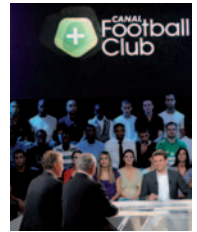




# CGV 2009 LE DÉCODEUR



# EDITO

Paris, le 07 octobre 2008.

Cher(e)s ami(e)s,

Dans un contexte de mutation accélérée du média TV, le paysage télévisuel français va connaître en 2009 de profonds bouleversements :

- Suppression de la publicité sur les chaînes du service public à partir de 20H00 ;
- Mise en application de la nouvelle directive européenne SMA ;
- Déploiement accru de la TNT et début d'extinction de la diffusion analogique par plaque régionale ;
- Développement de la pénétration du câble, du satellite et du très haut débit via l'ADSL et la fibre optique ;
- Délinéarisation de l'écoute TV avec le développement de l'utilisation des services de "VOD" et de "Catch-Up TV" ;
- Lancement commercial de la TMP (Télévision Mobile Personnelle).

Tous ces changements nous confortent dans l'idée que, **plus que jamais, nous devons poursuivre en 2009 le travail que nous menons avec vous sur le long terme.**

- Préserver les spécificités qui font la force de notre offre : **ciblage & qualité premium** de nos espaces.
- Appuyer notre politique commerciale fondée sur la **simplicité**, la **clarté** et la **transparence**, face à un paysage média qui se complexifie chaque année un peu plus.

En 2009 tous nos efforts resteront donc tournés vers un seul objectif : **continuer à assurer l'efficacité de vos actions de communication en vous garantissant les meilleurs espaces disponibles en télévision et sur le Web.**

Nous espérons que ces nouvelles Conditions Générales de Vente répondront à vos attentes pour 2009.

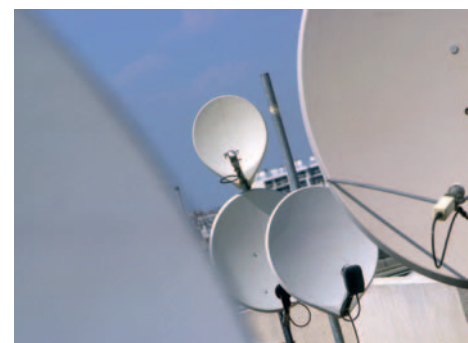
Excellente année à toutes et tous.

**Roger Coste**



## SOMMAIRE

- 3 LES ENJEUX DE L'ANNEE 2009
- 4 LES GARANTIES CANAL+ REGIE
- 7 CONDITIONS COMMERCIALES 2009
- 9 VOTRE EQUIPE COMMERCIALE
- 10 DES PRODUITS COMMERCIAUX CLES EN MAIN
- 11 WEB, SPONSORING ET OPERATIONS SPECIALES
- 12 LA GRILLE DE CANAL+



LE GROUPE CANAL+ SE VEUT ECO RESPONSABLE. DANS CE CADRE ET AFIN DE REDUIRE SON "EMPREINTE CARBONE", CANAL+ REGIE A DECIDE DE SUPPRIMER L'EDITION PAPIER DE SES CONDITIONS GENERALES DE VENTE 2009 AU PROFIT D'UNE EDITION ELECTRONIQUE COMPLETE DISPONIBLE A L'ADRESSE SUIVANTE :

[WWW.CGV2009.CANALPLUSREGIE.FR](http://WWW.CGV2009.CANALPLUSREGIE.FR)

LE DOCUMENT DE SYNTHESE QUE VOUS TENEZ ENTRE LES MAINS EST IMPRIME SUR PAPIER 100% RECYCLE CYCLUS 135G



# LES ENJEUX DE L'ANNEE 2009

## 1 MAITRISE DES COUTS

**CANAL+** = **GARANTIE**  
REGIE

UNE POLITIQUE TARIFAIRE ET COMMERCIALE  
CLAIRE ET TRANSPARENTE

## 2 EMERGER VS ENCOMBREMENT

**CANAL+** = **TEMPORIS**  
REGIE

UNE GARANTIE DE VISIBILITE :  
DES CONTACTS TV PLEINEMENT EFFICACES

## 3 CONVAINCRE VS TOUCHER

**CANAL+** = **ENGAGEMENT**  
REGIE

ABONNEMENT, MARQUES ET VALEURS FORTES :  
POINTS D'INFLUENCE VS POINTS DE CONTACT

➔ **CANAL+** = **CIBLAGE, VISIBILITE, ENGAGEMENT =  
DES ESPACES PUBLICITAIRES PREMIUM.**  
REGIE

**UNE POLITIQUE TARIFAIRE ET COMMERCIALE TRANSPARENTE =  
UNE EFFICACITE GARANTIE.**



# UNE GARANTIE POUR TOUS VOS COÛTS GRP

Depuis 7 ans, toutes les campagnes diffusées sur nos chaînes sont garanties en coûts GRP.

**En 2009, une nouvelle fois tous vos achats resteront garantis en coûts GRP :**

- en **classique** comme en produits **commerciaux**,
- sur **toutes nos chaînes** : CANAL+ LE BOUQUET, i>TELE et toutes nos autres chaînes numériques.

## CANAL+

**Garantie 100%** : toutes les campagnes programmées dès l'ouverture des plannings bénéficient d'une garantie de coûts GRP **plafonnés à l'indice 100** vs les coûts GRP moyens constatés en TV au cours des mois des campagnes. Les campagnes des annonceurs de Famille tarifaire A sont garanties sur la cible des Ménagères -50 ans, celles des annonceurs de Famille tarifaire B sont garanties sur la cible des 25-49 ans.

**Garantie engagée** : tous les annonceurs qui s'engagent sur leur Chiffre d'Affaires annuel bénéficient, pour toutes leurs campagnes 2009, d'une garantie de coûts GRP **plafonnés à l'indice 90** vs les coûts GRP moyens qui seront constatés en TV au cours des mois des campagnes. Les cibles garanties sont les mêmes que celles de la Garantie 100%.

## CHAÎNES NUMÉRIQUES DE CANAL+ RÉGIE LE BOUQUET PUB (CANAL+ DECALE, CANAL+ SPORT, i>TELE)

Toutes les campagnes bénéficient d'une garantie de coûts GRP sur chacune des chaînes investies. Les coûts GRP garantis sont ceux proposés mois par mois en PACKTEMPORIS.

## AUTRES CHAÎNES NUMÉRIQUES (CHAÎNES THÉMATIQUES)

Tous les annonceurs bénéficient d'une garantie de coûts GRP sur cible, sur chacune des chaînes investies et pour la totalité de l'année 2009.

COÛTS GRP GARANTIS EN 2009 SUR NOS CHAINES THEMATIQUES					
CHAINES	TOUTES CHAINES THEMATIQUES (HORS PIWI, TELETOON ET TELETOON +1)				POUR LES CHAINES PIWI, TELETOON ET TELETOON +1
FAMILLES SECTORIELLES	FAMILLE A	FAMILLE B		FAMILLE A ET FAMILLE B	
CIBLES DE TARIFICATION APPLIQUEES	MENAGERES -50 ANS	ENSEMBLE 25-49 ANS	INDIVIDUS CSP+	ENSEMBLE 15-34 ANS	4-10 ANS
C/GRP BRUT MODULE BASE 30" GARANTI	4 200 €	4 700 €	5 600 €	6 000 €	1 000 €



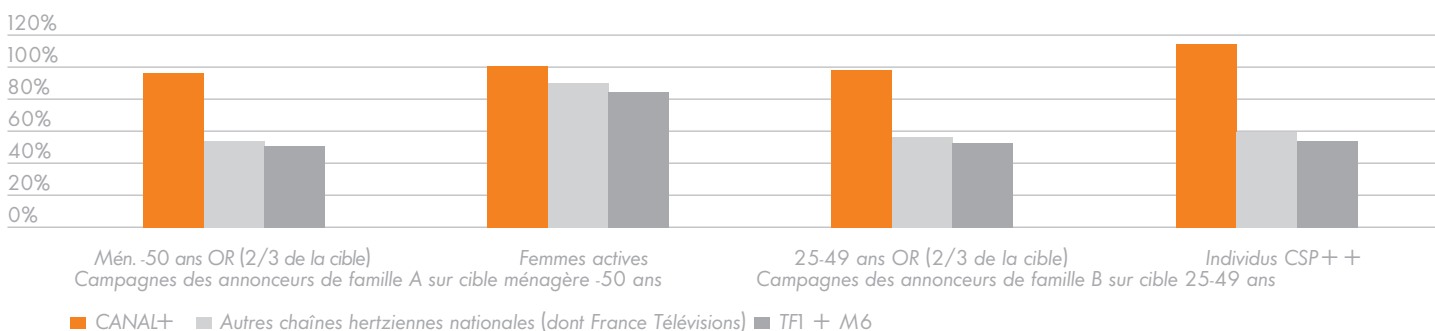
# UNE GARANTIE DE QUALITE PREMIUM

En vous offrant des cibles très qualifiées et les écrans les plus courts en télévision, nous vous assurons la **visibilité**, l'**impact** et l'**efficacité** de vos campagnes auprès des consommateurs les plus fidèles à vos marques.

## CIBLAGE

Les écrans de CANAL+ sont les seuls à vous assurer d'**équilibrer la visibilité de vos campagnes auprès de tous les téléspectateurs**, et en particulier auprès de **ceux qui sont le plus faiblement exposés aux écrans publicitaires diffusés sur les autres chaînes hertziennes nationales, ce qui est particulièrement le cas des individus CSP+ et CSP++**.

**RETOMBÉES GRP DELIVRÉS PAR CIBLE**  
POUR 100 GRP DELIVRÉS SUR CIBLE GÉNÉRIQUE

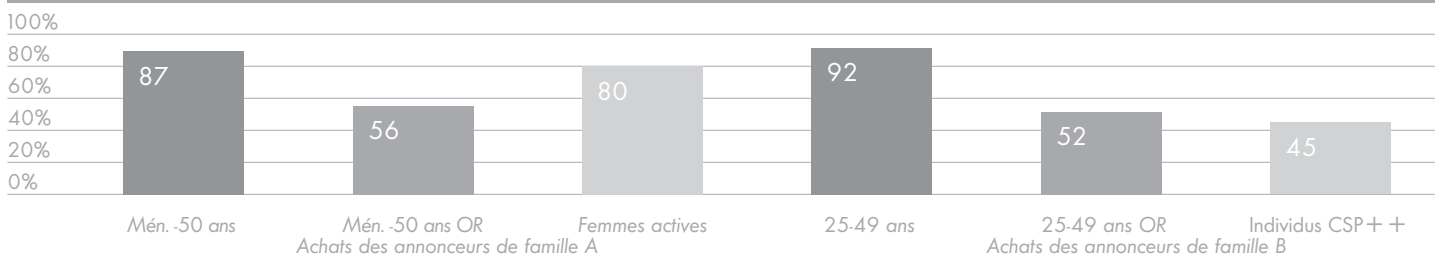


Les cibles OR sont constituées des 2/3 des individus des deux cibles génériques, les moins exposés aux écrans publicitaires diffusés sur les chaînes hertziennes nationales. Elles sont à comparer aux segments G (1/3 des cibles) constitués des gros exposés aux écrans diffusés sur les chaînes hertziennes nationales. Les études montrent que les cibles OR sont celles qui restent les plus fidèles aux marques. (source Yacast-Medialand janvier-juin 2008)

## ECONOMIE

Lorsque les coûts GRP de CANAL+ sont garantis aux indices 100 ou 90 sur cible générique (Ménagères-50 ans pour les annonceurs de famille A ou 25-49 ans pour annonceurs de famille B), ceci signifie que les coûts GRP obtenus sur les cœurs de cibles de CANAL+, individus CSP+ et CSP++ notamment, se situent mécaniquement -40% à -50% en dessous des coûts GRP des autres chaînes.

**INDICE DE C/GRP CANAL+**

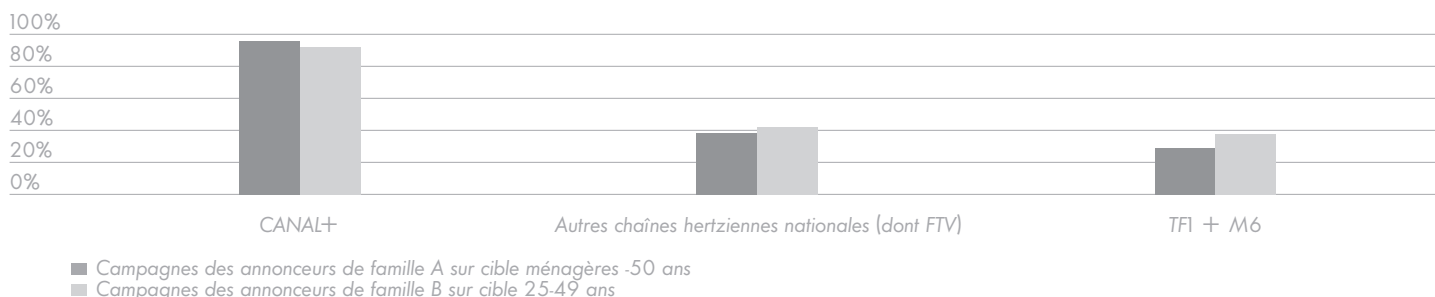


(source Yacast-Medialand janvier-juin 2008)

## IMPACT

Les bilans de campagnes démontrent que les écrans de CANAL+, les plus courts en télévision, assurent à vos films de bénéficier d'**un impact mémoriel deux fois plus important que sur les autres chaînes**.

**POURCENTAGE CLASSES TEMPORIS ABC**  
(INDICES DE MEMORISATION TEMPORIS SUPERIEURS À 100) POUR 100 GRP DELIVRÉS SUR CIBLE GÉNÉRIQUE



(source Yacast-Medialand janvier-juin 2008)

# UNE GARANTIE D'EFFICACITE

## LA FORCE DES MARQUES

CANAL+ est un marque exceptionnelle : 100% des français la connaissent et près de 90% d'entre eux associent spontanément CANAL+ à "la meilleure offre de chaînes et de programmes".

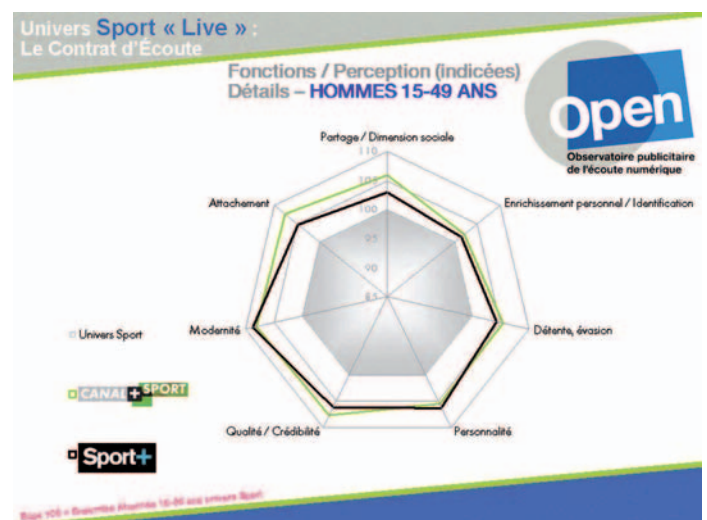
Cette image de la marque CANAL+, qui s'assoit sur une qualité de programmes et un savoir faire hors du commun, rejaillit très largement sur l'ensemble des autres chaînes du Groupe. Présentes sur tous les canaux de diffusion et de réception de la télévision, nos chaînes thématiques vous offrent des **marques fortes**, aux identités marquées au sein d'**univers thématiques** fédérateurs, puissants et en cohérence avec l'offre programmes de CANAL+.

SPORT	INFO	CINEMA	SERIES	DOCS	MAGS	JEUNESSE

**CANAL+**

**WWW.CANALPLUS.FR**

**Implication + interaction + intimité + influence :**  
**L'engagement, une mesure de l'adhésion et de la proximité entre les téléspectateurs et leurs chaînes.**  
 L'étude OPEN montre que l'engagement média des téléspectateurs influe directement sur la perception des messages publicitaires auxquels ils sont exposés.  
 Un contrat d'écoute fort sur une chaîne génère une perception positive de la publicité diffusée sur cette chaîne.



# CONDITIONS COMMERCIALES 2009

## CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB

CANAL+, CANAL+ DECALE, CANAL+ SPORT, I>TELE

Cinq grands postes de remises pour un calcul et une application les plus clairs et les plus simples à mettre en œuvre : **toutes les remises sont additives et s'appliquent au premier euro sur la totalité de votre Chiffre d'Affaires brut facturé annuel 2009 (Publicité classique, PACK TEMPORIS et produits commerciaux inclus).**

### 1. VOLUME (BAREME INCHANGE VS 2008)

Remise versée à tout annonceur qui réalise sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2009 un Chiffre d'Affaires brut facturé selon le barème ci-dessous :

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE 2009 (EN €)		TAUX DE REMISE (%)
SUPERIEUR OU EGAL A :	INFERIEUR A :	
35 000	75 000	1,0
75 000	150 000	1,5
150 000	230 000	2,0
230 000	310 000	2,5
310 000	400 000	3,5
400 000	500 000	4,5
500 000	600 000	5,0
600 000	700 000	5,5
700 000	800 000	6,0
800 000	950 000	7,0
950 000	1 150 000	8,0

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE 2009 (EN €)		TAUX DE REMISE (%)
SUPERIEUR OU EGAL A :	INFERIEUR A :	
1 150 000	1 400 000	8,5
1 400 000	1 600 000	9,0
1 600 000	1 850 000	9,5
1 850 000	2 100 000	10,0
2 100 000	2 550 000	10,5
2 550 000	3 050 000	11,0
3 050 000	3 700 000	11,5
3 700 000	4 500 000	12,0
4 500 000	5 400 000	12,5
5 400 000	6 300 000	13,5
6 300 000	+	15,0

### 2. PROGRESSION (BAREME INCHANGE VS 2008)

Remise versée à tout annonceur dont le Chiffre d'Affaires brut facturé CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB 2009 est supérieur à 35 000 € et supérieur au Chiffre d'Affaires brut facturé CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB 2008.

PROGRESSION DE CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB 2009 VS 2008	TAUX DE REMISE (%)
≥ 10 ET < 15%	2
≥ 15% ET < 20%	3
≥ 20% ET < 25%	4
≥ 25%	5

### 3. NOUVEAUX ANNONCEURS (BAREME INCHANGE VS 2008)

Remise versée à tout annonceur absent sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2008 et qui réalise sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2009 un Chiffre d'Affaires brut facturé égal ou supérieur à 35 000 € comme suit :

	TAUX DE REMISE (%)
<b>NOUVEL ANNONCEUR TELEVISION</b> les annonceurs absents en télévision en 2008 <sup>1</sup> et présents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2009	5
<b>NOUVEL ANNONCEUR CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB</b> les annonceurs présents en télévision mais absents de CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2008 <sup>1</sup> et présents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2009	7

### BONIFICATION PETIT ANNONCEUR PLURI MEDIA (NOUVEAUTE 2009)

	TAUX DE REMISE (%)
<b>PETIT ANNONCEUR PLURI MEDIA</b> les nouveaux annonceurs dont le montant des investissements pluri média en 2008 était inférieur ou égal à 2 millions d'€ <sup>1</sup> et présents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2009	5

<sup>1</sup> Source pige Yacast

La bonification petit annonceur pluri média se cumule avec la remise nouvel annonceur télévision ou avec la remise nouvel annonceur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB.

Cette remise est appliquée au premier euro sur le Chiffre d'Affaires brut facturé 2009 et imputée sur facture mensuelle à compter du mois au cours duquel le seuil fixé est franchi.

La remise de nouvel annonceur ne peut être cumulée avec la remise de fidélité-progression.

#### 4. DECLICS SAISONNIERS (BAREME INCHANGE VS 2008)

##### Remise de déclin hiver

Remise versée à tout nouvel annonceur ou à tout annonceur dont le Chiffre d'Affaires brut facturé CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB de la période janvier-février 2009 est égal ou supérieur à 50 000 € et égal ou supérieur au Chiffre d'Affaires brut facturé CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB de la même période en 2008 et remplissant les conditions d'application suivantes :

Sont considérés comme nouveaux annonceurs pour le déclin hiver :

- Les annonceurs absents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2008
- Les annonceurs présents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2008, mais absents en janvier-février 2008.

Cette remise est appliquée au premier euro sur le Chiffre d'Affaires brut facturé 2009 CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB et est versée en fin d'ordre.

% DU CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE EFFECTIF JANVIER-FEVRIER 2009 VS CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE EFFECTIF ANNEE 2009 CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB	TAUX DE REMISE DECLIC HIVER (%)
> 0% ET < 10%	0.5
≥ 10% ET < 20%	1
≥ 20% ET < 30%	2
≥ 30% ET < 40%	3
≥ 40% ET < 50%	4
≥ 50% ET < 60%	5
≥ 60% ET < 70%	6
≥ 70% ET < 80%	7
≥ 80% ET < 90%	8
≥ 90% ET < 100%	9
100%	10

##### Remise de déclin été

Remise versée à tout nouvel annonceur ou à tout annonceur dont le Chiffre d'Affaires brut facturé CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB de la période juillet-août 2009 est égal ou supérieur à 50 000 € et égal ou supérieur au Chiffre d'Affaires brut facturé CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB de la même période en 2008 et remplissant les conditions d'application suivantes :

Sont considérés comme nouveaux annonceurs pour le déclin été :

- Les annonceurs absents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2008
- Les annonceurs présents sur CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB en 2008, mais absents en juillet-août 2008.

Cette remise est appliquée au premier euro sur le Chiffre d'Affaires brut facturé 2009 CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB et est versée en fin d'ordre.

% DU CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE EFFECTIF JUILLET-AOÛT 2009 VS CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE EFFECTIF ANNEE 2009 CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB	TAUX DE REMISE DECLIC ETE (%)
> 0% ET < 10%	0.75
≥ 10% ET < 20%	1.5
≥ 20% ET < 30%	3
≥ 30% ET < 40%	4.5
≥ 40% ET < 50%	6
≥ 50% ET < 60%	7.5
≥ 60% ET < 70%	9
≥ 70% ET < 80%	10.5
≥ 80% ET < 90%	12
≥ 90% ET < 100%	13.5
100%	15

#### 5. CHAÎNES NUMERIQUES (BAREME INCHANGE VS 2008)

Remise versée à tout annonceur qui réalise un Chiffre d'Affaires brut facturé 2009 réparti selon les modalités suivantes :

% DU CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE 2009 CHAÎNES NUMERIQUES VS CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT FACTURE 2009 CANAL+	TAUX DE REMISE (%)
≥ 50%	2

## TOUTES CHAINES

### CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB & THEMATIQUES (INCHANGE VS 2008)

#### REMISE PROFESSIONNELLE : -15%

Remise calculée sur le Chiffre d'Affaires brut facturé, après déduction des différents abattements et remises, et imputée sur la facture mensuelle.

#### REMISE DE CENTRALISATION : -2%

Remise calculée sur le Chiffre d'Affaires brut facturé après déduction des différents abattements et remises, y compris la remise professionnelle, et imputée sur la facture mensuelle.

Afin de pouvoir obtenir cette remise, un annonceur doit utiliser les services d'un mandataire présentant pour toute opération d'achat d'espace classique, une attestation de mandat le liant à son mandant selon le modèle fourni par CANAL+ REGIE.

## CONDITIONS TARIFAIRES

Barème d'indices par formats inchangé vs 2008

### TARIFS SECTORIELS SPECIFIQUES (POUR CANAL+ REGIE LE BOUQUET PUB)

Les secteurs suivants bénéficient de tarifs spécifiques (l'abattement est directement déduit des tarifs de base) :

FAMILLES, CLASSES, SECTEURS OU VARIETES CONCERNES	TOUS MOIS (%)
CLUBS - AGENCES DE VOYAGES (Famille 12, classe 01, secteur 04)	5
OFFICES DE TOURISME (Famille 12, classe 01, secteur 06)	5
HOTELLERIE (Famille 12, classe 01, secteur 08)	5
ENSEIGNEMENT FORMATION (Famille 15, classe 01, secteurs et variétés associés)	5
MARCHE DU TRAVAIL (Famille 20, classe 01, secteurs et variétés associés)	5
AMEUBLEMENT (Famille 08, classe 01, secteurs et variétés associés)	10
SERVICES ET CENTRES AUTO (Famille 11, classe 01, secteur 02)	10
JARDINAGE - BRICOLAGE - AGRICULTURE (Famille 19, classes, secteurs et variétés associés)	10
IMMOBILIER (Famille 21, classe 01, secteurs et variétés associés)	10
PHARMACIE - MEDECINE (Famille 26, classes, secteurs et variétés associés)	10
CONSOLES JEUX VIDEO (Famille 32, classe 01, secteur 01, variété 06)	10
PRESSE (Famille 33, classe 01, secteur 02 et ensemble des variétés associées)	10

### ABATTEMENTS TARIFAIRES (HARMONISES SUR TOUTES NOS CHAÎNES)

	ABATTEMENT (%)
ABATTEMENT POUR PROGRAMMATION EN MODULE (HORS CANAL+)	50
ABATTEMENT POUR CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES (S.I.G.) ET GRANDES CAUSES NATIONALES	30
ABATTEMENT EDITIONS MUSICALES ET VIDEO	30
ABATTEMENT POUR CAMPAGNES COLLECTIVES	20

POUR LE DETAIL ET LES MODALITES DE NOS CONDITIONS GENERALES DE VENTE CANAL+ REGIE 2009 VOUS POUVEZ CONSULTER LE SITE DEDIE : [WWW.CGV2009.CANALPLUSREGIE.FR](http://WWW.CGV2009.CANALPLUSREGIE.FR)

## VOTRE EQUIPE COMMERCIALE

**Roger Coste** Directeur Général 01.71.35.38.30  
**Francine Mayer** Directrice commerciale 01.71.35.38.14  
**Marc Dubois** Directeur commercial adjoint 01.71.35.38.07

**Séverine Contri Nahon** Directrice de département 01.71.35.38.06  
**Caroline Bellanger** Directrice de clientèle 01.71.35.38.08  
**Angela Barros** Assistante commerciale 01.71.35.31.95

**Sophie De Traverse** Directrice de département 01.71.35.38.63  
**Chrystel Mussy-Masucci** Directrice de clientèle 01.71.35.38.13  
**Claire Marrillet** Directrice de clientèle 01.71.35.33.46  
**Amélie Rosaura** Chef de publicité 01.71.35.24.12  
**Christel Pottier** Assistante commerciale 01.71.35.38.18

**Jérôme Latapie** Directeur de département 01.71.35.31.27  
**Thomas Alombert** Chef de publicité 01.71.35.38.17  
**Stéphanie Desbant** Chef de publicité 01.71.35.38.33  
**Hélène Le Houelleur** Directrice de clientèle 01.71.35.38.10  
**Yamina Chatto** Assistante commerciale 01.71.35.38.05

**Béatrice Le Vasseur** Directrice de département 01.71.35.38.11  
**Clément Berthet** Directeur de clientèle 01.71.35.25.71  
**Marie-Charlotte De Saxcé** Directrice de clientèle 01.71.35.22.75  
**Véronique Thomas** Directrice de clientèle 01.71.35.38.22  
**Laurence Porte** Assistante commerciale 01.71.35.38.03

**Stéphane Gotajner** Directeur département Parrainage/Opérations Spéciales/Web 01.71.35.38.61  
 Parrainage/Opérations Spéciales :

**Hala Saab** Responsable sponsoring 01.71.35.38.19  
**Laurianne Cros** Directrice de clientèle 01.71.35.38.35  
**Laurence Moszkowicz** Directrice de clientèle 01.71.35.38.15  
**Alexandre Sasso** Directeur de clientèle 01.71.35.38.12  
**Brigitte Fortchantre** Assistante commerciale 01.71.35.38.09  
 Web :  
**Marie-Hélène Bolf-Viard** Directrice de clientèle 01.71.35.38.04  
**Nicolas Mure** Chef de publicité 01.71.35.21.86

CANAL+ REGIE, 5-13, Boulevard de la République,  
 92100 Boulogne-Billancourt  
 Fax : 01.71.35.38.84 - Site internet : [www.canalplusregie.fr](http://www.canalplusregie.fr)

# DES PRODUITS COMMERCIAUX CLES EN MAIN

Simple, transparents et garantis par définition, nos différents **PACKS** répondent à toutes vos problématiques : **PACKS TEMPORIS**, ils vous garantissent le "risque-zéro" pour toucher vos cibles dans les meilleures conditions sur CANAL+ et nos chaînes Thématiques. Leurs coûts par GRP sont en effet garantis et connus 3 mois avant ouverture des plannings.

PACKS TEMPORIS		CIBLES GARANTIES		
TARIF BRUT <sup>1</sup> JANVIER/FEVRIER 2009		FAMILLE A	FAMILLE B	GRP GARANTIS
PACK	CHAINES <sup>2</sup>	MENA. -50 ANS	25-49 ANS	
<b>PACK TEMPORIS A</b>	CANAL+, I>TELE, CANAL+DECALE, CUISINE TV, JIMMY, COMEDIE	65 520 €		15,6
<b>PACK TEMPORIS B</b>	CANAL+, I>TELE, CANAL+DECALE, JIMMY, COMEDIE, INFOSPORT, SPORT+, PLANETE, PLANETE NO LIMIT		89 260 €	18,7

**PACKS THEMATIQUES**, couplant plusieurs chaînes numériques autour d'une cible ou d'un univers thématique, ils vous garantissent le "risque-zéro" pour un médiaplaning simple et efficace. Leurs coûts par GRP sont garantis et fixés pour toute l'année 2009.

PACKS THEMATIQUES		CIBLES GARANTIES					GRP GARANTIS
TARIF BRUT MODULE JANVIER/FEVRIER 2009		FAMILLE A	FAMILLE B	INDIVIDUS CSP+	15-34 ANS	ENFANTS	
PACK	CHAINES <sup>2</sup>	MENA. -50 ANS	25-49 ANS			4-10 ANS	
<b>PACK SPORT</b>	CANAL+SPORT, INFOSPORT, SPORT+		24 000 €				5,08
<b>PACK LOISIRS</b>	COMEDIE, JIMMY, TPS STAR, CUISINE TV	16 800 €	18 800 €				4,0
<b>PACK EVASION</b>	PLANETE, PLANETE NO LIMIT	8 400 €	9 400 €				2,0
<b>PACK PASSIONS</b>	INFOSPORT, CUISINE TV, PLANETE, TPS STAR			22 400 €			4,0
<b>PACK D'JEUNS</b>	COMEDIE, JIMMY, PLANETE NO LIMIT				18 000 €		3,0
<b>PACK PELUCH'</b>	TELETOON, TELETOON+1, PIWI					12 000 €	12,0

COUTS GRP BRUTS GARANTIS <sup>1</sup> BASE 30"		CIBLES GARANTIES				
CHAINES	PERIODE	FAMILLE A	FAMILLE B	INDIVIDUS CSP+	15-34 ANS	ENFANTS
		MENA. -50 ANS	25-49 ANS			4-10 ANS
CANAL+, CANAL+DECALE, CANAL+SPORT, I>TELE	JANVIER/FEVRIER 2009	4 200 €	4 800 €			
CHAINES THEMATIQUES <sup>3</sup>	ANNEE 2009	4 200 €	4 700 €	5 600 €	6 000 €	1 000 €

**PACKS+NET**, avec des tarifs net garantis et fixés pour toute l'année 2009, ils vous garantissent le "risque-zéro" et une efficacité maximale pour des dispositifs cross-média complets couplant CANAL+, chaînes Thématiques et Web.

PACKS + NET		CIBLES GARANTIES <sup>4</sup>		PERFORMANCES GARANTIES
TARIFS NET <sup>5</sup> JANVIER/FEVRIER 2009		FAMILLE B	INDIVIDUS CSP+	HOMMES 15+
PACK	CHAINES <sup>2</sup> / SITES			
<b>PACK + NET PREMIUM</b>	CANAL+, I>TELE, CANAPLUS.FR		48 000 € NET	
<b>PACK + NET SPORT</b>	CANAL+, CANAL+SPORT, SPORT+, INFOSPORT, CANAPLUS.FR			40 500 € NET
				15,0 GRP / 200 000 PAGES VUES
				13,0 GRP / 100 000 PAGES VUES

Les tarifs proposés en télévision s'entendent en base 30 secondes

<sup>1</sup> Brut Tarif pour CANAL+ / Brut Modulé pour I>TELE, CANAL+DECALE, CANAL+SPORT et les chaînes thématiques <sup>2</sup> chaînes proposées sous réserve de modifications  
<sup>3</sup> Hors CANAL+DECALE, CANAL+SPORT & I>TELE <sup>4</sup> Performances garanties : GRP pour CANAL+, I>TELE, INFOSPORT & SPORT+ sur les cibles Individus CSP+ ou Hommes 15 ans et + selon le Pack, Pages vues pour WWW.CANAPLUS.FR <sup>5</sup> Les Packs+NET ne rentrent pas dans les assiettes de calcul des conditions commerciales de CANAL+ REGIE Le Bouquet Pub et des chaînes thématiques. Pour les Packs+NET les programmations CANAL+ s'entendent hors écrans Temporis. Définition et conditions d'accès : un Pack est un ensemble indissociable de messages programmés par CANAL+ REGIE sur une même cible, pour un même produit, dans un même format et sur une même période sur les chaînes définies dans le Pack. Sources Mediamétrie Mediamat & MediaCabSat.

# WEB, SPONSORING ET OPERATIONS SPECIALES

## CANAL+, LA CHAINE QUI A INITIE ET INVENTE LE PARRAINAGE TV EN FRANCE

Proposé dès 1984, le parrainage TV a toujours été abordé chez CANAL+ comme la mise à disposition d'un champ d'expression fort et unique pour vos marques.

Depuis l'origine, CANAL+ REGIE comme les équipes éditoriales de CANAL+, visent l'intégration la plus forte et la plus harmonieuse des parrains sur ses antennes,

- tout à la fois pour assurer à vos marques de bénéficier au mieux des forces média et éditoriales liées à la marque CANAL+ et à ses émissions ;
- mais également afin de respecter au mieux les exigences d'une audience très qualifiée et publiophile, constituée de téléspectateurs abonnés, en totalité pendant les tranches cryptées et pour moitié pendant les tranches en clair. Cette double exigence qualitative nous conduit à vous proposer des dispositifs innovants et créatifs.

## DES SITES THEMATIQUES DE COMPLEMENT

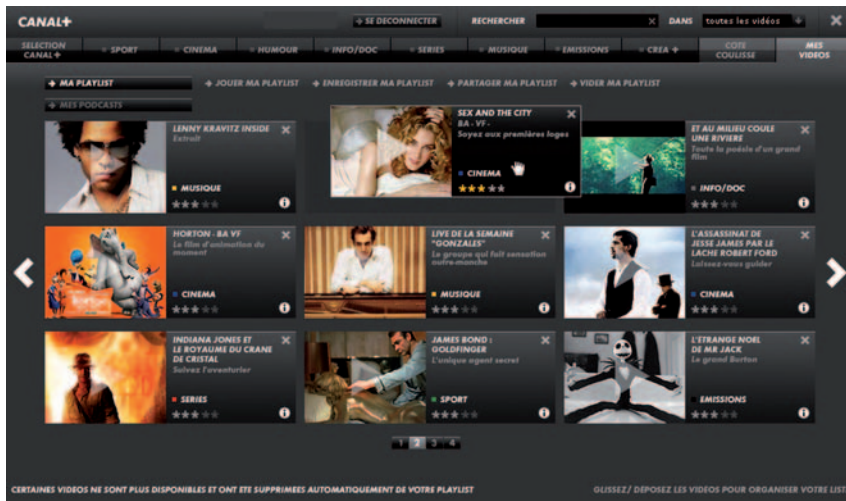
Le meilleur de la cuisine version 100% vidéo avec CUISINE.TV, le sport sur tous les terrains avec SPORT-PLUS.FR, l'actualité sportive en temps réel et en intégralité sur INFOSPORT.FR. Pour les plus jeunes, des dessins animés, des émissions, des jeux concours et du coloriage sur TELETOON.FR tandis que le site d'éveil PIWI.TV donne rendez-vous aux tout-petits...

## L'OFFRE PARRAINAGE 2009

Cinéma, sport, séries, magazines, divertissements... toutes les thématiques sont présentes sur nos antennes... toutes sont ouvertes à la présence d'un parrain. N'hésitez pas à contacter nos équipes commerciales dédiées pour connaître leurs disponibilités.

## CANALPLUS.FR, LE MEILLEUR DE CANAL+

Services de catch-up TV, exclusivités, bonus, événements, matchs en simulcast, blogs et chats en prolongation de l'antenne, CANALPLUS.FR est aujourd'hui très clairement devenu la septième chaîne de CANAL+ LE BOUQUET.



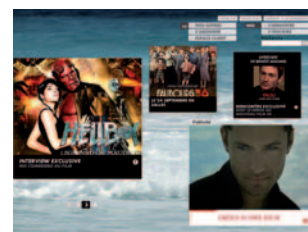
WWW.CANALPLUS.FR



## UNE OFFRE PREMIUM

Sur ce média aussi, ligne éditoriale et parti-pris publicitaires forts sont la règle : un seul format publicitaire par page, rich média et vidéos "à tous les étages".

Ici encore la recherche de l'intégration maximale de vos marques est le mot d'ordre : opérations spéciales en relais d'un sponsoring antenne, habillages et mini-sites événementiels, rien n'est trop beau pour nos internautes, rien n'est trop beau pour assurer l'efficacité de vos campagnes.



# LA GRILLE DE CANAL+

HORAIRE	LUNDI A VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
07H00	LA MATINALE 735	LES NOUVEAUX EXPLORATEURS	
08H30	759	809	
12H00	BARRE DE MIRE	METEO 1200 JDS VIDEO 1209	METEO RENCONTRES DE CINEMA 1209 1219
12H30	LA PREMIERE EDITION 1239 L'EDITION SPECIALE BRUCE TOUSSAINT + CHRONIQUEURS 12H45 : INFOS / METEO - 13H05 : ZAPPING	1230 L'HEBDO CINE 1249	L'EFFET PAPILLON 1240 1300
13H00	1305	1300 + CLAIR	1309 DIMANCHE+ 1315 1329 1330
13H30	1329	1330 1339	LA SEMAINE DES GUIGNOLS 1345 1400
14H00	1400 LA GRANDE COURSE	PROGRAMME COURT 1400 PLATEAU SPORT	PROGRAMME COURT 1409
14H30		LE GRAND JOURNAL LA SUITE 	LA SEMAINE DU ZAPPING 1420
15H00		LA GRANDE COURSE FOOT ANGLAIS	LA GRANDE COURSE 1449 
18H20	1820 L'ALBUM DE LA SEMAINE		
	LES SIMPSON 1840 1849		1849 HUMOUR
19H00	LE JT DE CANAL+ FLORENCE DAUCHEZ 1900 1909	GROUPE D'ACTION DISCRETE 1909	
	LE GRAND JOURNAL MICHEL DENISOT + CHRONIQUEURS - 19H25 : METEO - 19H47 : ZAPPING 1931	SALUT LES TERRIENS 1931	1929 1931
20H00	1949 2001 2009 LES GUIGNOLS 2010 2019	2009 2020 2029	CANAL FOOTBALL CLUB 2009
21H00	LE GRAND JOURNAL LA SUITE 2031 2049 2050	GROLAND MAGZINE 2045 2049 2050	2032 2039 2042
	CREATION ORIGINALE CANAL+	MARDI DECOUVERTE / FOOT	SEANCE DU MERCREDI / FOOT
		SOIREE SERIES	VENDREDI BOX OFFICE
		SAMEDI SUSPENSE	FOOT LIGUE 1 LE GRAND MATCH

■ Ecran classique ■ Ecran Temporis ■ Programme crypté Applicable à partir du 01 septembre 2008 / Sous réserve de modifications.