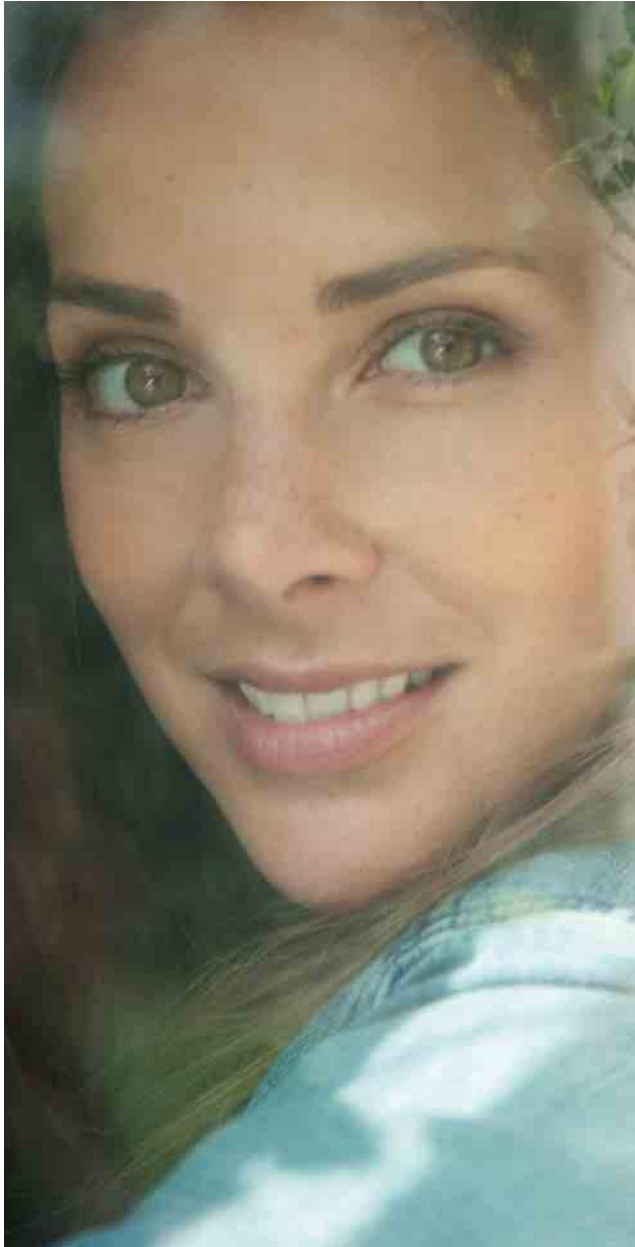


CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2010



L'OFFRE





L'OFFRE

Régie publicitaire de la chaîne M6 depuis son lancement en 1987, M6 Publicité a accompagné l'évolution du Groupe M6, devenu en quelques années un véritable groupe multimédia. Aujourd'hui, M6 Publicité propose aux annonceurs une offre de supports diversifiée, capable de toucher l'ensemble des publics avec des marques à l'identité affirmée.

LA PUISSANCE DE LA TV HERTZIENNE

- M6, une chaîne en mouvement : curieuse, unique, vivante, différente, positive, généreuse, libre, proche, enthousiaste, innovante, M6 est la chaîne préférée des Français (Etude Harris Interactive, mai 2009).
- M6 est la seule grande chaîne qui consolide son audience en janvier-septembre 2009 sur la tranche stratégique de 12h-24h, avec 19.5% de part d'audience auprès des ménagères de moins de 50 ans (+0.2 pt) et 16.8% de part d'audience auprès des 25-49 ans (+0.1 pt).
- M6 rassemble en moyenne 3.3 millions de téléspectateurs en soirée sur la période janvier-septembre 2009 et a été 62 fois leader, soit une soirée sur 4, auprès des moins de 50 ans.
- M6 se donne une nouvelle dimension avec le lancement du 19:45. Les programmes de la saison 2009-2010 s'inscrivent dans le renforcement de l'incarnation de la chaîne et de son caractère généraliste :
 - avec le 19:45, M6 propose un nouveau JT moderne, simple et à l'écoute des téléspectateurs
 - les nouveaux magazines s'implantent sur des territoires proches des questions de société actuelles : famille, justice, écologie, amour, sexualité, éducation, évolutions de la société...
 - la saison sera riche en événements programmes : *Pékin Express*, *Nouvelle Star*, *Europa League*...
 - enfin, la fiction tient ses promesses, avec des séries internationales inédites (*Desperate Housewives*, *NCIS*, *Lie to me*, *Sons of anarchy*), de nouveaux grands rendez-vous de fictions françaises (*L'Internat*, *Scènes de ménage*, *Caméra café*) et une offre cinéma riche en films cultes et grand public (*Star Wars*, *Million Dollar Baby*, *Ne le dis à personne*).

Source : Médiamétrie Médiamat

W9, LA CHAÎNE EMBLÉMATIQUE DE LA TNT

- W9 a été désignée « chaîne TNT préférée des Français » dans différents sondages ou enquêtes de popularité et véhicule une image très positive, à travers des valeurs de dynamisme et de proximité.
- W9 est la 1^{ère} chaîne numérique auprès des cibles publicitaires majeures : ménagères de moins de 50 ans, ménagères avec enfants, femmes de moins de 50 ans, hommes de moins de 50 ans, individus CSP+, 25-49 ans, 15-49 ans, 15-34 ans, 15-24 ans...
- W9 est déjà la 5^e chaîne française auprès des ménagères de moins de 50 ans, des ménagères avec enfants, des 15-49 ans, des 15-34 ans et des 15-24 ans.
- W9 est la 3^e offre publicitaire après 20h auprès de ces cibles.
- W9 poursuit sa progression d'audience en atteignant régulièrement le million de téléspectateurs et détient à date le record absolu d'audience des chaînes de la TNT.
- W9 affirme pour cette saison 2009/2010 son positionnement de chaîne de divertissement, familiale et moderne en proposant des programmes forts dans tous les genres, notamment : *X Factor*, le premier concours de chant ouvert à tous, adapté pour la première fois en France, et l'*UEFA Europa League*. W9 continuera, par ailleurs, de diffuser ses grands rendez-vous phares (*Enquête d'Action*, *Les Simpsons*, *Fast Club* ou encore *Menu W9*) et d'investir dans des programmes exceptionnels et innovants dans la lignée du docu-réalité à succès *Le Convoi de L'Extrême*.
- W9 est la première chaîne de la TNT mesurée via le Médiamat national, la mesure de référence des chaînes de télévision en France, offrant ainsi transparence et précision au marché publicitaire.

Source : Médiamétrie / Médiamat - fichier Médiaplanning mai-juin 2009





7 CHÂÎNES NUMÉRIQUES POUR TOUCHER LES CIBLES PUBLICITAIRES MAJEURES

**PARIS
PREMIERE**

une chaîne audacieuse de référence
sur les individus CSP+.

téva

une chaîne alliant puissance et affinité
sur les cibles féminines

serieclub

la chaîne 100% séries

**Music
hits** **Music
BLACK** **Music
club**

3 chaînes aux profils complémentaires pour
cibler les jeunes adultes autour de leur centre
d'intérêt privilégié, la musique.

Girondins TV

la chaîne dédiée à l'actualité du club champion
de France de Ligue 1, le FC Girondins de Bordeaux.

PARRAINAGE TV ET OPÉRATIONS SPÉCIALES, DES OUTILS EFFICACES ET COMPLÉMENTAIRES À LA PUBLICITÉ CLASSIQUE

- Le parrainage est l'association d'une marque à une émission via un dispositif antenne spécifique : la diffusion de génériques de parrainage de 6 secondes accolés à l'émission et à ses bandes-annonces.
- Le parrainage est un mode de communication unique et souple, adapté aux différentes problématiques des annonceurs : développer la notoriété, mais aussi consolider ou modifier des aspérités d'image ou encore soutenir l'activité promotionnelle à un moment clé de consommation.
- Complémentaire à la publicité classique, le parrainage permet de renforcer le capital « image » de la marque par la création d'un lien unique marque/émission.
- M6, W9 et les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité constituent des supports diversifiés capables de répondre aux différentes problématiques des annonceurs.

Un département Production média est désormais rattaché à M6 Publicité pour accompagner de façon optimale les annonceurs dans la création de films et billboards publicitaires.





M6 PUBLICITÉ DIGITAL UNE OFFRE PUISSANTE ET QUALITATIVE

- Avec plus de 12 millions de visiteurs uniques, l'offre M6 Publicité Digital propose des contenus premium, alliant puissance et affinité avec les cibles et thématiques majeures du marché, et une utilisation massive et qualitative de la vidéo.
(source Médiamétrie / NetRatings, Panel Internet France, tous lieux de connexion, juin 2009).
- Au centre de la complémentarité TV-Web, la régie profite des innovations du Groupe M6 sur Internet, avec les marques fortes des sites de chaînes du Groupe (M6, W9...), de la catch-up TV avec M6 Replay, du high-tech avec clubic.com et jeuxvideo.fr, du féminin et de l'art de vivre avec deco.fr et teva.fr, du e-commerce avec mistergooddeal.com...
- Communiquer avec M6 Publicité Digital, c'est profiter d'espaces à forte visibilité, avec plus de 10 nouveaux formats display innovants (longboard, hugeboard, adsticker...) et des formats vidéo puissants (spots vidéo cliquables autour de vidéos premium) vecteurs d'image et de trafic et au taux de mémorisation important.



REMISES COMMERCIALES

ESPACE CLASSIQUE





REMISES COMMERCIALES

ESPACE CLASSIQUE

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 qui sont définies au chapitre des conditions tarifaires.

Pour bénéficier des remises :

- l'annonceur doit assurer le paiement intégral des factures de M6 Publicité à leurs dates d'échéance
- l'annonceur et le mandataire doivent respecter les Conditions Générales de Vente de M6 Publicité.

APPLICATION IMMÉDIATE DES REMISES

L'annonceur peut bénéficier de l'application immédiate d'une remise s'il prend par écrit un engagement annuel 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.

Sur M6, le montant total des remises immédiates liées à l'engagement annuel de l'annonceur ne peut pas dépasser 90% du plafond des 3 premières

remises (remise volume, remise de saisonnalité, remise de développement annuel), soit 21.6% (hors commercialisations spécifiques).

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 12% (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 de la remise.

REMISES APPLICABLES SUR

1. LA REMISE VOLUME

On entend par "chaînes numériques (hors W9)" les chaînes en régie chez M6 Publicité, diffusées sur la Télévision Numérique Terrestre, sur le câble ou le satellite et sur l'ADSL, soit : Paris Première, Téva, Série Club, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club, Vivolta et Girondins TV. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer dans le courant de l'année 2010.



CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 et les chaînes numériques (hors W9) en régie chez M6 Publicité supérieur ou égal à 100 K€.

PRINCIPE

Elle s'applique selon le montant BAB d'achat d'espace classique investi sur M6 et les chaînes numériques (hors W9) en régie chez M6 Publicité au 1^{er} janvier 2010, facturé par M6 Publicité à un annonceur au cours de la totalité de l'année 2010.

BARÈMES

Trois barèmes s'appliquent selon la famille de l'annonceur. Si un nouveau code est créé dans le courant de l'année 2010, la famille d'appartenance pour la remise volume figurera dans la nomenclature TV des produits, mise à jour sur le site www.m6pub.fr.

LA FAMILLE 1 [en rose dans la nomenclature des produits TV] est composée :

- des familles Boissons (01), Alimentation (02), Entretien (09), Hygiène-Beauté (10), Édition (16), Distribution-VAD (17), Information-Média (33) et Télécommunications (49)
- des classes Équipements sportifs (04 08), Jeux et manifestations (32 02) et Matériel de sport (32 03)
- des secteurs Restauration (12 01 07) et Ordinateurs pour enfants, consoles et logiciels de jeux (32 01 01)
- de la variété Radios et audios portables (30 01 01 02)

BARÈME FAMILLE 1 [MONTANT BAB DE L'ACHAT D'ESPACE 2010* / TAUX DE REMISE]

100 à 200κ€	1%	1 200 à 1 400κ€	9%	5 200 à 6 200κ€	17%
200 à 300κ€	2%	1 400 à 1 700κ€	10%	6 200 à 7 700κ€	18%
300 à 400κ€	3%	1 700 à 2 000κ€	11%	7 700 à 10 000κ€	18.5%
400 à 500κ€	4%	2 000 à 2 400κ€	12%	10 000 à 13 000κ€	19%
500 à 600κ€	5%	2 400 à 2 800κ€	13%	13 000 à 16 000κ€	19.5%
600 à 800κ€	6%	2 800 à 3 200κ€	14%	16 000 à 20 000κ€	20%
800 à 1 000κ€	7%	3 200 à 4 200κ€	15%	20 000 à 30 000κ€	20.5%
1 000 à 1 200κ€	8%	4 200 à 5 200κ€	16%	30 000κ€ et +	21%

* Hors montant parrainage

LA FAMILLE 2 [en bleu dans la nomenclature des produits TV] est composée :

- des familles Appareils ménagers (07), Automobile-Transport (11), Voyage-Tourisme (12, sauf secteur 12 01 07), Énergie (13), Enseignement-Formation (15), Établissements financiers-Assurance (18), Services (20), Audiovisuel-Photo-Cinéma (30, sauf variété 30 01 01 02) et Informatique (50).

BARÈME FAMILLE 2 [MONTANT BAB DE L'ACHAT D'ESPACE 2010* / TAUX DE REMISE]

100 à 200κ€	2 %	800 à 900κ€	9 %	2 100 à 2 500κ€	16 %
200 à 300κ€	3 %	900 à 1 000κ€	10 %	2 500 à 3 500κ€	17 %
300 à 400κ€	4 %	1 000 à 1 200κ€	11 %	3 500 à 5 000κ€	18 %
400 à 500κ€	5 %	1 200 à 1 400κ€	12 %	5 000 à 8 000κ€	19 %
500 à 600κ€	6 %	1 400 à 1 600κ€	13 %	8 000 à 12 000κ€	20 %
600 à 700κ€	7 %	1 600 à 1 800κ€	14 %	12 000κ€ et +	21 %
700 à 800κ€	8 %	1 800 à 2 100κ€	15 %		

* Hors montant parrainage

LA FAMILLE 3 [en vert dans la nomenclature des produits TV] est composée :

- des familles Habillement-Accessoires textile (04, sauf classe 04 08), Ameublement - décoration (08), Jardinage-Bricolage-Agriculture (19), Immobilier (21), Publicité financière (22), Corporate (23), Pharmacie-Médecine (26), Culture et loisirs (32, sauf classes 32 02 et 32 03 et secteur 32 01 01), BTP (55) et Industrie (70).

BARÈME FAMILLE 3 [MONTANT BAB DE L'ACHAT D'ESPACE 2010* / TAUX DE REMISE]

100 à 200κ€	5 %	700 à 800κ€	11 %	2 100 à 2 400κ€	17 %
200 à 300κ€	6 %	800 à 1 000κ€	12 %	2 400 à 2 900κ€	18 %
300 à 400κ€	7 %	1 000 à 1 200κ€	13 %	2 900 à 3 500κ€	19 %
400 à 500κ€	8 %	1 200 à 1 500κ€	14 %	3 500 à 4 200κ€	20 %
500 à 600κ€	9 %	1 500 à 1 800κ€	15 %	4 200κ€ et +	21 %
600 à 700κ€	10 %	1 800 à 2 100κ€	16 %		

* Hors montant parrainage

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 2010 sur M6 et/ou les chaînes numériques (hors W9) en régie chez M6 Publicité. Il bénéficie alors de 90 % du taux de remise volume correspondant à cet engagement.

Pour un annonceur dont les montants d'achat d'espace publicitaire sont répartis sur plusieurs familles, le barème retenu est celui de la famille sur laquelle l'annonceur a réalisé la plus grande part de ses investissements sur M6 et les chaînes numériques (hors W9) en régie chez M6 Publicité en 2010.

2. LA REMISE DE SAISONNALITÉ

CONDITIONS D'ATTRIBUTION

- Montant BAB d'achat d'espace classique sur M6 en progression d'au moins 4% sur l'une des 2 périodes d'hiver, d'au moins 8% sur l'une des 2 périodes d'été définies par M6 Publicité.
- Montant BAB sur la période supérieur ou égal au minimum défini par M6 Publicité.

PRINCIPE

On compare :

- le montant BAB de janvier 2010 avec le montant BAB de janvier 2009
- le montant BAB de février 2010 avec le montant BAB de février 2009
- le montant BAB du 5 au 25 juillet 2010 avec le montant BAB du 6 au 26 juillet 2009
- le montant BAB du 26 juillet au 22 août 2010 avec le montant BAB du 27 juillet au 23 août 2009.

BARÈME

Période 2010	Montant BAB minimum sur la période*	Progression du montant BAB entre 2009 et 2010*	Taux de remise
Janvier	90κ€	De 4 à 7.99% 8% et +	1.5 % 2.5 %
Février	90κ€	De 4 à 7.99% 8% et +	1.5 % 2.5 %
Du 5 au 25 juillet**	70κ€	8% et +	1 %
Du 26 juillet au 22 août***	70κ€	8% et +	1 %

* Hors montant parrainage. // ** Par rapport à la période du 6 au 26 juillet 2009 // *** Par rapport à la période du 27 juillet au 23 août 2009

APPLICATION

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel sur M6. Elle est versée à la fin du mois suivant la période de référence de la remise pour les montants d'achat d'espace facturés à cette date. Elle est ensuite déduite sur le montant d'achat d'espace facturé chaque mois. 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 de saisonnalité, 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 une ou plusieurs des périodes d'application de cette remise. Il bénéficie alors de 90% de la remise de saisonnalité sur chacune de ces périodes.





3. LA REMISE DE DÉVELOPPEMENT ANNUEL

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur M6 en progression d'au moins 2% par rapport au montant BAB annuel 2009 sur M6.

PRINCIPE

Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2010 par rapport au montant BAB de l'année 2009.

BARÈME

Progression du montant BAB entre 2009 et 2010*	Taux de remise
De 2 à 3.99%	1.5 %
De 4 à 5.99%	2.5 %
De 6 à 9.99%	4 %
10% et +	5.5 %

* Hors montant 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 M6 sur l'année. Il bénéficie alors de 90% de la remise de développement annuel.

EXEMPLE

Taux de remise volume : 19%

Taux de remise de saisonnalité : 1.5% en janvier, 1.5% en février, 1% du 26 juillet au 22 août

Taux de remise de développement annuel : 4%

Taux cumulé : 19% + 4% + 4%, soit 27%, ramené à 24% après application du plafonnement.

CUMUL DES REMISES

Les trois remises précédentes – remise volume, remise de saisonnalité, remise de développement annuel – s'appliquent en cumul.

Ce cumul est plafonné à 24%.



4. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB 2010 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, de la remise de saisonnalité 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.

5. LA REMISE MANDATAIRE

CONDITION D'ATTRIBUTION

Faire appel à un mandataire qui :

- réalise un montant BAB d'achat d'espace publicitaire sur M6 supérieur à 1 million d'euros en 2010 et
- 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 la 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 2010.

Elle est versée 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 de chacun des mandataires.

REMISES APPLICABLES SUR W9

1. LA REMISE VOLUME

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur W9 supérieur ou égal à 60 K€.

PRINCIPE

Elle s'applique selon le montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace classique sur W9.

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.

BARÈME [MONTANT BAB DE L'ACHAT D'ESPACE 2010* / TAUX DE REMISE]

60 à 120κ€	2 %	800 à 1 000κ€	12 %	3 000 à 4 000κ€	19 %
120 à 240κ€	4 %	1 000 à 1 400κ€	14 %	4 000 à 6 000κ€	20 %
240 à 400κ€	6 %	1 400 à 1 800κ€	16 %	6 000κ€ et +	21 %
400 à 600κ€	8 %	1 800 à 2 400κ€	17 %		
600 à 800κ€	10 %	2 400 à 3 000κ€	18 %		

* Hors montant parrainage



2. LA REMISE DE SAISONNALITÉ

CONDITIONS D'ATTRIBUTION

- Montant BAB d'achat d'espace classique sur W9 en progression d'au moins 40% sur l'une des périodes définies par M6 Publicité par rapport à la même période en 2009 et
- Montant BAB W9 sur la période en 2010 supérieur ou égal à 25 K€.

PRINCIPE

On compare :

- le montant BAB W9 de janvier 2010 avec le montant BAB W9 de janvier 2009
- le montant BAB W9 de février 2010 avec le montant BAB W9 de février 2009
- le montant BAB W9 du 5 au 25 juillet 2010 avec le montant BAB W9 du 6 au 26 juillet 2009
- le montant BAB W9 du 26 juillet au 22 août 2010 avec le montant BAB W9 du 27 juillet au 23 août 2009.

APPLICATION

Elle s'applique au premier euro sur le montant BAB de l'achat d'espace publicitaire annuel sur W9. Elle est versée à la fin du mois suivant la période de référence de la remise pour les montants d'achat d'espace facturés à cette date. Elle est ensuite

déduite sur le montant d'achat d'espace facturé chaque mois.

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

BARÈME

Période 2010	Montant BAB minimum sur la période*	Progression du montant BAB entre 2009 et 2010*	Taux de remise
Janvier	25 k€	De 40 à 49.99% 50% et +	1 % 2 %
Février	25 k€	De 40 à 49.99% 50% et +	1 % 2 %
Du 5 au 25 juillet**	25 k€	De 40 à 49.99% 50% et +	1 % 2 %
Du 26 juillet au 22 août***	25 k€	De 40 à 49.99% 50% et +	1 % 2 %

* Hors montant parrainage. // ** Par rapport à la période du 6 au 26 juillet 2009 // *** Par rapport à la période du 27 juillet au 23 août 2009

3. LA REMISE DE DÉVELOPPEMENT ANNUEL

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur W9 en progression d'au moins 40% par rapport au montant BAB annuel 2009 sur W9.

PRINCIPE

Elle découle de la progression du montant BAB de l'année 2010 par rapport au montant BAB de l'année 2009.

BARÈME

Progression du montant BAB entre 2009 et 2010*	Taux de remise
De 40 à 49.99%	1 %
50% et +	2 %

* Hors montant parrainage.

APPLICATION

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

CUMUL DES REMISES

Les trois remises précédentes – remise volume, remise de saisonnalité, remise de développement annuel – s'appliquent en cumul. Ce cumul est plafonné à 24%.

EXEMPLE

Taux de remise volume : 18%
 Taux de remise de saisonnalité : 2% en janvier, 2% en février, 2% du 26 juillet au 22 août
 Taux de remise de développement annuel : 2%
 Taux cumulé : 18% + 6% + 2%, soit 26%, ramené à 24% après application du plafonnement.

4. LA REMISE « HAPPY DAY »

CONDITION D'ATTRIBUTION

Consacrer plus de 40% du montant BAB d'achat d'espace publicitaire annuel 2010 sur W9 aux écrans portant un intitulé compris entre 0300 et 1799.

PRINCIPE

Elle s'applique sur le montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace classique sur W9.

BARÈME

% du montant BAB de l'achat d'espace publicitaire 2010 sur W9 consacré aux écrans 0300 - 1799*	Taux de remise
De 40 à 49.99%	2 %
50% et +	4 %

* Hors montant parrainage.

APPLICATION

La remise « happy day » s'applique au premier euro facturé.

CUMUL DES REMISES

La remise « happy day » s'applique en cumul avec les trois remises précédentes. Le cumul des quatre remises ne peut dépasser 28%.

EXEMPLE

Taux de remises plafonnées : 24%
 Taux de remise « happy day » : 4%
 Taux cumulé : 24% + 4%, soit 28%.



5. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur W9 > 0.

PRINCIPE

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur W9.

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 de la remise de saisonnalité.

6. LA REMISE MANDATAIRE

CONDITIONS D'ATTRIBUTION

Faire appel à un mandataire qui :

- réalise un montant BAB d'achat d'espace publicitaire sur W9 supérieur à 100 K€ en 2010 **et**
- 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 la date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

PRINCIPE

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur W9.

BARÈME

La remise mandataire est fixée à 3%.

APPLICATION

Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire facturé mensuellement, après déduction de toutes les remises.

REMISES APPLICABLES SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES (HORS W9)

1. LA REMISE VOLUME

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9) supérieur ou égal à 40 K€.

PRINCIPE

Elle s'applique selon le montant BAB annuel 2010 d'achat d'espace classique sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9).

BARÈME [MONTANT BAB DE L'ACHAT D'ESPACE 2010* / TAUX DE REMISE]

40 à 80κ€	2 %	340 à 510κ€	12 %	1 730 à 2 420κ€	22 %
80 à 120κ€	4 %	510 à 680κ€	14 %	2 420 à 3 110κ€	24 %
120 à 160κ€	6 %	680 à 1 030κ€	16 %	3 110 à 3 800κ€	26 %
160 à 250κ€	8 %	1 030 à 1 380κ€	18 %	3 800κ€ et +	28 %
250 à 340κ€	10 %	1 380 à 1 730κ€	20 %		

* Hors montant 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.



2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

CONDITION D'ATTRIBUTION

Montant BAB 2010 d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9) > 0.

PRINCIPE

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9).

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.

3. LA REMISE MANDATAIRE

CONDITION D'ATTRIBUTION

Faire appel à un mandataire qui :

- réalise un montant BAB d'achat d'espace publicitaire sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9) supérieur à 100 K€ en 2010 et
- 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 la date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

PRINCIPE

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9).

BARÈME

La remise mandataire est fixée à 3%.

APPLICATION

Elle s'applique au premier euro sur le montant d'achat d'espace publicitaire facturé mensuellement, après déduction de toutes les remises.

CONDITIONS TARIFAIRES



TARIFS

TARIFS

GRILLES DE TARIFS

Les grilles de tarifs des écrans publicitaires des différentes chaînes peuvent être consultées dans ce document. Elles sont ajustées chaque semaine en fonction de la programmation, 3 semaines avant la diffusion des programmes, et sont accessibles en permanence sur le site : <http://www.m6pub.fr>.

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 (base 30 secondes) de 24 000 €, le tarif du spot de 20 secondes sera : $24\ 000 \times 0.81$, soit 19 440 €.

DIFFUSION SIMULTANÉE SUR PLUSIEURS CHAÎNES

M6 Publicité peut diffuser certains programmes simultanément sur plusieurs chaînes. Les écrans à l'intérieur de ces programmes ne peuvent pas être commercialisés séparément sur l'une ou l'autre des chaînes.

Dans ce cas, les tarifs et conditions générales de vente applicables à chacune des chaînes s'appliquent aux messages diffusés dans ces écrans.

Durée	Indice	Durée	Indice	Durée	Indice
3"	28	17"	73	31"	110
4"	32	18"	76	32"	115
5"	35	19"	79	33"	120
6"	38	20"	81	34"	125
7"	41	21"	84	35"	130
8"	44	22"	87	36"	134
9"	47	23"	89	37"	138
10"	50	24"	92	38"	142
11"	53	25"	95	39"	146
12"	57	26"	96	40"	150
13"	61	27"	97	45"	170
14"	64	28"	98	50"	190
15"	67	29"	99	55"	210
16"	70	30"	100	60"	230

Pour tout format intermédiaire supérieur à 40 secondes et pour tout format supérieur à 60 secondes, consulter M6 Publicité.



MODULATIONS TARIFAIRES

PODIUMS (EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS)



Le placement d'un spot au début ou à la fin d'un écran publicitaire offre à l'annonceur une visibilité supplémentaire. Cette visibilité est valorisée selon le barème suivant :

- **PODIUM OR** (première et dernière positions dans l'écran) : +25% dans les écrans portant un intitulé compris entre 1930 et 2199, +20% dans les autres écrans.
- **PODIUM ARGENT** (deuxième et avant-dernière positions dans l'écran) : +20% dans les écrans portant un intitulé compris entre 1930 et 2199, +15% dans les autres écrans.
- **PODIUM BRONZE** (troisième et antépénultième positions dans l'écran) : +5%

CONSTRUCTION PERSONNALISÉE D'UN ÉCRAN

Si un annonceur souhaite diffuser plusieurs spots dans le même écran, il 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 peut construire l'écran à sa convenance.

HABILLAGE ÉCRAN

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.

La demande doit être adressée par e-mail au service planning à l'adresse suivante : adezile@m6.fr. Il fait l'objet d'une majoration de 30%.

En cas d'annulation d'un habillage écran ou de transformation en spot publicitaire classique, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur.

MESSAGE MULTI-PRODUITS

La promotion de plusieurs produits dans un même message est possible.

Si cette présence rend nécessaire la réservation d'un ou de plusieurs codes variétés 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 variétés concernés par le message.

Une majoration est alors appliquée selon le barème suivant :

	2 ^e code réservé	3 ^e code réservé	4 ^e code réservé et chaque code suivant
Plusieurs produits du même annonceur	15%	10%	5%
Plusieurs produits d'annonceurs différents*	20%	15%	10%

* Dans ce cas :

- la visualisation du (des) produit(s) supplémentaire(s) ne doit pas occuper la totalité de l'écran.
- la présence du (des) produit(s) supplémentaire(s) doit avoir une durée inférieure à cinq secondes.

EXEMPLE

Pour 3 codes réservés pour plusieurs produits du même annonceur, la majoration appliquée est de 15% + 10%, soit 25%.

EXEMPLE

Pour 2 codes réservés pour plusieurs produits d'annonceurs différents, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée est de 20% + 10%, soit 30%.

Si plusieurs codes supplémentaires sont réservés, la majoration est appliquée en cumul.

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. Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

Si un message comportant au moins trois codes variétés 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.

CO-BRANDING

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%.

EXEMPLE

Pour un message en co-branding, sans que M6 Publicité ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée est de 35% + 10%, soit 45%.

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.

ACCÈS PRIORITAIRE

Certaines campagnes peuvent bénéficier d'un accès prioritaire au planning de M6, avant les ouvertures de planning.

Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

- **ACCÈS PRIORITAIRE OR** : les messages réservés sont placés en première ou en dernière position de l'écran. Ils font l'objet d'une majoration de 28%.
 - **ACCÈS PRIORITAIRE ARGENT** : les messages réservés sont placés en deuxième ou en avant-dernière position de l'écran. Ils font l'objet d'une majoration de 23%.
- 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 par mail au service planning à : adezile@m6.fr ou par fax au : 01 41 92 73 18
- au plus tôt 2 jours avant l'ouverture de planning et au plus tard la veille de l'ouverture de planning.

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.





COMMERCIALISATIONS SPÉCIFIQUES

CAMPAGNES «COLLECTIVE» DEFINITION

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 2010 sont soumises au tarif général et aux Conditions Générales de Vente.

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
1 ^{er} janvier – 28 février 2010	25%
1 ^{er} mars – 4 juillet 2010	15%
5 juillet – 22 août 2010	25%
23 août – 31 décembre 2010	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.

CAMPAGNES SIG (SERVICE D'INFORMATION GOUVERNEMENTAL) DEFINITION

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 Gouvernemental (SIG).

COMMERCIALISATION

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%.



MARKETING DIRECT

DÉFINITION

On entend par campagne de marketing direct toute campagne mettant en avant une démonstration de produit ou de service et étant suivie par une demande de renseignements de la part du téléspectateur avec

un relais par téléphone, internet, presse... M6 Publicité, après examen du message, donnera ou non son accord pour une action de marketing direct.

COMMERCIALISATION

→ Sur M6

Ces campagnes font l'objet d'une commercialisation spécifique. Les campagnes de marketing direct 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 moins de 10 jours avant diffusion, ces campagnes bénéficient d'un abattement de 30% sur le montant brut tarif. Dans ce seul cas, la remise volume de la famille 1 (quelle que soit la famille d'appartenance de la campagne de marketing direct), la remise de saisonnalité, la remise de développement annuel, la remise référentielle, ainsi que la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

→ Sur W9 et les chaînes numériques

Les campagnes de marketing direct sur W9 et les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité sont soumises au tarif général et aux Conditions Générales de Vente.

ÉDITION AUDIO ET VIDÉO, ÉDITION IMPRIMÉE DE FASCICULES, FOURNISSEURS DE CONTENUS

(TÉLÉPHONE ET SMS/MMS)

→ 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 et d'un barème de remises spécifiques.

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 moins de 10 jours avant diffusion, ces campagnes bénéficient d'un abattement de 30% sur le tarif brut.

La remise volume de la famille 1, la remise de saisonnalité, la remise de développement annuel, la remise référentielle, ainsi que la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

Une remise complémentaire, la remise « after hours » peut-être attribuée.

CONDITION D'ATTRIBUTION

Consacrer plus de 6% du montant BAB d'achat d'espace publicitaire annuel 2010 pour l'ensemble des campagnes de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules, des fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS) aux écrans portant un intitulé compris entre 2400 à 2699.

BARÈME

% du montant BAB de l'achat d'espace publicitaire consacré aux écrans 2400 - 2699*	Taux de remise
De 6 à 6,99 %	1 %
De 7 à 7,99 %	2 %
De 8 à 9,99 %	3 %
De 10 à 11,99 %	4 %
12 % et +	5 %

* Hors montant parrainage

APPLICATION

Cette remise s'applique au premier euro sur la partie des investissements BAB sur l'année 2010 imputable aux campagnes relevant de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules, des fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS). Elle est versée à la clôture de l'exercice.

→ Sur W9 et les chaînes numériques

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 W9, la remise volume, la remise de saisonnalité, la remise de développement annuel, la remise « happy day », la remise référentielle et la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

Sur les chaînes numériques (hors W9), la remise volume, la remise référentielle et la remise mandataire s'appliquent dans les mêmes conditions que pour l'ensemble des secteurs.

CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENT

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 :

- Abattement collective / SIG / marketing direct / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenus (téléphone et SMS/MMS)
- Majoration Podium / habillage écran
- Majoration construction personnalisée
- Majoration message multiproduit/ co-branding
- Majoration accès prioritaire

EXEMPLES

EXEMPLE 1

Campagne traitée en accès prioritaire OR avec la 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.

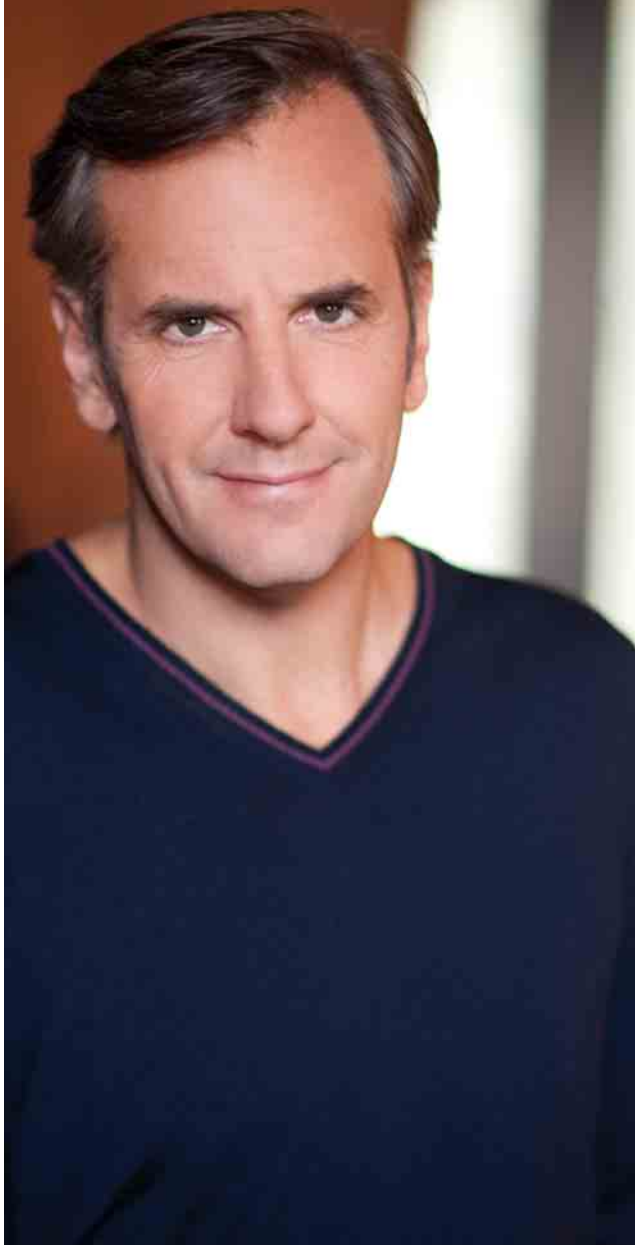
Format du message : 24"

Brut tarif	20 000 €
Brut tarif format — ind.92	18 400 €
Majoration 2 ^e et 3 ^e produit +35% (20% + 15%)	24 840 €
Majoration accès prioritaire OR +28%	31 795.20 €
Pour un écran au tarif brut de 20 000 €, le tarif brut avant barème du spot sera	31 795.20 €

EXEMPLE 2

Campagne "collective" diffusée en janvier, en Podium OR dans l'écran portant l'intitulé 2040, avec citation d'un autre produit du même annonceur nécessitant la réservation d'un code variété supplémentaire et notifiée à M6 Publicité après la réservation au planning. **Format du message : 21"**

Brut tarif	24 000 €
Brut tarif format - ind.84	20 160 €
Abattement collective -25%	15 120 €
Majoration Podium OR +25%	18 900 €
Majoration 2 ^e produit et majoration additionnelle +25% (15%+10%)	23 625 €
Pour un écran au tarif brut de 24 000 €, le tarif brut avant barème du spot sera	23 625 €



CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET SUR M6

→ Brut Tarif

Indice format

→ Brut Tarif format

Abattement collective / SIG / marketing direct / 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
Remise de saisonnalité
Remise de développement annuel
Remise spécifique édition (“ after-hours ”)

→ Net avant référentielle

Remise référentielle

→ Net après référentielle

Remise mandataire

→ Net HT

TVA

→ Net TTC

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

→ La souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte implique son acceptation des Conditions Générales de Vente énoncées ci-après ainsi que le respect des lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle.

2. EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

→ M6 Publicité, régie de chaque éditeur, est seule habilitée dans le cadre de sa mission à prospecter la clientèle et à commercialiser l'espace publicitaire des chaînes.

3. ATTESTATION DE MANDAT

→ Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à M6 Publicité par un mandataire, l'annonceur doit faire parvenir à M6 Publicité, avant le début de la campagne publicitaire, une attestation de mandat accréditant la société intermédiaire, pour l'année en cours ou pour une période déterminée et pour des produits et des missions déterminés. Les attestations de mandat doivent être adressées :

→ par écrit à :

M6 Publicité, Service Administration des Ventes,
89, avenue Charles de Gaulle,
92575 Neuilly-sur-Seine Cedex ou

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

→ 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. Dans ce cas, l'annonceur, le mandataire et le sous-mandataire doivent confirmer par écrit à M6 Publicité la substitution de mandat. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire (ou par son sous-mandataire) conformément au pouvoir qui lui a été donné et aux présentes Conditions Générales de Vente.

→ L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable avec M6 Publicité. En particulier lorsque l'annonceur change de mandataire, l'espace ayant fait l'objet d'une option ou d'un achat ferme par le précédent mandataire ne peut être transféré à un autre annonceur.

→ En cas de modification ou de résiliation du mandat en cours d'année, l'annonceur doit en informer aussitôt M6 Publicité par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris par son mandataire jusqu'à la date de réception par M6 Publicité de cette lettre.



4. MODALITÉS D'ACHAT D'ESPACE

- Pour la période d'ouverture du planning, l'achat est sans contrainte et permanent sous réserve de disponibilité, sauf pour les campagnes pour lesquelles il existe une commercialisation et des conditions d'accès au planning spécifiques.
- 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.
- Toute demande d'achat d'espace publicitaire qui ne serait pas effectuée par EDI doit être accompagnée de la fiche annonceur ainsi que du plan de roulement des films dûment remplis. Toute modification de la fiche de renseignements intervenant après la réservation doit être adressée par écrit à M6 Publicité. L'ordre doit faire l'objet d'un bon de commande signé par l'annonceur ou son mandataire. Ce bon de commande doit être renvoyé à M6 Publicité au plus tard 10 jours avant la date de début de diffusion des messages.
- Le code variété affecté à la demande d'espace est réservé et confirmé sous la seule et entière responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire. 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. Dans le cas où un message serait programmé sous un code variété erroné ou incomplet, M6 Publicité facturera des pénalités.

5. AMÉNAGEMENTS DE CAMPAGNE

- Tout aménagement à l'intérieur de dates initialement arrêtées (diminution du format du message, déplacement de quelques messages en fonction de la programmation, d'indicateurs de tendance, d'opportunités, changement de code variété de la campagne,...) est possible, au plus tard **8 jours avant diffusion**, sous réserve de disponibilité et du maintien du budget à un niveau équivalent.

6. ANNULATION OU REPORT D'ORDRE

- Toute annulation d'ordre ou report d'ordre (un ou plusieurs messages) doit impérativement être adressé à M6 Publicité par tout moyen écrit par l'annonceur et/ou son mandataire dûment habilité par attestation de mandat au moins un mois avant la première diffusion prévue.
- Si ce préavis n'est pas respecté, les pénalités suivantes sont applicables de plein droit :
 - 50% du montant annulé ou reporté pour une notification faite entre un mois et 14 jours avant la 1^{ère} diffusion.
 - Intégralité du montant annulé ou reporté pour une notification faite moins de 14 jours avant la 1^{ère} diffusion. L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de M6 Publicité.
- A l'issue du retour de planning par M6 Publicité, l'annonceur et/ou le mandataire disposent de 10 jours pour notifier à M6 Publicité, impérativement par tout moyen écrit, toute annulation d'ordre ou report d'ordre (voir calendrier des ouvertures de planning p.42). Dans ce cas uniquement, le délai d'annulation ou de report d'ordre peut ainsi être inférieur à un mois pour chaque début de période d'ouverture.





7. TARIFS

- Les tarifs, sauf stipulation expresse et écrite d'une modification par la régie, sont ceux mentionnés sur l'ordre de publicité signé par l'annonceur ou son mandataire et tels que définis par la présente brochure en fonction de la date de diffusion et/ou négociés avec l'annonceur et/ou son mandataire.
- M6 Publicité se réserve le droit de changer ses tarifs, en le notifiant sur le site internet <http://www.m6pub.fr> au minimum 10 jours avant la date de l'entrée en vigueur de ces modifications. Celles-ci peuvent entraîner de la part de l'annonceur, pour tout ordre signé, l'annulation des messages concernés par la modification tarifaire sans indemnités, sous réserve d'en informer M6 Publicité par tout moyen écrit 8 jours avant la date d'entrée en vigueur des modifications.
- M6 Publicité se réserve le droit de modifier le tarif des écrans publicitaires dans un délai plus court que 10 jours dans les cas suivants : programmation liée à un événement exceptionnel, événements sportifs, exclusivités... Dans ce cas, M6 Publicité informera l'annonceur ou son mandataire de la modification du programme et du tarif applicable. Celui-ci peut accepter ces changements ou demander le report des messages concernés sur d'autres écrans publicitaires à l'exclusion de toute indemnité. M6 Publicité renverra un ordre de publicité rectificatif.

8. CONFORMITÉ DES MESSAGES

- 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 ainsi qu'aux intérêts de la chaîne ou de ses filiales.

- 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 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.

- Tout message publicitaire comportant un numéro de téléphone doit être soumis à l'accord de M6 Publicité avant diffusion.
- M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur et/ou au 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 et/ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.
- **Rôle de l'ARPP** : afin de limiter les risques de litiges, M6 Publicité, en vertu d'un accord interprofessionnel, a confié à l'ARPP un rôle de conseil permettant de s'assurer de la conformité des messages aux règles générales de la publicité et de la communication audiovisuelle. La procédure actuelle à la charge des agences et/ou des annonceurs qu'il convient de respecter, prévoit une déclaration préalable auprès de l'ARPP, avant la première diffusion. Cette déclaration reçoit un numéro d'ordre qui doit être impérativement communiqué à M6 Publicité avant diffusion. En fonction de cet avis, le message est acheminé vers M6 Publicité ou fera l'objet d'aménagements selon les conseils fournis par l'ARPP. Cet avis indispensable à toute diffusion devra être remis à M6 Publicité 2 jours ouvrés au moins avant diffusion.

9. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

- Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée ou cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité télévisée et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion peuvent avoir des bases législatives, réglementaires ou déontologiques.
- Plus particulièrement, 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. Par ailleurs, concernant :
- a) les vidéos, DVD, jeux vidéo interdits (déconseillés) aux moins de 12 ans, le spot doit :**
- être accompagné d'une mention du type : « film (jeu vidéo) interdit (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 (déconseillés) aux moins de 16 ans, le spot doit :**
- être accompagné d'une mention du type : « film (jeu vidéo) interdit (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 spot doit :**
- être accompagné d'une mention du type : « jeu vidéo interdit (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 spot ne peut être diffusé que dans les plages réservées aux programmes de catégorie V.**
- e) les services téléphoniques 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 spot doit être 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 d'émission dans lequel les écrans publicitaires sont programmés.

- Plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés et l'évolution en cours d'année des règles législatives, réglementaires ou déontologiques sont disponibles notamment sur www.m6pub.fr

10. RESPONSABILITÉS

- Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaître et respecter pour la production publicitaire (message, parrainage, etc.) les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication électronique et audiovisuelle.
- L'annonceur, l'agence de publicité et l'agence média déclarent que la production publicitaire (message publicitaire, générique de parrainage...) est légale, n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication électronique et audiovisuelle et peut être diffusée sur tout réseau de communication électronique et audiovisuelle recevant le signal de la chaîne en intégralité et sans changements. 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 l'agence de publicité pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire.

- **L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à ce que le film à diffuser porte le même titre que celui de la campagne réservée au planning.** Toute diffusion d'un film en lieu

et place d'un autre film, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur. Dans le cas de campagnes portant des noms de codes, M6 Publicité s'engage à ce que toute confidentialité imposée par l'annonceur et/ou l'agence de publicité et/ou l'agence média soit respectée par tous ses collaborateurs. Dans tous les cas, il est impératif qu'au plus tard 10 jours avant diffusion, le titre des films fournis et celui des campagnes réservées soient rigoureusement identiques. A défaut, la responsabilité de M6 Publicité ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

- L'annonceur et/ou le mandataire s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la réglementation.

11. MODALITÉ DE DIFFUSION

- 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 de l'éditeur. L'obligation de M6 Publicité, sauf modification des programmes de l'éditeur, porte exclusivement sur la diffusion des messages dans les écrans publicitaires spécifiés 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.

12. MATÉRIEL

- **Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, remise d'éléments techniques (exemple : plans de roulement) doivent impérativement être adressées à l'adresse suivante : diffusion-publicitaire@m6.fr.**
- M6 Publicité ne doit recevoir que des copies et jamais d'originaux et ne peut être tenue responsable des pertes et dommages subis par le matériel.



- **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 du matériel n'est pas respecté et si un film est, à titre d'exception, diffusé sur la seule indication téléphonique reçue chez M6 Publicité, les erreurs ou omissions éventuelles dans la diffusion de ce film engageront la seule responsabilité de l'annonceur et /ou de l'agence de publicité et/ou de l'agence média.
- 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 où l'annonceur ne peut fournir une copie dans les délais requis avant la diffusion prévue, le prix reste dû intégralement par l'annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.
- 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. Toutefois, 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.
- Afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, M6 Publicité pourra demander un nouveau jeu de cassettes en cours de campagne, si nécessaire. Passé un délai d'un an après la date de la dernière diffusion d'une campagne, les supports magnétiques pourront être détruits à l'initiative de M6 Publicité.

13. PANNE D'ÉMETTEUR

- Toute interruption de fonctionnement ou tout incident intervenu sur un émetteur 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.

14. FACTURATION

- M6 Publicité se conforme pour la facturation aux instructions données par l'annonceur sur l'attestation de mandat. En tout état de cause, la facture est adressée à l'annonceur conformément à la loi.
- Les prix sont indiqués hors taxes : les impôts et taxes afférents à l'ordre de publicité ou au contrat de parrainage au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur.
- La facturation des messages publicitaires et des opérations de parrainage est établie mensuellement y compris pour les messages et les opérations se poursuivant au-delà de la date de facturation.
- Les campagnes publicitaires ou les opérations de parrainage diffusées sont payables à 30 jours date de facture le 10 du mois, mais M6 Publicité se réserve le droit de demander le règlement d'avance 35 jours avant la première diffusion ou une caution bancaire. M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.
- Toutes les remises dues en fin d'ordre à l'annonceur sont émises sous forme d'avoirs après la clôture de l'exercice 2010, et ce au cours du premier trimestre de l'année 2011. 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 émises par M6 Publicité.

15. PAIEMENT

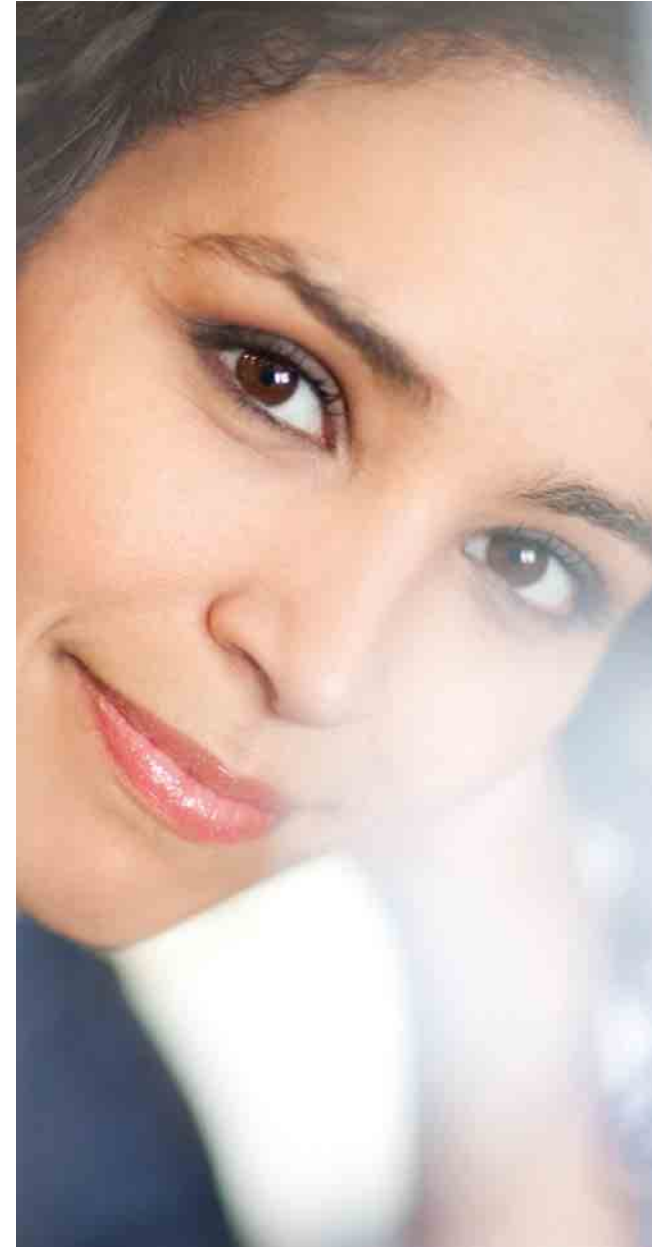
- Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire. L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de M6 Publicité.
- Pour tout règlement effectué 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 12 % (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. En cas de recouvrement des factures impayées par voie judiciaire, le montant de toutes les factures impayées sera augmenté de plein droit de 25 % à titre de pénalité forfaitaire pour couvrir les frais de gestion et de recouvrement de M6 Publicité.

- Par ailleurs, 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 se verra facturer les ordres diffusés jusqu'à la date de résiliation.

16. 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.

**CES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE PRENNENT EFFET À PARTIR DU 1^{ER} JANVIER 2010.
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**



MATÉRIEL





MATÉRIEL

Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, remise d'éléments techniques ou autres (exemple : plans de roulement) doivent impérativement être adressées à l'adresse suivante : diffusion-publicitaire@m6.fr. Le format de diffusion sur M6, W9, Paris Première, Téva, Série Club et Girondins TV est le 16/9ème. Les éléments doivent impérativement être livrés au format de diffusion 16/9ème (shoot and protect 14/9ème).

L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à remettre une cassette 1/2 pouce Beta SD (ou Beta HD pour M6, W9, Paris Première et Téva).
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 www.ficam.fr (rubrique : s'informer / documentation technique / recommandation PAD SD et HD).

Chaque cassette doit comporter une étiquette avec les renseignements suivants :

- Chaîne de diffusion
- Nom du produit
- Titre du film
- Durée
- Version
- Date d'envoi des éléments à M6 Publicité

Chaque cassette doit également comporter une fiche d'information de mixage et, le cas échéant, une fiche d'encodage Dolby E, telles que présentées dans la dernière version des recommandations techniques élaborées par les groupes de travail conjoints CST/FICAM/HD Forum et publiées sur le site www.ficam.fr.

NOTES SUR LA DYNAMIQUE AUDIO

Les mixages stéréo ou multi-canal (5.1) doivent avoir une dynamique raisonnable et ne pas être traités par des outils visant à augmenter artificiellement le volume sonore. Les process de diffusion étant basés sur la mesure de l'énergie sonore (Loudness) de

chaque programme, la faible dynamique engendrée par ces traitements risque de se traduire par une « pauvreté » relative des mixages par rapport aux autres ayant une dynamique plus importante.

MATÉRIEL

Chaînes	Matériel à fournir	Remise des éléments techniques	Remise des plans de roulement	Obtention de l'avis favorable de l'ARPP (ou n° agrément)	Adresse de livraison
M6 W9 Paris Première Téva	Cassette 1/2 pouce Beta HD ou SD 16/9 ^{ème} . Une seule cassette pour l'ensemble des films d'une même campagne commune aux 4 chaînes.	5 jours ouvrés* avant la 1^{re} diffusion	8 jours avant la 1^{re} diffusion. Remise des plans de roulement par mail à l'adresse : diffusion-publicitaire@m6.fr Le titre du mail devra comporter le nom de l'annonceur, le nom du produit concerné et les dates précises des vagues.	2 jours ouvrés* avant la 1^{re} diffusion	M6 Publicité Diffusion publicitaire Du lundi au vendredi 8h-20h : 10, rue Jacques Dulud 92575 Neuilly-sur-Seine cedex Après 20h et les samedi et dimanche : 89, avenue Charles de Gaulle 92575 Neuilly-sur-Seine cedex
M6 Music Hits M6 Music Black M6 Music Club	Cassette 1/2 pouce Beta SD 14/9 ^{ème} letterbox. Un seul film et un seul format par cassette. Une cassette pour l'ensemble des chaînes.				
Girondins TV	Cassette 1/2 pouce Beta SD 16/9 ^{ème} . Un seul film et un seul format par cassette.				
Série Club	Cassette 1/2 pouce Beta SD 16/9 ^{ème} . Une seule cassette pour l'ensemble des films d'une même campagne				

* Lundis, mardis, mercredis, jeudis et vendredis (hors jours fériés)

OUVERTURES DE PLANNING M6 ET W9



OUVERTURES DE PLANNING M6 ET W9

Les demandes de réservation d'espace publicitaire doivent parvenir à M6 Publicité impérativement accompagnées de l'attestation de mandat correctement remplie, ainsi que :

- pour les annonceurs effectuant leur achat d'espace publicitaire par EDI : une initialisation EDI
- à défaut de réservation par EDI : la fiche annonceur 2010, disponible sur le site www.m6pub.fr, intégralement renseignée.

CALENDRIER DES OUVERTURES DE PLANNING SUR M6 ET W9

Période d'ouverture	Publication tarifs	Date d'ouverture*	Dates de retour de planning**	Date limite de modification de la programmation***
Janvier-février 2010	Mardi 20 octobre 2009	Vendredi 20 novembre 2009	Lundi 7 décembre 2009 (M6) Lundi 14 décembre 2009 (W9)	Mercredi 16 décembre 2009
Mars-avril 2010	Mardi 15 décembre 2009	Vendredi 22 janvier 2010	Lundi 8 février 2010 (M6) Lundi 15 février 2010 (W9)	Mercredi 17 février 2010
Mai-juin 2010	Mardi 16 février 2010	Vendredi 19 mars 2010	Mardi 6 avril 2010 (M6) Mardi 13 avril 2010 (W9)	Jeudi 15 avril 2010
Juillet-août 2010	Mardi 6 avril 2010	Vendredi 21 mai 2010	Lundi 7 juin 2010 (M6) Lundi 14 juin 2010 (W9)	Mercredi 16 juin 2010
Septembre-octobre 2010	Mardi 25 mai 2010	Vendredi 18 juin 2010	Lundi 5 juillet 2010 (M6) Lundi 12 juillet 2010 (W9)	Jeudi 15 juillet 2010
Novembre-décembre 2010	Mardi 6 juillet 2010	Vendredi 17 septembre 2010	Lundi 4 octobre 2010 (M6) Lundi 11 octobre 2010 (W9)	Mercredi 13 octobre 2010

* Sur W9, date d'envoi des briefs à M6 Publicité.

** Pour les campagnes sur M6 reçues le jour de l'ouverture de la période concernée, **avant midi**.

*** À l'issue du retour de planning par M6 Publicité, l'annonceur et/ou le mandataire disposent de 10 jours pour notifier à M6 Publicité, impérativement par tout moyen écrit, toute annulation d'ordre ou report d'ordre.

Dans ce cas uniquement, le délai d'annulation ou de report d'ordre peut ainsi être inférieur à un mois pour chaque début de période d'ouverture.

PARRAINAGE





PARRAINAGE

REMISES PARRAINAGE

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 :

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.

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, ainsi que leur paiement à la date d'échéance par lui-même ou par l'annonceur.

→ Sur M6

le montant de la remise liée à l'intervention d'un mandataire est fixé à 1,5% du montant de l'achat d'espace lié à l'opération de parrainage facturé à l'annonceur, remise référentielle déduite.

→ Sur W9 et les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité

le montant de la remise liée à l'intervention d'un mandataire est fixé à 3% du montant de l'achat d'espace lié à l'opération de parrainage facturé à l'annonceur, remise référentielle déduite. Elle est déduite sur facture.

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 et son mandataire.



CONDITIONS DE VENTE PARRAINAGE

1. ACCEPTATION

→ La confirmation écrite (option confirmée, fiche d'engagement, contrat de parrainage, etc...) de quelque manière que ce soit par un annonceur et/ou par un mandataire implique l'acceptation des Conditions Générales de Vente de M6 Publicité et des conditions spécifiques suivantes.

2. EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

→ M6 Publicité, régie de chaque éditeur, est seule habilitée dans le cadre de sa mission à commercialiser les opérations de parrainage sur les chaînes. Compte tenu du caractère intuitu personae du contrat de parrainage, M6 Publicité se réserve le droit de ne pas donner suite à une demande.

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.

4. DOTATIONS

→ 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 desdites obligations envers le (ou les) gagnant(s). L'intégralité des frais engagés par M6 Publicité est à la charge de l'annonceur défaillant.

5. OPTIONS

→ L'annonceur ou son mandataire doit adresser via l'extranet Bto6 (propriété de M6 Publicité) ou par tout autre moyen écrit proposé par M6 Publicité une option indiquant le nom de l'émission qu'il souhaite parrainer, la durée souhaitée de l'opération et le nom du produit ou de la marque intéressée à 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 entre 3 et 6 mois avant le démarrage de l'opération
- 3 semaines si l'option est posée plus de 6 mois avant le démarrage de l'opération.

À la date de fin d'option, l'option, reprenant le nom de l'émission, 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 fiche d'engagement à retourner signée. L'option non confirmée est considérée comme nulle. Cette



fiche d'engagement retournée signée par l'annonceur ou le mandataire servira de base à la rédaction du contrat de parrainage.

Si un annonceur ou son mandataire s'engage par écrit sur l'achat ferme d'une opération de parrainage, les annonceurs ou les mandataires ayant déjà posé une option sur cette opération peuvent confirmer leur achat ferme dans un délai de 2 jours. Pendant cette période, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option initiale chez M6 Publicité est pris en compte pour l'attribution de l'achat ferme. Les options non confirmées dans ce délai sont considérées comme nulles.

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.

Enfin, dans le cas où M6 Publicité recevrait plusieurs options portant sur le parrainage de la même émission, leur prise en compte se fera, sauf cas particulier, selon les critères suivants et dans l'ordre défini ci-dessous :

1. Priorité aux options portant sur la période la plus longue
2. Dans le cas de périodes d'action identiques, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option sera pris en compte.

Dans le cas d'un parrainage par un annonceur d'une émission sur une période supérieure ou égale à six mois, cet annonceur peut disposer, sur proposition de M6 Publicité, d'une priorité quant à la reconduction de cette opération.

- M6 Publicité se réserve le droit de modifier ou d'apporter de nouvelles conditions au principe d'option ci-dessus dans les cas suivants : programmation liée à un événement exceptionnel, événements sportifs, exclusivités... Dans ce cas, M6 Publicité informera de cette modification par tout moyen écrit.

6. GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE MULTI-MARQUES

- La présentation ou la citation dans le générique de parrainage de plusieurs marques du parrain ou d'un autre annonceur co-parrain entraîne l'application d'une majoration :
- de 15% pour chaque marque supplémentaire du parrain
 - de 25% pour chaque annonceur co-parrain.

7. DOCUMENT CONTRACTUEL

- Un document contractuel (fiche d'engagement, contrat de 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 réservent le droit de ne pas diffuser l'opération concernée.
- Par ailleurs, le défaut de signature de ce document contractuel (fiche d'engagement, contrat de parrainage) par l'annonceur et/ou le mandataire à la date du début de l'opération entraîne de fait la révision du prix par la non-attribution de la remise mandataire. Le contrat de parrainage est personnel et ne peut en aucun cas être cédé.

8. 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.
- De même, il ne peut exercer un droit quelconque à l'égard des éventuelles exploitations secondaires ou commerciales de tout ou partie dudit programme auxquelles il ne peut s'opposer ou pour lesquelles il ne peut prétendre à quelque intéressement que ce soit.
- Toutefois et dans le cas où les exploitations secondaires ou commerciales du programme sont disponibles et que l'éditeur en détient les droits (ci-après « la licence »), M6 Publicité peut proposer cette licence au parrain.

En cas de refus du parrain, M6 Publicité permettra à l'éditeur de proposer cette licence à tout annonceur de son choix.

9. PRODUCTION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE ET DE JEUX

→ Le story-board des génériques de parrainage et des dotations de jeux ainsi que le devis des frais techniques sont soumis à l'annonceur ou à son mandataire par M6 Publicité pour accord. M6 Publicité confie de manière exclusive la conception et la réalisation des génériques de parrainage et modules-jeux à Métropole Production ou toute autre entité du groupe M6 en charge de la production de tels génériques de parrainage et de jeux.

10. SUPPORTS PRESSE OU RADIO

→ M6 Publicité se réserve le droit pour la promotion des émissions de l'éditeur d'établir un accord avec des supports presse ou radio, au terme duquel ces supports seront présents ou cités dans l'émission. Le parrain ou son mandataire en sera informé mais ne pourra s'y opposer.

11. CONCURRENCE

→ Le contrat 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 de l'émission parrainée, ainsi que la présence d'annonceurs concurrents dans 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 et son mandataire ayant contracté une opération de parrainage ne disposent d'aucun droit de regard sur le contenu des messages diffusés dans les écrans publicitaires.

12. MODIFICATIONS DE PROGRAMMATION

→ M6 Publicité s'efforcera de respecter la date et les tranches horaires de diffusion des programmes faisant l'objet du parrainage. En cas de modification de la tranche horaire ayant une incidence sur la cible ou sur l'audience, M6 Publicité proposera, si nécessaire, à l'annonceur ou à son mandataire, 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.

13. DIFFUSION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

→ 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 ayant-droits 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 avant diffusion.





- 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. L'annonceur parrain et/ou le mandataire acceptent que M6 Publicité remplace ce générique de parrainage par une nouvelle version.

14. ANNULATION

- En cas d'annulation totale ou partielle, par l'annonceur ou son mandataire, de l'opération de parrainage :
- dans un délai supérieur à 4 semaines avant le démarrage de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à :
 - ... 25% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée inférieure à 6 semaines
 - ... 50% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée supérieure ou égale à 6 semaines.
 - dans un délai inférieur à 4 semaines avant le démarrage de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à :
 - ... 30% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée inférieure à 6 semaines
 - ... 60% du montant de l'opération pour un parrainage d'une durée supérieure ou égale à 6 semaines.
 - en cours d'exécution de l'opération, M6 Publicité facturera à l'annonceur une indemnité égale à 80% du montant restant dû de l'opération, quelle que soit la durée du parrainage.

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

La durée du parrainage s'entend entre la diffusion de la première bande-annonce parrainée et celle du dernier générique de parrainage de l'émission.

15. COMMUNICATION

- L'annonceur et son mandataire autorisent 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 la Direction des Programmes de l'éditeur.

16. CONFIDENTIALITÉ

- L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Publicité s'engagent à observer toute réserve et toute confidentialité sur les dispositions figurant dans les documents contractuels (option, fiche d'engagement, contrat de parrainage, etc.).

17. 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 2010 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**

GRILLES DE TARIFS





GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable du 1er au 03 janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecran	Vendredi	Samedi	Dimanche
0706	300 €		
0736		200 €	
0746	500 €		
0805	200 €		
0806		600 €	
0820			400 €
0840	400 €		
0845			600 €
0905			600 €
0910	400 €		
0946			300 €
0930		600 €	
0950	400 €		
1015	600 €		
1020		600 €	
1026			500 €
1040		1 100 €	
1046			1 000 €
1105		3 000 €	
1106			1 200 €
1120	1 500 €		
1136			1 600 €
1142			3 600 €
1150		3 400 €	
1200	1 800 €		
1202			5 500 €
1205		6 400 €	
1222			6 000 €
1230	6 200 €		
1240	5 200 €	8 000 €	
1242			5 600 €
1250	5 200 €	12 000 €	
1302			5 200 €
1305	5 200 €		
1340	5 200 €		8 000 €
1350	5 500 €	10 000 €	
1410	6 600 €	6 800 €	
1420			8 000 €
1440	6 600 €	6 800 €	
1450			8 000 €
1510		6 800 €	
1515	6 000 €		
1530	6 000 €		
1550		6 800 €	8 000 €
1610	5 500 €		
1640	5 500 €	6 800 €	
1650			8 000 €
1710	4 000 €	6 800 €	
1730	4 000 €		8 000 €
1740			8 000 €
1750		6 800 €	
1805	7 800 €		
1810	8 000 €		9 000 €
1830	11 000 €	8 800 €	9 000 €
1900	19 000 €	10 800 €	13 000 €
1910			14 000 €
1930	17 000 €	12 000 €	19 000 €



GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable du 1er au 03 janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecran	Vendredi	Samedi	Dimanche
1945	13 000 €	12 000 €	17 000 €
2025	16 000 €	22 000 €	21 000 €
2035		19 000 €	18 000 €
2040	14 000 €		
2045	16 000 €	19 000 €	20 000 €
2050	20 000 €	20 000 €	20 000 €
2130	40 000 €	23 000 €	
2140			32 000 €
2160	35 000 €	23 000 €	34 000 €
2180	30 000 €	23 000 €	
2240			13 000 €
2250			12 000 €
2305			12 000 €
2340	9 800 €	5 000 €	
2350			4 600 €
2410	8 500 €	4 000 €	
2422			3 000 €
2430	3 800 €		
2502			1 800 €
2510	2 000 €	2 000 €	
2532			1 600 €

A l'issue du retour de planning par M6 Publicité, l'annonceur et/ou le mandataire disposent de 10 jours pour notifier à M6 Publicité, impérativement par tout moyen écrit, toute annulation d'ordre ou report d'ordre. Dans ce cas uniquement, le délai d'annulation ou de report d'ordre peut ainsi être inférieur à un mois pour chaque début de période d'ouverture.



GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable du 04 janvier au 28 février 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecran	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
0706	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €		
0726			400 €				
0736						200 €	
0746	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €		
0805	200 €	200 €		200 €	200 €		
0806						600 €	
0820							400 €
0826			700 €				
0840	400 €	400 €		400 €	400 €		
0845							600 €
0846			500 €				
0905							600 €
0910	400 €	400 €		400 €	400 €		
0946							500 €
0930						600 €	
0950	400 €	400 €	400 €	400 €	400 €		
1015	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €		
1020						600 €	
1026							600 €
1040						1 100 €	
1046							1 000 €
1105						3 300 €	
1106							1 200 €
1120	1 600 €	1 600 €	1 600 €	1 600 €	1 600 €		
1136							1 600 €
1142							5 600 €
1150						4 000 €	
1200	2 800 €	2 800 €	2 800 €	2 800 €	2 800 €		
1202							10 000 €
1205						8 200 €	
1222							11 000 €
1230	8 000 €	8 000 €	8 000 €	8 000 €	8 000 €		
1240	6 800 €	6 800 €	6 800 €	6 800 €	6 800 €	11 000 €	
1242							8 000 €
1250	6 400 €	6 400 €	6 400 €	6 400 €	6 400 €	12 000 €	
1302							7 000 €
1305	7 200 €	7 200 €	7 200 €	7 200 €	7 200 €		
1340	7 200 €	7 200 €	7 200 €	7 200 €	7 200 €		9 200 €
1350	7 200 €	7 200 €	7 200 €	7 200 €	7 200 €	10 000 €	
1410	10 000 €	10 000 €	10 000 €	10 000 €	10 000 €	8 200 €	
1420							9 200 €
1440	10 000 €	10 000 €	10 000 €	10 000 €	10 000 €	8 200 €	
1450							9 200 €
1510						8 000 €	
1515	9 000 €	9 000 €	9 000 €	9 000 €	9 000 €		
1530	8 400 €	8 400 €	8 400 €	8 400 €	8 400 €		
1550						8 000 €	8 400 €
1610	6 800 €	6 800 €	6 800 €	6 800 €	6 800 €		
1640	6 800 €	6 800 €	6 800 €	6 800 €	6 800 €	8 000 €	
1650							10 000 €
1710	4 800 €	4 800 €	4 800 €	4 800 €	4 800 €	8 000 €	
1730	5 600 €	5 600 €	5 600 €	5 600 €	5 600 €		10 000 €
1740							10 000 €
1750						8 000 €	
1805	7 000 €	7 000 €	7 000 €	7 000 €	7 000 €		
1810	7 800 €	7 800 €	7 800 €	7 800 €	7 800 €		18 000 €
1830	17 000 €	17 000 €	17 000 €	17 000 €	17 000 €	13 000 €	18 000 €



GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable du 04 janvier au 28 février 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecran	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1900	28 000 €	28 000 €	28 000 €	28 000 €	28 000 €	13 000 €	19 000 €
1910							19 000 €
1930	21 000 €	21 000 €	21 000 €	21 000 €	21 000 €	13 000 €	25 000 €
1945	18 000 €	18 000 €	18 000 €	18 000 €	18 000 €	13 000 €	22 000 €
2025	21 600 €	21 600 €	21 600 €	21 600 €	21 600 €	22 000 €	34 000 €
2035						19 000 €	27 000 €
2040	18 500 €	18 500 €	18 500 €	18 500 €	18 500 €		
2045	20 000 €	20 000 €	20 000 €	20 000 €	20 000 €	19 000 €	20 000 €
2050	22 000 €	22 000 €	22 000 €	22 000 €	25 000 €	20 000 €	22 000 €
2130					52 000 €	26 000 €	
2140	32 000 €	36 000 €	28 000 €	36 000 €			32 000 €
2160	34 000 €	36 000 €	28 000 €	36 000 €	44 000 €	26 000 €	34 000 €
2180		34 000 €			36 000 €	24 000 €	
2240	10 000 €		8 000 €	11 000 €			13 000 €
2250	8 700 €	8 700 €	6 000 €	9 000 €			12 000 €
2305							12 000 €
2310	6 400 €	6 400 €	5 000 €	6 000 €			
2340					12 000 €	12 000 €	
2350							5 400 €
2410					8 700 €	5 200 €	
2420	3 000 €	3 000 €	3 000 €				
2422				3 000 €			3 000 €
2430					5 000 €		
2502				1 800 €			1 800 €
2510	2 500 €	2 500 €	2 500 €		2 000 €	2 000 €	
2532				1 600 €			1 600 €
2600	1 800 €	1 800 €	1 800 €				

A l'issue du retour de planning par M6 Publicité, l'annonceur et/ou le mandataire disposent de 10 jours pour notifier à M6 Publicité, impérativement par tout moyen écrit, toute annulation d'ordre ou report d'ordre. Dans ce cas uniquement, le délai d'annulation ou de report d'ordre peut ainsi être inférieur à un mois pour chaque début de période d'ouverture.



GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
730	670 €	670 €	640 €	670 €	670 €	370 €	370 €
830	590 €	590 €	750 €	590 €	590 €	660 €	400 €
900						960 €	760 €
930	720 €	720 €	830 €	720 €	720 €	1 300 €	1 200 €
1000						1 200 €	1 800 €
1030	1 100 €	1 100 €	1 000 €	1 100 €	1 100 €	1 300 €	2 100 €
1100			1 000 €			1 700 €	1 900 €
1110						1 700 €	1 900 €
1120							2 100 €
1130	950 €	950 €	1 000 €	950 €	950 €	1 700 €	1 800 €
1140							1 800 €
1150	1 000 €	1 000 €	1 200 €	1 000 €	1 000 €	1 700 €	
1200						1 700 €	1 800 €
1220	1 000 €	1 000 €	1 100 €	1 000 €	1 000 €	1 800 €	
1230	1 300 €	1 300 €	1 500 €	1 300 €	1 300 €	1 600 €	1 700 €
1240	1 300 €	1 300 €	1 500 €	1 300 €	1 300 €	1 600 €	1 700 €
1250	2 400 €	2 400 €	2 700 €	2 400 €	2 400 €	3 000 €	3 100 €
1320	2 600 €	2 600 €	3 300 €	2 600 €	2 600 €	5 000 €	4 700 €
1330	2 100 €	2 100 €	2 400 €	2 100 €	2 100 €		
1340	2 100 €	2 100 €	2 400 €	2 100 €	2 100 €	5 200 €	4 800 €
1350	2 100 €	2 100 €	2 100 €	2 100 €	2 100 €		4 200 €
1420						4 800 €	3 900 €
1440	2 100 €	2 100 €	1 900 €	2 100 €	2 100 €	3 500 €	
1500						2 800 €	3 800 €
1520	1 500 €	1 500 €	1 400 €	1 500 €	1 500 €		3 100 €
1530	1 400 €	1 400 €	1 500 €	1 400 €	1 400 €		1 700 €
1540						2 600 €	1 700 €
1610	850 €	850 €	1 000 €	850 €	850 €		2 400 €
1630	810 €	810 €	1 100 €	810 €	810 €	1 000 €	
1650						1 100 €	2 200 €
1700						1 100 €	
1710	830 €	830 €	810 €	830 €	830 €		
1730	910 €	910 €	1 200 €	910 €	910 €	900 €	1 900 €
1800	2 100 €	2 100 €	2 800 €	2 100 €	2 100 €	1 200 €	
1820	3 800 €	3 800 €	4 200 €	3 800 €	3 800 €		4 800 €
1850	4 700 €	4 700 €	5 000 €	4 700 €	4 700 €	1 700 €	6 200 €
1910						1 800 €	
1930	3 400 €	3 400 €	3 700 €	3 400 €	3 400 €	3 700 €	4 200 €
1940	3 400 €	3 400 €	3 700 €	3 400 €	3 400 €	3 700 €	4 200 €
2000	6 100 €	6 100 €	6 500 €	6 100 €	6 100 €	8 900 €	9 300 €
2020	8 300 €	8 300 €	7 900 €	8 300 €	8 300 €	6 700 €	12 800 €
2040	5 000 €	4 100 €	4 000 €	4 500 €	3 200 €		6 300 €
2050	4 700 €	3 300 €	3 800 €	3 800 €	2 900 €		5 700 €
2110				8 800 €			
2120						7 100 €	
2140	5 900 €	5 600 €	5 700 €		4 100 €	5 600 €	7 000 €
2160	5 900 €	5 600 €	5 700 €	8 800 €	4 100 €	5 100 €	7 000 €
2170				8 800 €			
2230	2 400 €	1 900 €	3 500 €	3 000 €	2 500 €	4 300 €	1 900 €
2240	2 200 €	1 700 €	3 400 €	2 900 €	2 400 €		
2250						4 200 €	
2310	2 100 €	2 100 €	2 800 €	2 300 €		3 500 €	
2340	1 600 €	2 400 €	2 100 €	2 000 €	2 400 €		
2350						1 800 €	
2400	2 400 €	990 €	1 300 €	830 €	2 300 €	830 €	
2430	1 400 €	840 €	1 100 €	1 300 €	1 700 €	1 500 €	380 €
2500	1 000 €	500 €	810 €	450 €	860 €	980 €	380 €
2530	570 €	570 €	570 €	570 €	570 €	600 €	380 €

Guide d'aide à l'achat d'espace classique

Chaînes numériques en régie chez M6 Publicité

Exemples de campagnes en format 30 secondes

Sous réserve de modifications tarifaires

Nombre de spots : 6 par jour

(dont au moins 1 en prime-time pour Paris Première, Série Club et Téva)



**PARIS
PREMIERE**

Période	Budget brut H.T.	Nombre de contacts	
		ICSP+	25-49 ans
2 semaines	35 812 €	897 496	1 341 913
3 semaines	53 718 €	1 346 244	2 012 870



téva

Période	Budget brut H.T.	Nombre de contacts	
		Ménagères <50 ans	Ménagères avec enfants
2 semaines	53 430 €	1 425 441	902 411
3 semaines	80 145 €	2 138 162	1 353 617



serieclub

Période	Budget brut H.T.	Nombre de contacts	
		Ménagères <50 ans	15-49 ans
2 semaines	24 290 €	632 620	1 322 841
3 semaines	36 435 €	948 930	1 984 261



**Music
hits**

Période	Budget brut H.T.	Nombre de contacts	
		15-24 ans	15-34 ans
2 semaines	5 534 €	65 392	153 051
3 semaines	8 301 €	98 087	229 576

Sources : Médiamétrie / Mediamat fichier mediaplanning mai-juin 2009 et MediaCabSat janvier-juin 2009

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
751	30 €	80 €	30 €	70 €	100 €		
801	50 €	40 €		120 €	70 €		110 €
811	50 €	40 €		120 €	70 €		
821						100 €	
851							280 €
901							230 €
921							240 €
1001							190 €
1021							330 €
1031							230 €
1041							230 €
1051	30 €	30 €	110 €	130 €	350 €	140 €	
1101						190 €	
1111						190 €	
1121	30 €	60 €	140 €	130 €	230 €	210 €	220 €
1131	80 €	30 €	190 €	130 €	300 €	170 €	
1141						170 €	
1151	110 €	50 €	190 €	150 €	400 €		270 €
1201	40 €	70 €	160 €	150 €	270 €	50 €	
1211	40 €	70 €	160 €	150 €	270 €		310 €
1231	30 €	30 €	50 €	70 €	120 €	80 €	280 €
1241	30 €	30 €	50 €	70 €	120 €		280 €
1251	30 €	30 €	30 €	120 €	140 €	230 €	
1301						210 €	
1311	30 €	30 €	30 €	110 €	70 €	210 €	
1331							600 €
1341							600 €
1351	80 €	40 €	30 €	60 €	110 €		
1411	80 €	30 €	30 €	30 €	60 €		
1421						250 €	670 €
1501						340 €	
1511						340 €	
1521							500 €
1531	80 €	130 €	80 €	160 €	180 €		
1611							430 €
1621	40 €	100 €	30 €	70 €	320 €		
1631						330 €	
1651						320 €	
1701							360 €
1731							210 €
1751	30 €	30 €	150 €	120 €	30 €		
1801	90 €	30 €	140 €	120 €	40 €	530 €	
1821	110 €	100 €	180 €	220 €	100 €		
1831	170 €	170 €	200 €	250 €	180 €	620 €	
1841	170 €	170 €	200 €	250 €	180 €		
1851	250 €	170 €	250 €	330 €	190 €		160 €
1901						780 €	170 €
1921	140 €	270 €	130 €	200 €	450 €	780 €	
1941						700 €	
1951							370 €
2001	770 €	610 €	750 €	410 €	930 €		
2021	850 €	590 €	920 €	530 €	800 €		630 €
2050	760 €	760 €	980 €	390 €	1 420 €	1 950 €	420 €
2051	760 €	760 €	980 €	390 €	1 420 €	1 950 €	420 €

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
2101				460 €			
2121		1 020 €					540 €
2131			1 860 €		1 570 €		
2151	1 570 €			430 €		1 870 €	
2201				430 €			
2210		920 €	1 770 €				
2211		920 €	1 770 €				
2220					2 980 €		
2221		700 €	1 490 €		2 980 €		
2230	2 350 €						960 €
2231	2 350 €			580 €			960 €
2241					2 130 €		
2250						1 210 €	
2251						1 210 €	1 260 €
2311	1 060 €					820 €	
2321			580 €	1 300 €			
2331		980 €					
2341				1 210 €			
2351		650 €		970 €			570 €
2401					350 €		
2411			60 €			290 €	260 €
2421	380 €	410 €		360 €	360 €		
2441						270 €	
2451	270 €				450 €		
2501			150 €	240 €			
2521			170 €				

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
851	130 €	120 €	240 €	360 €	90 €		
901						430 €	190 €
931	180 €	260 €	300 €	380 €	250 €		
951	260 €	270 €	250 €	410 €	350 €	560 €	430 €
1021	380 €	310 €		350 €	450 €		
1031			340 €			400 €	390 €
1041			340 €			400 €	
1051	360 €	300 €		410 €	490 €		380 €
1111						370 €	
1131							450 €
1141						250 €	
1151							470 €
1201	380 €	350 €	230 €	280 €	470 €		
1211						190 €	
1231							270 €
1250	640 €	500 €	490 €	550 €	540 €		
1251	640 €	500 €	490 €	550 €	540 €		320 €
1301	700 €	560 €	540 €	610 €	570 €	210 €	
1311							240 €
1321	640 €	600 €	510 €	630 €	550 €	220 €	240 €
1351	570 €	540 €	460 €	440 €	440 €		
1421						470 €	
1431						510 €	540 €
1441						510 €	
1451							470 €
1521	330 €	260 €		340 €	360 €	510 €	590 €
1531	340 €	310 €		290 €	300 €		
1541						440 €	
1551	340 €	360 €		300 €	340 €		
1601			600 €				
1611						380 €	480 €
1631							350 €
1651	270 €	310 €	360 €	270 €	270 €	330 €	
1751	560 €	510 €	520 €	490 €	540 €	510 €	400 €
1801	700 €	580 €	870 €	620 €	670 €		
1811	700 €	580 €	870 €	620 €	670 €		450 €
1821	700 €	660 €	900 €	640 €	660 €		
1831						780 €	
1851						810 €	
1901	670 €	670 €	750 €	490 €	600 €		
1911	890 €	890 €	980 €	640 €	780 €		550 €
1921						1 150 €	
1931	830 €	660 €	1 110 €	670 €	790 €		
1950	1 110 €	780 €	1 390 €	810 €	910 €		
1951	1 110 €	780 €	1 390 €	810 €	910 €		
2001	1 300 €	1 030 €	1 550 €	1 050 €	970 €	1 130 €	950 €
2050	1 030 €	820 €	1 310 €	1 290 €	790 €	870 €	930 €
2051	1 030 €	820 €	1 310 €	1 290 €	790 €	870 €	930 €
2101	1 140 €	950 €	1 220 €	1 440 €	860 €	700 €	
2131			1 260 €	1 750 €			
2151	1 310 €	960 €					1 490 €
2201					1 000 €	690 €	1 470 €
2211		1 030 €					1 470 €
2221	1 080 €			1 620 €	750 €		1 340 €
2231			1 280 €			840 €	

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
2241	860 €	650 €					
2251						630 €	
2311	470 €						
2321			950 €	810 €			1 020 €
2331		680 €					
2350						610 €	
2351					1 020 €	610 €	840 €
2401	300 €			480 €		370 €	580 €
2411			420 €		720 €		580 €
2421		560 €					
2431		570 €				250 €	
2441				350 €			
2451			440 €	380 €	600 €		480 €
2501	290 €						
2511	290 €		400 €	340 €			
2521		550 €			490 €		
2531						230 €	

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
911	40 €	80 €	100 €	140 €	40 €	70 €	90 €
941						50 €	150 €
1001	80 €	60 €	50 €	50 €	50 €		
1041	80 €	70 €	50 €	60 €	80 €	30 €	80 €
1151	40 €	40 €	70 €	50 €	40 €		
1211	40 €	60 €	70 €	70 €	40 €		
1251						30 €	120 €
1331						170 €	120 €
1401						380 €	150 €
1431	130 €	70 €	70 €	100 €	60 €		
1501	130 €	140 €	240 €	200 €	130 €	280 €	180 €
1521						240 €	180 €
1601	210 €	150 €	210 €	170 €	110 €	160 €	220 €
1611						160 €	220 €
1631						140 €	
1651						160 €	270 €
1701	210 €	140 €	190 €	130 €	190 €		240 €
1721	200 €	120 €	210 €	140 €	200 €	150 €	
1741	220 €	120 €	300 €	150 €	190 €	130 €	220 €
1751	220 €	150 €	320 €	130 €	150 €	160 €	
1811						170 €	
1851	390 €	290 €	340 €	270 €	170 €	350 €	430 €
1921	820 €	610 €	730 €	630 €	530 €	410 €	630 €
1941							840 €
1951							920 €
2001	1 340 €	1 240 €	1 150 €	1 390 €	870 €		
2021	1 210 €	1 020 €	1 020 €	1 180 €	770 €		780 €
2031						280 €	
2051	240 €	450 €	400 €	630 €	340 €	230 €	290 €
2121	170 €	510 €	550 €	790 €	320 €		
2131						290 €	260 €
2151	180 €	580 €	510 €	760 €	330 €		
2201						380 €	200 €
2241	210 €	390 €	480 €	260 €	290 €	380 €	100 €
2251						320 €	90 €
2321	280 €	300 €	260 €	240 €	350 €	290 €	40 €
2341	190 €	200 €	220 €	180 €	320 €		
2421	60 €	70 €	30 €	50 €	120 €	250 €	30 €

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
651			40 €		50 €		
701			50 €		50 €		
711			50 €				
721					40 €		
751			30 €		40 €		
811							
821						30 €	
831							
841						40 €	
851	40 €				30 €		
911	70 €	30 €		40 €	90 €		
931	40 €	20 €	10 €	40 €	70 €	50 €	30 €
941			10 €				
951	30 €	30 €		10 €	80 €	40 €	20 €
1021	60 €	10 €		90 €	30 €	50 €	
1031			20 €				40 €
1041						70 €	
1051			60 €				50 €
1101	50 €	10 €		60 €	30 €		
1131	70 €	10 €	70 €	100 €	70 €	50 €	80 €
1141			70 €				
1151	90 €	40 €		90 €	50 €	70 €	130 €
1211	70 €	30 €	70 €	50 €	30 €		
1221						90 €	
1231							100 €
1241	40 €	50 €		30 €	70 €		100 €
1251			40 €			60 €	
1321							60 €
1331	60 €	60 €	50 €	30 €	20 €	70 €	
1351						40 €	50 €
1401	40 €	60 €	70 €	30 €	40 €		
1421			50 €				
1431	70 €	30 €		60 €	50 €	60 €	40 €
1451			70 €			70 €	80 €
1501	50 €	70 €		30 €	30 €		
1521			100 €			50 €	160 €
1531	40 €	80 €		30 €	40 €		
1541			110 €				
1551	40 €	70 €		50 €	40 €	50 €	80 €
1621			130 €				
1631	80 €	50 €		50 €	140 €	50 €	50 €
1641			90 €				50 €
1651	70 €	70 €		80 €	150 €		
1701						30 €	
1711	50 €	20 €		30 €	60 €		
1731			120 €			40 €	20 €
1741			120 €				
1801	40 €	90 €		20 €	80 €	60 €	70 €
1811						60 €	
1821	60 €	70 €		40 €	70 €		50 €
1831			80 €				
1841	50 €	70 €		70 €	40 €		
1851						90 €	70 €
1901			170 €				
1921	70 €	70 €	150 €	30 €	50 €	70 €	

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1931							50 €
1941	50 €	50 €		40 €	60 €		
1951			110 €			100 €	50 €
2021			50 €				
2031	60 €	20 €		70 €	90 €	120 €	20 €
2051	40 €	30 €		40 €	120 €		
2101			50 €			130 €	30 €
2121						360 €	
2131			110 €				40 €
2141	120 €	40 €		60 €	100 €		
2151			110 €			360 €	
2201	140 €	80 €		50 €	150 €		50 €
2211						160 €	
2221	40 €	100 €	110 €	50 €	170 €		
2231							70 €
2241	40 €	130 €	110 €	70 €	180 €	100 €	
2251							110 €
2321	80 €	110 €		50 €	90 €	130 €	
2331			50 €				
2341	70 €	90 €		50 €	100 €		
2351			70 €			70 €	
2411			30 €				
2421	60 €	40 €					
2431				40 €	40 €	90 €	
2451						50 €	
2501			40 €		40 €		

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
701	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €		
801	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €		
901	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1001	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1101	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1201	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1301	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1401	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1501	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1601	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1701	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1801	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1901	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2001	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2101	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2201	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2301	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2401	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
701	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €		
801	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €		
901	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1001	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1101	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1201	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1301	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1401	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1501	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1601	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1701	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1801	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
1901	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2001	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2101	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2201	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €
2301	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €

GRILLE DES ECRANS PUBLICITAIRES

Applicable à partir du 1er janvier 2010 (hors taxes, base 30 secondes)

Ecrans	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1001	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €
1101						40 €	
1131							40 €
1201	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €	
1231							40 €
1301			40 €	40 €	40 €	40 €	
1401	40 €	40 €					
1431						40 €	
1501			40 €	40 €			40 €
1531					40 €		
1601	40 €					40 €	
1631		40 €					
1701			40 €	40 €	40 €	40 €	40 €
1801	40 €					40 €	40 €
1831				40 €	40 €		
1931	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €		40 €
2031		40 €	40 €	40 €	40 €		
2101						40 €	
2131	40 €						40 €
2231		40 €	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €
2331	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €		40 €
2401						40 €	
2431	40 €	40 €		40 €	40 €		40 €

NOMENCLATURE



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
01				Boissons
01	01			Boissons non alcoolisées
01	01	01		Eaux plates ou gazeuses
01	01	01	01	Eaux plates ou gazeuses non aromatisées
01	01	01	02	Eaux plates ou gazeuses aromatisées
01	01	02		Boissons rafraîchissantes sans alcool
01	01	02	01	Sodas, toniques
01	01	02	02	Boissons fruitées, jus de fruits et légumes
01	01	02	04	Boissons de l'effort (énergétiques)
01	01	02	05	Boissons au thé (dont allégé)
01	01	02	06	Préparations déshydratées pour boissons
01	01	02	07	Concentrés et sirops
01	01	02	08	Panachés et bières sans alcool
01	01	02	09	Apéritifs sans alcool
01	01	02	10	Vins sans alcool
01	02			Boissons alcoolisées (sous réserve de la réglementation en vigueur)
01	02	01		Boissons alcoolisées
01	02	01	01	Boissons alcoolisées

Famille	Classe	Secteur	Variété	
02				Alimentation
02	01			Promotion alimentaire gamme
02	01	01		Promotion alimentaire gamme
02	01	01	01	Promotion alimentaire gamme (opérations sans présentation de produits)
02	02			Diététique
02	02	01		Produits diététiques
02	02	01	01	Produits diététiques
02	02	01	02	Substituts alimentaires
02	03			Boissons alimentaires
02	03	01		Laits
02	03	01	01	Laits (hors infantiles)
02	03	01	02	Laits infantiles
02	03	01	03	Laits aromatisés, boissons lactées
02	03	02		Cafés, chicorées
02	03	02	01	Cafés
02	03	02	02	Chicorées
02	03	03		Petits déjeuners
02	03	03	01	Petits déjeuners chocolatés

Famille	Classe	Secteur	Variété	
02	03	03	02	Petits déjeuners non chocolatés
02	03	04		Thés, infusions et tisanes
02	03	04	01	Thés
02	03	04	02	Infusions et tisanes
02	03	05		Arômes
02	03	05	01	Produits aromatisés pour boissons (pailles...)
02	04			Produits laitiers
02	04	01		Institutionnel produits laitiers
02	04	01	01	Institutionnel produits laitiers
02	04	02		Beurres, crèmes fraîches
02	04	02	01	Beurres et beurres allégés
02	04	02	02	Crèmes fraîches, allégées, liquides et aromatisées
02	04	03		Ultra frais
02	04	03	02	Fromages blancs, petits suisses
02	04	03	03	Fromages frais (dont infantiles et salés)
02	04	03	04	Yaourts, spécialités laitières nature et aromatisé y compris allégés
02	04	03	05	Yaourts, spécialités laitières aux fruits y compris allégés
02	04	03	06	Yaourts, spécialités laitières à boire
02	04	04		Fromages
02	04	04	01	Pâtes molles et fromages fondus
02	04	04	02	Pâtes pressées (dures)
02	04	04	03	Chèvres
02	04	04	04	Roqueforts et bleus
02	04	04	05	Plats préparés à base de fromage, fromages à cuire
02	04	04	06	Fromages apéritifs
02	05			Huiles et Graisses
02	05	01		Huiles
02	05	01	01	Huiles (d'arachide, d'olive, tournesol...)
02	05	02		Margarines - Graisses culinaires
02	05	02	01	Margarines
02	05	02	02	Corps gras de cuisson
02	06			Chocolats-Confiserie
02	06	01		Chocolats
02	06	01	01	Tablettes de chocolat
02	06	01	02	Boîtes, confiseries chocolatées pour adultes, marrons glacés
02	06	01	03	Bonbons chocolatés pour enfants
02	06	01	04	Barres chocolatées, céréalières
02	06	01	05	Pâtes à tartiner chocolatées
02	06	02		Confiseries - Chewing gum
02	06	02	01	Confiseries, bonbons (non chocolatés), sucettes
02	06	02	02	Chewing-gum



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

68

Famille	Classe	Secteur	Variété	
02	06	02	03	Nougats
02	06	03		Confitures et miels
02	06	03	01	Confitures et miels
02	06	03	02	Pâtes à tartiner non chocolatées
02	07			Desserts
02	07	01		Préparations pour desserts et plats salés
02	07	01	01	Préparations pour desserts
02	07	01	02	Préparations pour plats salés (pizzas, crêpes...)
02	07	02		Levures et arômes pâtisseries
02	07	02	01	Levures
02	07	02	02	Arômes, nappages, gélifiants et décors pâtisseries
02	07	03		Sucres
02	07	03	01	Sucres (y compris édulcorants)
02	07	04		Desserts prêts à consommer
02	07	04	01	Entremets, desserts et compotes
02	07	05		Glaces prêtes à consommer
02	07	05	02	Glaces en vrac, desserts glacés
02	07	05	03	Glaces individuelles (barres glacées, bâtonnets...)
02	08			Panification
02	08	01		Farines - Chapelure
02	08	01	01	Farines ménagères
02	08	01	02	Pâtes à tarte
02	08	01	03	Chapelure
02	08	02		Céréales
02	08	02	02	Céréales adultes
02	08	02	03	Céréales enfants
02	08	03		Biscuits - Pâtisserie - Goûters fourrés
02	08	03	01	Biscuits et goûters fourrés sucrés (dont pâtisserie en portions individuelles)
02	08	03	02	Pâtisserie (hors portions individuelles)
02	08	03	03	Goûters fourrés salés
02	08	03	04	Viennoiseries
02	08	04		Biscottes - Pains
02	08	04	01	Biscottes, pains
02	08	05		Spécialités cocktails sèches
02	08	05	01	Spécialités cocktails sèches (biscuits salés, graines salées, fruits secs...)
02	09			Autres produits alimentaires
02	09	01		Moutardes et condiments
02	09	01	01	Moutardes et condiments
02	09	01	02	Vinaigres
02	09	01	03	Cornichons, olives, oignons...

Famille	Classe	Secteur	Variété	
02	09	01	04	Epices, herbes, aromates
02	09	01	05	Sels
02	09	02		Pâtes - Riz - Semoule - Blé
02	09	02	01	Pâtes
02	09	02	02	Riz
02	09	02	03	Semoule, tapioca
02	09	02	04	Blé
02	09	03		Chips
02	09	03	01	Chips
02	09	04		Légumes secs
02	09	04	01	Légumes secs
02	09	05		Potages et arômes
02	09	05	01	Potages, bouillons
02	09	05	02	Arômes, gelées
02	09	05	03	Aides culinaires
02	09	06		Aliments infantiles
02	09	06	01	Aliments infantiles (hors lait) 0 à 2 ans
02	09	07		Mayonnaises - Sauces froides
02	09	07	01	Mayonnaises, sauces froides (béarnaise, tartare, bourguignonne...)
02	09	07	02	Ketchup
02	09	07	03	Sauces salades
02	09	07	04	Sauces et amuse-bouche apéritifs (pour trempettes, "dips") (guacamole, tapenade...)
02	09	08		Sauces cuisinées
02	09	08	01	Sauces cuisinées
02	09	09		Plats déshydratés
02	09	09	01	Purées, préparations à base de pommes de terre et/ou de légumes
02	09	10		Produits exotiques
02	09	10	01	Produits exotiques (asiatiques, mexicains...)
02	10			Fruits - Légumes - Viandes - Poissons
02	10	01		Institutionnel fruits et légumes
02	10	01	01	Institutionnel fruits et légumes
02	10	02		Fruits secs
02	10	02	01	Fruits secs
02	10	03		Fruits et légumes frais
02	10	03	01	Fruits frais, en conserves ou surgelés
02	10	03	02	Légumes frais, en conserves, surgelés ou prêts à consommer (lavés, sous-vide)
02	10	04		Plats cuisinés
02	10	04	01	Plats cuisinés, en conserves, surgelés ou frais
02	10	04	02	Quiches, tourtes, pizzas, crêpes salées ...
02	10	04	03	Salades composées



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
02	10	04	04	Sandwiches, hamburger, croque-monsieur, hot dogs... surgelés ou frais
02	10	04	05	Préparations à base de viandes, volailles (cordon bleu...)
02	10	05		Viandes - Charcuteries - Salaisons
02	10	05	01	Institutionnel viandes
02	10	05	02	Viandes
02	10	05	03	Jambons
02	10	05	04	Saucisses sèches, saucissons secs, salaisons
02	10	05	05	Pâtés, rillettes
02	10	05	06	Lardons, lard
02	10	05	07	Saucisses à cuisiner, boudins
02	10	06		Produits de la mer
02	10	06	01	Institutionnel produits de la mer
02	10	06	02	Huîtres, coquillages et crustacés
02	10	06	03	Poissons frais, en conserves ou surgelés, panés
02	10	06	04	Préparations à base de produits de la mer
02	10	07		Volailles - Gibiers - Oeufs
02	10	07	01	Institutionnel volailles et gibiers
02	10	07	03	Volailles, gibiers (dont magrets, gésiers...)
02	10	07	04	Oeufs
02	10	08		Produits alimentaires de luxe
02	10	08	01	Saumon fumé, caviar
02	10	08	02	Foie gras
02	11			Alimentation animaux domestiques
02	11	01		Aliments animaux
02	11	01	01	Aliments chiens
02	11	01	02	Aliments chats
02	11	01	03	Aliments poissons
02	11	01	04	Aliments oiseaux

Famille	Classe	Secteur	Variété	
04				Habillement - Accessoires
				Textiles
04	01			Chaussures - Accessoires
04	01	01		Chaussures - Accessoires
04	01	01	01	Chaussures de ville
04	01	01	02	Pantoufles
04	01	01	03	Semelles, accessoires chaussures
04	01	02		Maroquinerie - Bagages
04	01	02	01	Sacs à main, maroquinerie adulte (portefeuille, serviettes-porte documents...)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
04	01	02	02	Bagages
04	01	02	03	Cartables et accessoires écoliers
04	01	03		Accessoires habillement
04	01	03	01	Accessoires habillement (ceintures, chapeaux...)
04	01	03	02	Gants habillement
04	01	03	03	Parapluies
04	02			Prêt-à-porter - couture
04	02	01		Vêtements homme - femme
04	02	01	01	Vêtements d'intérieur
04	02	01	02	Tricots et pulls
04	02	01	04	Vêtements de travail et de loisirs (combinaison, salopette...)
04	02	02		Vêtements jeans
04	02	02	01	Jeans
04	02	03		Vêtements féminins
04	02	03	01	Prêt-à-porter femme
04	02	03	02	Chemiserie femme
04	02	04		Vêtements masculins
04	02	04	01	Prêt-à-porter homme
04	02	04	02	Chemiserie homme
04	02	05		Vêtements enfants
04	02	05	01	Prêt-à-porter enfants
04	02	05	02	Sous-vêtements enfants
04	02	05	03	Chaussures enfants
04	02	05	04	Layette bébés
04	02	06		Vêtements pour adolescents
04	02	06	01	Vêtements pour adolescents
04	03			Lingerie-Bonneterie
04	03	01		Lingerie féminine
04	03	01	01	Lingerie féminine (soutien-gorge, slips...)
04	03	01	02	Gaines
04	03	02		Sous-vêtements
04	03	02	01	Sous-vêtements homme
04	03	02	02	Sous-vêtements santé
04	03	03		Bas - Collants - Chaussettes
04	03	03	01	Bas, collants
04	03	03	02	Chaussettes
04	03	04		Maillots de bain
04	03	04	01	Maillots de bain
04	04			Lunetterie
04	04	01		Lunetterie
04	04	01	01	Lunettes, verres correcteurs (sauf lentilles)



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
04	04	01	02	Lunettes solaires
04	04	01	03	Lentilles correctrices et de couleurs
04	04	01	04	Nettoyants pour lunettes (ex-10 01 01 05)
04	05			Horlogerie-Bijouterie
04	05	01		Horlogerie
04	05	01	01	Montres adultes
04	05	01	02	Montres enfants
04	05	01	03	Réveils pendules
04	05	02		Bijouterie-Joallerie
04	05	02	01	Bijoux
04	06			Tissus et Mercerie
04	06	01		Mercerie et fournitures pour ouvrages
04	06	01	01	Mercerie et fournitures pour ouvrages
04	06	01	02	Accessoires couture (fermetures glissières...)
04	06	01	03	Fils à tricoter, fournitures tapisserie (canevas...)
04	06	02		Tissus de confection
04	06	02	01	Tissus de confection
04	07			Matières naturelles et synthétiques
04	07	01		Matières naturelles et synthétiques
04	07	01	01	Fibres naturelles et synthétiques
04	08			Equipements sportifs
04	08	01		Chaussures et vêtements de sport
04	08	01	01	Chaussures et vêtements de sport (jogging-running, trekking-randonnée, escalade...)
04	08	01	02	Bottes

07				Appareils Ménagers
07	01			Électroménager
07	01	01		Lavage ménager
07	01	01	01	Lave-linge, sèche-linge, séchoirs
07	01	01	02	Lave-vaisselle
07	01	02		Froid ménager
07	01	02	01	Réfrigérateurs, congélateurs
07	01	03		Aspirateurs - Nettoyeurs
07	01	03	01	Aspirateurs, cirieuses, balais mécaniques
07	01	03	02	Nettoyeurs (vapeur...)
07	01	03	03	Détacheurs textiles (ultra-sons...)
07	01	04		Cuisinières, fours, plaques de cuisson, micro-ondes
07	01	04	01	Cuisinières, fours, plaques de cuisson, micro-ondes
07	01	05		Chauffage

Famille	Classe	Secteur	Variété	
07	01	05	01	Appareils de chauffage
07	01	05	02	Chauffe-eau
07	01	06		Petit électroménager
07	01	06	01	Appareils conviviaux (pierrade, appareils à crêpes, raclette...)
07	01	06	02	Friteuses, cuiseurs, grills... électriques
07	01	06	03	Grille pain
07	01	06	04	Appareils à café, théières
07	01	06	05	Robots ménagers (presse-agrumes, hachoirs, centrifugeuses, batteurs, machines à pains...)
07	01	06	06	Bouilloires
07	01	06	07	Yaourtières
07	01	06	08	Sorbetières
07	01	06	09	Sauciers
07	01	06	10	Ouvre-boîtes
07	01	06	11	Ouvre-huîtres
07	01	06	12	Couteaux électriques
07	01	07		Traitement de l'air
07	01	07	01	Hottes
07	01	07	02	Humidificateurs-déshumidificateurs
07	01	07	03	Ventilateurs-aérateurs
07	01	07	04	Climatisation domestique
07	01	08		Appareils à repasser
07	01	08	01	Machines, fers à repasser
07	01	09		Appareils de beauté
07	01	09	01	Sèche cheveux, fers à friser, fers à lisser
07	01	09	02	Lampes solaires
07	01	09	03	Appareils de beauté (massage, musculation...)
07	01	10		Alarme-antivol domestiques
07	01	10	01	Alarmes, systèmes de sécurité
07	01	11		Ampoules-appareils éclairage
07	01	11	01	Ampoules
07	01	11	02	Appareils éclairage, luminaires
07	01	11	03	Lampes de poche
07	01	12		Piles
07	01	12	01	Piles, rechargeurs de piles
07	01	13		Machines à coudre, à tricoter
07	01	13	01	Machines à coudre
07	01	13	02	Machines à tricoter
07	01	14		Institutionnel électroménager
07	01	14	01	Institutionnel électroménager
07	02			Petit équipement ménager



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
07	02	01		Petit équipement ménager
07	02	01	01	Tables et housses de repassage
07	02	01	02	Poussettes de marché
07	02	01	03	Glisse-meuble
07	02	01	04	Détendeurs gaz
07	02	01	05	Allume feux, allume barbecue (briquets, allumettes)
07	02	02		Appareils de pesage ménager
07	02	02	01	Balances de ménage
07	02	02	02	Pèse-personne
07	02	03		Objets ménagers plastique
07	02	03	01	Objets ménagers plastique
07	02	04		Récipients et ustensiles de cuisine
07	02	04	01	Récipients de cuisine (cocottes, casseroles, poêles...)
07	02	04	02	Ustensiles de cuisine (couteaux multi-usage, éplucheurs...)

08				Ameublement-Décoration
08	01			Ameublement
08	01	01		Linges de maison
08	01	01	01	Linges de maison (draps et nappes)
08	01	01	02	Linges de toilette (serviettes...)
08	01	01	03	Couvertures, couettes
08	01	01	04	Sacs de couchage
08	01	02		Mobiliers cuisines et salles de bain
08	01	02	01	Equipements cuisines et salles de bain
08	01	03		Meubles et sièges
08	01	03	01	Meubles
08	01	03	02	Sièges (canapés, fauteuils, chaises...)
08	01	03	03	Matériels de rangement
08	01	04		Mobiliers de plein air
08	01	04	01	Mobiliers de plein air (tables, chaises, parasols...)
08	01	04	02	Barbecue, grills extérieurs
08	01	05		Literie
08	01	05	01	Literie (matelas, sommiers)
08	01	05	02	Oreillers
08	01	05	03	Couchages pour animaux de compagnie (coussins...)
08	01	06		Mobilier bébés, puériculture
08	01	06	01	Meubles pour bébés (berceaux, tables à langer...)
08	01	06	02	Landaus, poussettes
08	01	06	03	Mobiliers pour enfants (lits, bureaux...)
08	01	06	04	Sièges de sécurité enfants

Famille	Classe	Secteur	Variété	
08	01	06	05	Articles de puériculture (chauffe biberon...)
08	01	07		Cheminées et accessoires
08	01	07	01	Cheminées
08	01	07	02	Accessoires de cheminées (soufflets, ramonage...)
08	01	08		Vaisselle, porcelaine, cristallerie
08	01	08	01	Vaisselle porcelaine
08	01	08	02	Cristallerie, verrerie
08	01	09		Orfèvrerie
08	01	09	01	Orfèvrerie
08	02			Equipement sanitaire
08	02	01		Equipements sanitaires et robinetterie
08	02	01	01	Equipements sanitaires et robinetterie (dont baignoires à fonctions)
08	02	01	02	W-C chimiques, broyeurs W-C
08	02	02		Traitement et distributeur d'eau
08	02	02	01	Traitement de l'eau (filtreurs, adoucisseurs...)
08	02	02	02	Distributeurs d'eau
08	03			Décoration, installation
08	03	01		Rideaux, voilages
08	03	01	01	Rideaux, voilages
08	03	02		Revêtements sols
08	03	02	01	Revêtements sols (tapis, moquettes)
08	03	02	02	Revêtements sols (carrelages, linoléums et plastiques)
08	03	02	03	Revêtements sols (parquets, stratifiés, plaquages de bois...)
08	03	03		Revêtements décoratifs et muraux
08	03	03	01	Plastiques, papiers peints, tissus d'ameublement, stickers muraux auto-collants...
08	03	04		Peintures protection
08	03	04	01	Peintures et accessoires de peinture
08	03	04	02	Enduits, reboucheurs
08	03	04	03	Revêtements de protection (vernis, traitement du bois...)
08	03	05		Piscines
08	03	05	01	Piscines et abris de piscine
08	03	05	02	Entretien piscines
08	03	06		Aménagement de la maison
08	03	06	01	Menuiseries (portes, escaliers, fenêtres, volets...)
08	03	06	02	Isolation vitrages
08	03	06	03	Vérandas
08	03	06	04	Stores
08	03	06	05	Serrurerie, coffre-fort
08	03	06	06	Croisillons, paravents
08	03	06	07	Interrupteurs électriques



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
08	03	06	08	Moteurs pour portes, portails, stores, volets...
08	03	06	09	Institutionnel domotique
08	03	07		Produits bricolage
08	03	07	01	Produits bricolage (colles spécialisées, adhésifs...)

09				Entretien
09	01			Entretien ménager
09	01	01		Papiers et emballages ménagers
09	01	01	01	Papiers et emballages ménagers (aluminium, films alimentaires...)
09	01	01	02	Papiers essuie-tout
09	01	01	03	Sacs poubelle
09	01	01	04	Filtres à café
09	01	01	05	Sacs de congélation
09	01	02		Lessives
09	01	02	01	Lessives (linge)
09	01	03		Produits vaisselle
09	01	03	01	Produits vaisselle main
09	01	03	02	Produits lave-vaisselle (lavage et entretien)
09	01	04		Entretien du linge
09	01	04	01	Maintien des couleurs, ravivage anti-jaune, oxygénants
09	01	04	02	Assouplisseurs textile
09	01	04	03	Produits anti-calcaire (détartrant)
09	01	04	04	Teintures pour tissus
09	01	04	05	Produits pour repassage
09	01	04	06	Sachets parfumés ou fraîcheur
09	01	05		Détachants (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	05	01	Détachants vêtements
09	01	05	02	Détachants tapis-moquette
09	01	05	03	Traitements des textiles
09	01	05	04	Détachants à sec
09	01	06		Nettoyants-récurant ménager (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	06	01	Produits à nettoyer, récurer et désinfecter, multi-usages, avec ou sans javel
09	01	06	02	Nettoyants pour sols
09	01	06	03	Javels (eaux et gels)
09	01	06	04	Nettoyants pour appareils de cuisson (hors décapants fours 09.01.08.02)
09	01	07		Eponges et tissus éponge
09	01	07	01	Eponges et tissus éponge, tampons à récurer
09	01	07	02	Gants ménagers

Famille	Classe	Secteur	Variété	
09	01	08		Entretien des métaux
09	01	08	01	Décapants et entretien des métaux
09	01	08	02	Décapants fours et protection
09	01	08	03	Produits pour l'argenterie
09	01	08	04	Dégrippants métaux
09	01	09		Entretien des vitres (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	09	01	Entretien des vitres et glaces
09	01	10		Cires et encaustiques (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	10	01	Cires et encaustiques pour sols, vitrificateurs
09	01	10	02	Cires, encaustiques, nettoyants meubles
09	01	11		Cirages entretien cuirs
09	01	11	01	Cirages entretien cuirs
09	01	12		Brosserie
09	01	12	01	Balais, balais-dépoussiérant (dont lingettes), brosses, plumeaux
09	01	13		Entretien des véhicules (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	13	01	Produits entretien des véhicules
09	01	13	02	Désodorisants véhicules
09	01	14		Produits anti-humidité
09	01	14	01	Produits anti-humidité
09	01	15		Désodorisants ménagers
09	01	15	01	Désodorisants ménagers (produits et appareils)
09	01	15	02	Désodorisants textiles
09	01	15	03	Désodorisants chaussures
09	01	16		Insecticides-antimites
09	01	16	01	Insecticides
09	01	16	02	Antimites
09	01	17		Nettoyants sanitaires (dont lingettes avec ou sans accessoires (balais...))
09	01	17	01	Produits W-C détartrants
09	01	17	02	Déboucheurs sanitaires et canalisations
09	01	18		Litières
09	01	18	01	Litières
09	01	19		Désinfectants ménagers (bactéricides, fongicides)
09	01	19	01	Désinfectants textiles
09	01	19	02	Désinfectants chaussures
09	01	20		Institutionnel entretien ménager
09	01	20	01	Institutionnel entretien ménager

10				Hygiène Beauté
-----------	--	--	--	-----------------------



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
10	01			<u>Hygiène-soins intimes</u>
10	01	01		Cellulose toilette
10	01	01	01	Papiers toilette
10	01	01	02	Mouchoirs
10	01	01	03	Cotons
10	01	01	04	Lingettes pour bébés
10	01	02		Couches et changes complets
10	01	02	01	Couches et changes complets pour bébés
10	01	03		Hygiène féminine
10	01	03	01	Garnitures périodiques (serviettes et tampons)
10	01	03	02	Protège-slips
10	01	03	03	Produits soins intimes
10	01	04		Incontinence
10	01	04	01	Protections pour adultes
10	02			<u>Produits de toilette</u>
10	02	01		Savons, produits lignes de bains et douches
10	02	01	01	Savons, produits lignes de bains et douches
10	02	02		Déodorants spray, bille et lingettes parfumant
10	02	02	01	Déodorants femme
10	02	02	02	Déodorants homme
10	02	03		Dentifrices et produits dentaires
10	02	03	01	Dentifrices et produits dentaires (dont pour enfants)
10	02	03	03	Produits blanchisseurs de dents
10	02	04		Rasoirs et lames homme
10	02	04	01	Rasoirs et lames homme
10	02	04	02	Tondeuses à cheveux, à barbe
10	02	05		Rasage épilation femme
10	02	05	01	Rasage épilation femme (crèmes, cires, appareils rasage et lames)
10	02	06		Entretien prothèses dentaires
10	02	06	01	Entretien prothèses dentaires
10	02	07		Brosses à dents (dont électriques)
10	02	07	01	Brosses à dents (dont électriques)
10	02	08		Produits rasage homme
10	02	08	01	Produits rasage homme (bombes à raser, avant et après rasage...)
10	02	09		Produits toilette bébés, enfants
10	02	09	01	Produits toilette bébés, enfants
10	03			<u>Parfumerie</u>
10	03	01		Parfums et eaux de toilette femme
10	03	01	01	Parfums et eaux de toilette femme (grande distribution et VAD)
10	03	01	02	Parfums et eaux de toilette femme (distribution sélective)
10	03	02		Parfums et eaux de toilette homme

Famille	Classe	Secteur	Variété	
10	03	02	01	Parfums et eaux de toilette homme (grande distribution et VAD)
10	03	02	02	Parfums et eaux de toilette homme (distribution sélective)
10	03	03		Parfums et eaux de toilette enfant
10	03	03	01	Parfums et eaux de toilette enfant
10	03	05		Parfums et eaux de toilette animal
10	03	05	01	Parfums et eaux de toilette animal
10	03	06		Parfums et eaux de toilette mixtes
10	03	06	01	Parfums et eaux de toilette mixtes (grande distribution et VAD)
10	03	06	02	Parfums et eaux de toilette mixtes (distribution sélective)
10	04			<u>Produits de soins</u>
10	04	01		Soins spécifiques adolescent
10	04	01	01	Soins spécifiques adolescent (hors patch)
10	04	02		Soins du visage et beauté
10	04	02	01	Soins du visage et beauté femme
10	04	02	02	Soins du visage et beauté homme
10	04	02	03	Patch (pastilles adhésives anti-imperfections)
10	04	02	04	Brumisateurs d'eau
10	04	02	05	Nettoyants du visage (gels, lotions, mousse...) femme et homme
10	04	03		Démaquillants (visage et yeux) (dont lingettes)
10	04	03	01	Démaquillants (visage et yeux) (dont lingettes)
10	04	04		Produits solaires, après-solaires et autobronzants externes
10	04	04	01	Produits solaires et après-solaires externes
10	04	04	02	Produits autobronzants externes
10	04	05		Produits soins des mains
10	04	05	01	Produits soins des mains
10	04	06		Produits amincissants externes
10	04	06	01	Produits amincissants externes
10	04	07		Soins du corps
10	04	07	01	Soins du corps
10	04	08		Soins des lèvres
10	04	08	01	Soins des lèvres
10	04	09		Soins des pieds
10	04	09	01	Soins des pieds (dont déodorants)
10	05			<u>Maquillage</u>
10	05	01		Maquillage
10	05	01	01	Maquillage (fards, fonds de teint, rouges, mascaras, vernis...)
10	06			<u>Produits capillaires</u>
10	06	01		Shampooings, après-shampooings et masques capillaires
10	06	01	01	Shampooings, après-shampooings et masques capillaires (démélangants...)
10	06	02		Colorations capillaires

NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
10	06	02	01	Colorations capillaires
10	06	03		Maintien coiffure
10	06	03	01	Produits de coiffage, laques, fixateurs, gels...
10	06	04		Lotions et traitements
10	06	04	01	Lotions et traitements
10	06	05		Accessoires de coiffure
10	06	05	01	Accessoires de coiffure (barrettes, pinces...)
10	07			Equipement-Centres beauté
10	07	01		Instituts de beauté
10	07	01	01	Instituts de beauté
10	07	02		Salons de coiffure
10	07	02	01	Salons de coiffure
10	07	03		Centres pour la forme
10	07	03	01	Centres pour la forme

Famille	Classe	Secteur	Variété	
11	04			Equipements accessoires véhicules
11	04	01		Accessoires véhicules
11	04	01	01	Accessoires véhicules (housses, chaînes, alarme...)
11	04	01	02	Aide à la navigation (G P S...)
11	04	02		Equipements mécaniques et électriques
11	04	02	02	Equipements mécaniques
11	04	02	03	Equipements électriques et électroniques
11	04	03		Pneumatiques
11	04	03	01	Pneumatiques
11	05			Caravanes-bateaux
11	05	01		Caravanes
11	05	01	01	Caravanes, camping car, habitations mobiles...
11	05	02		Bateaux
11	05	02	01	Bateaux de plaisance

11				Automobile Transport
11	01			Automobiles-Poids lourds
11	01	01		Automobiles
11	01	01	01	Automobiles-voitures de tourisme et de sport gamme inférieure
11	01	01	02	Automobiles-voitures de tourisme et de sport gamme moyenne
11	01	01	03	Automobiles-voitures de tourisme et de sport gamme supérieure
11	01	01	04	Automobiles-voitures de tourisme et de sport opérations commerciales (portes ouvertes...), institutionnel marques, sans mise en avant d'un modèle particulier
11	01	02		Services et centres auto
11	01	02	01	Services et centres auto
11	01	02	02	Contrôles techniques
11	01	02	03	Stations de lavage
11	01	03		Camions-cars
11	01	03	01	Camions-cars
11	01	04		Véhicules utilitaires
11	01	04	01	Véhicules utilitaires
11	02			Deux roues
11	02	01		Accessoires deux roues
11	02	01	01	Accessoires deux roues
11	02	02		Deux roues
11	02	02	01	Motos, cyclomoteurs, scooters
11	02	02	02	Bicyclettes
11	03			Matériel de transport
11	03	01		Matériel de transport
11	03	01	01	Matériel de transport (dont moteurs hors automobile)

12				Voyage-Tourisme
12	01			Voyage-Tourisme
12	01	01		Location de véhicules
12	01	01	01	Location de moyens de transport
12	01	02		Compagnies aériennes
12	01	02	01	Compagnies aériennes
12	01	03		Compagnies maritimes
12	01	03	01	Compagnies maritimes
12	01	04		Clubs-Agences de voyages
12	01	04	01	Clubs, agences de voyages
12	01	05		Transports publics
12	01	05	01	Transports urbains
12	01	05	02	Transports routiers passagers
12	01	05	03	Transports ferroviaires
12	01	06		Offices de Tourisme
12	01	06	01	Tourisme français et étranger (collectivités locales et territoriales) hors développements économiques et sociaux (18 05 04 01)
12	01	06	02	Thermalisme et thalassothérapie
12	01	06	03	Stations de sports d'hiver
12	01	07		Restauration
12	01	07	01	Restauration rapide (dont sandwicherie), restaurants, cafétérias
12	01	08		Hôtellerie
12	01	08	01	Hôtellerie
12	01	08	02	Hôtellerie de plein air



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
13				Energie
13	01			Secteur pétrolier
13	01	01		Produits pétroliers
13	01	01	01	Lubrifiants, carburants et stations services
13	01	01	02	Additifs et nettoyants moteurs
13	01	02		Fioul domestique
13	01	02	01	Fioul domestique
13	01	03		Butane-Propane
13	01	03	01	Gaz butane, propane (bonbonnes)
13	01	03	02	Gaz naturel
13	02			Autres sources d'énergie
13	02	01		Autres sources d'énergie
13	02	01	01	Energies électriques, nucléaire
13	02	01	02	Energies renouvelables (vent, soleil, chaleur terrestre, eau, biodégradation...)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
15				Enseignement-Formation
15	01			Formations
15	01	01		Formations
15	01	01	01	Ecoles, cours, formations professionnels
15	01	01	02	Cours de langues (K7 audio, vidéo, CD Rom...)
15	01	01	03	Séjours linguistiques
15	01	01	04	Soutiens scolaires
15	02			Méthodes diverses
15	02	01		Cours de conduite
15	02	01	01	Cours de conduite
15	02	02		Méthodes diverses (dont minceur)
15	02	02	01	Méthodes minceur

Famille	Classe	Secteur	Variété	
16				Edition
16	01			Editions audio vidéo
16	01	01		Editions musicales
16	01	01	01	Editions musicales tous supports : CD, mobile... (sans garantie d'exclusivité)
16	01	02		Editions audiovisuelles
16	01	02	01	Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD... (sans garantie d'exclusivité)
16	02			Edition imprimée
16	02	01		Edition littéraire (aux seules chaînes exclusivement du câble et du satellite)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
16	02	01	12	Edition littéraire tous supports : livres, BD, livres électroniques... (sans garantie d'exclusivité)
16	02	04		Fascicules avec ou sans objets
16	02	04	01	Fascicules avec ou sans objets (sans garantie d'exclusivité)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
17				Distribution-VAD
17	01			Distribution généraliste
17	01	02		Grands magasins et centres commerciaux
17	01	02	01	Grands magasins
17	01	02	02	Centres commerciaux
17	01	03		GMS, Maxi discompteurs
17	01	03	01	GMS, Maxi discompteurs
17	01	03	02	Gamme MDD, 1er Prix (sans mise en avant d'un produit particulier)
17	01	03	03	Moyens de fidélisation
17	01	03	04	Cartes de paiement d'enseignes
17	01	04		GMS Services marchands
17	01	04	01	Parapharmacie
17	01	04	02	Billetterie
17	01	07		Soldeurs, ventes entrepôts, dépôts-ventes
17	01	07	01	Soldeurs, ventes entrepôts
17	01	07	02	Dépôts-ventes
17	01	08		Magasins locaux
17	01	08	01	Magasins locaux
17	01	09		Centrales d'achats
17	01	09	01	Centrales d'achats
17	02			Distribution spécialisée (hors commerce en ligne - voir 17.03.00.00 VAD Distribution)
17	02	01		Magasins et rayons spécialisés
17	02	01	01	Magasins et rayons spécialisés Alimentation/Boissons (surgelés, traiteurs...)
17	02	01	02	Magasins et rayons spécialisés Jardinerie/Pépinieriste/Fleuriste
17	02	01	03	Magasins et rayons spécialisés Moquette/Revêtements sols
17	02	01	04	Magasins et rayons spécialisés Ameublement/Luminaire/Literie
17	02	01	05	Magasins et rayons spécialisés Audiovisuel
17	02	01	06	Magasins et rayons spécialisés Bricolage/Quincaillerie
17	02	01	07	Magasins et rayons spécialisés Habillement/Textiles (précédemment Confection/Tissus)
17	02	01	08	Magasins et rayons spécialisés Electroménager/Electronique/Informatique
17	02	01	09	Magasins et rayons spécialisés Jeux/Jouets
17	02	01	10	Magasins et rayons spécialisés Maternité
17	02	01	11	Magasins et rayons spécialisés Photo
17	02	01	12	Magasins et rayons spécialisés Sanitaires/Carrelages
17	02	01	13	Magasins et rayons spécialisés Cuisines



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

76

Famille	Classe	Secteur	Variété	
17	02	01	14	Magasins et rayons spécialisés Sports (habillement, accessoires, textile sport, matériel de sport)
17	02	01	15	Magasins et rayons spécialisés Parfumeries/Beauté/Hygiène/Parapharmacie
17	02	01	16	Magasins et rayons spécialisés Loisirs/Produits culturels (librairie, papeterie, musique, vidéo...)
17	02	01	17	Magasins et rayons spécialisés Décoration d'intérieur/Arts de la table
17	02	01	18	Magasins et rayons spécialisés Téléphonie/Télécommunication
17	02	01	19	Magasins et rayons spécialisés Chaussures (hors Sports)
17	03			VAD Distribution (y compris commerce en ligne - ex-49.03.00.00 Internet)
17	03	01		VAD Distribution
17	03	01	02	VAD Alimentation/Boissons (surgelés, traiteurs...)
17	03	01	03	VAD Jardinerie/Pépiniériste/Fleuriste
17	03	01	04	VAD Décoration/Moquette
17	03	01	05	VAD Ameublement/Luminaire/Literie
17	03	01	06	VAD Audiovisuel
17	03	01	07	VAD Bricolage/Quincaillerie
17	03	01	08	VAD Confection/Tissus
17	03	01	09	VAD Electroménager/Electronique/Informatique
17	03	01	10	VAD Jeux/Jouets
17	03	01	11	VAD Maternité
17	03	01	12	VAD Photo
17	03	01	13	VAD Sanitaires/Carrelages
17	03	01	14	VAD Cuisines
17	03	01	15	VAD Sports (habillement, accessoires, textile sport, matériel de sport)
17	03	01	16	VAD Parfumeries/Beauté/Hygiène/Parapharmacie
17	03	01	17	VAD Loisirs/Produits culturels (librairie, papeterie, musique, vidéo...)
17	03	01	18	VAD Voyages/Tourisme
17	03	01	19	VAD Dépôts-ventes
18				Ets financiers-assurance
18	01			Etablissements financiers-assurance
18	01	01		Services financiers
18	01	01	01	Conseils-experts financiers, affacturage
18	01	01	02	Agents de change-bourses
18	01	01	03	Monnaies de collection
18	01	01	04	Cautions mutuelles immobilières
18	01	02		Banques
18	01	02	01	Placements-épargne (Livret, PEL, Codevi...) sauf épargne retraite (voir 18.01.03.01)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
18	01	02	02	Moyens de paiement (cartes de crédit, de paiement)
18	01	02	03	Autres moyens de paiement (Traveller's chèques...)
18	01	02	04	Prêts immobiliers
18	01	02	05	Prêts personnels (hors autos-motos), à la consommation, crédits renouvelables, rachats de crédits, prêts travaux...
18	01	02	06	Prêts automobiles, motos...
18	01	02	07	Cartes multi-services, à points
18	01	02	08	Institutionnel banque (sans mise en avant d'un produit ou service particulier)
18	01	02	09	Services bancaires aux entreprises
18	01	02	10	Services bancaires aux particuliers
18	01	03		Assurances
18	01	03	01	Assurances vie, retraite (dont épargne, PERP), prévoyance, santé, médicale
18	01	03	02	Assurances automobiles, motos...
18	01	03	03	Assurances multirisques habitation
18	01	03	04	Assurances assistance-loisirs et déplacements
18	01	03	05	Assurances obsèques
18	01	03	06	Assurances scolaires
18	01	03	07	Assurances animaux
18	01	03	08	Assurances professionnelles (risques industriels...)
18	01	03	09	Institutionnel assurance (sans mise en avant d'un produit ou service particulier)
18	01	03	10	Assistance, protection juridique
18	01	03	11	Assurances prêts (immobilier...)

19				Jardinage-Bricolage-Agriculture
19	01			Jardinage
19	01	01		Plantes et graines
19	01	01	01	Plantes, fleurs, graines et bulbes
19	01	02		Matériels parcs et jardins
19	01	02	01	Tondeuses, motoculteurs, débroussailluses...
19	01	02	02	Matériels d'arrosage
19	01	02	03	Outils de jardin à moteur et à main
19	01	02	04	Tronçonneuses
19	01	03		Bacs à plantes, mini-serres
19	01	03	01	Bacs à plantes, mini-serres
19	01	04		Engrais et traitements jardin et appartement (phytosanitaires)
19	01	04	01	Engrais jardin et plantes appartement



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
19	01	04	02	Traitements divers jardin et appartement (insecticides, fongicides, herbicides...)
19	02			Bricolage
19	02	01		Outillages pour bricoleur
19	02	01	01	Outillages électriques et classiques (perceuses, agrafeuses...)
19	02	01	02	Matériels de nettoyage sols et murs
19	02	01	03	Visserie : boulons, chevilles, clous, crochets, écrous, rivets, rondelles, vis...
19	03			Agriculture
19	03	01		Matériels agricoles
19	03	01	01	Matériels agricoles (tracteurs...)
19	03	01	02	Matériels de préparation des sols
19	03	02		Engrais agricoles
19	03	02	01	Engrais chimiques agricoles (biostimulants, substrats, terreaux spéciaux...)
19	03	03		Nutrition animale
19	03	03	01	Aliments pour animaux de ferme
19	03	04		Eleveurs de chevaux
19	03	04	01	Eleveurs de chevaux

20				Services
20	01			Marché du travail
20	01	01		Personnel intérimaire
20	01	01	01	Personnel intérimaire
20	01	02		Cabinet de recrutement
20	01	02	01	Cabinet de recrutement
20	01	02	02	Conseils en mobilité professionnelle internationale (carte verte, expatriation...)
20	01	03		Recrutement des entreprises
20	01	03	01	Recrutement des entreprises
20	02			Entreprises de communication
20	02	01		Communication
20	02	01	01	Agences de communication
20	02	01	02	Agences de mannequins
20	03			Location biens et services
20	03	01		Déménagements
20	03	01	01	Déménagements, garde-meubles, stockage privatif...
20	03	02		Transports express courrier
20	03	02	01	Transports express, fret, sociétés de coursiers
20	03	02	02	Courrier, timbres, colis, enveloppes, matériels courrier...
20	03	03		Location-dépannages (hors automobiles)
20	03	03	01	Location de matériels, appareils

Famille	Classe	Secteur	Variété	
20	03	03	02	Sociétés de dépannages (hors automobiles)
20	03	04		Agences matrimoniales (+ serveurs...) et clubs de rencontres
20	03	04	01	Agences matrimoniales (+ serveurs...) et clubs de rencontres
20	03	05		Laverie-pressing
20	03	05	01	Laverie-pressing
20	03	06		Restauration d'entreprise
20	03	06	01	Sociétés de restauration d'entreprise, tickets restaurant...
20	03	07		Services divers
20	03	07	01	Services cadeaux (fleurs, chèques...)
20	03	07	02	Maisons de retraite
20	03	07	03	Sociétés de services funéraires
20	03	07	04	Services de télé-assistance aux personnes
20	03	08		Services professionnels
20	03	08	01	Expertise, audit, consultants...
20	03	08	02	Sociétés de nettoyage industriel
20	03	08	03	Services professionnels à la personne, aide à domicile
20	03	09		Surveillance
20	03	09	01	Gardiennage, sécurité, détectives...
20	04			Services publics et collectifs
20	04	01		Associations, fédérations et organisations professionnelles
20	04	01	01	Associations, fédérations et organisations professionnelles (dont Agence Nationale pour les Chèques-Vacances)
20	04	02		Organismes humanitaires
20	04	02	01	Organismes humanitaires (fondations...)
20	04	03		Informations gouvernementales
20	04	03	01	Informations gouvernementales
20	04	03	02	Grandes causes nationales (hors humanitaires)
20	04	04		Collectivités locales (hors tourisme)
20	04	04	01	Développements économiques et sociaux (hors offices de tourisme 12.01.06.01)
20	05			Clubs et associations
20	05	01		Clubs et associations sportives
20	05	01	01	Clubs et associations sportives

21				Immobilier
21	01			Immobilier
21	01	01		Immobilier habitation (appartements...)
21	01	01	01	Immobilier habitation (appartements...)
21	01	02		Immobilier de bureaux
21	01	02	01	Immobilier de bureaux



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
21	01	03		Services et agences immobilières
21	01	03	01	Services et agences immobilières (y compris sites Internet)

22				
Publicité Financière				
22	01			Publicité Financière
22	01	01		Opérations financières
22	01	01	01	Privatisations et ouvertures/augmentations de capital
22	01	02		Informations financières
22	01	02	01	Informations financières, publications des résultats

23				
Corporate				
23	01			Corporate
23	01	01		Corporate d'entreprise
23	01	01	01	Corporate d'entreprise

26				
Pharmacie-Médecine				
Produits pharmaceutiques publics				
Articles et appareils de santé				
26	01	01	01	Accessoires de santé (thermomètre, tensiomètre...)
26	01	01	02	Préservatifs, lubrifiants...
26	01	01	03	Bouchons anti-bruit
26	01	01	04	Produits anti-ronflements
26	01	01	05	Articles de puériculture
Pharmacie diverse				
26	01	02	01	Collyres-soins des yeux
26	01	02	02	Tests de grossesse
26	01	02	03	Tests d'ovulation
26	01	02	04	Produits de cure solaire (ex-bronzants internes (produits solaires oraux))
26	01	02	05	Produits de cure minceur (ex-produits internes amincissants)
26	01	02	06	Produits anti-insectes
26	01	02	07	Produits antiparasites et accessoires (poux...)
26	01	02	08	Vaccins (sauf anti-grippe)
26	01	02	09	Traitements des oreilles
26	01	02	10	Traitements pour la ménopause
26	01	02	11	Traitements de l'impuissance masculine
26	01	02	12	Traitements anti-histaminiques (rhinites allergiques...)
26	01	02	13	Produits de cure anti-rides internes (raffermissant, liftant...)
26	01	02	14	Produits de cure capillaire (circuit pharmacie/parapharmacie)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
26	01	02	15	Produits de cure hydratation interne
26	01	02	16	Assainissants atmosphériques (sprays...)
26	01	02	17	Traitements des gênes urinaires
Sédatifs				
26	01	03	01	Sédatifs (relaxant...)
Toux-grippe-analgésiques				
26	01	04	01	Analgésiques
26	01	04	02	Anti-grippe
26	01	04	03	Anti-rhume, décongestionnants
26	01	04	04	Toux et maux de gorge
26	01	04	05	Vaccins anti-grippe
Estomac-digestion				
26	01	05	01	Estomac-digestion
26	01	05	02	Laxatifs
26	01	05	03	Antinausée (malaise de transports...)
26	01	05	04	Antidiarrhées
Antidouleurs-dermatologie, orthopédie				
26	01	06	01	Antidouleurs-rhumatismes (baumes dermiques, musculaires...)
26	01	06	02	Affections virales de la peau (anti-herpétiques, boutons de fièvre...)
26	01	06	03	Soins des jambes, orthopédie
26	01	06	04	Autres affections virales de la peau (verrues...)
26	01	06	05	Affections fongiques de la peau (mycoses...)
26	01	06	06	Infections de la bouche (aphtes...)
26	01	06	07	Traitements des brûlures
Toniques et vitamines				
26	01	07	01	Vitamines, fortifiants, sels minéraux
Soins hémorroïdes-circulation du sang				
26	01	08	01	Soins hémorroïdes
26	01	08	02	Circulation du sang
Traitements anti-tabac				
26	01	09	01	Traitements anti-tabac
Pansements-désinfectants				
26	01	10	01	Pansements, bandages
26	01	10	02	Antiseptiques, désinfectants
Appareils pour malentendants				
26	01	11	01	Appareils pour malentendants
Institutionnel produits pharmaceutiques publics				
26	01	12	01	Institutionnel médicaments
26	01	12	02	Institutionnel parapharmacie
Prévention médicale				
26	02	01		Prévention médicale



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

79

Famille	Classe	Secteur	Variété	
26	02	01	01	Prévention médicale
26	03			Santé animaux domestiques
26	03	01		Produits vétérinaires animaux de compagnie
26	03	01	01	Produits vétérinaires animaux de compagnie (antipuces...)
26	04			Matériel médical
26	04	01		Matériels d'assistance pour personnes à mobilité réduite
26	04	01	01	Mobiliers d'assistance pour personnes à mobilité réduite : monte-escaliers, mini-ascenseurs...
26	04	01	02	Matériels d'assistance pour personnes à mobilité réduite : scooters, déambulateurs...
26	04	01	03	Baignoires médicales, élévateurs de bains
26	04	02		Matériels d'imagerie médicale
26	04	02	01	Matériels d'imagerie médicale (radiologie, scanner, échographie, imagerie par résonance magnétique...)
26	05			Centres hospitaliers, cliniques
26	05	01		Centres hospitaliers, cliniques
26	05	01	01	Centres hospitaliers, cliniques

30				
Audiovisuel-Photo-Cinéma				
30	01			Audiovisuel
30	01	01		Radios et Hi-fi
30	01	01	01	Hi-fi, radios, minidisc, lecteurs et graveurs CD... de salon
30	01	01	02	Radios et audios portables (baladeurs, MP3...)
30	01	02		Autoradios, lecteurs DVD auto et accessoires
30	01	02	01	Autoradios, lecteurs DVD auto et accessoires
30	01	03		Supports enregistrement
30	01	03	03	Supports audio-vidéo enregistrables (cartes mémoire, clés...)
30	01	04		Télévision-vidéo
30	01	04	01	Téléviseurs, magnétoscopes, lecteurs/enregistreurs DVD, PVR/DVR...
30	01	04	02	Caméscopes, matériels vidéo
30	01	04	03	Terminaux numériques (TNT...)
30	02			Musique-audiovisuel
30	02	01		Instruments de musique
30	02	01	01	Instruments de musique et accessoires
30	02	02		Accessoires radio TV
30	02	02	01	Accessoires radio TV (antennes, écouteurs...)
30	03			Photo-cinéma
30	03	01		Photographie et cinéma
30	03	01	01	Appareils (dont jetables et numériques), accessoires et traitements photos (imprimantes spéciales...)

Famille	Classe	Secteur	Variété	
31				Equipement Matériel Sport (Famille supprimée : voir Classes 04 08 et 32 03)

32				
Culture et Loisirs				
32	01			Jouets et jeux
32	01	01		Ordinateurs pour enfants, consoles et logiciels jeux
32	01	01	04	Ordinateurs pour enfants
32	01	01	05	Ordinateurs de poche, agendas électroniques pour enfants
32	01	01	06	Consoles, logiciels et accessoires jeux vidéo (sans garantie d'exclusivité)
32	01	02		Jouets filles et garçons
32	01	02	01	Grandes poupées-poupons à fonctions (et accessoires)
32	01	02	02	Grandes poupées-poupons classiques (et accessoires)
32	01	02	03	Poupées mannequins (et accessoires) filles
32	01	02	04	Mini poupées, figurines, figurines miniatures filles (et accessoires)
32	01	02	05	Mini poupées, figurines, figurines miniatures parlantes (et accessoires)
32	01	02	06	Landaus-poussettes (jouets) sauf à fonctions et/ou interactifs
32	01	02	07	Bijoux et accessoires enfants (maquillage...)
32	01	02	08	Peluches (sauf peluches à fonctions et/ou interactives)
32	01	02	09	Jeux éducatifs électroniques
32	01	02	10	Jeux éducatifs (sauf électroniques)
32	01	02	11	Jeux artistiques, activités manuelles (modelage, dessin, poterie...)
32	01	02	12	Instruments de musique enfants, jouets musicaux
32	01	02	13	Robots (transformables sauf à fonctions et/ou interactifs)
32	01	02	14	Véhicules et engins miniatures, garages (sauf à fonctions et/ou interactifs)
32	01	02	15	Avions (sauf à fonctions et/ou interactifs)
32	01	02	16	Jouets radioguidés et télécommandés
32	01	02	17	Trains et circuits électriques
32	01	02	18	Figurines, figurines miniatures garçons (et accessoires)
32	01	02	19	Poupées mannequins (et accessoires) garçons
32	01	02	20	Porteurs-véhicules enfants
32	01	02	21	Jeux de construction
32	01	02	22	Structures et personnages
32	01	02	23	Jeux de professions et panoplies
32	01	02	24	Jeux sportifs-plein air
32	01	02	25	Gadgets pour enfants (sans garantie d'exclusivité)
32	01	02	26	Vignettes, images à collectionner
32	01	02	27	Matériels vidéo enfants
32	01	02	28	Matériels audio enfants
32	01	02	29	Matériels photos enfants



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
32	01	02	30	Peluches à fonctions et/ou interactives
32	01	02	31	Voiturettes électriques enfants
32	01	02	32	Robots de compagnie à fonctions et/ou interactifs (animaux...)
32	01	02	33	Accessoires jouets à fonctions et/ou interactifs
32	01	02	34	Jeux scientifiques et accessoires
32	01	02	35	Têtes à coiffer (y compris à fonctions) et accessoires
32	01	02	36	Jouets musicaux (Karaoke...)
32	01	03		Jeux 1er âge (0 à 30 mois)
32	01	03	01	Jouets et jeux 1er âge (0 à 30 mois)
32	01	03	02	Tricycles 1er âge
32	01	04		Jeux de société
32	01	04	01	Jeux de société enfants et familiaux (sans garantie d'exclusivité)
32	01	04	02	Jeux de société adultes (sans garantie d'exclusivité)
32	01	04	04	Puzzles
32	01	04	05	Maquettes
32	01	04	06	Jeux traditionnels (dés, jeux de cartes...)
32	01	05		Autres jouets et jeux
32	01	05	01	Feux d'artifice
32	01	07		Institutionnel jouets et jeux
32	01	07	01	Institutionnel jouets et jeux
32	02			Jeux et manifestations
32	02	01		Salons - Foires - Expositions
32	02	01	01	Salons, foires, expositions (publicité nationale)
32	02	01	02	Salons (publicité régionale)
32	02	01	03	Foires (publicité régionale)
32	02	01	04	Expositions (publicité régionale)
32	02	02		Cinéma (pas encore ouvert à la publicité classique sauf chaînes payantes "Cinéma", chaînes transfrontières)
32	02	02	01	Films, salles et festivals de cinéma
32	02	03		Spectacles-manifestations
32	02	03	01	Spectacles vivants (théâtres, concerts...)
32	02	03	02	Musées
32	02	03	03	Soirées à thèmes
32	02	04		Manifestations sportives
32	02	04	01	Manifestations sportives
32	02	05		Centres de loisirs
32	02	05	01	Parcs d'attraction
32	02	05	02	Zoo/parc animalier
32	02	06		Casino-loteries (en attente d'une nouvelle législation)
32	02	06	01	Casinos (poker...)
32	02	06	02	Jeux

Famille	Classe	Secteur	Variété	
32	02	06	03	Paris
32	03			Matériels de sports
32	03	01		Matériels de sports
32	03	01	01	Matériels de sports (pétanque, patins, planches, skis...)
32	03	02		Matériels de camping
32	03	02	01	Matériels de camping

33				Information Media
33	01			Information Media
33	01	01		Radio
33	01	01	01	Stations de radio
33	01	02		Presse
33	01	02	01	Presse quotidienne nationale
33	01	02	02	Presse quotidienne régionale
33	01	02	03	Presse départementale et locale
33	01	02	04	Périodiques locaux gratuits
33	01	02	05	Magazines Actualité-hebdomadaires, Informations générales, culturelles (littérature, spectacles) et scientifiques, Société
33	01	02	06	Magazines Affaires (économie, investissements, entreprises, emplois, carrières)
33	01	02	07	Magazines Animaux, Chasse et Pêche, Mer, Océanographie
33	01	02	08	Magazines Arts, Objets d'arts, Antiquités, Collections, Brocante, Ventes aux enchères
33	01	02	09	Magazines Auto-moto
33	01	02	10	Magazines Bandes dessinées (hors enfants)
33	01	02	11	Magazines Bricolage, Travaux décoratifs, Jardins, Piscines
33	01	02	12	Magazines Cinéma, Haute-fidélité, Home cinema, DVD, Vidéo, Photo-ciné-vidéo amateur
33	01	02	13	Magazines Famille
33	01	02	14	Magazines Féminins, Beauté, Mode, Forme, Diététique, Santé
33	01	02	15	Magazines Histoire
33	01	02	16	Magazines Immobilier
33	01	02	17	Magazines Informatique, Multimédia, Electronique, Internet, Télécommunications, Télématique
33	01	02	18	Magazines Jeunesse (enfant, pré-adolescent, adolescent et étudiant)
33	01	02	19	Magazines Jeux, Jeux vidéo, Modelisme et maquettisme, trains
33	01	02	20	Magazines Maison, Décoration, Art de vivre
33	01	02	21	Magazines Cuisine
33	01	02	22	Magazines Masculins
33	01	02	23	Magazines locaux et régionaux
33	01	02	24	Magazines Musique, Danse, Variétés
33	01	02	25	Magazines Personnalités, Célébrités



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

81

Famille	Classe	Secteur	Variété	
33	01	02	26	Magazines Revues de marques (<i>consumers</i>)
33	01	02	27	Magazines Séniors
33	01	02	28	Magazines Sports
33	01	02	29	Magazines Télévision-radio
33	01	02	30	Magazines Tourisme
33	01	02	31	Magazines Turfisme-courses
33	01	02	32	Presse technique et professionnelle, presse agricole, presse médicale
33	01	03		Télévision
33	01	03	01	Chaînes TV, bouquets numériques
33	01	04		Afficheurs
33	01	04	01	Afficheurs
33	01	05		Sites Internet éditoriaux
33	01	05	01	Sites Internet éditoriaux (avec contenus journalistiques)

49				Télécommunication
49	01			Téléphonie/Télécommunication
49	01	01		Services et offres du téléphone
49	01	01	01	Services et offres du téléphone fixe, institutionnel téléphone
49	01	01	02	Services et offres forfaits du téléphone mobile pour les particuliers
49	01	01	03	Cartes téléphoniques
49	01	01	04	Services et offres prépayés du téléphone mobile
49	01	01	05	Services et offres forfaits du téléphone mobile pour les professionnels
49	01	02		Autres appareils de communication
49	01	02	01	Matériels télématiques
49	01	02	02	Fax télécopieurs
49	01	03		Moyens de transmission
49	01	03	01	Câble, satellite, matériels de réseaux de télécommunication (uniquement transporteur)
49	01	04		Appareils de téléphonie
49	01	04	01	Appareils de téléphonie fixe, répondeurs
49	01	04	02	Appareils de téléphonie mobile
49	02			Fournisseurs de contenu (Téléphone, SMS/MMS et Internet/ Podcasting)
49	02	01		Fournisseurs de contenu jeux
49	02	01	01	Fournisseurs de contenu jeux (sans garantie d'exclusivité)
49	02	02		Fournisseurs de contenu astrologie
49	02	02	01	Fournisseurs de contenu astrologie-voyance (sans garantie d'exclusivité)
49	02	03		Fournisseurs de contenu de services
49	02	03	07	Fournisseurs de contenu annuaires, renseignements téléphoniques

Famille	Classe	Secteur	Variété	
49	02	03	08	Fournisseurs de contenu de services (sans garantie d'exclusivité)
49	02	04		Fournisseurs de contenu messagerie dialogue
49	02	04	01	Fournisseurs de contenu psychologie-sexologie (sans garantie d'exclusivité)
49	02	04	02	Services d'échanges interpersonnels (<i>chat...</i>) (sans garantie d'exclusivité)
49	02	06		Fournisseurs de contenu Télécommunication
49	02	06	02	Personnalisation du téléphone : chargements de logos et sonneries (sans garantie d'exclusivité)
49	02	07		Fournisseurs de contenu Audiovisuel
49	02	07	01	Plates-formes de distribution de contenus audiovisuels numériques (télévision de rattrapage (<i>Catch-Up TV</i>), VOD...)
49	03			Internet
49	03	01		Internet
49	03	01	01	Fournisseurs d'accès
49	03	01	02	Sites internet (dont moteurs/portails, navigateur... hors sites éditoriaux 33.01.05.01 et commerce en ligne 17 03 00 00) (sans garantie d'exclusivité)
49	04			Convergence Télécommunication
49	04	01		Convergences
49	04	01	01	Offres multi-services/ <i>play</i> (TV et/ou Internet et/ou téléphone et/ou mobile) des opérateurs/réseaux fixes (" <i>box</i> ")
49	04	01	02	Offres multi-services/ <i>play</i> (TV et/ou Internet et/ou téléphone et/ou mobile) des opérateurs/réseaux mobiles pour les particuliers
49	04	01	03	Appareils de convergence Télécommunication (audiovisuel, Internet, musique, photo, téléphone...)
49	04	01	04	Offres multi-services/ <i>play</i> (TV et/ou Internet et/ou téléphone et/ou mobile) des opérateurs/réseaux mobiles pour les professionnels

50				Informatique (dont Bureautique-Imprimantes)
50	01			Informatique
50	01	01		Informatique
50	01	01	02	Réseaux et systèmes
50	01	01	03	Micro-ordinateurs
50	01	01	04	Processeurs
50	01	02		Matériels périphériques
50	01	02	01	Scanners, lecteurs, graveurs (autres que CD audio), souris, webcams...
50	01	02	02	Modems
50	01	03		Calcul/Ordinateurs-Assistants personnels
50	01	03	01	Calculatrices
50	01	03	02	Assistants personnels électroniques (ex-ordinateurs de poche, agendas électroniques)



NOMENCLATURE DES PRODUITS 2010

Famille	Classe	Secteur	Variété	
50	01	03	04	Stations Météo électroniques
50	01	04		Imprimantes
50	01	04	01	Imprimantes (hors spéciales photos 30 03 01 01)
50	02			Matériels de transposition
50	02	01		Copieurs
50	02	01	01	Copieurs
50	03			Services informatiques
50	03	01		Logiciels pour adultes
50	03	01	01	Logiciels pour adultes (dont <i>Plug In</i>) hors jeux
50	04			Mobilier-Fournitures bureau
50	04	01		Papeterie
50	04	01	01	Papeterie (cahiers, classeurs, agendas...)
50	04	01	02	Colles de bureau, rubans adhésifs...
50	04	01	03	Correcteurs écriture
50	04	02		Matériels d'écriture
50	04	02	01	Matériels d'écriture (stylos, crayons, marqueurs, feutres...)
50	04	02	02	Surligneurs
50	04	03		Mobiliers et matériels de bureau
50	04	03	01	Mobiliers et matériels de bureau

Famille	Classe	Secteur	Variété	
70	02	01		Produits emballage
70	02	01	01	Emballages industriels
70	03			Protection-sécurité
70	03	01		Systèmes de protection
70	03	01	01	Extincteurs
70	04			Electrotechnique-Electronique
70	04	01		Alimentation électrique
70	04	01	01	Générateurs

55				BTP
55	01			Matériaux
55	01	01		Matériaux de gros œuvre
55	01	01	01	Matériaux de gros œuvre
55	02			Couverture-étanchéité
55	02	01		Couverture-étanchéité
55	02	01	01	Couverture-étanchéité
55	03			Revêtements sols industriels
55	03	01		Revêtements sols industriels
55	03	01	01	Revêtements sols industriels (routiers...)
55	04			Entreprises de construction
55	04	01		Entreprises de construction
55	04	01	01	Entreprises de construction-BTP

70				Industrie
70	01			Métallurgie-Travaux métaux
70	01	01		Métallurgie-Travaux métaux
70	01	01	01	Métallurgie-Travaux métaux
70	02			Conditionnement



RÉSERVATION D'ESPACE



Attestation de mandat espace classique

Modèle à établir par l'annonceur sur papier à en-tête de sa société.
Un original doit être transmis à M6 Publicité.

Nous soussignés

Dénomination sociale : _____

Siège social * : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET : 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA

ou n° identifiant national ne renseigner qu'une seule mention

Représentée par : Nom _____ Prénom _____

Agissant en qualité de : _____

dûment habilité(e) à l'effet des présentes, ci-après dénommée "l'annonceur".

* Si l'adresse de facturation est différente de celle du siège social indiquée ci-dessus, merci de l'inscrire dans le tableau page 3.

attestons avoir mandaté

Dénomination sociale : _____

Siège social : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET : 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA

ou n° identifiant national ne renseigner qu'une seule mention

ci-après dénommée "le mandataire".

autorisons la substitution du mandataire

Dénomination sociale : _____

Siège social : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET : 14 chiffres

ou n° Opérateur TVA

ou n° identifiant national ne renseigner qu'une seule mention

ci-après dénommée "le sous-mandataire".

pour effectuer en notre nom auprès de la régie ou des régies suivantes :

mandat partiel : ne cocher que la mission pour laquelle vous avez donné mandat

> achat d'espace

> réservation d'espace

> signature du bon de commande (y compris par EDIPublicité)

> signature du contrat commercial

> gestion et suivi du bon de commande

		mandataire	sous-mandataire	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	pour l'année 201.. :	<input type="text"/>	<input type="text"/>	ou
préciser éventuellement	campagne :	<input type="text"/>	<input type="text"/>	ou
	période du ... au :	<input type="text"/> / <input type="text"/>	<input type="text"/> / <input type="text"/>	201..
		jour mois	jour mois	

> gestion et contrôle de la facturation

> s'assurer du paiement des factures à bonne date

sur le(s) support(s) suivant(s) :

les lister ou cocher

Tous les supports de la régie

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

pour le(s) produit(s) / service(s) :

garantissons la parfaite adéquation des missions entre notre mandataire et le sous-mandataire

notifierons à (aux) régie(s), par lettre recommandée avec accusé de réception, toute modification du contrat de mandat survenant en cours d'année

Règlement des factures

par l'annonceur

par le mandataire ou

par le sous-mandataire
chargé de la gestion de la facturation

Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de la (ou les) régie(s) publicitaire(s).

Facultatif : L'annonceur donne **mandat spécial** **au mandataire** / **au sous-mandataire** **à l'effet d'encaisser** auprès de la ou des régies, en son nom et pour son compte, le **montant des avoirs** établis par la ou les régies. L'annonceur reconnaît **expressément** que le **paiement desdits avoirs à son mandataire ou à son sous-mandataire** par la ou les régies a un **effet libératoire** et qu'il assumera **seul** les risques de **défaillance ultérieure de son mandataire**.

déclarons avoir pris connaissance des **Conditions Générales de Vente**, des Conditions commerciales

et/ou tarifaires de la régie _____ applicables en 2010
en **acceptons** expressément les dispositions
et **déclarons** garder confidentiels entre les parties signataires les documents, informations, conditions échangés au titre des investissements effectués en 2010.

Date : / / 201...

faire précéder la signature de la mention manuscrite "lu et approuvé"

Mandataire
Signature et cachet

faire précéder la signature de la mention manuscrite "lu et approuvé"

Annonceur
Signature et cachet

faire précéder la signature de la mention manuscrite "lu et approuvé"

Sous-mandataire
Signature et cachet

Dans le cadre d'un groupe annonceurs, merci d'indiquer pour chaque filiale leur adresse de facturation.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES DE FACTURATION

NOM DE L'ANNONCEUR	NOM DES PRODUITS	ADRESSE DE FACTURATION

Attestation de mandat parrainage

Modèle à établir par l'annonceur sur papier à en-tête de sa société.
Un original doit être transmis à M6 Publicité.

Nous soussignés

Dénomination sociale : _____

Siège social* : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET :

 14 chiffres
ou n° Opérateur TVA
ou n° identifiant national

--

 ne renseigner qu'une seule mention

Représentée par : Nom _____ Prénom _____

Agissant en qualité de : _____

dûment habilité(e) à l'effet des présentes, ci-après dénommée "l'annonceur".

* Si l'adresse de facturation est différente de celle du siège social indiquée ci-dessus, merci de l'inscrire dans le tableau page 3.

attestons avoir mandaté

Dénomination sociale : _____

Siège social : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET :

 14 chiffres
ou n° Opérateur TVA
ou n° identifiant national

--

 ne renseigner qu'une seule mention

ci-après dénommée "le mandataire".

autorisons la substitution du mandataire

Dénomination sociale : _____

Siège social : _____

CP _____ Ville _____ Pays _____

SIRET :

 14 chiffres
ou n° Opérateur TVA
ou n° identifiant national

--

 ne renseigner qu'une seule mention

ci-après dénommée "le sous-mandataire".

pour effectuer en notre nom auprès de la régie ou des régies suivantes :

mandat partiel : ne cocher que la mission pour laquelle vous avez donné mandat

> signature de(s) l'opération(s) de parrainage et ses avenants

> gestion et suivi de(s) l'opération(s) de parrainage

préciser éventuellement	pour l'année 201.. :	mandataire	sous-mandataire	ou
	campagne :			ou
	période du ... au :	/	/	201..
		jour mois	jour mois	

> gestion et contrôle de la facturation

> s'assurer du paiement des factures à bonne date

--	--

pour effectuer en notre nom auprès de :

indiquer la société productrice et/ou éditrice de(s) l'opération(s)

mandat partiel : ne cocher que la mission pour laquelle vous avez donné mandat

> gestion et contrôle de la facturation de la réalisation

> s'assurer du paiement des factures à bonne date

mandataire	sous-mandataire
------------	-----------------

pour l'(les) émission(s) / opération(s) suivante(s) :

sur le(s) support(s) suivant(s) : les lister ou cocher Tous les supports de la régie

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

garantissons la parfaite adéquation des missions entre notre mandataire et le sous-mandataire

notifierons à (aux) régie(s), par lettre recommandée avec accusé de réception, toute modification du contrat de mandat survenant en cours d'année

Règlement des factures par l'annonceur par le mandataire ou
Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de la (ou les) régie(s) publicitaire(s). par le sous-mandataire
chargé de la gestion de la facturation

Facultatif : L'annonceur donne **mandat spécial** **au mandataire** / **au sous-mandataire** **à l'effet d'encaisser** auprès de la ou des régies, en son nom et pour son compte, le **montant des avoirs** établis par la ou les régies. L'annonceur reconnaît **expressément** que le **paiement desdits avoirs à son mandataire ou à son sous-mandataire** par la ou les régies a un **effet libératoire** et qu'il assumera **seul** les risques de **défaillance ultérieure de son mandataire**.

déclarons avoir pris connaissance des **Conditions Générales de Vente**, des Conditions commerciales et/ou tarifaires de la régie _____ applicables en 2010 en **acceptons** expressément les dispositions et **déclarons** garder confidentiels entre les parties signataires les documents, informations, conditions échangés au titre des investissements effectués en 2010.

Date : 201...

faire précéder la signature de la mention manuscrite "lu et approuvé"
Mandataire
 Signature et cachet

faire précéder la signature de la mention manuscrite "lu et approuvé"
Annonceur
 Signature et cachet

faire précéder la signature de la mention manuscrite "lu et approuvé"
Sous-mandataire
 Signature et cachet

Dans le cadre d'un groupe annonceurs, merci d'indiquer pour chaque filiale leur adresse de facturation.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES DE FACTURATION

NOM DE L'ANNONCEUR	NOM DES PRODUITS	ADRESSE DE FACTURATION



89, avenue Charles de Gaulle - 92575 Neuilly-sur-Seine Cedex
 Téléphone : 01 41 92 66 66 - Télécopieur : 01 41 92 60 79
 Web : www.m6pub.fr NAF 744A



SAS au capital de 50 000 € - RCS Nanterre B 340 949 031
 Siren 340 949 031 00017 - TVA FR50340949031

Fiche annonceur 2010

(exclusivement pour les annonceurs n'effectuant pas leur achat d'espace publicitaire par EDI)

Annonceur

Adresse :

Code Postal :

N° Téléphone :

N° SIRET :

Responsable de la campagne :

E-mail :

Ville :

Groupe (éventuel) :

N° TVA :

Mandataire

Adresse :

Code Postal :

N° Téléphone :

N° SIRET :

Responsable du budget :

E-mail :

Adresse du bon de commande :

Ville :

N° Fax :

Adresse de facturation :

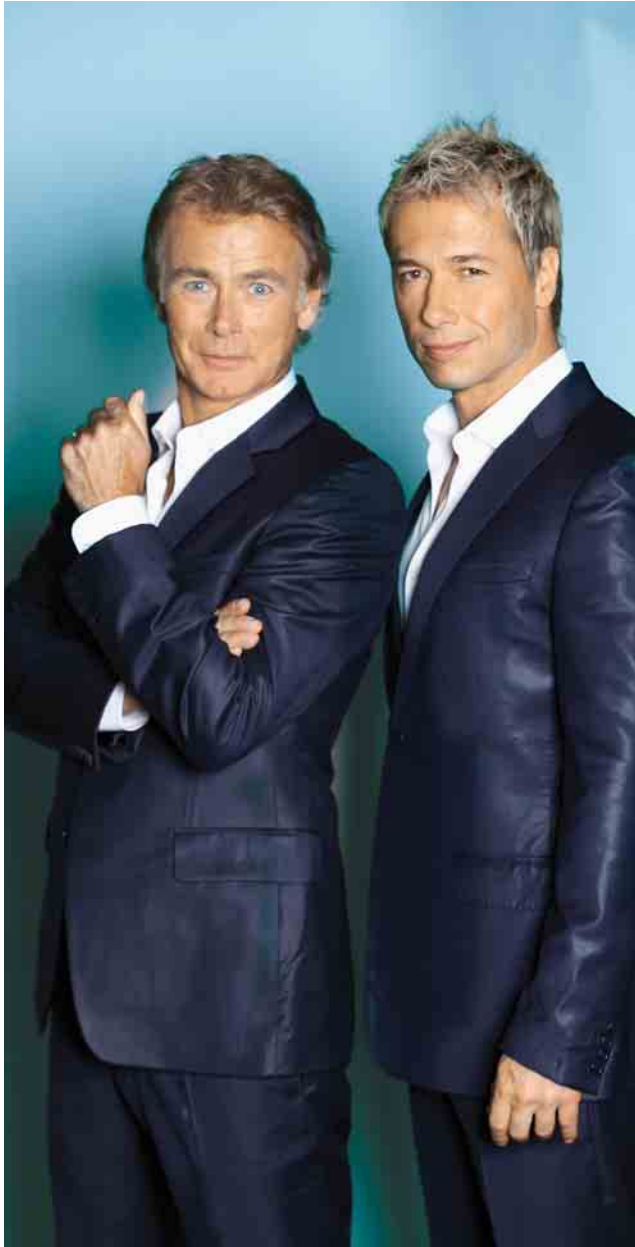
Tableau à renseigner impérativement et intégralement

Produit (et éventuellement code campagne)	Nature et numéro de (voir nomenclature)	Code cible	Agence de création Adresse N° de téléphone

Merci de renseigner impérativement toutes les données du tableau, même en cas de campagne déjà existante.
 Les fiches incomplètes ne pourront pas être prises en compte par M6 Publicité.

GLOSSAIRE





GLOSSAIRE

ACCÈS PRIORITAIRE

Possibilité pour les annonceurs de réserver de l'espace publicitaire, sous certaines conditions, avant les ouvertures de planning.

AMÉNAGEMENTS DE CAMPAGNE

Modifications, à l'intérieur de dates initialement arrêtées, de certains éléments de l'achat d'espace publicitaire : déplacement de messages, changement de format, de code variété...

ANNONCEUR TV

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 PUBLICITE comme sociétés d'un même groupe toutes les sociétés dont plus de la moitié du capital social et des droits de vote est détenue au 1^{er} janvier 2010, 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.

ANNULATION OU REPORT D'ORDRE

Non-diffusion, à la demande de l'annonceur et/ou de son mandataire, d'un ou plusieurs messages publicitaires, qu'il y ait ou non une reprogrammation de ces messages à d'autres dates.

APPLICATION IMMÉDIATE DES REMISES

Possibilité pour l'annonceur de bénéficier sur facture d'une avance sur le taux de remise auquel il a droit à la clôture de l'exercice. Cette application est possible sur M6 dans le cadre d'un engagement annuel ferme et définitif pris par écrit par un annonceur à l'égard de M6 Publicité.

ATTESTATION DE MANDAT

Document accréditant une société intermédiaire, pour l'année en cours ou pour une période déterminée et pour des produits et missions déterminés, pour effectuer au nom de l'annonceur l'achat de l'espace publicitaire.

CASCADE (APPLICATION EN)

Principe d'application de plusieurs remises (ou abattements ou majorations), qui consiste à appliquer successivement chaque taux de remise (ou abattement ou majoration) au montant d'investissement. L'application en cascade d'une remise de 10% puis d'une remise de 5% donne un taux de remise de 14.5% ((100 - 10%) - 5%).

CHAÎNES NUMÉRIQUES EN RÉGIE CHEZ M6 PUBLICITÉ

Chaînes en régie chez M6 Publicité diffusées sur la Télévision Numérique Terrestre, sur le câble ou le satellite et sur l'ADSL, soit : W9, Paris Première, Série Club, Téva, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club et Girondins TV. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer dans le courant de l'année 2010.

CO-BRANDING

Message publicitaire partagé de manière équilibrée par deux marques

COLLECTIVE

Désigne une campagne ayant 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.

COMMERCIALISATION SPÉCIFIQUE

Les campagnes faisant l'objet d'une commercialisation spécifique sur M6 sont les campagnes « collective », les campagnes d'intérêt gouvernemental (SIG), les campagnes de marketing direct ainsi que les campagnes de l'édition audio et vidéo, de l'édition imprimée de fascicules et des fournisseurs de contenu Télécommunications (téléphone, SMS/MMS).

CONSTRUCTION PERSONNALISÉE D'UN ÉCRAN

Dans le cas de la diffusion de plusieurs messages d'un annonceur dans le même écran publicitaire, positionnement de ces messages selon les instructions de cet annonceur.

CUMUL (APPLICATION EN)

Principe d'application de plusieurs remises (ou abattements ou majorations), qui consiste à additionner les taux de chaque remise (ou abattement ou majoration). L'application en cumul d'une remise de 10% et d'une remise de 5% donne un taux de 15%.

ÉCHANGE DE DONNÉES INFORMATISÉES (EDI)

Technologie permettant l'achat d'espace publicitaire par message électronique, selon les modalités définies dans un accord conclu entre M6 Publicité et l'annonceur et/ou son mandataire.

EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

Voir podiums

ENGAGEMENT DE L'ANNONCEUR

Voir application immédiate des remises

FAMILLES 1, 2 ET 3

Regroupement de codes variétés servant de base pour le calcul de la remise volume. La famille 1 figure en rose dans la nomenclature des produits TV, la famille 2 en bleu, la famille 3 en vert. À ne pas confondre avec les familles de la nomenclature TV des produits, qui correspondent à un secteur d'activité de l'annonceur.

FORMAT

Voir indices format

HABILLAGE ÉCRAN

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.

INDICES FORMAT

Indices de tarif selon la durée du message publicitaire.

JOUR OUVRÉ

Jour effectivement travaillé, soit généralement les lundis, mardis, mercredis, jeudis et vendredis hors jours fériés.





MARKETING DIRECT

Campagne mettant en avant une démonstration de produit ou de service et étant suivie par une demande de renseignements de la part du téléspectateur avec un relais par téléphone, internet, presse...

MONTANT BRUT AVANT BARÈME (OU BAB OU BRUT HORS TAXES FACTURÉ)

Montant brut tarif hors taxes au format après application des majorations et minorations et avant application des remises prévues au barème des Conditions Générales de Vente.

MONTANT BRUT TARIF

Montant hors taxes valorisé en base tarifaire brute, dont sont déduits les éventuels abattements tarifaires saisonniers.

MONTANT BRUT TARIF FORMAT

Montant hors taxes valorisé en base tarifaire brute au format, dont sont déduits les éventuels abattements tarifaires saisonniers.

MONTANT NET AVANT RÉFÉRENTIELLE

Montant BAB hors taxes après application des majorations et abattements, des remises soumises au plafonnement et éventuellement de la remise « after hours » sur M6 et de la remise « happy day » sur W9 et avant application de la remise référentielle et éventuellement de la remise mandataire.

MONTANT NET APRÈS RÉFÉRENTIELLE

Montant net hors taxes avant éventuelle application de la remise mandataire.

MONTANT NET COURS D'ORDRE

Montant facturé hors taxes mensuel, tenant compte des remises appliquées sur facture.

MONTANT NET FIN D'ORDRE

Montant net facturé hors taxes annuel, toutes remises déduites en fin d'exercice, déduction faite de tous les avoirs de régularisation.

MULTI-PRODUITS (MESSAGE)

Message publicitaire faisant la promotion de plusieurs produits, qu'ils proviennent du même annonceur ou d'annonceurs différents.

NOMENCLATURE TV DES PRODUITS

Liste des codes attribués aux produits des annonceurs, selon leur secteur d'activité, dont la communication est nécessaire lors de la réservation de l'espace publicitaire au planning de M6 Publicité. Les codes sont constitués de quatre séries de deux chiffres, représentant successivement la famille, la classe, le secteur et la variété du produit de l'annonceur.

OUVERTURE DE PLANNING

Période durant laquelle l'achat d'espace publicitaire est sans contrainte et permanent sous réserve de disponibilité. Le SNPTV, l'UDA et l'UDECAM sont convenus d'un calendrier d'ouvertures de planning par période de deux mois.

PLAFOND DES REMISES

Taux de remise maximum dont peut bénéficier un annonceur au titre des remises commerciales, avant application des remises référentielle et mandataire. Le cumul de la remise volume, de la remise de saisonnalité et de la remise de développement annuel sur M6 dans les CGV 2010 est plafonné à 24% (hors commercialisations spécifiques). Le cumul de la remise volume, de la remise de saisonnalité et de la remise de développement annuel sur W9 dans les CGV 2010 est plafonné à 24% (hors commercialisations spécifiques).

PODIUMS

Définition des emplacements préférentiels chez M6 Publicité. Le podium Or correspond à la 1^{re} et à la dernière positions dans l'écran, le podium Argent à la 2^e et à l'avant-dernière positions dans l'écran, le podium Bronze à la 3^e et à l'avant avant-dernière positions dans l'écran.

RÉSEAU DE COMMUNICATION ÉLECTRONIQUE

Installation ou ensemble d'installations de transmission ou de diffusion du signal des chaînes en intégralité et sans changements par tout moyen existant ou mis en place à l'avenir.

SIG (SERVICE D'INTÉRÊT GOUVERNEMENTAL)

Désigne une campagne d'intérêt gouvernemental qui a fait l'objet d'un agrément donné par le Service d'Information Gouvernemental (SIG). Pour bénéficier de ce statut, les annonceurs doivent adresser cet agrément par mail à l'adresse adv@m6.fr.



CONTACTS



CONTACTS M6 PUBLICITÉ

ESPACE CLASSIQUE (M6, W9 ET CHAÎNES NUMÉRIQUES) COMMERCIAL



GILLES BARTHELEMY
Directeur commercial
gilles.barthelemy@m6.fr



FLORENCE BRAME
Directrice commerciale
florence.brame@m6.fr



Frédérique REFALO
Directrice commerciale (W9),
frederique.refalo@m6.fr

PLANNING



ANNICK DEZILE
Directrice du planning
annick.dezile@m6.fr

DIFFUSION PUBLICITAIRE



ARNAUD GRABOWSKI
Responsable
de la diffusion publicitaire
arnaud.grabowski@m6.fr

PARRAINAGE ET OPÉRATIONS SPÉCIALES



DIDIER PRESSE
Directeur du développement
didier.presse@m6.fr



SOPHIE LARNICOL
Directrice de la production media
sophie.larnicol@m6.fr

INTERNET



NICOLAS THORIN
Directeur adjoint
de la régie publicitaire internet
Nicolas.thorin@m6.fr

COMMUNICATION



ERIC NOBLET
Directeur des événements
et des relations publiques
eric.noblet@m6.fr



BERTRAND VERSPIEREN
Responsable de la communication
bertrand.verspieren@m6.fr



89, avenue Charles de Gaulle
92575 Neuilly-sur-Seine cedex

Tél. : 01 41 92 66 66
Fax : 01 41 92 60 69

www.m6pub.fr

