

GRILLE TARIFAIRE 2022 – ARPP.TV

(v2 janvier 2022)

Niveaux de service proposés par l'ARPP (engagement ISO 9001) :

Classique	Avis rendu dans les 48 heures ouvrées de l'ARPP
Express	Prochaine session de visionnage garantie
Premium	Avis rendu dans l'heure (pour toute demande traitée par le Support Clients entre 9h00 et 17h30 - Avis rendu au plus tard à 18h30)

L'offre Duo Gagnant :

Depuis le 1^{er} juillet 2015, si vous êtes une agence ou une société de production **adhérente** de l'ARPP et votre client annonceur **également**, vous bénéficiez automatiquement **d'une réduction supplémentaire de 10%** sur vos demandes d'avis : c'est l'offre **DUO GAGNANT** !*

Adhérent ARPP

	Classique ⁽¹⁾	DUO GAGNANT	Express ⁽¹⁾	DUO GAGNANT	Premium ⁽²⁾	DUO GAGNANT
Standard	34,00 € HT	30,60 € HT	49,50 € HT	44,55 € HT	71,00 € HT	63,90 € HT
Mentions sanitaires⁽²⁾	17,00 € HT	15,30 € HT	24,75 € HT	22,25 € HT	35,50 € HT	31,95 € HT
Jeux d'argent⁽³⁾	17,00 € HT	15,30 € HT	24,75 € HT	22,25 € HT	35,50 € HT	31,95 € HT
Automobile⁽⁴⁾	17,00 € HT	15,30 € HT	24,75 € HT	22,25 € HT	35,50 € HT	31,95 € HT
Film publicitaire EXCLUSIVEMENT SEGMENTE/Fournisseurs de contenus tél./sms, Call to action (SMAd exclusivement)⁽⁵⁾	Réduction de 50 % par film					
Option mesvideosARPP⁽⁶⁾	25,00 € HT par film					
Musique non fournie⁽⁷⁾	5,00 € HT par film					

V2 - 2022

Non adhérent ARPP

Type de film publicitaire	Classique ⁽¹⁾	Express ⁽¹⁾	Service Premium ⁽¹⁾
Standard	203,00 € HT	302,50 € HT	408,00 € HT
Mentions sanitaires ⁽²⁾	101,50 € HT	151,25 € HT	204,00 € HT
Jeux d'argent ⁽³⁾	101,50 € HT	151,25 € HT	204,00 € HT
Automobile ⁽⁴⁾	101,50 € HT	151,25 € HT	204,00 € HT
Film publicitaire EXCLUSIVEMENT SEGMENTE/Fournisseurs de contenus tél./sms, Call to action (SMAd exclusivement) ⁽⁵⁾	Réduction de 50 % par film		
Option mesvideosARPP ⁽⁶⁾	90,00 € HT par film		
Musique non fournie ⁽⁷⁾	5,00 € HT par film		

⁽¹⁾ Ces montants incluent la contribution de **2 euros HT** par spot, ou 1 euro HT pour les spots « Mentions sanitaires » et « Jeux d'argent », dans le cas d'une soumission, respectivement de quatre et trois films, nécessaire au financement de l'identifiant unique PubID. PubID est une initiative de l'interprofession publicitaire dans son ensemble, pilotée par ses organisations professionnelles : AACC (Association des Agences Conseils en Communication), SNPTV (Syndicat National de la Publicité Télévisée) et Union des marques, au sein de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).

⁽²⁾ En application de l'Arrêté du 27 février 2007 fixant les conditions relatives aux informations à caractère sanitaire devant accompagner les messages publicitaires ou promotionnels en faveur de certains aliments et boissons, chaque film publicitaire devant être décliné en 4 variantes, **la soumission des 4 versions d'un même film devrait se traduire par l'achat d'un crédit correspondant à 4 films**. Compte tenu du coût induit par cette obligation, le Conseil d'Administration de l'ARPP a décidé d'appliquer une **réduction de 50 % sur les crédits ARPP.TV utilisés pour les films publicitaires revêtus des mentions sanitaires**. Cette réduction n'est pas cumulable avec celle accordée aux films relevant du secteur « fournisseurs de contenu, de messageries ou de dialogues, de personnalisation du téléphone » (cf. ⁽⁵⁾).

⁽³⁾ De même, en application du Décret n° 2010-624 du 8 juin 2010 relatif à la réglementation des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ainsi qu'à l'information des joueurs quant aux risques liés à la pratique du jeu, chaque film publicitaire pour des jeux d'argent devant être décliné en 3 variantes pour respecter les règles relatives à l'intégration des messages de mise en garde, **la soumission des 3 versions d'un même film devrait se traduire par l'achat d'un crédit correspondant à 3 films**.

Compte tenu du coût induit par cette obligation, le Conseil d'Administration de l'ARPP a décidé d'appliquer une **réduction de 50 % sur les crédits ARPP.TV utilisés pour des films publicitaires revêtus des messages de mise en garde**. Cette réduction n'est pas cumulable avec celle accordée aux films relevant du secteur « **fournisseurs de contenu, de messageries ou de dialogues, de personnalisation du téléphone** » (cf. ⁽⁵⁾).

⁽⁴⁾ En application de **l'article 75 de la loi n° 2019-1428 du 24 décembre 2019 d'orientation des mobilités**, complété par un **décret n° 2021-1841 du 28 décembre 2021 relatif à la promotion des mobilités actives, ou partagées, ou des transports en commun dans les messages publicitaires en faveur de véhicules terrestres à moteur** (relatif au champ d'application), et un **arrêté du 28 décembre 2021 pris pour l'application de l'article D. 328-3 du Code de la route** (relatif aux modalités de présentation des messages), chaque film publicitaire en faveur **de la vente ou de la location longue durée de véhicules de tourisme**, devant être décliné en 3 variantes pour respecter les règles relatives à l'intégration des messages relatifs aux mobilités actives, partagées ou des transports en commun, **la soumission des 3 versions d'un même film devrait se traduire par l'achat d'un crédit correspondant à 3 films**. Compte tenu du coût induit par cette obligation, le Conseil d'Administration de l'ARPP a décidé d'appliquer une **réduction de 50 % sur les crédits ARPP.TV utilisés pour des films publicitaires revêtus de ces messages de ces mentions**. Cette réduction n'est pas cumulable avec celle accordée aux films relevant du secteur « **fournisseurs de contenu, de messageries ou de dialogues, de personnalisation du téléphone** » (cf. ⁽⁵⁾).

⁽⁵⁾ Les films publicitaires EXCLUSIVEMENT SEGMENTE, SMAd présentant une fonctionnalité interactive « *Call to action* », ou en faveur d'annonceurs du secteur « **fournisseurs de contenu messagerie dialogue, de personnalisation du téléphone** » (variétés de produit 49 02 04 01 et 49 02 08 01 de la [nomenclature TV](#) des produits du SNPTV) et comportant **une visualisation du numéro de téléphone pendant une durée minimum équivalente à au moins 30% de la durée globale** avec pour unique objectif de provoquer un appel téléphonique ou un sms immédiat, à seul but informatif **font l'objet d'une réduction tarifaire de 50 %**. Compte tenu de la nécessité de soumettre plusieurs variantes d'un même film comportant des modifications mineures (simple modification du numéro de téléphone par exemple), le Conseil d'Administration de l'ARPP a décidé d'appliquer une telle réduction. Cette réduction n'est pas cumulable avec celle accordée aux films « Mentions sanitaires » et « Mentions jeux d'argent et de hasard » (cf. ^{(2) et (3)}).

⁽⁶⁾ Cette option permet à l'utilisateur de visualiser ses fichiers vidéo en ligne, depuis son compte ARPP.TV, pendant 5 années (au lieu de 2 mois). Elle peut être activée, en une seule fois, pour chaque film du demandeur, par une souscription annuelle.

Cas particuliers :

- **Longs films publicitaires**

A compter de la 60^{ème} seconde de votre film publicitaire, votre solde sera débité, au moment de l'acceptation de votre demande, d'un montant supplémentaire équivalent à celui du coût de soumission du film, par tranche de 60 secondes (selon le type de Film ID et de service choisi). Ce montant supplémentaire n'inclut pas la contribution forfaitaire PubID.

- **Demandes d'Avis TV/SMAd abandonnées**



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

23, rue Auguste Vacquerie 75116 Paris.
Tél. +33(0)1 40 15 15 40
support@arpp.org / www.arpp.org

Toute demande d'avis TV/SMAd abandonnée après le contrôle de conformité opéré par le Support Clients et avant le visionnage, entraînera un débit forfaitaire de :

- 9,50 € par identifiant PubID, pour les adhérents de l'ARPP.
- 51,75 € par identifiant PubID, pour les non adhérents.
- **Musique non fournie**

⁽⁷⁾ Un débit forfaitaire de 5 € HT par film sera appliqué au moment de l'acceptation de la demande, si le film contient de la musique alors que l'annexe musicale n'a pas été fournie en même temps que la demande.