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 30", le tarif brut avant barème du spot sera 31 217,4€.

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 15 juillet au 28 juillet et 80% entre 4 novembre et le 22 décembre
- Catégorie de coût GRP net garanti : Select

Indice Tranches Horaires : (30% x 85) + (70% x 135)	120
Indice saisonnalité (20% x 80) + (80% x 120)	112
Indice catégorie de coût GRP net	104
Indice Global Choix médiaplanning	139,8

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
- Présence d'un réseau social 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 2e et 3e produit +35% (20% + 15%)	35 024,4€
Majoration Réseau Social (+10% sur BAB au format)	38 526,84€

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 30", le tarif brut avant barème du spot sera de 38 526,84€.

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 collective / 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 (basée sur le montant des achats spot à spot et au coût GRP net garanti)
 - Remise de développement annuel M6.
- **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)

GARANTI)

- **Brut Tarif :**
 - Indice format
- **Brut Tarif format :**
 - Abattement collective / 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 (basée sur le montant des achats spot à spot et au coût GRP net garanti)
 - Remise de développement annuel Puissance TNT
- **Net avant référentielle**
 - Remise référentielle
- **Net après référentielle**
 - Remise mandataire
- **Net HT**
 - TVA
- **Net TTC**



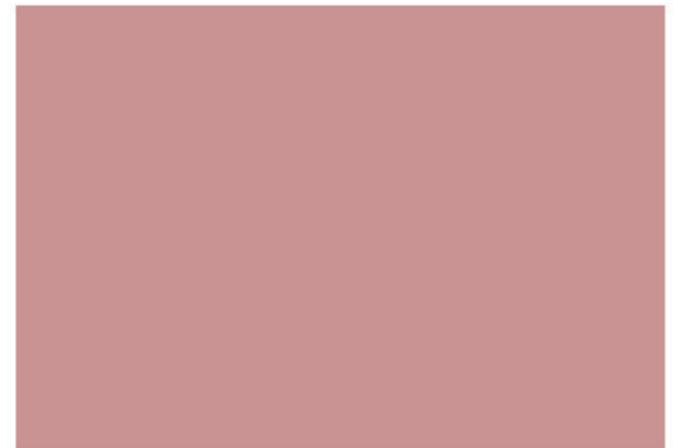
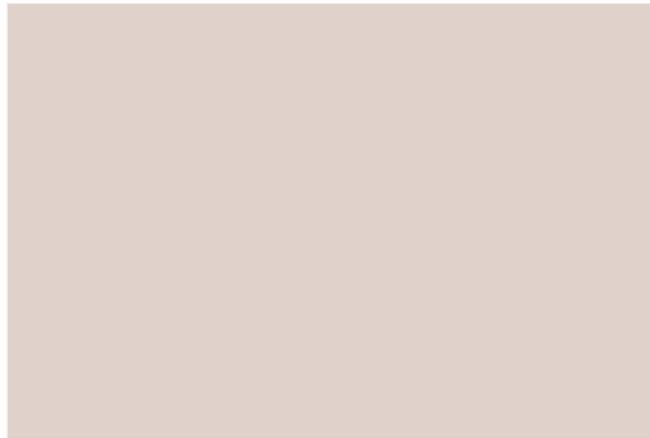
4. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR CHÂÎNES THÉMATIQUES

- **Brut Tarif**
 - Indice format
- **Brut Tarif format**
 - Abattement collective / 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**





B⁶.
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 (plans de roulement, Pub ID, ...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent impérativement et exclusivement être adressées à l'adresse suivante : diffusion-publicitaire@m6.fr. 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, de la production et déclarée à l'ARPP.

1.1.2 Les éléments 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, dont la liste est consultable sur le site m6pub.fr.

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

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/normestechriques

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

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.

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

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.

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 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
- 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) et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif, réglementaire ou déontologique, contacter M6 Publicité.



6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS



CHAÎNES

- M6
- W9
- 6ter
- Paris Première
- Téva
- serieclub
- M6 Music

ÉLÉMENTS
À FOURNIR

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



SOUS-TITRES

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.

DÉLAI DE
REMISE DES
ÉLÉMENTS

5 jours ouvrés avant la 1ère diffusion.

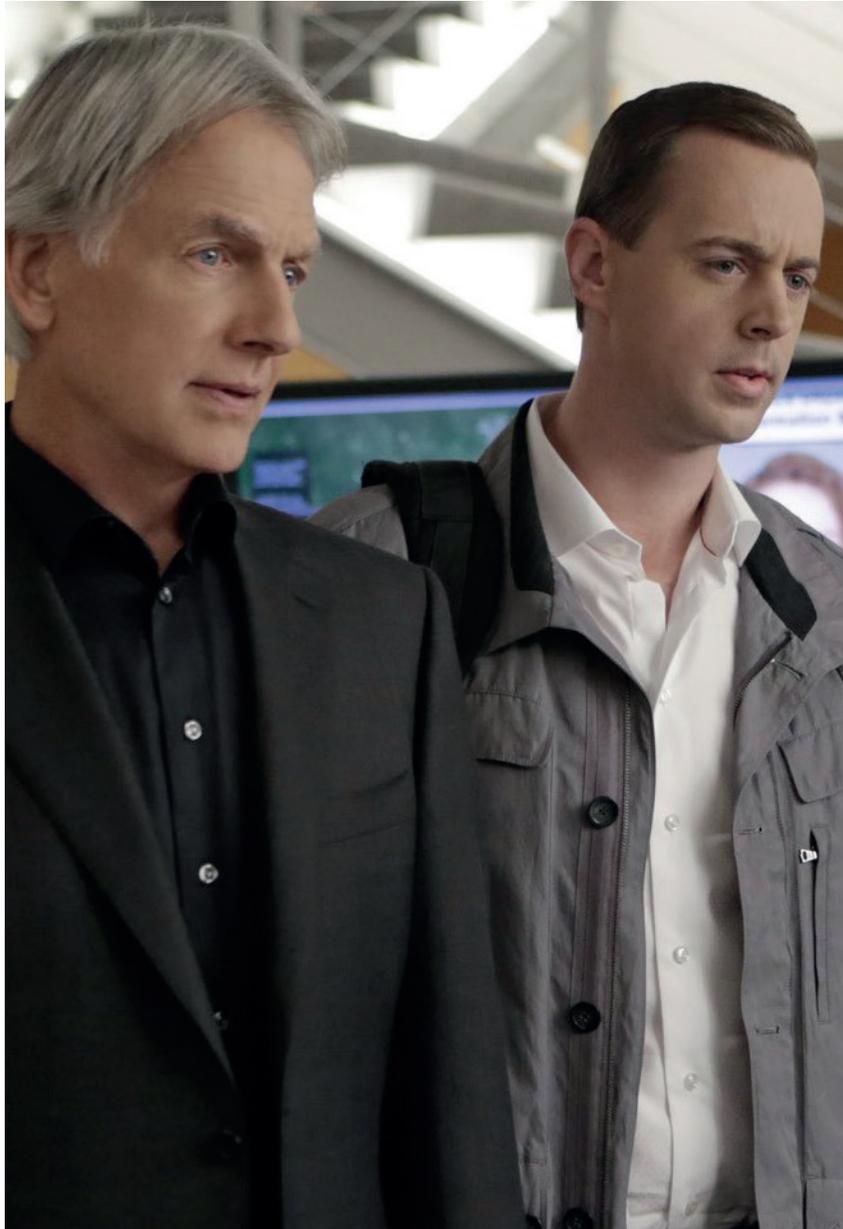
INSTRUCTIONS
DE DIFFUSION

Remise des instructions de diffusion 5 jours ouvrés avant la 1ère diffusion par email à l'adresse : **diffusion-publicitaire@m6.fr**

Les instructions de diffusion devront impérativement être renseignées en complétant le document disponible sur le site m6pub.fr, rubrique Tarifs & CGV, documents utiles.

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

2 jours ouvrés avant la 1ère diffusion.

7 / 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 la réglementation applicable en la matière, 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 (la « Loi Informatique et Libertés »), 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.

C1.

ESPACE PARRAINAGE
CONDITIONS
GÉNÉRALES DE VENTES





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 2019. Elle doit être adressée :

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

ou

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

4. OPTIONS

4.1. L'annonceur ou son mandataire doit adresser à M6 Publicité, par tout moyen écrit, une option indiquant le nom de(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 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 notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement jugé exceptionnel par l'éditeur.



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

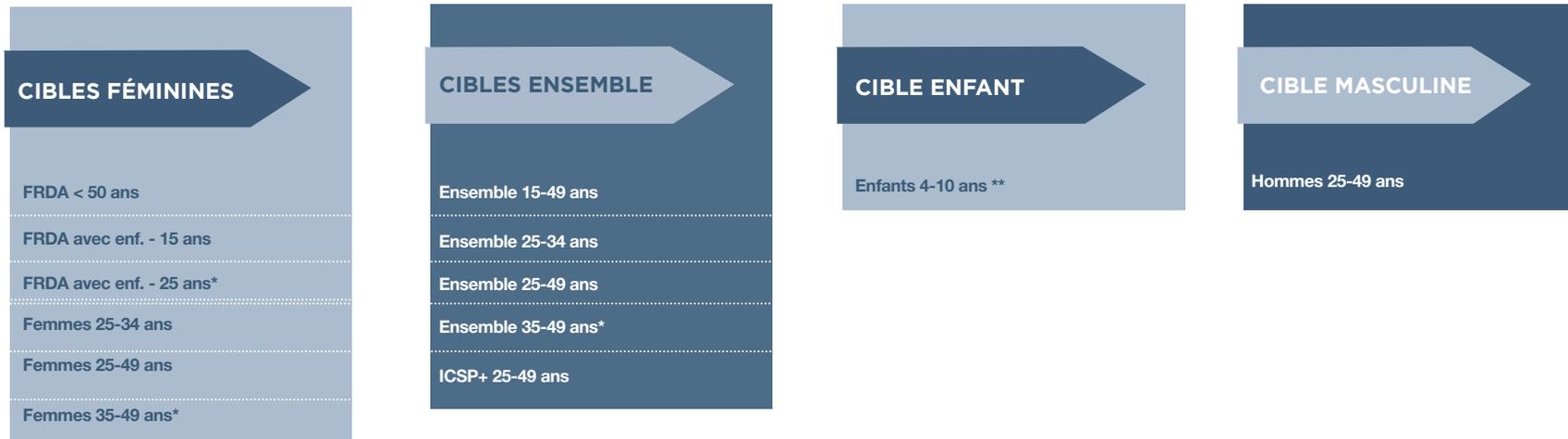
4.3.1. de ne pas accepter une option si elle apparaît non-conforme :

- 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 :



* Uniquement sur M6

** Uniquement sur les programmes jeunesse

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:

(i) Dans ce cas :

- 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%.

(ii) hors réseau social et/ou site de partage de contenus audiovisuels et/ou application smartphone. Dans ce cas, la promotion d'un réseau social et/ou d'un site de partage de contenus audiovisuels et/ou d'une application smartphone ou tablette dans un générique de parrainage est possible, n'entraînant pas pour autant de réservation d'un code variété supplémentaire. Dans tous les cas, une majoration de 10% sur le brut avant barème trouvera à s'appliquer pour toute présence (logo, audio...) de moins de trois secondes d'un réseau social, application smartphone* et tablette* ou site de partage vidéos.

Génériques de parrainage	2 ^{ème} code réservé
Plusieurs produits du même annonceur	15%
Plusieurs produits d'annonceurs différents (i) (ii)	20%

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

Dans ce cas :

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

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.*

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

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

être réclamée de ce fait par l'annonceur ou son mandataire.

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

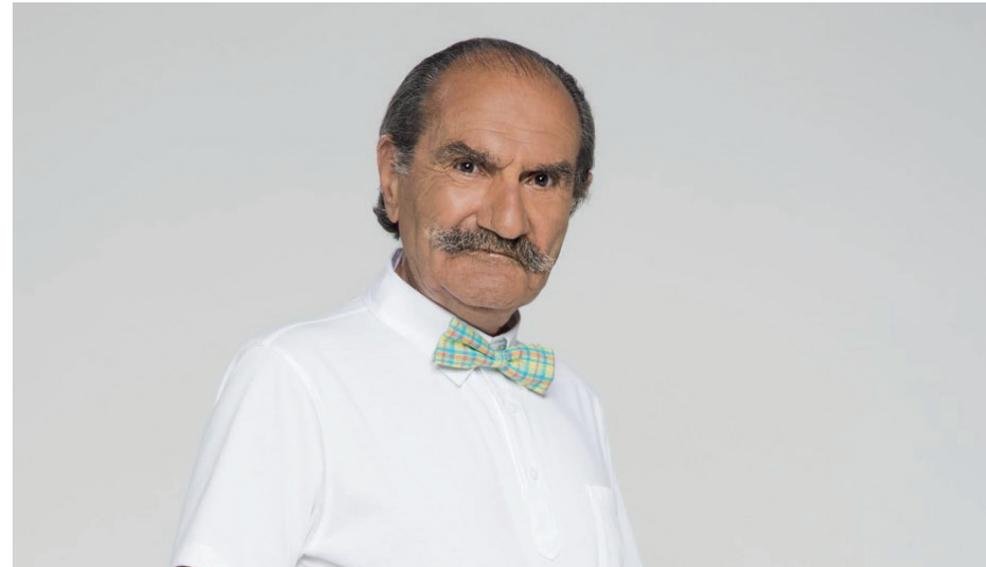
La responsabilité technique, artistique et éditoriale du programme étant sous la pleine et entière maîtrise de la Direction des Programmes de l'éditeur, l'annonceur ou son mandataire ne peut prétendre en aucun cas exercer un droit quelconque à cet égard. L'éditeur peut être amené à diffuser des bandes-annonces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



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 Studio. 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 Studio feront l'objet d'un devis qui sera soumis par M6 Unlimited Studio 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.

L'annonceur parrain ou le mandataire accepte que M6 Publicité substitue ce générique de parrainage par une nouvelle version.



15. DIFFUSION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

15.1. 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.

15.2. 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.

16. 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'Thématik).

FICHIERS MEDIAPLANNING BIMESTRIELS (PARIS PREMIÈRE)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Septembre - Octobre 2018 - TNT 18 5 B

Novembre - Décembre 2018 - TNT 18 6 B

Janvier - Février 2019 - TNT 19 1B

Mars - Avril 2019 - TNT 19 2B

Mai - Juin 2019 - TNT 19 3B

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/19 au 28/02/19

du 01/03/19 au 30/04/19

du 01/05/19 au 30/06/19

du 01/07/19 au 31/08/19

du 01/09/19 au 31/12/19

FICHIERS MEDIAPLANNING MEDIAMAT THEMATIK (TÉVA, SERIECLUB, M6 MUSIC)

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION

Janvier-Juin 2018 - V35

Septembre 2018 - Février 2019 - V36

Janvier - Juin 2019 - V37

DATES D'APPLICATION DES TARIFS

du 01/01/19 au 30/04/19

du 01/05/19 au 31/08/19

du 01/09/19 au 31/12/19



ESPACE PARRAINAGE

1 / CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

17. DOTATIONS

17.1. Les dotations et la gestion des dotations sont à la charge de l'annonceur et de son mandataire. A 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 tant en ce qui concerne leur nature que leur quantité. En cas d'inexécution par l'annonceur ou son mandataire des obligations souscrites dans un délai de 30 jours suivant la fin de l'opération de parrainage, M6 Publicité se réserve le droit d'agir pour le compte de l'annonceur ou de son mandataire et de s'acquitter des dites obligations envers le (ou les) gagnant(s). L'intégralité des frais engagés par M6 Publicité est à la charge de l'annonceur défaillant.

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

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. A défaut, les pénalités et sanctions prévues à l'article 18 s'appliquent de plein droit.

M6 Publicité se réserve le droit de demander le règlement d'avance 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 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.



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. COMPÉTENCE

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

Les présentes Conditions de Vente sont applicables à partir du 1^{er} janvier 2019 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.





ESPACE PARRAINAGE

2 / 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 la réglementation applicable en la matière, 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 (la « Loi Informatique et Libertés »), 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.





C².

ESPACE PARRAINAGE
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

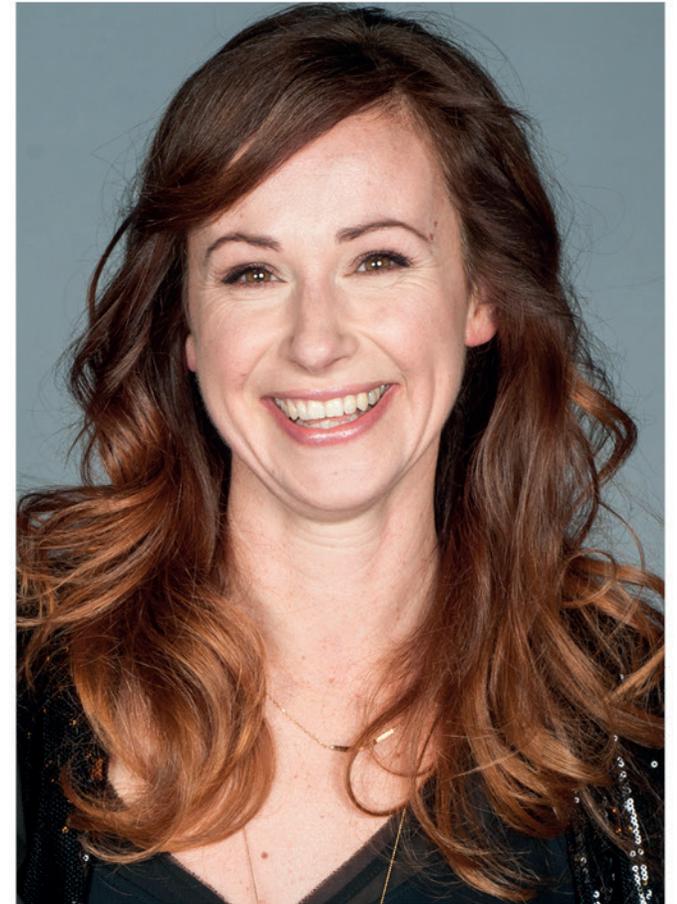
Cette remise est attribuée à tout annonceur dont le mandataire assure, pour le compte de l'annonceur, la gestion, le suivi et le contrôle des opérations de parrainage et des frais techniques, la signature de la convention commerciale de parrainage ainsi que le paiement des factures à leur échéance.

Sur M6, W9, 6ter, 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.

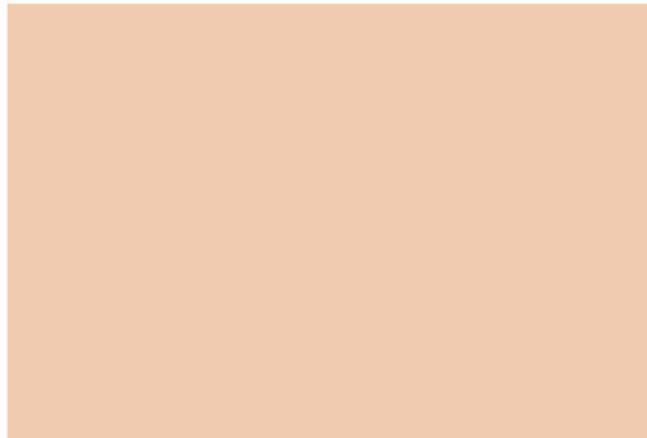
Le bénéfice des remises figurant aux présents barèmes est subordonné au paiement intégral du prix des factures de M6 Publicité à leurs dates d'échéance et au respect des Conditions Générales de Vente par l'annonceur ou son mandataire.





D.

PLACEMENT DE
PRODUIT



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

ou

- par mail à l'adresse adv@m6.fr.

