

CGV 2010 _____ LES INDISPENSABLES



PUBLICITÉ





PUBLICITÉ

Ce document est un extrait des conditions commerciales, conditions tarifaires, conditions générales de vente et conditions de vente parrainage M6 Publicité applicables en 2010. L'intégralité des documents est consultable sur le site M6 Publicité, à l'adresse www.m6pub.fr.

SOMMAIRE

REMISES COMMERCIALES	PAGE 04
REMISES APPLICABLES SUR M6	PAGE 04
REMISES APPLICABLES SUR W9	PAGE 08
REMISES APPLICABLES SUR LES CHÂÎNES NUMÉRIQUES (HORS W9)	PAGE 11
INDICES FORMATS	PAGE 12
MODULATIONS TARIFAIRES	PAGE 13
CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENT	PAGE 14
EXTRAITS DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE	PAGE 16
PARRAINAGE	PAGE 17
MATÉRIEL	PAGE 18
OUVERTURES DE PLANNING M6 ET W9	PAGE 19
CONTACTS M6 PUBLICITÉ	PAGE 20

REMISES COMMERCIALES

REMISES APPLICABLES SUR

1. LA REMISE VOLUME

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.

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 et Girondins TV. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer dans le courant de l'année 2010.

LA FAMILLE 1 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 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 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

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.

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

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.

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.

CUMUL DES REMISES

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.

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

Elle s’applique à tout achat d’espace publicitaire classique sur M6.

La remise référentielle est fixée à 15 %.

5. LA REMISE MANDATAIRE

CONDITIONS D’ATTRIBUTION

Le mandataire doit :

- réaliser un montant BAB d’achat d’espace publicitaire classique sur M6 supérieur à 1 million d’euros en 2010 et
- assurer 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.

Elle s’applique à tout achat d’espace publicitaire sur M6.

La remise mandataire est fixée à 2%.





REMISES COMMERCIALES

REMISES APPLICABLES SUR W9

1. LA REMISE VOLUME

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

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 et
- Montant BAB W9 sur la période supérieur ou égal à 25 K€.

BARÈME

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

BARÈME

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

* Hors montant parrainage.

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.

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

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

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire classique sur W9. La remise référentielle est fixée à 15%.

6. LA REMISE MANDATAIRE

CONDITIONS D'ATTRIBUTION

Le mandataire doit :

- réaliser un montant BAB d'achat d'espace publicitaire classique sur W9 supérieur à 100 K€ en 2010 et
- assurer 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.

Elle s'applique à tout achat d'espace publicitaire sur W9. La remise mandataire est fixée à 3 %.



REMISES APPLICABLES SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES (HORS W9)

1. LA REMISE VOLUME

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

2. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

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

La remise référentielle est fixée à 15 %.

3. LA REMISE MANDATAIRE CONDITIONS D'ATTRIBUTION

Le mandataire doit :

- réaliser un montant BAB d'achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes numériques en régie chez M6 Publicité (hors W9) supérieur à 100 K€ en 2010 et
- assurer 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.

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

La remise mandataire est fixée à 3 %.



12 INDICES FORMATS

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.

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 €.



MODULATIONS TARIFAIRES

PODIUMS (EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS)



- **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 : +15%

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

HABILLAGE ÉCRAN : +30%

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

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

MESSAGE MULTI-PRODUITS

	2° code réservé	3° code réservé	4° 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.

Majoration additionnelle de 10% si M6 Publicité est informée après la réservation au planning.

CO-BRANDING : +35%

Majoration additionnelle de 10% si M6 Publicité est informée après la réservation au planning.

ACCÈS PRIORITAIRE

- Accès prioritaire Or : +28%. Les messages réservés sont placés en première ou en dernière position de l'écran.
- Accès prioritaire Argent : +23%. Les messages réservés sont placés en deuxième ou en avant-dernière position de l'écran.

La demande doit être adressée :

- 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.



CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENT

MODULATIONS TARIFAIRES

Les abattements et/ou majorations s'appliquent en cascade, dans l'ordre suivant :

1. Abattement collective / SIG / marketing direct / édition audio et vidéo, édition imprimée de fascicules, fournisseurs de contenu (téléphone, SMS/MMS)
2. Majoration Podium / habillage écran
3. Majoration construction personnalisée
4. Majoration message multi-produits / co-branding
5. 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 ^{ème} et 3 ^{ème} 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 multi-produits / 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



EXTRAITS DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

ATTESTATION DE MANDAT

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

MODALITÉS D'ACHAT D'ESPACE

M6 Publicité recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Échanges de Données Informatisées, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité.

À défaut, par tout moyen écrit adressé à M6 Publicité par l'annonceur et/ou son mandataire dûment habilité par attestation de mandat.

Cet achat est à confirmer par bon de commande à retourner signé à M6 Publicité avant le début de diffusion des messages.

AMÉNAGEMENTS DE CAMPAGNE

Possibles au plus tard 8 jours avant diffusion, sous réserve de disponibilité et du maintien du budget à un niveau équivalent.

ANNULATION OU REPORT D'ORDRE

Impérativement 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.

À défaut, application d'une pénalité de :

→ 50% pour une notification faite plus de 14 jours avant la 1^{re} diffusion.

→ Intégralité du montant pour une notification faite moins de 14 jours avant la 1^{re} diffusion.

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 (voir calendrier des ouvertures de planning p.19). 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.

TARIFS

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.

FACTURATION ET PAIEMENT

Délai de paiement : 30 jours date de facture le 10 du mois.

M6 Publicité peut demander le règlement d'avance 35 jours avant la 1^{re} diffusion ou une caution bancaire.

Au-delà de ce délai, facturation d'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).

En cas de non-respect des modalités de paiement, M6 Publicité se réserve le droit de refuser le bénéfice de ses conditions commerciales et de suspendre l'attribution des remises.

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.

Lire l'ensemble des informations y afférent sur le document complet CGV 2010, sur www.m6pub.fr



PARRAINAGE

REMISES

- Remise référentielle : 15% (hors frais techniques).
- Remise mandataire :
 - 1.5% sur M6
 - 3% sur W9 et les chaînes numériques

CONDITIONS DE VENTE

OPTION

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
- le nom du produit ou de la marque intéressée à ce parrainage

DURÉE DES OPTIONS

- 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 l'issue, confirmation de l'option ferme et définitive par un écrit de l'annonceur ou son mandataire, puis par la signature de la fiche d'engagement et du contrat de parrainage adressés par M6 Publicité. 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.

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.

GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE MULTI-MARQUES

- 15% pour chaque marque supplémentaire du parrain
- 25% pour chaque annonceur co-parrain.

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.

Le défaut de signature de ce document contractuel 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.

DÉLAIS D'ANNULATION

- Plus de 4 semaines avant le démarrage de l'opération, 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.
- Moins de 4 semaines avant le démarrage de l'opération, 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, indemnité égale à 80% du montant restant dû, quelle que soit la durée du parrainage.

PRODUCTION ET DIFFUSION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE ET DE JEUX

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. Tout générique de parrainage doit être soumis à l'accord de M6 Publicité avant diffusion.

Pour les opérations de parrainage, outre les conditions de vente spécifiques, les conditions générales de vente M6 Publicité trouvent à s'appliquer.



18 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 16/9^{ème}. Les éléments doivent impérativement être livrés au format de diffusion 16/9^{ème} (shoot and protect 14/9^{ème}).

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).

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 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

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*	Date de retour de planning M6**	Date limite de modification de la programmation***
Janvier-février 2010	Mardi 20 octobre 2009	Vendredi 20 novembre 2009	Lundi 7 décembre 2009	Mercredi 16 décembre 2009
Mars-avril 2010	Mardi 15 décembre 2009	Vendredi 22 janvier 2010	Lundi 8 février 2010	Mercredi 17 février 2010
Mai-juin 2010	Mardi 16 février 2010	Vendredi 19 mars 2010	Mardi 6 avril 2010	Jeudi 15 avril 2010
Juillet-août 2010	Mardi 6 avril 2010	Vendredi 21 mai 2010	Lundi 7 juin 2010	Mercredi 16 juin 2010
Septembre-octobre 2010	Mardi 25 mai 2010	Vendredi 18 juin 2010	Lundi 5 juillet 2010	Jeudi 15 juillet 2010
Novembre-décembre 2010	Mardi 6 juillet 2010	Vendredi 17 septembre 2010	Lundi 4 octobre 2010	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.



20 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





Ce document est imprimé sur un papier écologique





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

