

**CONDITONS
COMMERCIALES
2010
RADIOS**



L'OFFRE NATIONALE LES INDEPENDANTS

est une offre commercialisée auprès des annonceurs leur permettant de diffuser leurs messages publicitaires sur l'ensemble des Espaces publicitaires des Supports Radios Les Indépendants.

L'OFFRE NATIONALE SUD RADIO +WIT FM

est une offre commercialisée auprès des annonceurs leur permettant de diffuser leurs messages publicitaires sur l'ensemble des Espaces publicitaires du Support SUD RADIO et l'ensemble des Espaces publicitaires du Support WIT FM.

PUISSANCE CAPITALE LES INDEPENDANTS

est une offre commercialisée auprès des annonceurs leur permettant de diffuser leurs messages publicitaires sur l'ensemble des Espaces publicitaires des Supports Radios ci-après : Ado FM, Africa N°1, Beur FM, Evasion, Générations, Radio Alpha, Tropiques FM, Voltage (à la date de publication de ce document).

L'OFFRE MULTIVILLES LES INDEPENDANTS, SUD RADIO, WIT FM

est une offre commercialisée auprès des aux annonceurs leur permettant de construire une campagne en choisissant parmi une partie des supports radios des Indépendants et/ou une partie des émetteurs des supports SUD RADIO et WIT FM.

SOMMAIRE

L'OFFRE RADIO DE TF1 PUBLICITE	05
I. OFFRE NATIONALE : LES INDEPENDANTS ET SUD RADIO + WIT FM	07
TARIFICATION	08
1. Indices de format	08
2. Saisonnalité	08
CONDITIONS COMMERCIALES	08
1. Dégressif de Volume	08
2. Prime nouvel annonceur	09
3. Campagnes gouvernementales et d'intérêt général	10
4. Prime de centralisation	10
OFFRES COMMERCIALES	10
1. Emplacements préférentiels	10
2. Citation de plusieurs annonceurs dans le même message	10
FRAIS DE DIFFUSION	
II. OFFRE PUISSANCE CAPITALE : LES INDEPENDANTS	11
TARIFICATION	12
1. Indices de format	12
2. Saisonnalité	12
CONDITIONS COMMERCIALES	12
1. Dégressif de Volume	12
2. Prime nouvel annonceur	12
3. Prime renfort	13
4. Prime adressage	13
5. Campagnes gouvernementales et d'intérêt général	13
6. Prime de centralisation	13
OFFRES COMMERCIALES	13
1. Emplacements préférentiels	13
2. Citation de plusieurs annonceurs dans le même message	13
FRAIS DE DIFFUSION	13

III. OFFRE MULTIVILLES : LES INDEPENDANTS, SUD RADIO, WIT FM	15
TARIFICATION	16
1. Indices de format	16
CONDITIONS COMMERCIALES	16
1. Prime messages	16
2. Prime multi-stations	16
3. Prime nouvel annonceur	16
4. Prime renfort	16
5. Prime adressage	16
6. Campagnes gouvernementales et d'intérêt général	17
7. Prime de centralisation	
OFFRES COMMERCIALES	17
1. Citation de plusieurs annonceurs dans le même message	17
FRAIS DE DIFFUSION	17
IV. MODALITES D'APPLICATIONS ET DEFINITIONS	18
MODALITES D'APPLICATION DES PRIMES	19
DEFINITIONS	20

L'OFFRE RADIO DE TF1 PUBLICITE

Depuis le 1^{er} janvier 2009, TF1 Publicité a élargi son offre en se diversifiant sur le **media radio**.

En juin 2008, la régie remporte en effet l'appel d'offre du **GIE Les Indépendants** pour commercialiser son espace publicitaire national, Ile de France et Multivilles, rejoint quelques mois plus tard par **Sud Radio et Wit**.

Dans le cadre du futur déploiement de la RNT, le Groupe TF1 lance le 15 janvier 2009 la 1^{ère} web radio généraliste : **LCI Radio**. En mai 2009, le CSA retient ce projet pour une diffusion en numérique terrestre dans les agglomérations de Paris, Nice et Marseille.

122 RADIOS A VOTRE ECOUTE

LE NATIONAL

Les Indépendants, c'est une offre de **120 radios locales, régionales et thématiques** couvrant **95%** de la population française à travers près de **740 fréquences**.

Sud Radio, la **généraliste du Grand Sud** diffusant sur **60 fréquences** de Bordeaux à Marseille en passant par Toulouse, ainsi que **Wit à Bordeaux** viennent renforcer l'offre radio de TF1 Publicité dans le Sud. Au plus proche de ses auditeurs, Sud Radio articule sa grille autour de **3 grandes thématiques** : **l'information, le divertissement et le rugby**.

LE MULTIVILLES ET L'IDF

La radio chez TF1 Publicité, c'est **aussi 358 fréquences actives** qui offrent un niveau de couverture unique dans le cadre d'une communication sur-mesure en Multivilles, complétées par une offre spécifique en IDF : **Puissance Capitale**.

Un réseau de radios puissantes au niveau local, une offre leader sur le plan national.

UN CONTRAT D'ECOUTE ORIGINAL : LA PROXIMITE

Un statut de **leader depuis 20 vagues d'audience consécutives avec 7,3 millions d'auditeurs quotidiens*** confirme le **succès du contrat d'écoute original proposé par Les Indépendants autour de la proximité**. Celle-ci constitue également la clé de voûte de Sud Radio qui **place l'interactivité avec ses auditeurs au cœur de sa programmation**, avec une ligne éditoriale entièrement conçue à travers le prisme du Sud.

Chacune des radios que nous commercialisons entretient **un lien fort avec ses auditeurs**. Cette **proximité** s'exprime à **l'antenne** à travers les différents thèmes éditoriaux (actualités, info-pratiques, sport, divertissement, musique...), mais également **sur le terrain** (délocalisation des antennes pour aller à la rencontre des auditeurs, couverture des grands événements régionaux, concerts...).

*Source : MEDIAMETRIE 126 000 Radio – Septembre-Octobre 2009 – Lundi/Vendredi – 05h/24h – AC (milliers) – Cible 13 ans et +

LA PROXIMITE : UN ATOUT MAJEUR DE L'EFFICACITE PUBLICITAIRE

TF1 Publicité et l'IFOP ont mis en place en 2009 une étude* destinée à mesurer **la perception des programmes locaux** par les auditeurs et déterminer pourquoi **un contexte éditorial local a un impact sur l'efficacité des messages publicitaires nationaux**.

À retenir :

- **La proximité joue en faveur de l'agrément des spots nationaux** (+33% d'agrément quand ils sont diffusés dans un contexte éditorial local).
- **Cette configuration valorise l'image du produit** (+42% d'image positive).
- **La proximité favorise la recherche d'informations sur le produit** (+44% d'intention d'en savoir plus).
- **L'intention d'achat est renforcée quand les messages publicitaires nationaux sont diffusés dans un contexte local** (+33%).

*Méthodologie : nous contacter – Résultats présentés : cible 25-49 ans

TF1 PUBLICITE RADIOS : PERSPECTIVES

Pour sa 2^{ème} année sur le marché de la radio, TF1 Publicité souhaite **développer son offre d'opérations spéciales** sur Les Indépendants et Sud Radio.

Deux exemples parmi nos offres déjà disponibles



Une offre de sponsoring unique de la 2^{ème} partie de la saison de L1 de football, de janvier à mai 2010, **sur Sud Radio et les radios des Indépendants les plus impliquées localement**. Toute l'actualité de la L1 et les matchs en direct avec des radios locales et régionales qui vibrent au rythme de leurs clubs, qu'elles soient **radios officielles** ou partenaires.

Vous bénéficierez d'une association forte autour des clubs de L1 les plus emblématiques pour accompagner les supporters-auditeurs tout au long de la saison, au plus proche de leur équipe... **notamment les Girondins de Bordeaux avec Gold FM, l'OM avec Radio Star, l'OL avec Radio Scoop, les clubs de l'Ouest avec Hit West ou encore le TFC avec Sud Radio...**



A travers le **parrainage de la saison 2009-2010 du Top14 sur Sud Radio**, bénéficiez d'une intégration forte à l'antenne tout au long de la semaine autour du grand rendez-vous rugby quotidien, ainsi que le WE au cœur des directs en multiplex.

Sud Radio, la généraliste de proximité, **a fait du rugby l'un des piliers de sa programmation** avec la seule émission de radio quotidienne consacrée exclusivement au monde de l'ovale : "Rugby et Compagnie". Tous les soirs de 18H à 19H, **Christophe Miedougé** fait vivre aux auditeurs toute l'actualité du rugby, avec des invités prestigieux, des réactions en direct, des interviews exclusives ainsi que les analyses de **Daniel Herrero**, ancien joueur puis entraîneur emblématique du RC Toulon.

LCI Radio, la web radio généraliste d'informations



En attendant sa diffusion sur la RNT, **LCI Radio c'est la web radio généraliste News & Talk**, accessible depuis le site TF1 News : 80% de programmes originaux diffusés de 07h à minuit, flashes d'informations, éditions spéciales, talk-shows « news » et « magazines » avec les **grandes signatures de la chaîne LCI** (Christophe Barbier, Jean-Marc Sylvestre...).

Communiquer sur LCI Radio, c'est une intégration forte combinant **l'habillage de la page** de la web radio, une présence en **billboard au lancement du flux audio**, ainsi que la **diffusion de messages** répartis tout au long de la journée.



I. OFFRE NATIONALE :
LES INDEPENDANTS
ET SUD RADIO + WIT FM

**CONDITONS
COMMERCIALES
2010
RADIOS**

TARIFICATION

1. INDICES DE FORMAT

Le tarif publié s'entend pour le format 30", base 100.

Pour les formats listés ci-dessous des coefficients s'appliquent sur le tarif publié pour obtenir le tarif de base :

FORMAT (secondes)	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
COEFFICIENT	0,50	0,60	0,75	0,85	0,95	1,00	1,20	1,40	1,60	1,80	1,90	2,00

Pour tout format entre 0" et 60" non listé ci-dessus, le coefficient appliqué sera celui du format supérieur. Par exemple, pour un message de 28 secondes, il sera appliqué le coefficient 30 secondes.

Règle d'arrondi : après application des coefficients de format, les tarifs sont arrondis à l'Euro selon la règle suivante :

- A l'Euro inférieur jusqu'à 0.49 Euro
- A l'Euro supérieur à partir de 0.50 Euro

2. SAISONNALITE

Deux grilles tarifaires sont mises en place, applicables selon différentes périodes de l'année :

Tarif BLANC : 1er Janvier- 7 Mars/ 5 Juillet- 22 Août/ 20 Décembre- 31 Décembre

Tarif OR : 8 Mars- 4 Juillet/ 23 Août- 19 Décembre

1er Janvier	7 Mars	8 Mars	4 Juillet	5 Juillet	22 Août	23 Août	19 Décembre	20 Décembre	31 Décembre
----------------	-----------	-----------	--------------	--------------	------------	------------	----------------	----------------	----------------

CONDITIONS COMMERCIALES

1. DEGRESSIF DE VOLUME

1.1. LES INDEPENDANTS

Tout annonceur investissant sur l'offre Nationale Les Indépendants en espace classique, entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010, bénéficie d'un dégressif de volume, calculé par tranche de chiffre d'affaires brut facturé, selon le barème suivant :

Tranche de chiffre d'affaires brut facturé en € entre le 01/01 et le 31/12/2010				Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut facturé de la tranche
De	0	à	250 000 €	35% (*)
De	250 001	à	500 000 €	36%
De	500 001	à	750 000 €	37%
De	750 001	à	1 000 000 €	38%
Au-delà de	1 000 000 €			40%

(*) Taux applicable sur les 250 000€ premiers Euros brut facturé dès le premier euro d'investissement

1.2. SUD RADIO + WIT FM

Tout annonceur investissant sur l'offre SUD RADIO + WIT FM en espace classique, entre le 1er janvier 2010 et le 31 décembre 2010, bénéficie d'un dégressif de volume, calculé par tranche de chiffre d'affaires brut facturé, selon le barème suivant :

Tranche de chiffre d'affaires brut facturé en € entre le 01/01 et le 31/12/2010				Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut facturé de la tranche
De	0	à	25 000 €	35% (*)
De	25 001	à	50 000 €	36%
De	50 001	à	75 000 €	37%
De	75 001	à	100 000 €	38%
Au-delà de	100 000 €			40%

(*) Taux applicable sur les 25 000€ premiers Euros brut facturé dès le premier euro d'investissement

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

2. PRIME NOUVEL ANNONCEUR.

2.1. LES INDEPENDANTS

Tout nouvel annonceur investissant sur l'offre Nationale Les Indépendants en espace classique entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010 bénéficie d'un abattement de **40%**.

Un bonus supplémentaire de 5 points s'ajoute à la prime nouvel annonceur pour les campagnes des nouveaux annonceurs en faveur de produits des familles suivantes : Alimentation, Boissons, Entretien, Hygiène-beauté. Ces familles s'entendent au sens de la nomenclature TNS-MI.

Sera considéré comme nouvel annonceur, tout annonceur absent de l'offre Nationale Les Indépendants entre le 1^{er} Janvier 2009 et le 31 Décembre 2009. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2010 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2010 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2009 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

La prime nouvel annonceur ne s'applique qu'aux annonceurs des secteurs qui, à la date de publication des conditions commerciales, sont autorisés à communiquer en radio au 1^{er} janvier 2010.

2.2. SUD RADIO + WIT FM

Tout nouvel annonceur investissant sur l'offre Nationale SUD RADIO + WIT FM en espace classique entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010 bénéficie d'un abattement de **40%**.

Un bonus supplémentaire de 5 points s'ajoute à la prime nouvel annonceur pour les campagnes des nouveaux annonceurs en faveur de produits des familles suivantes : Alimentation, Boissons, Entretien, Hygiène-beauté. Ces familles s'entendent au sens de la nomenclature TNS-MI.

Sera considéré comme nouvel annonceur, tout annonceur absent de l'offre Nationale SUD RADIO + WIT FM entre le 1^{er} Janvier 2009 et le 31 Décembre 2009. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2010 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2010 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2009 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

La prime nouvel annonceur ne s'applique qu'aux annonceurs des secteurs qui, à la date de publication des conditions commerciales, sont autorisés à communiquer en radio au 1^{er} janvier 2010.

ASSIETTES D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

3. CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES ET D'INTERET GENERAL

Les campagnes gouvernementales et d'intérêt général bénéficient d'un abattement de **40%**.

Cet abattement est valable sur l'offre Nationale Les Indépendants et l'offre Nationale SUD RADIO + WIT FM.

Cet abattement se substitue à toute autre prime et/ ou remise résultant des conditions commerciales hors prime de mandat. Une demande d'accord préalable devra être déposée auprès de TF1 Publicité qui vérifiera, après examen du Message Publicitaire, que celui-ci satisfait les critères définis.

4. PRIME DE CENTRALISATION:

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes à un mandataire qui, en 2010 :

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

bénéficie d'une prime de centralisation de **3%**.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 20

OFFRES COMMERCIALES

Les modulations tarifaires ci-dessous s'appliquent sur le brut tarif de l'offre Nationale Les Indépendants et l'offre Nationale SUD RADIO + WIT FM.

1. EMBLEMES PREFERENTIELS

Première position dans l'écran : **+ 25 %**

Deuxième position dans l'écran : **+20 %**

Troisième position dans l'écran : **+15%**

Choix de l'écran : **+25%**

Choix de l'écran et de la position dans l'écran : **+30%**

Hors écran : **+30%**

2. CITATION DE PLUSIEURS ANNONCEURS DANS LE MEME MESSAGE

Les messages citant plusieurs annonceurs seront majorés de **20%**.

FRAIS DE DIFFUSION

Les frais de diffusion d'un message publicitaire sur l'offre Nationale sont de **32 € net HT par message**.

Ces frais s'appliquent sur l'offre Nationale Les Indépendants et sur l'offre Nationale SUD RADIO + WIT FM.



I I. OFFRE PUISSANCE CAPITALE : LES INDEPENDANTS

**CONDITONS
COMMERCIALES
2010
RADIOS**

TARIFICATION

1. INDICES DE FORMAT

Le tarif publié s'entend pour le format 30", base 100.

Pour les formats listés ci-dessous des coefficients s'appliquent sur le tarif publié pour obtenir le tarif de base :

FORMAT (secondes)	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
COEFFICIENT	0,50	0,60	0,75	0,85	0,95	1,00	1,20	1,40	1,60	1,80	1,90	2,00

Pout tout format entre 0" et 60" non listé ci-dessus, le coefficient appliqué sera celui du format supérieur. Par exemple, pour un message de 28 secondes, il sera appliqué le coefficient 30 secondes.

Règle d'arrondi : après application des coefficients de format, les tarifs sont arrondis à l'Euro selon la règle suivante :

- A l'Euro inférieur jusqu'à 0.49 Euro
- A l'Euro supérieur à partir de 0.50 Euro

2. SAISONNALITE

Deux grilles tarifaires sont mises en place, applicables selon différentes périodes de l'année :

Tarif BLANC : 1er Janvier- 7 Mars/ 5 Juillet- 22 Août/ 20 Décembre- 31 Décembre

Tarif OR : 8 Mars- 4 Juillet/ 23 Août- 19 Décembre

1er Janvier	7 Mars	8 Mars	4 Juillet	5 Juillet	22 Août	23 Août	19 Décembre	20 Décembre	31 Décembre
----------------	-----------	-----------	--------------	--------------	------------	------------	----------------	----------------	----------------

CONDITIONS COMMERCIALES

1. DEGRESSIF DE VOLUME

Tout annonceur investissant sur l'offre Puissance Capitale en espace classique, entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010, bénéficie d'un dégressif de volume, calculé par tranche de chiffre d'affaires brut facturé, selon le barème suivant :

Tranche de chiffre d'affaires brut facturé en € entre le 01/01 et le 31/12/2010				Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut facturé de la tranche
De	0	à	15 000 €	20% (*)
De	15 001	à	30 000 €	25%
De	30 001	à	45 000 €	30%
De	45 001	à	60 000 €	35%
Au-delà de	60 000 €			40%

(*) Taux applicable sur les 15 000€ premiers Euros brut facturé dès le premier euro d'investissement

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

2. PRIME NOUVEL ANNONCEUR

Tout nouvel annonceur investissant sur l'offre Puissance Capitale en espace classique entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010 bénéficie d'un abattement de **30%**.

Sera considéré comme nouvel annonceur, tout annonceur absent de l'offre Puissance Capitale entre le 1^{er} Janvier 2009 et le 31 Décembre 2009. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2010 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2010 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2009 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

La prime nouvel annonceur ne s'applique qu'aux annonceurs des secteurs qui, à la date de publication des conditions commerciales, sont autorisés à communiquer en radio au 1^{er} janvier 2010.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

3. PRIME RENFORT

Tout annonceur réservant une campagne Puissance Capitale en complément de sa campagne Nationale Les Indépendants bénéficie d'une remise de **45%** sur sa campagne Puissance Capitale.

La campagne de renfort doit porter sur le même produit, une période identique et utiliser le même message que la campagne Nationale.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

4. PRIME ADRESSAGE

Tout annonceur réservant une campagne Nationale peut compléter son dispositif initial par des messages achetés dans le cadre de l'offre Puissance Capitale et reprenant les adresses de ses sites d'implantation.

La durée de ces messages adressés ne peut être supérieure à 10 secondes.

Ces messages adressés bénéficient d'un abattement de **50%**.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

5. CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES ET D'INTERET GENERAL

Les campagnes gouvernementales et d'intérêt général bénéficient d'un abattement de **40%**.

Cet abattement se substitue à toute autre prime et/ ou remise résultant des conditions commerciales hors prime de mandat. Une demande d'accord préalable devra être déposée auprès de TF1 Publicité qui vérifiera, après examen du Message Publicitaire, que celui-ci satisfait les critères définis.

6. PRIME DE CENTRALISATION:

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes à un mandataire qui, en 2010 :

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

bénéficie d'une prime de centralisation de **3%**.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 20

OFFRES COMMERCIALES

1. CITATION DE PLUSIEURS ANNONCEURS DANS LE MEME MESSAGE

Les messages citant plusieurs annonceurs seront majorés de **20%**. Cette majoration s'applique sur le montant brut tarif du message.

FRAIS DE DIFFUSION

Les frais de diffusion d'un message publicitaire sur l'offre Puissance Capitale sont de **27 € net HT par message**.



III. OFFRE MULTIVILLES :
LES INDEPENDANTS, SUD RADIO,
WIT FM

**CONDITONS
COMMERCIALES
2010
RADIOS**

TARIFICATION

1. INDICES DE FORMAT

Le tarif publié s'entend pour le format 30", base 100.

Pour les formats listés ci-dessous des coefficients s'appliquent sur le tarif publié pour obtenir le tarif de base :

FORMAT (secondes)	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
COEFFICIENT	0,50	0,60	0,75	0,85	0,95	1,00	1,25	1,50	1,70	1,90	2,10	2,40

Pour tout format entre 0" et 60" non listé ci-dessus, le coefficient appliqué sera celui du format supérieur. Par exemple, pour un message de 28 secondes, il sera appliqué le coefficient 30 secondes.

Règle d'arrondi : après application des coefficients de format, les tarifs sont arrondis à l'Euro selon la règle suivante :

- A l'Euro inférieur jusqu'à 0.49 Euro
- A l'Euro supérieur à partir de 0.50 Euro

CONDITIONS COMMERCIALES

1. PRIME MESSAGES

Tout annonceur investissant sur l'offre Multivilles en espace classique, entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010, bénéficie d'une prime en fonction du nombre de messages achetés par stations (*) par campagne selon le barème suivant :

Nombre de messages par station et par campagne				taux applicable sur le chiffres d'affaires brut facturé dès le premier message
De	25	à	50	10%
De	51	à	100	15%
De	101	à	200	20%
Au-delà de	200			25%

(*) Station= émetteur commercialisé

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

2. PRIME MULTI-STATIONS

Tout annonceur investissant sur l'offre Multivilles en espace classique, entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010, bénéficie d'une prime calculée en fonction du nombre de stations(*) achetées pour une même campagne selon le barème suivant:

Nombre de stations achetées pour une même campagne				taux applicable sur le chiffres d'affaires brut facturé dès le 1 ^{er} euro
De	2	à	5	5%
De	6	à	10	10%
De	11	à	15	15%
Au-delà de	15			20%

(*) Station= émetteur commercialisé

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

3. PRIME NOUVEL ANNONCEUR

Tout nouvel annonceur investissant sur l'offre Multivilles en espace classique entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010 bénéficie d'un abattement de **20%**.

Sera considéré comme nouvel annonceur, tout annonceur absent de l'offre Multivilles entre le 1^{er} Janvier 2009 et le 31 Décembre 2009. Un annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2010 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur. Un annonceur qui communique en 2010 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2009 ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

La prime nouvel annonceur ne s'applique qu'aux annonceurs des secteurs qui, à la date de publication des conditions commerciales, sont autorisés à communiquer en radio au 1^{er} janvier 2010.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

4. PRIME RENFORT

Tout annonceur réservant une campagne Multivilles en complément de sa campagne Nationale bénéficie d'une remise de **35%** sur sa campagne Multivilles.

La campagne de renfort doit porter sur le même produit, une période identique et utiliser le même message que la campagne Nationale.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

5. PRIME ADRESSAGE

Tout annonceur réservant une campagne Nationale peut compléter son dispositif initial par des messages achetés dans le cadre de l'offre Multivilles et reprenant les adresses de ses sites d'implantation. La durée de ces messages adressés ne peut être supérieure à 10 secondes.

Ces messages adressés bénéficient d'un abattement de **40%**.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 19

6. CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES ET D'INTERET GENERAL

Les campagnes gouvernementales et d'intérêt général bénéficient d'un abattement de **30%**.

Cet abattement se substitue à toute autre prime et/ou remise résultant des conditions commerciales hors prime de mandat. Une demande d'accord préalable devra être déposée auprès de TF1 Publicité qui vérifiera, après examen du message publicitaire, que celui-ci satisfait les critères définis.

7. PRIME DE CENTRALISATION:

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes à un mandataire qui, en 2010 :

- centralise plusieurs mandats,

et

- assure la totalité des missions suivantes :
 - l'achat d'espace,
 - la réservation d'espaces publicitaires,
 - la gestion, le suivi et la signature des ordres de publicité,
 - la gestion et le contrôle des factures émises au nom de l'annonceur,

et

- le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement des dites factures,

bénéficie d'une prime de centralisation de **3%**.

ASSIETTE D'APPLICATION ET CONDITIONS DE VERSEMENT PAGE 20

OFFRES COMMERCIALES

1. CITATION DE PLUSIEURS ANNONCEURS DANS LE MEME MESSAGE

Les messages citant plusieurs annonceurs seront majorés de **20%**. Cette majoration s'applique sur le montant brut tarif du message.

FRAIS DE DIFFUSION

Les frais de diffusion d'un message sur l'offre Multivilles sont de **2.30 € net HT par message diffusé, par station**.



I V. LES INDEPENDANTS : MODALITES D'APPLICATION ET DEFINITIONS

MODALITES D'APPLICATION DES CONDITIONS COMMERCIALES

1. ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DES PRIMES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires en radio au 1er janvier 2010.

Pour l'application des conditions commerciales, le chiffre d'affaires de l'annonceur s'apprécie à périmètre constant de marques et de produits en cas de vente, rachat, regroupement de sociétés, changement de dénomination sociale ou d'identités de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2010.

1. a. Dégressif de Volume (Offres Nationales et Puissance Capitale)

La base de calcul du dégressif de volume est le chiffre d'affaires espace classique brut facturé, hors échanges publicitaires et frais de diffusion.

Le dégressif de volume est exclusif de toute autre prime et/ou remise résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat.

1. b. Prime messages (Offre Multivilles)

La base de calcul de la prime messages est le chiffre d'affaires espace classique brut facturé, hors échanges publicitaires et frais de diffusion.

Seuls participent à ce barème les messages des campagnes réalisées avec l'offre Multivilles de TF1 Publicité.

Pour bénéficier de cette prime, la campagne doit faire l'objet d'un ordre de publicité unique et d'une création identique pour l'ensemble des stations achetées.

La prime messages est exclusive de toute autre prime et/ ou remises résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat et/ ou prime multi-stations.

1. c. Prime multi-stations (Offre Multivilles)

La base de calcul de la prime multi-stations est le chiffre d'affaires espace classique brut facturé, hors échanges publicitaires et frais de diffusion.

Pour bénéficier de cette prime, la campagne doit faire l'objet d'un ordre de publicité unique et d'une création identique pour l'ensemble des stations achetées.

La prime multi-stations est exclusive de toute autre prime et/ ou remise résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat, prime messages **ou** prime nouvel annonceur.

1. c. Prime nouvel annonceur (toutes offres)

La base de calcul de la prime nouvel annonceur 2010 est le chiffre d'affaires brut facturé, hors échanges publicitaires et frais de diffusion.

Pour les offres Nationales et Puissance Capitale, cette remise est exclusive de toute autre prime et/ ou remise résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat.

Pour l'offre Multivilles, cette remise est exclusive de toute autre prime et/ ou remise résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat et prime multi-stations.

1. d. Prime renfort (Offres Multivilles et Puissance Capitale)

La base de calcul de la prime de renfort est le chiffre d'affaires espace classique brut facturé, hors échanges publicitaires et frais de diffusion.

La prime renfort est exclusive de toute autre prime et/ou remise résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat.

1. e. Prime adressage (Offres Multivilles et Puissance Capitale)

La base de calcul de la prime adressage est le chiffre d'affaires espace classique brut facturé, hors échanges publicitaires et frais de diffusion.

La prime adressage est exclusive de toute autre prime et/ ou remise résultant des conditions commerciales, hors prime de mandat.

1. f. Prime de centralisation (toutes offres)

La prime de centralisation est calculée sur le chiffre d'affaires brut facturé réalisé par l'annonceur en espace classique sur l'offre concernée entre le 1^{er} janvier 2010 et le 31 décembre 2010 diminué de l'ensemble des primes et/ ou remises accordées sur l'année 2010 par TF1 Publicité.

Cette prime n'est accordée que si TF1 Publicité est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Radio.

Le non respect de l'une quelconque des conditions d'éligibilité à cette prime en fait perdre le bénéfice, que ce non respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire.

2. CONDITIONS DE VERSEMENT

Les primes et/ ou remises résultant des conditions commerciales seront restituées mensuellement sur facture au fur et à mesure de leur acquisition par l'annonceur et dans la mesure où leur calcul peut être effectué à l'émission de la facture. Dans le cas contraire, elles seront restituées par avoir au 1^{er} trimestre 2011.

3. CONDITIONS GENERALES DE VENTE ET CONDITIONS FINANCIERES

Se reporter aux « Conditions générales de vente Radios » de TF1 Publicité et leurs annexes.

Les conditions générales de vente de TF1 Publicité peuvent être consultées sur notre site internet: www.tf1pub.fr

Si vous souhaitez en recevoir une version papier, nous vous remercions de nous faire part de votre demande accompagnée de vos coordonnées soit par courrier, soit par e-mail (tf1pubcom@tf1.fr) soit par fax (01 41 41 33 97).

DEFINITIONS

1. GROUPE ANNONCEURS

Se reporter aux « Conditions générales de vente Radios » de TF1 Publicité disponibles sur le site www.tf1pub.fr

2. CHIFFRE D'AFFAIRES

Tarif de base

Le chiffre d'affaires « tarif de base » correspond au chiffre d'affaires résultant de l'application des tarifs publiés par TF1 Publicité, tarifs régulièrement communiqués au marché et disponibles sur le site internet www.tf1pub.fr, pondérés par l'indice de format des spots diffusés et avant toutes modulations de quelque nature que ce soit.

Brut tarif

Le chiffre d'affaires « brut tarif » correspond au chiffre d'affaires « tarif de base » défini ci-dessus diminué des éventuels abattements tarifaires et avant toute modulation de quelque nature que ce soit.

Brut valorisé

Le chiffre d'affaires « brut valorisé » correspond au chiffre d'affaires « brut tarif » défini ci-dessus modulé des éventuelles majorations pour emplacements préférentiels ou majorations multi-annonceurs.

Brut facturé

Le chiffre d'affaires « brut facturé » correspond au chiffre d'affaires « brut valorisé » défini ci-dessus diminué des éventuels messages gracieux.

Net cours d'ordre

Le chiffre d'affaires « Net cours d'ordre » correspond au chiffre d'affaires « brut facturé » défini ci-dessus diminué des différentes primes attribuées aussi bien au titre des conditions commerciales que des éventuelles conditions particulières.

Net fin d'ordre

Le chiffre d'affaires « net fin d'ordre » correspond au chiffre d'affaires « net cours d'ordre » défini ci-dessus, diminué de l'ensemble des remises.