



CONDITIONS COMMERCIALES TOTAL VIDEO 2023

VIDÉO-DIGITAL, AUDIO DIGITAL ET OPÉRATIONS SPÉCIALES

T F 1
· · ·
P U B

CONDITIONS COMMERCIALES
APPLICABLES SUR LA PÉRIODE
DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2023



ACHAT EXPRESS LA BOX (L')	page 49
ALL BUY MYSELF (L'OFFRE)	page 48
CASCADE (LA)	page 74
CINÉMA (L'OFFRE) NEW	page 52
COLLECTIVE (L'OFFRE)	page 53
ECOFUNDING (LE PROGRAMME)	page 12
ECO RESPONS'AD (L'OFFRE)	page 14
ENTERTAINMENT (L'OFFRE)	page 51
EVENT (LES ÉCRANS)	page 47
GOUVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL (L'OFFRE)	page 51
INDICES FORMATS (LES)	page 72
MAJORATIONS TARIFAIRES (LES)	page 67
MPI (LE)	page 55
MPI HYBRIDE (LE)	page 54
MPI PRIORITY (LE) NEW	page 55
MY[SCREEN] MADE IN FRANCE (L'OFFRE) NEW	page 16
ONE DATA (L'OFFRE)	page 36
ONE DATA MULTISCREEN (L'OFFRE)	page 40
ONE LOCAL (L'OFFRE)	page 44
ONE PP – PURE PLAYER (L'OFFRE)	page 50
ONE PTV (L'OFFRE)	page 32
OPS (LES)	page 145
PARRAINAGE (LE)	page 131
PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR (L'OFFRE)	page 53
PREMIUM (LES EMPLACEMENTS)	page 47
PRIO (LES ÉCRANS)	page 47
PROGRAMMES COURTS RSE (LES)	page 20
TF1 ANALYTICS (L'OFFRE)	page 66
TV SEGMENTÉE (LA)	page 23
VIDÉO SOLIDAIRE (L'OFFRE)	page 18
VIP (LES ÉCRANS)	page 47

ACHAT EXPRESS LA BOX (L')	page 77
ALL BUY MYSELF (L'OFFRE)	page 76
CASCADE (LA)	page 102
CINÉMA (L'OFFRE) NEW	page 80
COLLECTIVE (L'OFFRE)	page 79
ENTERTAINMENT (L'OFFRE)	page 79
GOUVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL (L'OFFRE)	page 79
INDICES FORMATS (LES)	page 100
MAJORATIONS TARIFAIRES (LES)	page 98
MPI HYBRIDE (LE)	page 83
MPI PRIORITY TNT (LE) NEW	page 84
MPI TNT (LE)	page 84
ONE DATA (L'OFFRE)	page 36
ONE DATA MULTISCREEN (L'OFFRE)	page 40
ONE LOCAL (L'OFFRE)	page 44
ONE PP – PURE PLAYER (L'OFFRE)	page 78
ONE PTV (L'OFFRE)	page 32
OPS (LES)	page 145
PACKS NETS TNT (LES)	page 81
PARRAINAGE (LE)	page 138
PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR (L'OFFRE)	page 78
TV SEGMENTÉE (LA)	page 23

INDEX L'OFFRE VIDÉO & LES AUTRES FORMATS DIGITAUX

AUDIO DIGITAL (LES OFFRES)	page 122
AUTOMATISATION (L')	page 119
CIBLAGE DATA (LES OFFRES)	page 112
DISPLAY (LES OFFRES)	page 111
TARIFS (LES)	page 125
VIDÉO (LES OFFRES)	page 105

SOFTWARE

OFFRES RSE

P.11

UNIVERS DATA &
CONVERGENCE
MULTISCREEN

P.21

ESPACE CLASSIQUE

P.45

OFFRE VIDEO &
FORMATS DIGITAUX

P.103

PARRAINAGE

P.130

OFFRES OPS

P.145

L'OFFRE TFI PUB, AU CŒUR DES USAGES DES FRANÇAIS

90%

**COUVERTURE HEBDOMADAIRE
25-49 ANS**

Dont :

82%

POUR LA TÉLÉVISION

Dont :

30%

POUR LA RADIO

Dont :

30%

POUR LE DIGITAL

Médiamétrie – Cross médias vague 2022.1 – COUVERTURE HEBDOMADAIRE

ONE

TFI PUB segmente ses solutions publicitaires autour d'une marque ombrelle unique : ONE. L'ensemble des produits de TFI PUB, quel que soit leur support de diffusion, est regroupé autour de 5 verticales qui répondent aux objectifs majeurs des annonceurs : le reach, le branding, la précision, l'expérience publicitaire et l'engagement sociétal.

Pour une meilleure visibilité et compréhension des produits proposés dans la suite du document, vous trouverez à côté de chaque produit, le logo de la verticale à laquelle il est rattaché.

SIMPLICITÉ

COHÉRENCE

CLARTÉ



Dispositifs médiaplanning puissants et impactants
Visibilité, attention, notoriété



Offres autour des contextes programmes
Branding & affinité



Offres de « precision targeting » et orientées performance
Performance, acquisition, trafic



Offres valorisant des expériences publicitaires exclusives et innovantes
Image et perception de marque



Offres RSE
Engagement sociétal

LES MODES D'ACHAT

Choisissez votre présence sur nos supports afin de répondre au mieux à vos différents objectifs de communication.

■ L'ESPACE CLASSIQUE

Vous disposez d'un film publicitaire, votre création peut être diffusée au sein des écrans publicitaires. Ces derniers sont reconnaissables par les « jingles publicité » les encadrant.

Différentes options s'offrent à vous pour réserver vos espaces publicitaires :

LE SPOT À SPOT, LE CHOIX À 100%

Ce mode d'achat vous permet de sélectionner les écrans souhaités pour la diffusion de votre spot publicitaire. En relation avec les équipes planning de TFI PUB, vous disposez ainsi de tous les leviers pour une efficacité renforcée de votre campagne. Écrans fédérateurs, contexte d'émissions engageantes, affinité avec votre cible... tous les ingrédients sont à votre disposition pour répondre à vos objectifs de ventes, de notoriété, d'image, de trafic sur site ou en magasin...

Vous êtes l'architecte de votre campagne !

LE MPI, MODE DE PROGRAMMATION INTERNALISÉ, UN ACHAT AUTOMATISÉ :

Pour faciliter votre achat d'espace, TFI PUB vous propose de prendre en charge la construction de vos campagnes en mode de programmation internalisé, avec des niveaux de services différenciés, pour répondre au mieux à vos objectifs de communication. Avec le MPI, l'achat devient simple et rapide.

Depuis 2022, le MPI est hybride, devenant ainsi la première offre industrielle de convergence qui combine les inventaires linéaires (TV) et les inventaires non linéaires. Voir page 22.

Nouveauté 2023 : le MPI Priority, déclinaison de notre offre MPI. Un accès prioritaire à nos inventaires et sécurisé en prix car non sujet au modulo.

PACKS NETS FORFAITAIRES : DES SOLUTIONS CLÉ EN MAIN

Présence centrée sur un ou des programme(s) ou au sein d'une sélection de médias. Ces offres, tarifées en net, sont construites pour répondre à des objectifs de communication précis.

■ LE PARRAINAGE & LE PLACEMENT DE PRODUIT

LE PARRAINAGE

En vous associant aux valeurs véhiculées par un programme, vous travaillez principalement l'image de votre marque et sa notoriété, en renforçant la présence à l'esprit et l'intention d'achat de vos clients ou prospects.

Votre présence sur les bandes-annonces de l'émission, mais aussi en amont, pendant ou en fin d'émission, vous assure une forte visibilité. Les programmes de nos chaînes sont diversifiés et constituent autant de territoires de valeurs à investir.

Pour plus de proximité avec les téléspectateurs, vous pouvez les faire jouer en lien avec le programme parrainé, avec la diffusion d'un module-jeu.

LE PLACEMENT DE PRODUIT

Plus immersif encore, le placement de produit vous permet d'être présent au sein même des fictions. Cette communication met en scène l'expérience consommateur de votre produit, marque ou service, grâce à une intégration directe et naturelle dans l'histoire proposée aux téléspectateurs.

LES MODES D'ACHAT

■ LES OPÉRATIONS SPÉCIALES

À chaque étape de la vie de votre marque, produit ou service (lancement, anniversaire, changement de nom, repositionnement...), les équipes dédiées aux Opérations Spéciales de TFI PUB sont à votre disposition pour créer votre communication événementielle sur-mesure, de la conception à la diffusion. Forte de sa veille technologique et publicitaire, TFI PUB vous propose par ailleurs une gamme d'offres vous permettant d'être présent tout au long du parcours client, de décrypter les champs de communication de demain et d'émerger sur votre marché.

Découvrez et devenez les pionniers des nouvelles publicités, à la pointe de la technologie.

■ L'ENVIRONNEMENT DIGITAL

Vous pouvez réserver vos espaces publicitaires selon 2 modes d'achat :

LE GRÉ À GRÉ

La vente en gré à gré vous permet de bénéficier de toute l'expertise des équipes commerciales en direct pour la diffusion de votre spot publicitaire en digital au sein de l'écosystème TFI PUB.

LE PROGRAMMATIQUE

Automatisation de l'achat d'espace publicitaire en digital grâce à nos outils digitaux et plateforme SSP. Un mode de commercialisation, de réservation et de facturation des espaces publicitaires qui permet de fluidifier le processus de transmission et de diffusion des créations sur l'ensemble de l'offre TFI PUB.

■ À NOTER

Sauf mention contraire, tous les tarifs sont exprimés en euros hors taxe sur l'ensemble du document.

AUTOMATISATION & CONVERGENCE DES ACHATS

LA - BOX

LA - BOX ENTREPRISES

Les développements techniques réalisés en 2022 ont été priorisés afin d'apporter aux acheteurs multiscreen une vision convergente de leurs achats vidéos. Les Dashboards Total Vidéo sont maintenant disponibles, apportant cette vue convergente sans pour autant omettre les KPIs de performance propres à chacun des médias/offres : TV, MPI Hybride, offres digitales et TV segmentée.

Fin 2022, la double lecture CGRP/CPM des achats TV viendra compléter cette approche Total Vidéo.

La fonctionnalité All Buy Myself via La Box permet aux primo accédants TV & aux PME-PMI d'acheter très simplement les écrans TFI et TNT. En 2023, le calendrier d'achat sera étendu afin d'être cohérent avec celui des ouvertures de planning TV. Cette fonctionnalité est ouverte aux annonceurs, en direct ou sous mandat, disposant d'un spot TV validé par l'ARPP.

La Box Entreprises, toujours accessible, permet en quelques clics de construire un plan média personnalisé, réserver des espaces publicitaires classique/digital, être mis en relation avec un commercial dédié.

En 2023, confort de navigation et réactivité dans les temps de réponse seront au cœur des améliorations techniques de La Box.

275

UTILISATEURS QUOTIDIENS
+ 15% VS JANV-SEPT 2021

43 300

TRANSACTIONS RÉALISÉES
DEPUIS JANVIER 2022
SOIT +20 % VS JANV-SEPT 2021

NOUVEAUTÉS 2023

- Mise en place de la double lecture CGRP / CPM sur l'ensemble des fonctionnalités de La Box
- Dashboards digitaux enrichis de nouveaux KPIs
- Refonte des bilans financiers
- All Buy Myself : dès les ouvertures de planning TV

OFFRES RSE

■ ECOFUNDING	page 12
■ ECO RESPONS'AD	page 14
■ MY[SCREEN] MADE IN FRANCE	page 16
■ VIDÉO SOLIDAIRE	page 18
■ PROGRAMMES COURTS RSE	page 20



notre
PLANÈTE

Pour agir en contribuant activement à une filière plus responsable,
TFI PUB prolonge et élargit en 2023 son programme publicitaire à vocation environnementale.



CONTEXTE

Avec plus de 400 labels à vocation environnementale, il est difficile pour les consommateurs **d'identifier et repérer les bons critères** pour choisir des produits ou services plus respectueux de l'environnement.

Et pour les marques, satisfaire aux critères requis pour obtenir des labels et critères d'impact environnementaux est une démarche très exigeante. C'est pourquoi TFI PUB souhaite accompagner et soutenir l'effort de celles qui font la promotion **de produits ou services plus durables sur ses antennes**.

PRINCIPE

En 2023, TFI PUB prolonge Ecofunding, un programme publicitaire **100% financé par le Groupe TFI**. Ce programme permet de réaliser des **campagnes de sensibilisation** très pédagogiques sur les labels et critères d'impacts environnementaux recommandés par l'ADEME (labels environnementaux, étiquette énergie et indice de réparabilité). Ces campagnes de sensibilisation sont diffusées sur les **chaînes du Groupe TFI et sur MYTFI**, afin d'aider les consommateurs à **faire des choix éclairés**.

NOUVEAUTES

En plus de la publicité classique, TFI PUB a décidé **d'élargir Ecofunding aux campagnes de parrainage** afin de rendre accessible son programme au plus grand nombre d'annonceurs,

COMMENT PARTICIPER ?

Chaque campagne publicitaire **affichant dans son spot** (spot classique et/ou billboard de parrainage) **un des critères d'éligibilité** recommandés par l'ADEME (labels environnementaux, étiquette énergie, indice de réparabilité, affichage environnemental) **déclenchera de la part du groupe TFI un abondement** dans le programme Ecofunding, au prorata du budget média investi par l'annonceur*.

Le programme Ecofunding du Groupe TFI permettra de programmer des campagnes **jusqu'à un équivalent de 5M€ bruts en 2023**. Au départ, le Groupe TFI garantira un minimum de cette valeur afin d'assurer la diffusion d'une campagne forte. Ensuite, ce sont les campagnes des annonceurs sur des produits ou services éligibles qui **déclencheront un abondement supplémentaire de notre part dans le programme**, et permettront de multiplier les campagnes de sensibilisation.

* Liste des critères d'éligibilité en page 13



ECOFUNDING

SAISON 2

BÉNÉFICES

En communiquant sur leurs produits et services labellisés, les marques permettront directement de **contribuer à diffuser ces campagnes de sensibilisation prônant la durabilité et la consommation responsable.**

Par ailleurs, les annonceurs qui auront permis d'alimenter ce programme Ecofunding pourront **être visibles dans ces spots de sensibilisation**, une occasion supplémentaire de véhiculer au plus grand nombre leurs engagements

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES PRODUITS & SERVICES - PÉRIODE 2022-2023*

Tous les critères d'éligibilité par secteur d'activité sont disponibles sur <https://tflpub.fr/ecofunding>

■ LABELS ENVIRONNEMENTAUX

Sont éligibles les produits porteurs d'un des 100 labels identifiés et validés par l'ADEME, recensés sur le site de l'ADEME à l'adresse suivante : <https://www.ademe.fr/labels-environnementaux>

■ ÉTIQUETTE ÉNERGIE

- Sont éligibles les produits référencés sur le site <https://www.guidetopten.fr/>
- Pour les véhicules : les émissions des voitures concernées doivent être sous le seuil relatif à la qualification d'un véhicule particulier faibles émissions, soit 60g CO2/km + le véhicule ne doit pas dépasser un poids à vide de 1800kg + la puissance de la motorisation à la tonne du véhicule doit être égale ou inférieure à 70kW / Tonne.

■ INDICE DE RÉPARABILITÉ

Sont éligibles les produits porteurs d'un indice de réparabilité égal ou supérieur à 7,5/10.

■ AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

Sont éligibles les produits porteurs de la lettre A et présents dans les catégories suivantes : alimentaire, ameublement, textile, hébergement touristique, produits électriques et électroniques.

**La liste de ces critères recommandés par l'ADEME est susceptible d'évoluer.*

CONDITIONS

- L'annonceur garantit que tous les produits ou services promus dans le spot répondent au cahier des charges de l'ADEME en vigueur sur <https://tflpub.fr/ecofunding>.
- Le critère d'éligibilité (label environnemental, score de l'étiquette énergie, score de l'indice de réparabilité ou score de l'affichage environnemental) devra apparaître dans le spot en non défilant.



ECO-RESPONS'AD



**TFI PUB souhaite accompagner une communication plus durable.
En offrant des avantages aux produits et services ayant réduit leur impact sur l'environnement,
TFI PUB démontre son engagement pour une consommation plus durable.**



PRINCIPE

Présence du spot de l'annonceur dans un **écran court et dédié**, précédé par un **jingle de 6" spécifique**, mettant en valeur le bien ou service de l'annonceur placé dans cet écran publicitaire sur la chaîne TFI*. En 2023, TFI PUB élargit la liste des écrans EcoRespons'ad éligibles.

POUR QUI ?

Pour que le spot de l'annonceur soit éligible à l'offre, il doit présenter **uniquement des produits ou services ayant reçu au moins un label identifié et validé selon le cahier des charges de l'ADEME** (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) : liste des critères détaillés en page 13.

Exemple : votre produit bénéficie d'un label « Agriculture Biologique » ? Investissez nos écrans dédiés sur TFI avec un jingle publicitaire dédié.

En option, mise en place d'un bilan post campagne AdImpact TFI PUB** pour mesurer le gain d'image et de perception du produit sur les exposés de la campagne en télévision et/ou en digital. Bilan réalisé sur une cible socio-démo.

*Possibilité de prolonger la campagne en digital sur MYTFI. Nous consulter.

**Campagne de minimum 200 GRP TTV sur cible socio-démo.



ECO-RESPONS'AD



CONDITIONS

DISPOSITIF SUR DEVIS

- Cette offre est réservée et ouverte uniquement aux annonceurs dont le spot fait la promotion de(s) bien(s) ou service(s) ayant reçu au moins un label/score/indice identifié et validé par l'ADEME dans son cahier des charges.
- L'annonceur garantit que tous les produits ou services promus dans le spot répondent au cahier des charges de l'ADEME en vigueur, voir cadrage technique sur <https://tflpub.fr/ecofunding>
- Liste des écrans sur la chaîne TFI éligibles à l'offre :

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Écran 1264	Écran 1264	Écran 1264	Écran 1264	Écran 1264	Écran 1264	Écran 1264
Écran 1334	Écran 1334	Écran 1334	Écran 1334	Écran 1334	Écran 1334	Écran 1334
Écran 1564	Écran 1564	Écran 1564	Écran 1564	Écran 1564	Écran 1564	Écran 1564
Écran 1954	Écran 1954	Écran 1954	Écran 1954	Écran 1954	Écran 1964	Écran 1964
Écran 2044	Écran 2044	Écran 2044	Écran 2044	Écran 2044	Écran 2012	Écran 2044
					Écran 2044	

- Les écrans accessibles uniquement aux programmations réalisées en classique Spot à Spot : 2012 (samedi)
- Les écrans accessibles uniquement aux programmations réalisées en classique Spot à Spot ou en MPI Priority (hors MPI, Achat Express, All Buy Myself, offres catégorielles et en programmation) : 1264 (lundi au dimanche), 1334 (lundi au dimanche), 1564 (lundi au dimanche), 1954 (lundi au vendredi), 2044 (lundi au dimanche), 1964 (samedi et dimanche).
- Le critère d'éligibilité (label environnemental, score de l'étiquette énergie, score de l'indice de réparabilité ou score de l'affichage environnemental) devra apparaître dans le spot en non défilant.
- Sous réserve de disponibilité planning et d'accord de l'éditeur du support concerné.
- Sont autorisés dans les écrans EcoRespons'ad des spots d'une durée minimum de 20" sur TFI et 15" sur MYTFI.
- Cette offre est soumise aux Conditions Générales de Vente en vigueur applicables au support concerné et n'est pas éligible aux offres commerciales Pure Players.
- Les dispositifs sur TFI d'une part et sur MYTFI d'autre part, sont acheteables séparément par l'annonceur ; Les conditions appliquées à chaque support seront définies en fonction du volume d'investissement réalisé sur le support concerné. L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur le support TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur les supports autres que TFI et inversement.

MY[SCREEN] MADE IN FRANCE

NEW

TFI PUB souhaite encourager une consommation plus responsable en mettant en valeur les produits et services d'origine française, dont la traçabilité et l'indication de provenance sont claires et objectives. Avec cette offre, nous souhaitons promouvoir les circuits courts et valoriser des savoir-faire industriels et artisanaux.



CONTEXTE

Les Français sont de plus en plus sensibles à la **provenance des produits ou services qu'ils consomment**. A juste titre, le Made in France peut vous apporter différents bénéfices :

- Des produits qui ont **parcours moins de kilomètres avant d'arriver chez vous**, permettant de réduire l'empreinte carbone finale du bien.
- Un soutien aux produits et services qui assurent une **proximité avec le consommateur final et le développement de l'emploi local**.

Avec ce format, TFI PUB souhaite valoriser les entreprises qui fabriquent en France.

PRINCIPE

L'offre MY[SCREEN] MADE IN FRANCE permet de diffuser sur la chaîne TFI votre spot **dans des conditions d'écran exclusif**, tout en proposant l'accès à tous les écrans, en semaine comme le week-end.

Le spot sera diffusé en **dernière position de l'écran** (position 99) et séparé du reste de l'écran par un **jingle de 3" thématisé « Made in France »**.

BENEFICES

L'offre MY[SCREEN] MADE IN FRANCE permet de :

- Bénéficier d'un **écran publicitaire** pour la diffusion de votre spot
- **Se démarquer** des autres annonceurs présents dans l'écran
- Améliorer la **mémorisation** de la campagne
- Renforcer la promesse de la marque sur **l'origine du produit/service**



MY[SCREEN] MADE IN FRANCE

NEW

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES PRODUITS & SERVICES*

■ LABEL ORIGINE FRANCE GARANTIE

Sont éligibles les produits porteurs de la certification « Origine France Garantie » fabriqués en France métropolitaine.

■ LABEL SERVICE FRANCE GARANTI

Sont éligibles les services porteurs de la certification « Service France Garanti ».

■ APPELLATION D'ORIGINE CONTRÔLÉE (AOC)

Sont éligibles les produits répondant aux critères de l'Appellation d'Origine Contrôlée. Seuls les produits AOC fabriqués en France métropolitaine sont éligibles.

* La liste des critères d'éligibilité ci-dessus est susceptible d'évoluer.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

- Offre disponible uniquement sur la chaîne TFI.
- Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne, de la Direction Artistique et du planning.
- Sous réserve des disponibilités planning. Pour optimiser votre présence événementielle en écran, nous vous recommandons d'être présent aux ouvertures de planning.
- Cette offre est ouverte à un spot maximum par écran.
- Cette offre est réservée et ouverte uniquement aux annonceurs dont le spot fait la promotion de(s) bien(s) ou service(s) ayant reçu au moins un label/certification parmi les critères d'éligibilité de l'offre.
- L'annonceur garantit que tous les produits ou services promus dans le spot répondent à au moins un des critères d'éligibilité de l'offre.
- Le critère d'éligibilité (label Origine France Garantie/Service France Garantie ou Appellation d'origine contrôlée) devra apparaître dans le spot en non défilant.
- La position 99 MY[SCREEN] MADE IN FRANCE aura une tarification spécifique.
- Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV.
- Cette offre n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI, MPI Priority, ACHAT EXPRESS, ainsi qu'à l'offre ALL BUY MYSELF et aux offres catégorielles et en programmation.
- Seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN] MADE IN FRANCE.
- Dans le cadre d'un MY[SCREEN] MADE IN FRANCE, les messages sont majorés de +5 % sur le Tarif Brut.



VIDÉO SOLIDAIRE

TFI PUB souhaite aider les marques à concrétiser leurs engagements d'entreprise, avec une démarche responsable dans tous les maillons de la chaîne de valeur, y compris dans leurs investissements publicitaires.



PRINCIPE

1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'un projet associatif.

À chaque diffusion de votre publicité sur nos supports médias éligibles avec le format solidaire Goodeed, une partie du budget média investi par l'annonceur est reversée à une des 250 associations partenaires de Goodeed.

SUPPORTS MÉDIAS

Afin de démocratiser la publicité solidaire en France, TFI PUB propose un large éventail de supports médias éligibles pour diffuser votre campagne solidaire :

- En télévision sur les chaînes TFI, TMC, TFX et TFI Séries Films
- En replay sur la plateforme MYTFI
- En social sur le compte Twitter de TFI
- En digital média sur le site de TFI INFO

BÉNÉFICES

Booster l'agrément de votre campagne et **mettre en valeur vos engagements environnementaux et sociétaux**. Le format solidaire TFI PUB x Goodeed permet aux marques de gagner en positivité et montrer leur engagement concret et leur solidarité sur un territoire **en affinité avec leur ADN et leur politique RSE** : environnement, santé, éducation, nutrition, etc.



VIDÉO SOLIDAIRE

DISPOSITIF

Étape 1 : Choix du projet solidaire par l'annonceur

Il vous suffit d'orienter la recherche de Goodeed sur les territoires solidaires en accord avec votre ADN : environnement, santé, éducation, urgence, droits humains, nutrition, pauvreté, animaux. Les projets proposés sont des projets concrets, soigneusement sélectionnés en accord avec vos valeurs d'entreprise par les équipes de Goodeed. Ayant à cœur de vous proposer des associations sérieuses et engagées, certaines d'entre elles sont labélisées 'Don en confiance' et 'IDEAS' pour une meilleure traçabilité financière.

Étape 2 : Médiatisation de la publicité solidaire

Votre spot solidarisé avec le format Goodeed est ensuite diffusé sur nos supports médias éligibles. Pendant la durée de la campagne, le projet soutenu est également détaillé sur une page dédiée sur le site de Goodeed.com, auprès d'une communauté de 350 000 donateurs.

Étape 3 : Financement et suivi du projet

En fin de campagne, une part du montant de la campagne est reversée à l'association partenaire. Quelques mois après la réalisation du don, Goodeed prend des nouvelles du projet auprès de l'association et le partage avec l'annonceur partenaire et la communauté de Goodeed, via son blog Medium (sous réserve d'informations suffisantes sur le projet financé).

TFI PUB accompagne l'engagement de la marque en prenant à sa charge une partie de la campagne publicitaire de l'annonceur.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

- Sous réserve de l'accord de Goodeed et de l'association.
- Sous réserve de la disponibilité au planning.
- Sont autorisés des spots d'une durée minimum de 20" sur TFI et 15" sur MYTFI, TFI Info et Twitter TFI.
- Cette offre n'est pas accessible aux programmations réalisées en Achat Express, à l'offre All Buy Myself, aux offres catégorielles, au MPI Priority et en programmation.
- Le montant de l'enrichissement solidaire ne peut pas être comptabilisé dans les engagements annuels d'investissement de la part de l'annonceur.
- L'annonceur s'engage sur 2 associations possibles à la souscription de l'ordre de publicité.
- L'annonceur sera informé de l'association choisie par Goodeed parmi les 2 associations retenues, dans un délai maximum de 7 jours ouvrés suivant la souscription de l'Ordre De Publicité auprès de TFI PUB
- Les dates de campagne ne pourront être assurées que sous réserve de la réception par TFI PUB de l'ensemble des éléments créatifs (spot de l'annonceur et éléments créatifs de l'association retenue) au plus tard 12 jours ouvrés avant la date début de campagne figurant sur l'Ordre De Publicité.
- Le spot solidarisé sera à nouveau soumis à l'autorisation de diffusion de l'ARPP.
- Dans le cadre d'un achat en Coût GRP Garanti (MPI), 100% de la vague doit être solidarisée.
- Applications des CGV de chaque support concerné. L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur ses investissements publicitaires sur les autres supports et inversement.
- Toute communication de la part de l'annonceur sur le partenariat avec l'association ou diffusion du spot solidaire en dehors d'un support du Groupe TFI est soumise à validation de TFI PUB, Goodeed et l'association.



PROGRAMMES COURTS RSE

Avec TFI Factory et TFI PUB, une offre de programmes courts parrainables pour nourrir la raison d'être des marques autour des enjeux de notre planète et de notre société



PRINCIPE

Communiquer en parrainage, autour de programmes originaux d'environ 1 minute, qui véhiculent des valeurs positives : une opportunité pour les annonceurs de s'associer à la sensibilisation des publics sur les enjeux sociétaux et environnementaux majeurs.

PISTES CRÉATIVES – concepts et noms des programmes non-définitifs

CONSOMMATION RESPONSABLE	OBJECTIF GREEN Dans ce programme d'éco-réalité, un coach rend visite à une famille afin de changer ses comportements. Le but : adopter une démarche éco-responsable pour de bon.
ALIMENTATION RESPONSABLE	MILLENNIALS MEALS Les adolescents, qui se considèrent comme les premiers concernés par les questions écologiques, ont désormais une voix et veulent faire entendre leurs convictions. Ils ont entre 12 et 16 ans et s'engagent sur ces questions d'avenir.
LES BONS GESTES	DO IT GREEN ! Dans ce programme, une youtubeuse adepte du fait main nous montre et nous apprend, pas à pas, à créer, customiser, faire pousser, ou bricoler dans une logique de développement durable.

DÉCOUVRIR NOTRE OFFRE

Pour découvrir toutes les possibilités créatives et le détail des dispositifs, contacter les équipes de TFI LIVE (contacts sur le site www.tfi.pub.fr).

Pistes créatives et dispositifs sous réserve de l'accord de l'antenne, de la conformité des programmes, des personnalités et de TFI Factory ou du Prestataire.
Dispositif(s) sur devis nous contacter

UNIVERS DATA ET CONVERGENCE MULTISCREEN

■ FOCUS MPI HYBRIDE	page 22	■ ONE DATA	page 36
■ TV SEGMENTÉE	page 23	■ ONE DATA MULTISCREEN	page 40
■ ONE PTV	page 32	■ ONE LOCAL	page 44





FOCUS MPI HYBRIDE

Les campagnes MPI éligibles peuvent être hybridées à hauteur de 8% maximum des GRP TV estimés de la campagne*, lesquels peuvent être diffusés en replay TV, AVOD et Stream selon les conditions définies par TFI PUB.

L'hybridation d'une campagne MPI n'est pas systématique et la décision d'hybridation de la campagne appartient à TFI PUB.

UNE OFFRE HYBRIDE QUI UNIFIE LES STANDARDS DE LA DIFFUSION TV ET DU DIGITAL

L'évolution du MPI offre une garantie sur un ensemble de critères :

- Environnement de diffusion identique : sur l'écran de TV quel que soit le mode de diffusion ou de réception
- L'ensemble du catalogue (contenus premium compris) diffusé en TV, quelle que soit la chaîne (TFI, TMC, TFX, TFI Séries Films) **ainsi que, pour le MPI TNT, les contenus AVOD** (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) **et Stream** (flux continu de contenus vidéos thématiques)
- Environnement « Brand Safe » quel que soit le périmètre de diffusion, la consommation replay TV est soumise à la même exigence que celle présente en live TV
- Diffusion de vos campagnes dans un contexte de son « on » au lancement de la vidéo
- Conditions de visibilité et de prise en compte de la durée de visionnage comparables à celles de la TV
- Capacité à garantir une diffusion sur cible(s) achetée(s) en linéaire et non linéaire. Le cadre de diffusion en replay TV, AVOD et Stream, sera en affinité avec la cible TV achetée
- Unité de mesure commune en GRP unifiée et standardisée, certifiée par Médiamétrie, mesureur tiers et garant de qualité des données communiquées en cours et fin de campagne

LE MPI HYBRIDE GARDE SES FONDAMENTAUX

Les critères de médiaplanning d'une campagne MPI linéaire + non linéaire restent identiques pour vous offrir une expérience opérationnelle similaire à celle déjà existante : répartition des GRP par Day-Part (selon les tranches horaires définies** en replay TV, AVOD et Stream), exclusion de jours nommés, respect des plans de roulement etc.

Le poids des emplacements préférentiels sera intégralement servi en espace classique sur la(les) chaîne(s) de télévision.

L'environnement de diffusion quant à lui s'étend :

- Une campagne MPI TFI sera complétée des programmes TFI en replay TV sur écran TV (IPTV)
- Une campagne MPI TNT & chaînes Thématiques sera complétée des programmes présents sur MYTFI (programmes TFI, TMC, TFX, TFI Séries Films) en replay TV sur écran TV (IPTV) ainsi que, si disponibles, des contenus AVOD (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) et Stream sur écran TV (Connected TV***)

Ces diffusions complémentaires seront visibles dans La Box et les outils médiaplanning du marché pour piloter les achats concernés sous les dénominations MyTFI TFI (pour le MPI TFI) et MyTFI TNT (pour le MPI TNT-thématiques).

*Etant précisé que le taux d'hybridation s'apprécie au regard des GRP TV estimés sur la base des éléments du Brief validé par TFI PUB, et non sur les GRP TV réellement diffusés

**Voir détail des tranches horaires en p.58 (TFI) et p.87 (TNT-Théma)

*** Connected TV : téléviseur connecté



LA TV SEGMENTÉE

2023 : UN PARC ADRESSABLE EN EXTENSION

Suite au succès du lancement de la TV segmentée en 2021 (permettant de cibler des foyers français lorsqu'ils regardent la TV linéaire sur grand écran), l'année 2022 a marqué l'accélération de cette innovation technologique majeure grâce à des optimisations de premier plan.

La TV segmentée repose sur le travail commun des chaînes de télévision et des Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI) qui ont collaboré ensemble sur la mise en place d'un standard technique commun. Après avoir lancé l'offre avec le FAI Orange, la TV segmentée s'est étoffée avec la commercialisation des audiences du parc Bouygues Telecom depuis l'été 2021 et celles du parc SFR depuis janvier 2022. L'arrivée successive de nouveaux Fournisseurs d'Accès à Internet impacte significativement le parc de foyers 'décrochables' - ie. pouvant recevoir un message publicitaire personnalisé-, et donc les potentiels volumes publicitaires disponibles sur les offres de TV segmentée vont évoluer et grandir au fil des années.

Le SNPTV et l'AF2M estiment qu'environ 7 millions de foyers français seront décrochables d'ici fin 2022 et 8 millions d'ici fin 2023*.

UN INVENTAIRE MULTIPLIÉ PAR 10 EN UN AN

Fort de l'activation sur 3 opérateurs, l'inventaire de la TV segmentée a connu une forte croissance et a été multiplié par 10 en l'espace d'un an**.

Un autre facteur essentiel a été l'ouverture du prime time. En effet, il est d'ores et déjà possible de **décrocher pendant la tranche horaire 19h - 23h avec l'ensemble des 3 opérateurs Orange, Bouygues Telecom et SFR.**

De même, plusieurs spots au sein d'un même écran publicitaire peuvent être décrochés. Ces 2 actions viennent renforcer nos inventaires disponibles.

L'ARRIVÉE DE LA TV SEGMENTÉE EN PROGRAMMATIQUE

Depuis le 1er avril 2022, TFI PUB a lancé l'ouverture de la TV segmentée en programmation à l'ensemble du marché publicitaire.

Les acheteurs ont désormais la possibilité d'étendre leurs achats programmatiques vidéo à la TV segmentée via différents DSP marché et avec la technologie de FreeWheel.

Un nouveau levier qui va accélérer le déploiement de la TV segmentée en France en offrant aux marques une brique supplémentaire pour optimiser la performance de leurs campagnes et atteindre leurs objectifs business.

UNE GALAXIE DE SEGMENTS ACTIVABLES DE PLUS EN PLUS LARGE

Les possibilités de ciblage ont été étoffées, avec désormais **plus d'une centaine de segments disponibles**, permettant aux annonceurs de répondre efficacement à la multitude de problématiques : géociblage, consommation média, caractéristiques du foyer, centres d'intérêts...

* <https://www.snptv.org/communiqués/laf2m-et-le-snptv-font-un-bilan-chiffre-de-la-tv-segmentee-en-france/>

** Source interne TFI PUB, données constatées entre juin 2021 et juin 2022



LA TV SEGMENTÉE : CADRE

PÉRIMÈTRE DE DIFFUSION

Chaînes éligibles : TFI, TMC, TFX, TFI Séries Films.

Day-Part : tous les Day-Parts sont éligibles.

Contexte programmes : la TV segmentée ne peut être opérée au sein ou à proximité des programmes Jeunesse, conformément au décret N°2020-983 du 5 août 2020 .

TARIFICATION & FONCTIONNEMENT DES OFFRES GEOLOCALISATION, DATA, REACH ET OFFRE 100% PRIME

L'achat d'une campagne de TV segmentée se fait par la commande d'un **nombre d'impressions** acheté sur **une offre déterminée**. La tarification est au **CPM (Coût pour Mille Impressions)**.

FORMATS

Seuls les formats de **15, 20 et 30 secondes** sont acceptés (formats les plus utilisés en TV linéaire).

MANDATS NÉCESSAIRES

Mandat spécifique TV segmentée 2023 nécessaire

A défaut de mandat TV segmentée explicite, TFI PUB utilisera :

- si client inactif TV en 2022 : mandat digital
- si client actif TV en 2022 : mandat TV

À noter que tout achat de campagne de TV segmentée passe par la signature d'un ordre de publicité.

INVENTAIRE & EXCLUSIVITÉ

Tout spot acheté dans le cadre des offres MPI TFI ou des offres MPI TNT (MPI & MPI Priority), hors MPI Data, peut être remplacé par des spots de TV segmentée. TFI PUB se réserve le droit de modifier l'inventaire mis à disposition pour la TV segmentée.

Sauf offre contexte TFI Only, la programmation pourra s'effectuer sur TFI et sur l'ensemble des chaînes TNT éligibles, à discrétion de TFI PUB, selon les critères de ciblage retenus.

Les spots achetés en spot à spot ne seront pas remplacés par des spots de TV segmentée.

Les exclusivités sectorielles ne seront pas assurées en TV segmentée.



LA TV SEGMENTÉE : LES OFFRES

■ CIBLAGE GÉOGRAPHIQUE

L'AVANTAGE

Ciblez des foyers en fonction de leur **lieu d'habitation**. Quelques use cases :

- . **Votre activité n'est exercée que sur une partie du territoire** : ciblez uniquement vos prospects et clients habitant dans votre zone de chalandise.
- . Vous souhaitez **mettre en place des suppressions locales** : répartissez votre budget média en lien avec votre chiffre d'affaires, supprimez une zone en retard sur ses objectifs....
- . Vous souhaitez **cibler différents quartiers** dont les **caractéristiques se rapprochent de votre cible** : faites un plan média uniquement avec les codes postaux où habitent les personnes à plus hauts revenus par exemple.

LA COLLECTE DE LA DATA

- . Via les FAI : les **Fournisseurs d'Accès à Internet connaissent** précisément **l'adresse** de leurs abonnés pour avoir branché les Set-top Box à un réseau physique en particulier.

LE CIBLAGE

Vous pouvez choisir de cibler suivant **différentes granularités** : **région, département, ville ou code postal**. À vous de nous indiquer votre besoin.

■ CIBLAGE DATA

L'AVANTAGE

Ciblez des foyers suivant leurs caractéristiques : **composition du foyer, CSP, habitat, socio-démo du porteur contrat, intérêt, consommation média....**

LA COLLECTE DE LA DATA

- . Via les FAI qui collectent ces informations et la transmettent aux chaînes de télévision

LE CIBLAGE

Différents ciblage sont disponibles : **CSP, socio-démo du porteur du contrat, présence d'enfants, habitats, intérêts, consommation VOD/SVOD, geolife...**



LA TV SEGMENTÉE : LES OFFRES

■ OFFRES REACH

LE PRINCIPE

Ciblez des segments de population précis pour gagner des points de couverture additionnels.

Diffusez votre message uniquement auprès des foyers :

- les plus gros consommateurs de SVOD
- les plus petits consommateurs de TV

LA COLLECTE DE LA DATA

Les **Fournisseurs d'Accès à Internet connaissent** précisément **la durée moyenne de consommation TV de leurs clients**. Vous pouvez donc cibler les foyers qui consomment le moins la télévision linéaire en France.

Avec ces informations déterministes de consommation de télévision, nous avons créé trois segments :

- les petits consommateurs de télévision : 1/3 des foyers français qui regardent le moins la télévision
- les moyens consommateurs de télévision : 1/3 des foyers français qui ont une consommation médiane
- les gros consommateurs de télévision : 1/3 des foyers français qui regardent le plus la télévision

Vous pouvez choisir de cibler les **petits, moyens ou gros consommateurs de TV**.

De même pour la consommation de SVOD.

Pour le ciblage à partir des données d'exposition publicitaire, les informations sont recueillies par les Set-top Box des FAI.

BILAN TVS REACH

NEW

TFI PUB offre un bilan d'apport de couverture à tout annonceur menant une campagne de TV segmentée sur la chaîne TFI et/ou les chaînes TNT du groupe TFI (un bilan maximum par an et par annonceur).

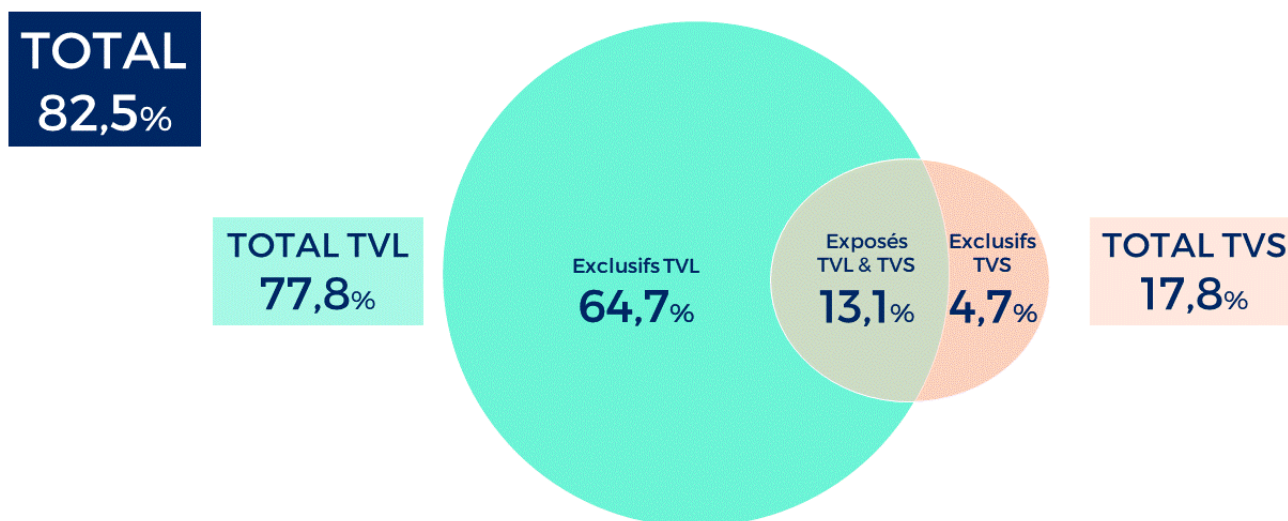
La mesure sera conduite par l'opérateur Orange à partir de ses données de Set-top box (Périmètre de la mesure : Box Orange éligibles à la TV segmentée – Résultats Foyers).



LA TV SEGMENTÉE : LES OFFRES

Exemple de résultats :

En ciblant les petits conso TV, le dispositif TVS génère 4,7% de couverture incrémentale.



Source : Orange

Conditions d'éligibilité :

- Investissement minimum de 100 K€ nets sur la chaîne TFI et/ou les chaînes TNT du groupe TFI dans le cadre de la vague de TV segmentée mesurée
- **Ciblage TVS Petits consommateurs TV**
- Campagne TV linéaire diffusée en même temps que la campagne de TV segmentée. Possibilité de prendre en compte une campagne TV linéaire diffusée en amont - nous consulter.
- Un bilan maximum par an et par annonceur

RETARGETING PROGRAMME EN TVS

NEW

PRINCIPE

Alliez la qualité des contenus avec la précision du ciblage digital : bénéficiez d'une activation en TV segmentée en ciblant uniquement les exposés à un programme précis sur les chaînes du groupe (hors LCI).

LA COLLECTE DE LA DATA

Les données sont directement issues de la consommation des programmes par les Set-top Box des FAI.

CONDITIONS

La campagne de retargeting se fait sur les chaînes TFI, TMC, TFX et TFI Séries Films et sera lancée au moins 2 semaines après la première diffusion du programme. Liste des programmes éligibles et périodes d'activation : nous consulter.



LA TV SEGMENTÉE : LES OFFRES

100% PRIME

AVANTAGE

Maximisez l'impact de votre campagne grâce à cette offre 100% Prime. Et avec une « audience planning » maîtrisée : l'ensemble de vos impressions sera diffusé au sein des écrans intitulés 1800-2199, activable sur l'ensemble de nos supports éligibles.

CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE

Cette offre est activable pour toute campagne disposant d'un budget minimum de 15 000 € nets HT.

LE CIBLAGE

Vous bénéficiez des critères de segmentation de la TV segmentée : géolocalisation, segments data ou petits consommateurs TV, en sélectionnant 1 seul critère de ciblage (pas de croisement de critères/segments possible du fait du cadre médiaplanning restreint 100% Prime).

DUALSCREEN TVS

NEW

AVANTAGE

Enrichissez le spot TV de votre campagne TV segmentée avec des informations pratiques sur votre service/marque.

Un spot avec 2 parties distinctes :

- à gauche, la diffusion de votre copie classique
- à droite, un message contextualisé



Par exemple : rappeler la présence de votre marque dans votre région / ville, communiquer autour de l'ouverture d'un nouveau magasin, communiquer sur des ouvertures exceptionnelles et des jeux concours (interdit à la Distribution).

CONDITIONS

Offre sous réserve de l'accord de l'antenne et de TFI Factory, ainsi que des disponibilités planning.

Possibilité d'intégrer un QR Code.

Non accessible en programmation.

Frais technique de TFI Factory (Production du Dual Screen + validation ARPP + PAD) :

- 1 « carton » : 1 000 euros nets HT
- 5 « cartons » : 1 500 euros nets HT
- 10 « cartons » : 2 000 euros nets HT

Majoration du CPM "Opérations Spéciales" à prévoir, cf. page 31

Hors secteur Distribution, dans le cadre d'une opération commerciale.

Sous réserve disponibilité inventaire et faisabilité technique.



LA TV SEGMENTÉE : LES OFFRES

■ OFFRE LUXE

NEW

AVANTAGE

Maximisez l'impact de votre campagne grâce à cette offre « LUXE » et avec une « audience planning » maîtrisée.

L'ensemble de vos impressions sera diffusé auprès de foyers CSP+ et sur la chaîne TFI au sein des écrans intitulés 1800-2199 en semaine comme en week-end.

CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE

Sous réserve de disponibilité de l'inventaire TVS, cette offre est activable pour toute campagne d'un budget minimum de 15000€ nets. Majoration LUXE à prévoir, cf. page 31

LE CIBLAGE

En complément, sélectionnez un critère de ciblage en TV segmentée parmi les 3 suivants : géolocalisation, segments data ou petits consommateurs TV.

Un seul critère de ciblage (pas de croisement de critères/segments possible) du fait du cadre médiaplanning restreint (uniquement des écrans en PRIME).

■ MULTI CREAS

NEW

AVANTAGE

Optimisez la diffusion avec des messages créatifs personnalisés en fonction des différents segments de ciblage.

Si vous avez déjà le matériel créatif, les équipes de TFI PUB se chargeront de la programmation et suivi de la diffusion. A la fin de la campagne, TFI PUB s'engage à fournir un bilan de campagne TV segmentée selon les normes SNPTV en vigueur.

Si vous ne l'avez pas, TFI PUB vous propose également de vous accompagner dans la création et déclinaison de votre spot.

TFI PUB peut alors prendre en charge la création du spot principal (dispositif sur devis, nous consulter) et/ou les différentes déclinaisons avec TFI Factory, ainsi que la validation ARPP et la création du PAD.

Nos tarifs préférentiels pour la création des déclinaisons:

Entre 5 & 50 : 3 000 € + 150 €/spot, nets HT

Entre 51 & 100 : 5 000 € + 100 €/spot, nets HT

Entre 101 & 200 : 9 000 € + 80€ /spot, nets HT

CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE

Gré à gré exclusivement.

A partir de 5 spots publicitaires minimum. Jusqu'à 200 spots maximum.

Budget net global minimum de la campagne TV segmentée de 5 000€ nets HT dont un budget net minimum de 1 000€ par segment de ciblage (placement et/ou création).

Nous consulter en amont pour validation de la période d'action.

Offre sous réserve de l'accord de l'antenne et de TFI Factory et de faisabilité technique.



LA TV SEGMENTÉE : LES OFFRES

■ CIBLAGE METEO

NEW

AVANTAGE

Activer une campagne en TV segmentée de manière géolocalisée selon des critères météorologiques précis. Adapter ainsi la diffusion de votre campagne sur certaines zones géographiques, en présentant un produit plutôt qu'un autre dans le spot en fonction de la météo.

LA COLLECTE DE LA DATA

Les données sont collectées auprès de l'acteur de référence de la météorologie en France.

LE CIBLAGE

4 types de conditions météorologiques sont disponibles :

- la chaleur: diffusez par exemple votre campagne uniquement sur les zones présentant une température supérieure à 25°C
- le froid (ex : 10°C ou moins)
- la pluie (ex : probabilité 50% minimum)
- la neige (ex : probabilité 50% minimum)

CONDITIONS

Durée de 4 semaines minimum.

Formats 15, 20 ou 30 secondes uniquement.

Disponible en gré à gré et en programmation.

Les seuils météorologiques proposés ci-dessus peuvent être personnalisés à la demande (nous consulter).

Majoration CPM brut +20€ sur base géolocalisation code postal (page 31)

■ DRTV

NEW

AVANTAGE

Bénéficiez des créneaux les plus favorables au drive to web.

L'ensemble de vos impressions en tv segmentée sera diffusé au sein des écrans intitulés 1000-1199 et 1400-1799, sur l'ensemble de nos supports éligibles.

Dont au moins 50% de vos impressions seront diffusés le week-end, moment particulièrement propice au drive to web.

CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE

Cette offre, réservée aux annonceurs Pure Players*, est activable pour toute campagne en TV segmentée d'un budget minimum de 5 000 € nets.

Offre sous réserve de disponibilité inventaire.

**Annonceurs qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produit(s) ou de service(s), ou de comparateurs, exclusivement sur internet et/ou via application mobile et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique.*

LE CIBLAGE

Sélectionner un critère de ciblage en tv segmentée parmi les 3 suivants : géolocalisation, segments data ou petits consommateurs tv.

Un seul critère de ciblage possible du fait du cadre médiaplanning restreint (100% Day).



LA TV SEGMENTÉE : TARIFICATION

	GEOLOC	REACH	DATA
CPM Minimum *	220 €		
Luxe**	+130€ hors ciblage		
100% Prime**	+50 € hors ciblage		
Ciblages **	Régions : + 0€ Départements : + 30 € Villes/Codes postaux : + 50 €	Gros conso SVOD : + 30 € Petits conso TV : + 50 €	Centres d'intérêt / présence d'enfants / revenu / socio-démo + 30 €
Contexte TFI Only **	+ 50 €		
Dualscreen **	+20 € (hors frais techniques et hors ciblage)		
Météo	+ 20 € sur base géolocalisation code postal (soit + 70€)		
Retargeting programme**	+ 50 € (hors ciblage)		
Custom ***	Nous consulter		
Exclusion une ou plusieurs chaînes****	+ 30 €		

* CPM Brut avant application des indices tarifaires de durée vidéo (p.125)

** Majorations applicables sur le CPM Brut Tarif

*** Custom = data ou demande d'insertions dans un contexte n'étant pas présent dans la tarification standard (capping, ciblage par FAI, restrictions horaires, choix de jours nommés....)

**** Si le choix des chaînes exclues conduit à ne retenir que TFI, seule la majoration "TFI Only" sera appliquée

Prime de volume

Investissement brut HT sur une campagne en TV segmentée, application de la remise au 1^{er} euro investi sur le CA brut facturé investi :

10 000 € à 50 000 €	=> -1 %
50 001 € à 100 000 €	=> -2 %
100 001 € à 200 000 €	=> -5 %
200 001 € à 500 000 €	=> -10 %
500 001 € à 1 000 000 €	=> -15 %
> 1 000 000 €	=> -20 %

Prime nouvel annonceur TV segmentée* : -15 %

Prime campagnes collectives, SIG & grandes causes : -30 %

Remise de référence : -15 %

Prime de mandat : -1,5 %

*On entend par nouvel annonceur TV segmentée tout annonceur absent en TV et Digital en 2022.
Les remises s'appliquent sur le CPM brut facturé des offres achetées.

DISPONIBILITÉ

Les offres de TV segmentée, **seront régulièrement mises à jour** en fonction des nouveaux critères de ciblage disponibles et des accords avec les fournisseurs d'accès à internet.



ONE PTV

■ ONE PTV, EN BREF

MODE D'ACHAT

Achetez en programmation garanti sur le DSP The Trade Desk : selon votre budget et le CPM de la cible, TFI PUB garantit une facturation des impressions sur cible réellement délivrées, sans jamais dépasser votre budget. Vous accédez à votre campagne et pouvez suivre son évolution au quotidien via votre accès au DSP.

POUR QUI?

ONEPTV est accessible à tous les trading desks qui ont un mandat TV et digital. C'est une offre TV destinée aux acheteurs programmatiques qui souhaitent diversifier leurs campagnes digitales avec un inventaire vidéo premium et 100% brand safe.

DSP - DÉFINITION

Un DSP (Demand Side Platform) désigne, dans le monde programmatique, une plateforme permettant aux annonceurs, trading desks et agences média de réaliser et optimiser leurs achats d'espaces publicitaires.

 **theTradeDesk** Top 3 des DSP dans le monde - Présent sur tous les médias - Bureau français

QUI MESURE LES AUDIENCES?

Comme traditionnellement en TV, c'est Médiamétrie, l'institut de référence de la mesure d'audience TV, qui fournit l'audience de chaque spot acheté sur ONE PTV. Cette audience, initialement mesurée en GRP, est automatiquement convertie en contacts (appelés aussi « impressions ») par TFI PUB en fonction de la taille de la cible achetée.

Ex : Médiamétrie mesure un écran à 2,7 GRP sur la cible Ind 25-49. L'effectif de la cible Ind 25-49 étant de 18M d'individus, TFI va pouvoir calculer le nombre d'impressions que cela représente : $2,7 \text{ GRP}/100 \times 18\text{M} = 486\ 000$ impressions.

■ MÉTRIQUES DISPONIBLES

Brandviews ou Impressions sur cible

Nombre de contacts/impressions TV délivrés sur la cible d'achat. Source Médiamétrie.

Impressions 4+

Nombre de contacts/impressions TV délivrés sur la cible 4 ans et plus. Source Médiamétrie.

CPM sur cible

Coût pour 1 000 contacts/impressions TV délivrés sur la cible d'achat. Il est garanti par TFI PUB, généralement communiqué en base 30sec, puis rapporté au format (application des indices format TV).

CPM 4+

Coût pour 1 000 contacts/impressions TV âgés de 4 ans et plus.

Taux de complétion

Nombre d'impressions vues en totalité/Nombre d'impressions diffusées x 100

Il est toujours de 100% sur ONE PTV car les impressions données sont calculées par Médiamétrie sur la base de l'audience moyenne de l'écran.

Taux de visibilité

Nombre d'impressions visibles sur 50% de sa surface au moins 2 secondes consécutives/Nombre d'impressions diffusées x 100 (selon la norme standard MRC/IAB)

Il est toujours de 100% sur ONE PTV car le son est détecté (via watermark) et le téléspectateur s'est déclaré devant son poste de TV.



ONE PTV

LES PACKS ONE PTV

Selon la ou les chaînes qui vous intéressent, différents packs vous sont proposés.

Chaque pack possède sa propre répartition par Day-Part. Cette répartition suit naturellement la demande observée pour un périmètre de chaîne(s) donné.

La programmation est à la discrétion de TFI PUB. Ces poids par Day-Part seront respectés à +/-15 points (différence entre le nombre de contacts par Day-Part résultant de la programmation effective réalisée par TFI PUB et le nombre de contacts indiqué dans l'ordre de publicité)

Vous avez également la possibilité d'acheter des EP (emplacements préférentiels) sur la TNT avec le pack TNT PLUS.

Un minimum d'investissement est demandé selon le pack retenu.

TFI

Votre campagne sera diffusée à 100% sur la chaîne TFI (hors codés 2, 5, 7, 8, 9).

TNT

Votre campagne peut être diffusée sur une sélection de nos chaînes TNT : TMC, TFX, TFI Séries Films et LCI.

Nota : la chaîne LCI est accessible avec un ciblage socio-démographique ou petit consommateur TV uniquement.

TFI		TMC TFX TFI SÉRIES FILMS LCI	
PACK TFI BASIC (min. 30K€ nets)	PACK TFI PLUS (min. 50K€ nets)	PACK TNT BASIC (min. 10K€ nets)	PACK TNT PLUS (min. 15K€ nets)
65% DAY 20% ACCESS 15% NIGHT PAS D'EP	40% DAY 50% PRIME 10% NIGHT PAS D'EP	65% DAY 20% ACCESS (hors Quotidien sur TMC et 24H Pujadas sur LCI) 15% NIGHT PAS D'EP	40% DAY 50% PRIME 10% NIGHT 30% D'EP
Si le budget net 30" est compris entre 30 K€ et 50 K€, le brief doit être inférieur ou égal à 2 semaines	Si le budget net 30" est compris entre 50 K€ et 80 K€, le brief doit être inférieur ou égal à 2 semaines		

Et si je souhaite diffuser à la fois sur TFI et la TNT ?

C'est tout à fait possible, il vous suffit d'acheter le pack TFI et le pack TNT de votre choix.

Vous aurez alors 2 CPM car les 2 campagnes seront distinctes. En revanche, vous pourrez suivre l'ensemble de la campagne consolidée sur la plateforme The Trade Desk.

L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur un pack TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur un pack TNT, et inversement.



ONE PTV

■ LES ÉTAPES DE LA CAMPAGNE

1- LE BRIEF

Le brief doit être communiqué au commercial TFI PUB **au plus tard 5 jours ouvrés** avant le début de la campagne. Il doit contenir les éléments suivants :

- Pack
- Nom du produit publicitaire
- Dates de campagne
- Cible (parmi les cibles disponibles)
- Durée du spot
- Budget
- Pub ID et avis ARPP

Le commercial revient vers vous avec le CPM et le nombre d'impressions correspondant au pack, à la cible et au format du film publicitaire indiqués dans le brief.

2- VALIDATION DU BRIEF PAR TFI PUB

Une fois tous les éléments du brief reçus, TFI PUB confirme sa capacité à diffuser la campagne, sous réserve des disponibilités au planning, et vous envoie un **Deal ID** vous permettant d'accéder directement aux statistiques et performances de la campagne sur la plateforme d'achat (DSP).

3- PROGRAMMATION DE LA CAMPAGNE PAR TFI PUB

La réception du Deal ID confirme la programmation de la campagne par TFI PUB. Celle-ci est entièrement opérée par TFI PUB, via un Mode de Programmation internalisé spécifique à ONE PTV. La répartition des spots par tranche horaire respecte la répartition prévue dans le pack, idem pour les EP.

4- SUIVI DE LA CAMPAGNE

Muni de vos accès et du Deal ID, vous accédez aux statistiques de diffusion (brandviews, impressions sur cible, CPM sur cible, CPM 4+...) directement dans le DSP. Vous pouvez suivre l'état de votre campagne dès le 3^{ème} jour du démarrage (les résultats arrivent j+2 après la diffusion) puis tous les jours. L'ensemble de la campagne apparaîtra j+2 après la fin de campagne.

■ LE FILM PUBLICITAIRE

3 cas de figure :

Vous disposez d'un film publicitaire conforme à une diffusion TV

Il vous suffit de nous communiquer le numéro d'avis ARPP et le numéro de Pub ID du film publicitaire que vous souhaitez diffuser, et de nous faire parvenir le film via l'un des 2 prestataires de livraison :

PEACH : www.peach.me
ADSTREAM : www.adstream.com

Vous disposez d'une création vidéo mais celle-ci n'est pas conforme à une diffusion TV

Pour une diffusion tv, votre film doit être validé par l'ARPP. Une fois l'avis positif ARPP reçu, vous devez nous faire parvenir le film via l'un des 2 prestataires de livraison :

PEACH : www.peach.me
ADSTREAM : www.adstream.com

Vous ne disposez d'aucune vidéo ou film publicitaire

Nous pouvons vous mettre en relation avec TFI Factory pour la création de votre film publicitaire. Les formats publicitaires supérieurs à 40 secondes ne sont pas éligibles à ONE PTV.



ONE PTV

INDICES FORMAT

Ces indices s'appliquent sur le CPM base 30s.

APPLICABLES AUX chaînes TV DANS LE CADRE DE L'OFFRE ONE PTV

Durée (en secondes)	Indice	Durée (en secondes)	Indice	Durée (en secondes)	Indice	Durée (en secondes)	Indice
3	35	13	73	23	94	33	128
4	39	14	76	24	95	34	136
5	43	15	80	25	96	35	141
6	48	16	81	26	97	36	146
7	53	17	86	27	97	37	151
8	56	18	88	28	98	38	156
9	58	19	89	29	99	39	162
10	61	20	92	30	100	40	168
11	64	21	93	31	118		
12	68	22	93	32	122		

INDICES DE PÉRIODES

Les CPM dépendent du mois sur lequel se situe la majorité de la campagne (en nombre de jours). Si, par exemple, une campagne démarre le 25 juin et s'achève le 20 juillet, c'est l'indice 80 du mois de juillet qui s'applique.

Les indices de période sont valables quelle que soit la cible et quel que soit le pack défini.

Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juill.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc
80	80	88	88	100	100	80	80	100	100	100	88

LES CIBLES

Attitudinales, intentionnistes, e-commerce, shoppers, santé, petits consommateurs TV, style/moment de vie
Plus d'une centaine de cibles disponibles, allant du socio-démo à de la data.

Offre soumise aux Conditions générales de Vente One PTV accessibles sur <https://app.labox.tfi.pub.fr/>

LES MAJORATIONS TARIFAIRES

MULTI-SECTEURS

+ 3 % sur le CPM pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 3. Cette majoration sera calculée au cumul s'il devait y en avoir 2 supplémentaires (par exemple : +6%).

MULTI-ANNONCEURS

Mise en avant d'élément d'identité visuelle et/ou sonore dans un même message d'autres annonceurs, y compris un « réseau social » :

> **Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes :**

+ 2 % sur le CPM pour chaque annonceur supplémentaire.

> **Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes :**

+ 5 % sur le CPM pour chaque annonceur supplémentaire.



ONE DATA

L'offre ONE DATA de TFI PUB regroupe l'ensemble des possibilités de ciblage proposées aux annonceurs, sur tous les écrans (TV linéaire, IPTV, desktop, mobile & tablette), avec tous types de datas (sociodémographiques, Shoppers, intentionnistes, smart acquisition, etc). ONE DATA évolue au fil des années pour permettre aux annonceurs de mieux adresser les clients : nouveaux marchés Shoppers, cibles style de vie pour suivre les grandes tendances sociétales et répondre aux nouveaux comportements de consommation post-Covid. La philosophie de ONE DATA est d'être accessible de façon « liquide » entre tous les devices, sans frontière. La philosophie de ONE DATA est aussi de pouvoir prouver son efficacité, sur tous les supports.



MY TFI

27 millions
de loggués
sociodémographiques

**CIBLES
SHOPPERS**

+ intentionnistes
+ style de vie
+ géo-targeting
+ Smart acquisition

5

ÉCRANS

Tv linéaire
IPTV
Desktop
Mobile
Tablette

**UNE OFFRE
ACCESSIBLE VIA
TOUS NOS
MODES D'ACHAT**

Espace classique
Vidéo
ONE PTV
TV segmentée
OPS
Etc ...

Retrouvez l'ensemble de l'offre ONE DATA dans la suite du document.
Les possibilités de ciblage sont précisées pour chaque produit.



ONE DATA

44 CIBLES SHOPPERS

MISES A DISPOSITION DU MARCHÉ DANS LES OUTILS DES CENTRES SERVEUR

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Air care	X	X
Assouplisseurs liquide	X	X
Barres céréalières	X	X
Biscuits sucrés pâtisseries	X	X
Biscuits sucrés non pâtisseries	X	X
BRSA gazeuses	X	X
BRSA plates	X	X
Cafés torréfiés	X	X
Céréales	X	X
Chocolats en tablette	X	X
Colorations	X	X
Confiserie de chocolat	X	X
Crèmes et soins du visage	X	X
Dentifrices	X	X
Déodorants	X	X
Desserts frais	X	X
Eaux gazeuses	X	X
Eaux plates	X	X
Entretien du linge	X	X
Fromage à pâtes molles	X	X
Fromage à pâtes persillées	X	X
Fromage à pâtes pressées cuites	X	X

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Fromage à pâtes pressées non cuites	X	X
Gel douche	X	X
Glaces	X	X
Huiles	X	X
Hygiène féminine	X	X
Jus de fruits et légumes	X	X
Légumes en conserve	X	X
Lessives	X	X
Liquides vaisselle	X	X
Margarines	X	X
Nettoyants ménagers	X	X
Panification fraîche	X	X
Pâtes sèches	X	X
Petfood	X	X
Plats cuisinés appertisés	X	X
Plats cuisinés surgelés	X	X
Produits apéritifs	X	X
Produits lave vaisselle	X	X
Shampooings	X	X
Toilet care	X	X
Traiteur frais	X	X
Yaourts	X	X



ONE DATA

LES CIBLES ACHETEURS

4 CIBLES ACHETEURS DE MÉDICAMENTS OTC

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Acheteurs de produits pour voies respiratoires	X	X
Acheteurs de produits pour troubles digestifs	X	X
Acheteurs de compléments alimentaires/Vitamines	X	X
Acheteurs de traitements dermatologiques	X	X

3 CIBLES ACHETEURS E-COMMERCE

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Acheteurs e-commerce FMCG	X	X
Acheteurs e-commerce généraliste	X	X
Acheteurs Amazon	X	

LES CIBLES INTENTIONNISTES – MOMENTS DE VIE

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Intentionnistes assurance	X	X
Intentionnistes automobile		X
Intentionnistes banque	X	X
Intentionnistes FAI/Telecom		X
Intentionnistes déménagement	X	X

LES CIBLES STYLE DE VIE

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Les consom'acteurs	X	X
Made in France	X	X
Fait maison	X	X
Innovation High Tech	X	X
Femmes 25-49 ans avec enfant 0-3 ans	X	X
Gamers		X



ONE DATA

■ OFFRE DE BILAN DRIVE TO AMAZON

NEW

OBJECTIF

Démontrer l'efficacité de la TV à générer des ventes e-commerce

PRINCIPE

En 2023, TFI PUB offre à tout annonceur déclarant la cible Acheteurs Amazon comme cible d'achat TV et cible de garantie (Cible Data Enriching – Médiamétrie) un bilan TVTY d'efficacité sur les ventes sur Amazon réalisé par la société TVTY. Un bilan maximum par an et par annonceur.

CONDITIONS

- Communication produit, hors communications institutionnelles
- Investissement minimum dans le cadre de la vague mesurée : 500 K€ nets pour une campagne sur TFI ou 100 K€ nets pour une campagne sur la TNT
- Annonceur ayant Amazon comme canal de distribution et un compte Seller sur Amazon
- Produit disponible sur Amazon pendant toute la durée de la campagne
- Annonceur ayant donné son accord à Amazon pour la remontée de ses ventes
- Sous réserve d'un nombre suffisant d'observations de ventes de la référence en campagne (Information fournie par TVTY)
- Un bilan TVTY maximum par an et par annonceur

INDICATEURS MESURES

Ventes incrémentales sur Amazon générées par la campagne TV (Source : Bilan TVTY)

PROCESS DE PRODUCTION DES BILANS

Détection des spots de la marque en campagne en temps réel grâce à la technologie propriétaire de TVTY



Analyse des effets de halo sur les différents produits de la marque grâce aux données d'Amazon ainsi qu'à la technologie et l'expertise DataScience de TVTY



Récupération des données de vente de la marque sur Amazon



Analyse de l'impact de la campagne TV sur les ventes selon les spots diffusés, par modèle et dans le temps.
Analyse du délai et de l'intensité de l'impact.



ONE DATA MULTISCREEN

■ UNE OFFRE POUR OPTIMISER LES PERFORMANCES DE VOS CAMPAGNES TV & DIGITALES

PRINCIPE

Délivrer des contacts ciblés sur TFI, TNTI et MYTFI : 60% TFI, 30% TNTI, 10% MYTFI (IPTV, PC, MOBILE, TABLETTES). La vague est programmée par TFI PUB.

L'offre One Data Multiscreen est soumise aux CGV applicables pour chacun des supports.

MÉCANIQUE DE TARIFICATION

- $\text{Budget} = (\text{CPM TFI} \times \text{nombre de contacts} \times \text{indice format}) + (\text{CPM TNTI} \times \text{nombre de contacts} \times \text{indice format}) + (\text{CPM MYTFI} \times \text{nombre d'impressions} \times \text{indice format 20 sec})$
- Possibilité d'achat de chaque élément de l'offre (TFI, TNTI, MyTFI) séparément et aux mêmes conditions de CPM. L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur la chaîne TFI pour prétendre à un quelconque avantage sur ses investissements sur les autres supports et inversement.

CONDITIONS :

Pour programmer ce dispositif, vous choisissez la cible qui correspond à votre produit parmi les cibles éligibles.

La vague est programmée par les équipes de TFI PUB. La répartition des contacts par support vous sera communiquée en respectant les paramètres de l'offre (à +/- 5% en fonction des disponibilités planning.)

La réception du brief de la campagne doit avoir lieu au moins 4 semaines avant le démarrage de la vague.

Durée des campagnes à définir après la commande



ONE DATA MULTISCREEN

■ FMCG : 10 MILLIONS DE CONTACTS SUR CIBLE SHOPPERS

ANNONCEURS ELIGIBLES

Tout annonceur relevant des catégories FMCG hors retailers généralistes

TARIFS PAR CIBLE

44 Cibles Shoppers

Sources

TV : Kantar

Digital : Infinity Advertising

CPM net base 20 secondes - Non cumulable avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre.

Cible Shopper	CPM Data TFI (€)	CPM Data TNT1 (€)	CPM Data My TFI (€)	Tarif par cible pour 10M d'impressions (en €)
Désodorisant	17,9	12,6	20,0	164 929
Assouplisseurs Liquide	19,2	14,3	20,0	178 285
Barres Cerealieres	39,1	23,1	20,0	323 770
Biscuits Sucre Non Pâtissier	11,6	7,7	20,0	112 912
Biscuits Sucre Pâtissier	12,7	8,0	20,0	120 529
Brsa Gazeuse	11,7	7,3	20,0	112 009
Brsa Plate	16,5	10,8	20,0	151 201
Café Torréfié	11,3	8,4	20,0	113 052
Céréales	22,3	12,0	20,0	189 713
Chocolat En Tablette	12,2	8,5	20,0	118 807
Coloration	48,7	31,4	20,0	406 299
Confiserie De Chocolat	10,6	7,4	20,0	105 958
Dentifrice	12,2	8,5	20,0	118 666
Déodorant	14,5	9,8	20,0	136 474
Dessert Frais	11,2	7,9	20,0	110 643
Eaux Gazeuse	14,1	10,6	20,0	136 705
Eaux Plates	11,2	8,3	20,0	112 153
Entretien Du Linge	18,6	13,7	20,0	172 348
Fromage A Pate Persillée	18,7	14,2	20,0	174 962
Fromage A Pate Presse Cuite	11,6	8,5	20,0	115 295
Fromage A Pate Presse Non Cuite	12,5	8,8	20,0	121 602
Fromage Pate Molle	10,8	8,2	20,0	109 015
Glace	12,6	9,0	20,0	122 661
Huile	13,3	10,4	20,0	130 802
Jus De Fruits Et Légumes	15,3	9,8	20,0	140 972
Légumes En Conserves	11,6	8,3	20,0	114 486
Lessives	11,7	8,1	20,0	114 396
Liquide Vaiselles	13,5	9,4	20,0	129 407
Margarine	16,4	13,5	20,0	158 727
Nettoyants Ménager	11,9	8,4	20,0	116 423
Panification Fraiches	13,4	8,0	20,0	124 311
Pâtes Sèches	11,3	7,4	20,0	110 195
Pdt Hygiene Feminine	23,7	14,5	20,0	205 782
Pdt Lave Vaiselle	17,3	13,5	20,0	164 648
Pdt Wc	14,2	10,6	20,0	136 697
Petfood	19,1	12,2	20,0	170 937
Plat Cuisine Appertises	12,7	8,9	20,0	123 158
Plat Cuisine Surgeles	19,6	13,7	20,0	178 744
Produits Apéritifs	11,1	7,4	20,0	108 881
Produits Bain Douches	13,6	8,8	20,0	128 266
Shampooing	13,4	8,6	20,0	126 313
Soins Visage	20,6	14,7	20,0	187 737
Traiteur Frais	10,2	7,0	20,0	102 223
Yaourt	10,9	7,6	20,0	107 835



ONE DATA MULTISCREEN

■ BIENS ET SERVICES : 10 MILLIONS DE CONTACTS SUR CIBLE DATA

ANNONCEURS ELIGIBLES

Tout annonceur relevant des catégories Biens et services hors retailers

TARIFS PAR CIBLE

Acheteurs
e-commerce
généraliste

Sources
TV : Médiamétrie Data Enriching
Digital : Rakuten, La Redoute, Sirdata

Intentionnistes
déménagement

Sources
TV : Médiamétrie Data Enriching
Digital : Infinity Advertising

Made in France

Sources
TV : Kantar Worldpanel
Digital : Infinity Advertising

	CPM DATA TFI	CPM DATA TNTI	CPM DATA MyTFI	Tarif par cible pour 5M d'impressions (en €)
Acheteurs E-commerce généraliste	33,2 €	21,6 €	19 €	283 000
Intentionnistes déménagement	32,9 €	21,5 €	19 €	281 000
Made in France	44,4 €	28,5 €	19 €	371 000

CPM net base 20 secondes - Non cumulable avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre

Pour toutes autres cibles, nous consulter



ONE DATA MULTISCREEN

AUTOMOBILE : 10 MILLIONS DE CONTACTS SUR CIBLE DATA

ANNONCEURS ELIGIBLES

Tout annonceur relevant de la catégorie Automobile

TARIFS PAR CIBLE

Intentionnistes
Automobile électrique
ou hybride

Sources
TV : Kantar
Digital : AAA Data

	CPM DATA TFI (€)	CPM DATA TNTI (€)	CPM DATA MyTFI (€)	Tarif pour 10M d'impressions (en €)
Intentionniste Auto électrique ou hybride	34,4	26,2	20,0	305 209

CPM net base 20 secondes - Non cumulable avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre



ONE LOCAL

TFI PUB poursuit son accompagnement des acteurs locaux à travers son offre «One Local», une offre dédiée permettant aux marques de bénéficier d'une solution média géolocalisée au sein des univers premium de TFI PUB.

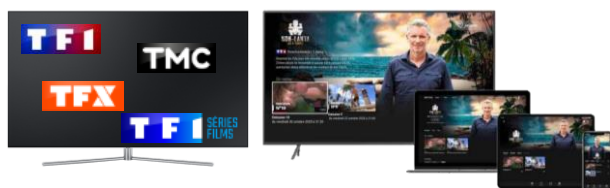
2022 est l'année du décollage de la TV segmentée, marquée par l'essor des inventaires et des opportunités de ciblage, et son activation par un nombre croissant d'annonceurs.

Cette attractivité croissante, conjuguée aux fortes dynamiques de la VOL et de l'audio digital au cœur de la mutation des comportements médias des Français, contribuent à renforcer la proposition de TFI PUB en tant qu'acteur référent de la proximité.

L'offre «One Local» propose ainsi aux annonceurs la possibilité d'activer quatre leviers, pour délivrer des points de contacts complémentaires sur la/les zones(s) souhaitées :

- En vidéo, en TV segmentée et en VOL 4 écrans
- En audio, à travers nos offres Audio Digital et un dispositif radio sur-mesure sur les stations des Indés incontournables de la zone visée.

VIDÉO



TV SEGMENTÉE

385 000 impressions

Diffusées dans les foyers de votre région.

Sur TFI, TMC, TFX et TFI Séries Films.

Format 20"

2 semaines

REPLAY - 4 écrans

1 125 000 impressions

Délivrées dans votre région

en pré-roll et mid-roll sur MYTFI

Format 20"

2 semaines

AUDIO



AUDIO DIGITAL

125 000 impressions

géolocalisées sur votre région.

Pré-roll 100% mono-annonceur.

Format 30" maximum

2 semaines

RADIO

Campagne multi-villes sur-mesure

sur les stations référentes de votre région

au sein du réseau Les Indés.

BUDGET VIDÉO + AUDIO DIGITAL

30 000 € net HT* Plus d'1,6 million de contacts délivrés sur 2 semaines**

RADIO

Budget fonction de la région. Nous consulter. Commercialisation régie par les CGV Radio 2023.

Tarifs net FO. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre. Offre soumise aux CGV de TFI PUB applicables à chacun des supports.

*Budget hors frais de production des spots vidéo et audio.

Ces offres sont strictement indépendantes et peuvent être achetées séparément aux mêmes conditions.

TV segmentée: Budget 10K€ net HT (CPM 20": 26€) / Replay: budget 18K€ net HT (CPM 20": 16€) / Audio Digital:

Budget 2K€ net HT (CPM 30"= 16€).

**Durées de campagne théoriques, à considérer sous réserve d'inventaires disponibles.

ESPACE CLASSIQUE

■ TFI

page 46

■ TNT-THEMA

page 75

TF1

TMC

TFX

TF1
SÉRIES FILMS

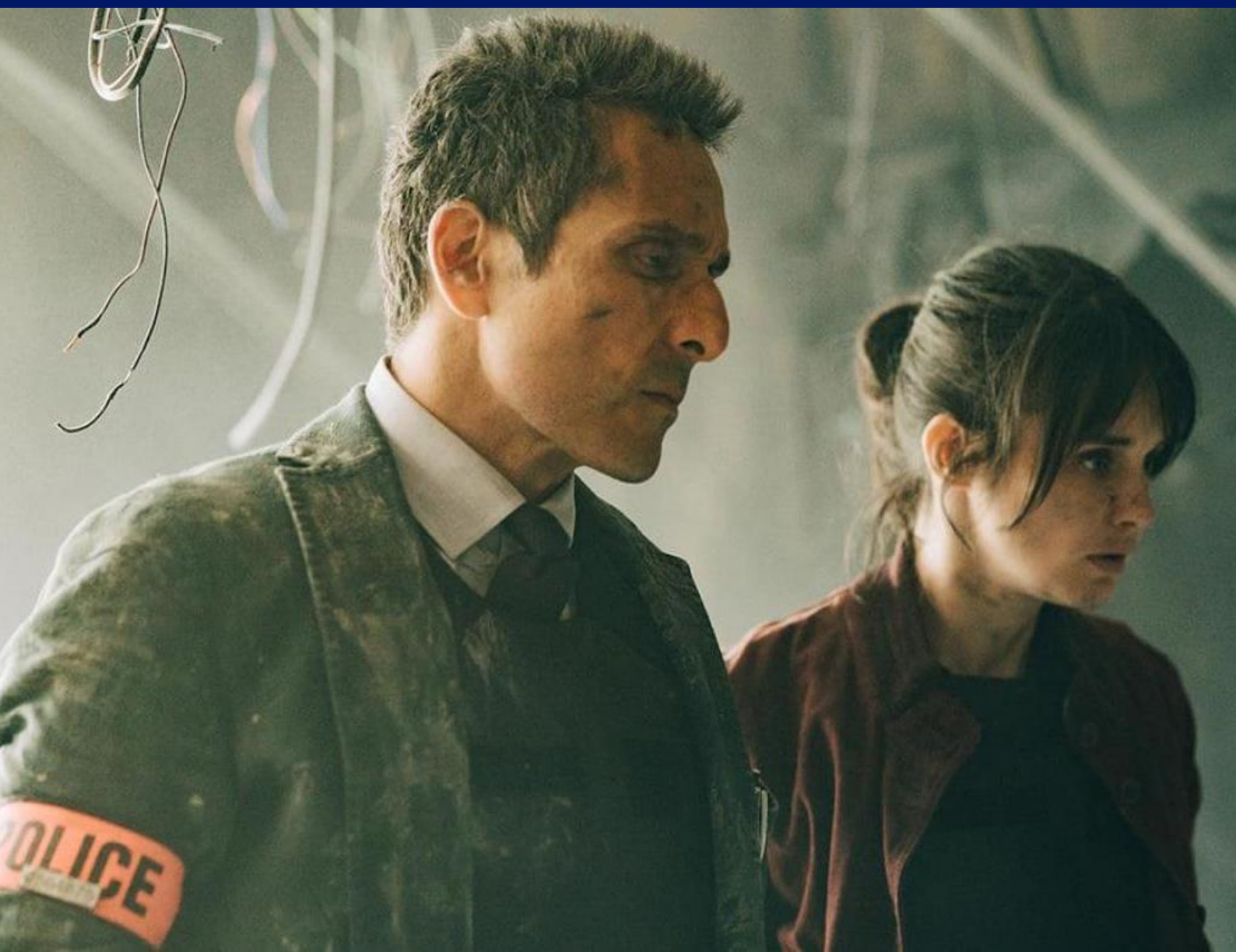
LCI

| MY TFI |

Breizh

Ushuaïa TV

HISTOIRE TV



**TF1**

SUR-MESURE

L'achat au spot à spot sur TF1

LES OFFRES SPOT À SPOT

P.47

LE TRANSACTIONNEL DANS LA BOX

P.48

LES OFFRES CATÉGORIELLES

P.50

CLÉ EN MAIN

L'achat automatisé sur TF1

LE MPI HYBRIDE

P.54

LES OFFRES MPI

P.55

PERFORMANCE

La télévision à la « performance »

TF1 ANALYTICS

P.66

CONDITIONS COMMERCIALES

P.67

ESPACE CLASSIQUE

2023

T F 1
· · ·
P U B

LES OFFRES SPOT À SPOT

L'AVANTAGE

LES CONDITIONS

PREMIUM



Emplacement privilégié et prioritaire dans nos écrans, en sécurisant votre présence parmi les 3 premières et 3 dernières positions dans tous les écrans.

Les Premium font l'objet de grilles tarifaires spécifiques, Tarif 1 et Tarif 2, et vous confèrent une priorité avant toute offre, selon l'ordre décroissant des positions dans l'écran suivant : 1 et 99, puis 2 et 98, puis 3 et 97.

PRIO



Sécurisez vos choix de programmation de certains écrans, achetez en Prio et bénéficiez d'une priorité de programmation.

Les Prio font l'objet de grilles tarifaires spécifiques, Tarif 1 et Tarif 2, et vous confèrent une priorité avant toute offre, mais après les demandes en Premium.

EVENT



Les Event sont des écrans diffusés dans des contextes d'événements exceptionnels sur TF1. Les écrans publicitaires diffusés au sein des événements exceptionnels ont une terminaison d'écran spécifique, favorisant la lisibilité de notre offre et l'anticipation de vos achats.

Les Event ont une codification spécifique : l'intitulé d'écran se termine par 7 pour les émissions hors sport et par 8 pour les émissions de sport. Les Event ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en Achat Express, aux offres « All Buy Myself », « PME-PMI & Nouvel Annonceur », « Entertainment », « Cinéma » et « Pure Player », ni aux achats en coût GRP garanti.

VIP



Les écrans VIP constituent un espace publicitaire privilégié. Sélectionnés en fonction de leur proximité aux programmes phares de TF1, à fort engagement « téléspectateur ». Des contextes valorisants pour votre marque et tout aussi efficaces : les marques présentes dans les écrans d'émissions à fort engagement bénéficient de + 27% de mémorisation, + 8% en termes d'image et + 38% d'attractivité*.

Les écrans VIP ont une codification spécifique : l'intitulé d'écran se termine par 2. Ils ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en Achat Express, aux offres « All Buy Myself », « Entertainment », « Cinéma » (accessible uniquement aux ouvertures de planning), « Pure Player », ni aux achats en coût GRP garanti.

*Source : IPSOS pour TF1 PUB, Etude engagement, 2022. Gains vs. marques présentes dans les écrans d'émission à faible engagement. Etude disponible sur demande.

ALL BUY MYSELF DANS LA BOX

PRINCIPE

Pour les nouveaux annonceurs & les PME-PMI (client direct ou client via un mandataire), nous vous proposons via La Box, une offre d'écrans avec des conditions adaptées. Pour ces clients, l'inventaire proposé à la vente **sera désormais ouvert sur plusieurs semaines et calé sur les ouvertures de planning TV**.

L'achat All Buy Myself dans La Box se fait à J-2 de la diffusion (jours ouvrés).

Les écrans sont proposés en tarif net et immédiatement achetable en ligne. Ces écrans sont commercialisés en net fin d'ordre. Les inventaires et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel.

FONCTIONNEMENT



CONDITIONS

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2022 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.
Ou **nouvel annonceur** : tout annonceur ou Groupe annonceurs absent de TFI en espace classique en 2022.

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2023 ou qui communiquerait en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.

FORMATS

Inférieurs ou égaux à 45".

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre ne contribueront pas à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Les tarifs net associés à ces offres ne sont pas cumulables avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre.

Cette offre est non cumulable avec l'Achat Express. Votre achat est ferme après validation dans La Box.

L'ACHAT EXPRESS DANS LA BOX

PRINCIPE

Nous vous proposons l'opportunité d'optimiser vos campagnes TV jusqu'à la dernière minute via La Box. L'Achat Express ou One PP Express sont les fonctionnalités transactionnelles de La Box. Elles vous permettent d'accéder en toute autonomie aux opportunités TV, c'est-à-dire aux écrans encore disponibles à court terme. Ces écrans sont proposés en tarif net et immédiatement achetable en ligne. Les inventaires et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel.

L'Achat Express dans La Box se fait à J-2 de la diffusion (jours ouvrés).

FONCTIONNEMENT

LABOX.TFIPUB.FR



1

Connectez vous à labox.tfipub.fr avec vos identifiants personnels



2

Vous accédez aux offres disponibles en Achat Express ou en One PP Express. Ces écrans proposés sont vendus en net fin d'ordre, seule la majoration d'un emplacement premium s'applique.

CONDITIONS ACHAT EXPRESS

Pour être éligible à cette offre, la campagne, qu'elle soit en mode d'achat spot à spot ou en MPI/MPI Priority, doit avoir a minima un spot programmé sur au moins un support commercialisé par TFI PUB dans les 15 jours précédents ou les 20 jours suivants la date de réservation d'un achat en express.

Inférieurs ou égaux à 45"

POUR QUI ?

FORMATS

DATA

CONDITIONS ONE PP EXPRESS

Pour les annonceurs qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produit(s) ou de service(s), ou de comparateurs, exclusivement sur internet et/ou via application mobile et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique.

Inférieurs ou égaux à 20"

Pour être éligible à cette offre, la campagne doit être mesurée par un outil de tracking et les données* doivent être partagées avec TFI PUB.

Les investissements réalisés dans le cadre de ces offres ne contribueront pas à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Les tarifs net associés à ces offres ne sont pas cumulables avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre. Votre achat est ferme après validation dans La Box.

Les 2 offres ne sont pas cumulables. Voir les conditions sur La Box.

**Nombre de visites incrémentales directes, de visites supplémentaires globales et visites supplémentaires indirectes.*

LES OFFRES CATÉGORIELLES

■ ONE PP – PURE PLAYER

AVANTAGE

Pour piloter au mieux votre coût par visite, vous définissez votre demande d'écrans préférés, dès 3 semaines avant diffusion, servant de base de programmation pour TFI PUB. TFI PUB vous propose des conditions différenciées selon la période de l'année, en 100% cours d'ordre.

À partir de 3 semaines jusqu'à la fermeture des conducteurs	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif
Périodes pleines*	60%
Périodes creuses**	65%

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2023

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2023

POUR QUI ?

Cette offre est éligible aux annonceurs qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produit(s) ou service(s), ou de comparateur, exclusivement sur internet et/ou via application mobile, et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique.

LES CONDITIONS

Votre campagne comprend une ou plusieurs créations de maximum 20" (pas de teaser) avec une visualisation de l'URL du site, et/ou de l'icone de l'application accompagnée des logos des stores iOS et/ou Google Play, et ce pendant au moins 3 secondes.

Les messages programmés 3 semaines avant diffusion bénéficient d'un abattement par période. La programmation des messages est faite chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi, démarrant 3 semaines plus tard.

Hors écrans de Prime (intitulés 1800 – 2199)

Hors écrans VIP & Hors écrans Event

- Votre achat est ferme après validation de vos demandes par TFI PUB (pas d'annulation possible).
- Abattement cours d'ordre non cumulable avec toute autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature.
- Il est impossible de mixer les achats d'une campagne en Spot à Spot classique ainsi que les achats en coût GRP garanti avec une campagne « Pure Player ». Il faut a minima une semaine inactive entre une campagne en Spot à Spot classique ou en coût GRP garanti et une campagne « Pure Player ».

LES OFFRES CATÉGORIELLES

■ ENTERTAINMENT

AVANTAGE

Abattement de 45% à 55% selon votre date d'entrée dans le planning.

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs :

- Editions (F16 et S 33010801)
- Personnalisation du téléphone (V 49020801)
- Fournisseurs de contenus messagerie dialogue (S 490204) excepté le code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes
- Spectacles vivants (V32020301) : annonceur entrepreneur de spectacles au sens de la réglementation en vigueur ET disposant d'une billetterie propre au spectacle objet du message publicitaire.

LES CONDITIONS

3 semaines avant diffusion : abattement de **45%** appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

La programmation est faite chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi, hors écrans VIP et hors écrans Event.

5 jours avant diffusion : abattement de **55%** appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

La programmation est faite chaque lundi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi, hors écrans VIP et hors écrans Event. Offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur*. Voir modulation tarifaire page 67.

Non cumulable avec aucune autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature

** Interdiction de toute promotion du média et de surimpression en gros caractère.*

■ GOUVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL

AVANTAGE

Abattement de 30% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif, cumulable avec la remise de référence et la prime de centralisation.

QUELLE CAMPAGNE ?

Campagne gouvernementale et d'intérêt général au sens des usages en la matière.

Dans les conditions du Contrat Climat signé par le Groupe TFI, les campagnes d'information sur les enjeux climatiques et en faveur de la sobriété énergétique des administrations et organisations caritatives bénéficieront d'un abattement supplémentaire de 10 points - soit un abattement total de 40%, au lieu de 30%, appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif cumulable avec la remise de référence et la prime de centralisation.

LES CONDITIONS

Ces campagnes n'ont pas accès à l'Achat Express et à l'offre All Buy Myself.

LES OFFRES CATÉGORIELLES

CINÉMA

AVANTAGE

Abattement de 45% à 70% selon votre date d'entrée dans le planning et la catégorie de films cinéma ou d'animation à laquelle vous appartenez.

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs ci-dessous et dont les campagnes font majoritairement la promotion d'un film exploité en salles. L'exploitation couvre la période allant de la publication des premiers articles de presse parlant du film jusqu'à la fin de l'exploitation significative en salles en France.

- Films de cinéma, hors films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V 33010603).
- Films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V 33010604).

LES CONDITIONS

Nous distinguons 3 types de films :

- Les films à budget > 7 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien > 7 M€.
- Les films à budget > 5 M€ et < ou = 7 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien > 5 M€ et < ou = 7 M€.
- Les films à budget < ou = 5 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien < ou = 5 M€.

	A l'ouverture des plannings* : Abattement sur le CA brut tarif	5 jours avant diffusion** : Abattement sur le CA brut tarif
Films > 7 M€	50 %	60 %
Films > 5 M€ et < ou = 7 M€	55 %	65 %
Films < ou = 5 M€	60 %	70 %

* hors écrans Event.

** La programmation est faite chaque lundi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi, hors écrans VIP et hors écrans Event. Offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion.

À défaut de communication du budget du film, l'annonceur se verra appliquer un abattement de 45% sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées à l'ouverture des plannings* et un abattement de 55% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées 5 jours avant diffusion**.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur***, (voir modulation tarifaire page 67) excepté en cas de présence d'un logo d'une durée inférieure à 3 secondes, sans citation sonore, dont la taille ne doit pas dépasser un huitième de l'écran.

Non cumulable avec aucune autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature. Ces campagnes n'ont pas accès à l'Achat Express et à l'offre All Buy Myself.

*** Interdiction de toute promotion du média et de surimpression en gros caractère.

LES OFFRES CATÉGORIELLES

■ COLLECTIVE

AVANTAGE

Abattement de 30% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif, cumulable avec la remise de référence et la prime de centralisation.

QUELLE CAMPAGNE ?

Campagne « Collective » au sens des usages en la matière, visant à promouvoir collectivement la fourniture de biens et services qui sont présentés d'une manière générique, en excluant la promotion d'une marque particulière de ces biens ou services.

LES CONDITIONS

Validation de la qualification de campagne collective soumise à l'appréciation de TFI PUB.

■ PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

AVANTAGE

Pour tous les annonceurs PME-PMI & les nouveaux annonceurs (hors secteur jeux-jouets) : abattement cours d'ordre de 55% sur le Chiffre d'Affaires Brut Facturé de votre campagne (hors écrans Event). (1)

Pour tous les annonceurs PME-PMI et les nouveaux annonceurs du secteur jeux-jouets : abattement cours d'ordre de 45% ou 55% (suivant la période) sur le Chiffre d'Affaires Brut Facturé de votre campagne (hors écrans Event). (2)

	Tous annonceurs (1)	Jeux - jouets (2)
Périodes pleines *	55 %	45 %
Périodes creuses **		55 %

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2023

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2023

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2022 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.

Ou nouvel annonceur : tout annonceur ou Groupe annonceurs absent de TFI en espace classique en 2022.

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2023 ou qui communiquerait en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022, ne sera pas considéré comme Nouvel Annonceur.

LES CONDITIONS

Offre applicable uniquement en achat en spot à spot et non cumulable avec toute autre prime et/ou remise.



LE MPI HYBRIDE

2023 MARQUE L'ÉVOLUTION DU MPI HYBRIDE*

Depuis 2022, les campagnes MPI combinent des inventaires linéaires (TV) et des inventaires non linéaires (replay TV : replay sur l'écran de télévision) avec une garantie de KPIs homogènes et unifiés.

Jusqu'à 8%** des GRP TV estimés d'une campagne peuvent être diffusés en replay TV selon des conditions définies par TFI PUB.

UN OBJECTIF COMMUN DE SIMPLICITÉ ET DE PRODUCTIVITÉ

Dans une volonté de faciliter la convergence du MPI, l'accent a été mis sur la nécessité de maintenir un parcours client quasi identique et homogène : 1 seul brief, 1 facturation par support, l'intégration du suivi de campagne dans Popcorn, le GRP TV comme unique KPI.

LES CIBLES ÉLIGIBLES :

FEMMES	MIXTES
Femmes RDA 15-49 ans	Individus 25-49 ans
Femmes RDA avec enfants	Individus 25-59 ans
Femmes RDA + enf. < 25 ans	Individus 35-59 ans NEW
Femmes RDA 25-59 ans NEW	
Femmes 25-49 ans	
Femmes 25-59 ans NEW	
Femmes 35-59 ans NEW	
RDA < de 60 ans NEW	

Seules les campagnes achetées en MPI/MPI Priority TFI sur les cibles ci-dessus pourront être hybridées.

LES CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ À L'HYBRIDATION

Sont susceptibles d'être hybridées toutes les campagnes MPI & MPI Priority :

- Qui ont pour cible principale l'une des 11 cibles mentionnées dans les tableaux ci-dessus
- Dont le spot fait minimum 15 secondes
- Disposant d'un volume minimum de 35 GRP par campagne sur la cible d'achat

Une campagne MPI/MPI Priority regroupant l'ensemble de ces critères pourra être hybridée dans son intégralité.

Exemple : Si une campagne MPI de 300 GRP 25-49 est hybridée à hauteur de 3%, alors 3% de ses 300 GRP 25-49 seront diffusés en replay TV, dans un cadre de diffusion similaire. 291 GRP 25-49 seront diffusés en TV et 9 GRP 25-49 seront diffusés en replay TV.

L'annonceur est prévenu de l'hybridation de sa campagne à S-3.

L'hybridation d'une campagne MPI/MPI Priority n'est pas systématique et la décision d'hybridation de la campagne appartient à TFI PUB.

Les investissements au titre des GRP diffusés en replay TV contribuent à l'engagement d'investissement TV de l'annonceur à l'exclusion de tout autre engagement.

*Voir p.22 pour plus de détails sur l'évolution du MPI

**Etant précisé que le taux d'hybridation s'apprécie au regard des GRP TV estimés sur la base des éléments du Brief validé par TFI PUB, et non sur les GRP TV réellement diffusés



LES OFFRES MPI



LE MPI, DÉFINITION

MPI, Mode de Programmation Internalisé, est un mode d'achat où votre campagne TFI est construite automatiquement, à partir de critères de brief précis que vous sélectionnez. Simple et rapide, il vous permet une maîtrise de vos coûts, avec une programmation assurée par TFI PUB.

Pour ce faire, vous sélectionnez votre cible d'achat parmi différents groupes : deux groupes de cibles féminines, un groupe de cibles mixtes, un groupe avec cible Enfants et un groupe cibles « Acheteurs ». Pour chaque cible retenue, vous négociez un Coût au GRP MPI référent (« Base 100 »).

Par ailleurs, pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes et afin de répondre aux différents objectifs de vos prises de parole en TV, vous pouvez personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning qui peuvent être complétés par des options si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

Vous anticipez le coût de votre campagne, sachant qu'en fonction de vos choix (période de communication, pression par Day-Part souhaitée, options sélectionnées...), ce Coût au GRP référent MPI est modulé, à la baisse ou à la hausse, par des indices spécifiques, publiés dans nos Conditions Commerciales ci-après.

Vous pouvez toujours cibler au plus près vos clients et prospects, grâce aux cibles Data accessibles au MPI :

- **Acheteurs***, c'est-à-dire les Shoppers (les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie (50% des foyers acheteurs)), les acheteurs de produits pharmaceutiques (OTC) et les cibles acheteurs e-commerce dont la nouvelle cible e-commerce Acheteurs Amazon.
- **Intentionnistes* - Moments de vie*** : 2 cibles intentionnistes Biens et Services (Banque, Assurance) et la cible intentionnistes Déménagement.

- **Style de Vie*** : Consom'acteurs, Fait Maison, Made In France et Innovation High Tech.

**Les cibles Data ne sont pas éligibles à l'hybridation de la campagne.*

Vos campagnes sont alors construites pour toucher au mieux ces cibles marketing, répondant ainsi plus directement à vos problématiques « marché ».

Le brief de votre campagne, comme la communication du plan construit, sont à votre disposition au sein de La Box, notre plateforme transactionnelle et servicielle.

SIMPLE & RAPIDE



LES AVANTAGES

Programmation des messages
réalisée par TFI PUB

Options de mediaplanning pour
répondre à vos objectifs

Budget de la campagne maîtrisé
et coût GRP net garanti



LES OFFRES MPI

En 2023 notre offre MPI devient une gamme et s'étoffe avec le lancement du MPI PRIORITY. Cette nouvelle offre vous permet de mieux sécuriser vos campagnes et de répondre aux besoins des annonceurs.

MPI

MAINTIEN DU MPI DANS SES CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES 2022 AVEC QUELQUES AMÉNAGEMENTS EN 2023



NEW

MPI PRIORITY

DÉCLINAISON DU MODE D'ACHAT EN GARANTI POUR UNE MEILLEURE MAÎTRISE DES CAMPAGNES



Le MPI PRIORITY reprend la même mécanique que le MPI mais propose :

- La garantie du **respect du volume GRP global demandé** au moment du brief,
- Ainsi que des services supplémentaires :
 - A compter de la date de retour des ordres, **réponse au brief annonceur en 4 jours ouvrables** et renvoi de la programmation dans ce même délai.
 - Garantie que les éventuels **modulos** publiés en cours d'année **ne s'appliqueront pas**.
 - Les 5 options MPI existantes sont incluses et activables sur demande.



LES OFFRES MPI



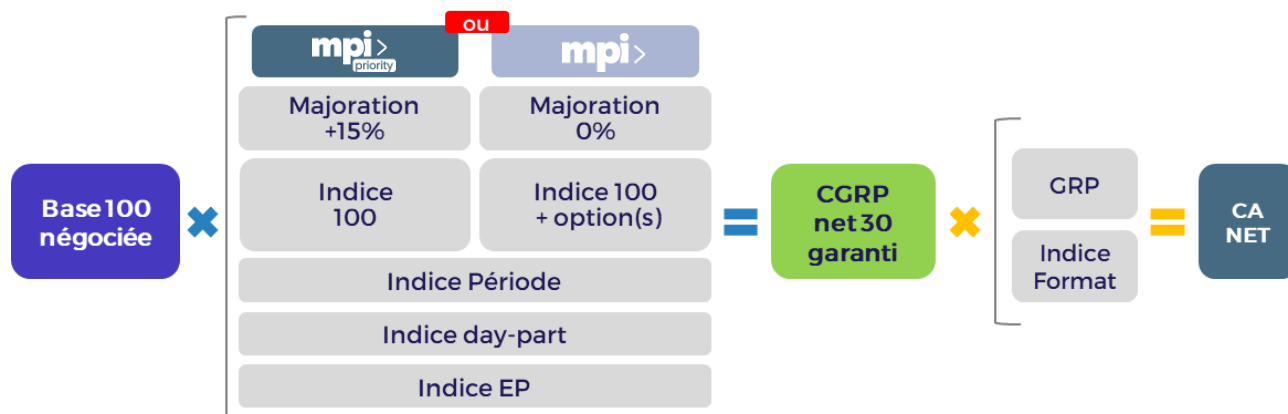
LE COÛT

En amont de la première demande de programmation en MPI, en accord avec TFI PUB, est définie **par cible une « Base 100 », coût GRP net base 30 secondes non indicé**. Cette « Base 100 » est modulée selon des grilles d'indices de période et Day-Part par cible. Les « Coûts GRP nets base 30 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, hors modulation Modulo (pour le MPI), Premium, Prio et toute autre majoration applicable.

- TFI PUB poursuit en 2023 uniquement pour l'offre MPI son système d'ajustement tarifaire appelé « Modulo » qui consiste en l'application d'une majoration ou minoration tarifaire sur l'ensemble des achats en garantie de Coût GRP. Dans le cas de la mise en place d'un Modulo sur une période donnée, TFI PUB devra en informer l'annonceur et/ou son mandataire au plus tard cinq (5) semaines avant la date d'entrée en vigueur dudit ajustement. Cet ajustement tarifaire s'applique également sur les investissements déplacés en replay TV par TFI PUB en cas d'hybridation de la campagne MPI.
- Pour rappel le MPI PRIORITY n'est pas soumis aux modulos, mais est majoré de 15%.**

TFI PUB s'engage à garantir le «Coût GRP net base 30 secondes» résultant de l'application des indices sur chaque période et Day-Part à concurrence du respect du budget net indiqué au sein du brief MPI accepté. En cas de dépassement, TFI PUB appliquera un abattement complémentaire sur facture pour respecter cet engagement.

TFI PUB pourra modifier les programmations des vagues MPI jusqu'à leur diffusion afin de respecter l'atteinte du « C/GRP net base 30 secondes » par période et par Day-Part. Celui-ci sera ajusté par l'application d'une modulation complémentaire calculée par message.





LES OFFRES MPI



■ LA PROGRAMMATION

Programmation des campagnes publicitaires assurée exclusivement par TFI PUB dans le respect des modalités et au plus près des objectifs que vous avez définis dans le brief de programmation.

En cas d'hybridation de la vague, les Day-Parts en replay TV correspondent à l'heure de consommation du programme :

Day : 06h à 17h59
Access : 18h à 19h59
Peak : 20h à 21h59
Night : 22h à 00h
Extra-night : 00h01 à 05h59

La diffusion en replay TV exclut automatiquement l'Extra-night.

Pour les campagnes MPI/MPI Priority dont au moins un message a eu sa diffusion nationale impactée par une campagne TV segmentée d'un autre annonceur, l'audience diminuée du(des) message(s) concerné(s) de la campagne MPI est mesurée par Médiamétrie. L'audience ainsi corrigée est alors mise à disposition via les centres-serveurs (ex : Popcorn). Chaque semestre, TFI PUB tient à la disposition de l'annonceur un bilan d'analyse des GRP servis de la campagne MPI incluant les éventuels impacts de l'audience diminuée.

TFI PUB se réserve le droit d'exclure exceptionnellement certains écrans dans le cadre du mode d'achat en MPI, en plus des écrans se terminant par 2, 7 ou 8 exclus systématiquement de la programmation en MPI.

■ LES CIBLES

Cibles DATA* garanties en MPI :

Des cibles DATA Kantar-Prométhée : Shoppers / Acheteurs OTC / E-commerce FMCG / Consom'acteurs / Made in France / Fait Maison / Intentionnistes Banque / Intentionnistes Assurance

***Les cibles Data ne sont pas éligibles à l'hybridation de la campagne.**

Des cibles DATA Médiamétrie : Innovation High Tech / E-commerce généraliste / E-commerce Acheteurs Amazon / Intentionnistes Déménagement.



LES OFFRES MPI



LE BRIEF

LA CRÉATION

Les demandes de programmation des vagues MPI sont à communiquer sous la forme d'un brief de programmation, disponible dans La Box, et indiquant :

- Les objectifs en nombre de GRP / GRP Data et en budget net maximum d'investissement
- La ventilation des GRP / GRP Data sur cible souhaitée :
 - par Day-Part (Day / Access / Peak / Night)*
 - par semaine active
 - par format sur chaque semaine active
- La (ou les) option(s) sélectionnée(s) pour ce brief au sein des offres MPI
- Et respectant les critères suivants :

MPI PRIORITY	MPI
Pas de choix contextuel	
Entre 2 et 6 semaines actives	
Entre 25 et 50 GRP hebdomadaires (20 GRP minimum pour le groupe Enfants)	
4 formats maximum de 45 secondes maximum	4 formats maximum de 30 secondes maximum
Au moins 3 Day-Parts avec 8% minimum de GRP par Day-Part	
Secteurs non éligibles : <i>Famille</i> Télécommunication (n°49) / <i>Variété</i> Films de cinéma hors films d'animation enfants (n°33010603) / <i>Variété</i> Films d'animation enfants (n°33010604) / <i>Variété</i> Spectacles vivants (n°32020301) / <i>Variété</i> Paris et jeux d'argent en ligne (n°32020604) / <i>Famille</i> Edition (n°16) / <i>Secteur</i> Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD (n°330108) / <i>Secteur</i> Automobiles (n°110101) / <i>Secteur</i> Véhicules utilitaires (n°110104) / <i>Classe</i> Parfumerie (n°1003)	
Combinable avec un achat en spot à spot	
Accès Premium 4 ou 6 positions au choix. (Intégralement servi en TV linéaire en cas d'hybridation)	
Le budget net indiqué au sein du brief de programmation s'entend majoration PRIORITY incluse et hors modulation Premium, Prio et toute autre majoration applicable	Le budget net indiqué au sein du brief de programmation est hors modulation Modulo, Premium, Prio et toute autre majoration applicable.

*Il est rappelé que le respect de la répartition des GRP par Day-Part ne constitue pas un engagement ferme de TFI PUB qui n'est tenue qu'à une obligation de moyens à ce titre.



LES OFFRES MPI



LA COMMUNICATION

	MPI PRIORITY	MPI
<u>Envoi du brief à TFI PUB</u>	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-4	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-1
<u>Acceptation du brief</u>	A compter de la date du retour des ordres, TFI PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 4 jours ouvrables (y compris sur la demande des écrans Premium)	A compter de S-3 avant diffusion, TFI PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 4 jours ouvrables (y compris sur la demande des écrans Premium)
<u>Retour des plans*</u>	A compter de la date du retour des ordres, à J+4	A compter de S-3 avant diffusion À J+4 si le brief arrive après S-3
<u>Hybridation de la campagne</u>	L'annonceur sera informé à S-3 le cas échéant	

*Ce plan est mis à disposition dans votre espace dédié La Box, notre plateforme servicielle et transactionnelle.

Modification du brief* :

Délais : au plus tard jusqu'à S-2

1^{er} cas de figure : L'annonceur souhaite passer du MPI PRIORITY au MPI.

Conditions : conservation du budget global du brief initial, y compris le montant de la majoration PRIORITY

2^{ème} cas de figure : L'annonceur souhaite modifier un ou plusieurs des critères de brief suivants :

- Changement de produit ou service
- Changement de cible
- Ajout de Bloc jours
- Ajout d'une semaine OFF
- Modification de période (au moins 5 jours)
- Hausse de budget
- Baisse/hausse de format
- Ajout d'un format

Conditions : conservation du budget global du brief initial

Toute demande de modification ci-dessus sera considérée comme un nouveau brief. Le cas échéant, TFI PUB ne peut garantir l'acceptation du brief ni le maintien de l'offre MPI PRIORITY.

**Détails des délais et conditions de modification disponibles dans les CGV Espace Classique 2023 de TFI PUB*



LES OFFRES MPI

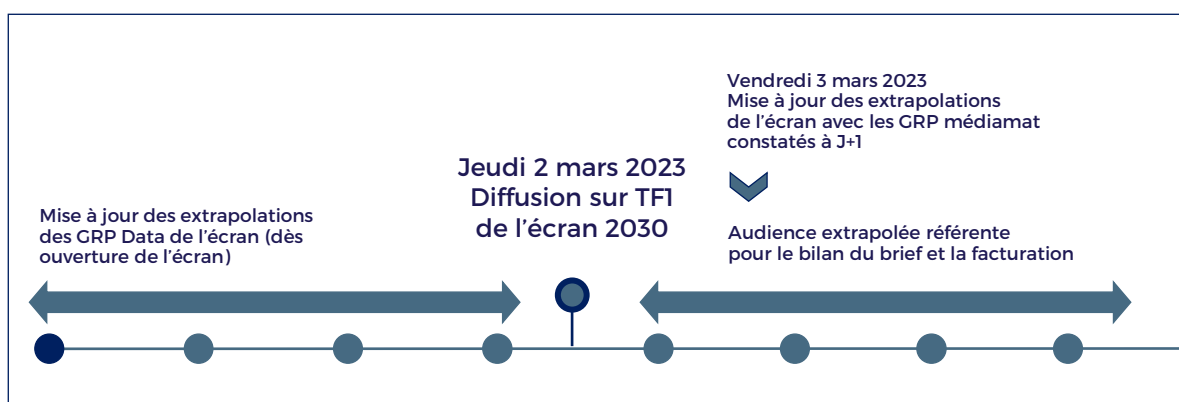


BILAN

Le bilan de chaque brief MPI vous sera envoyé selon les modalités suivantes :

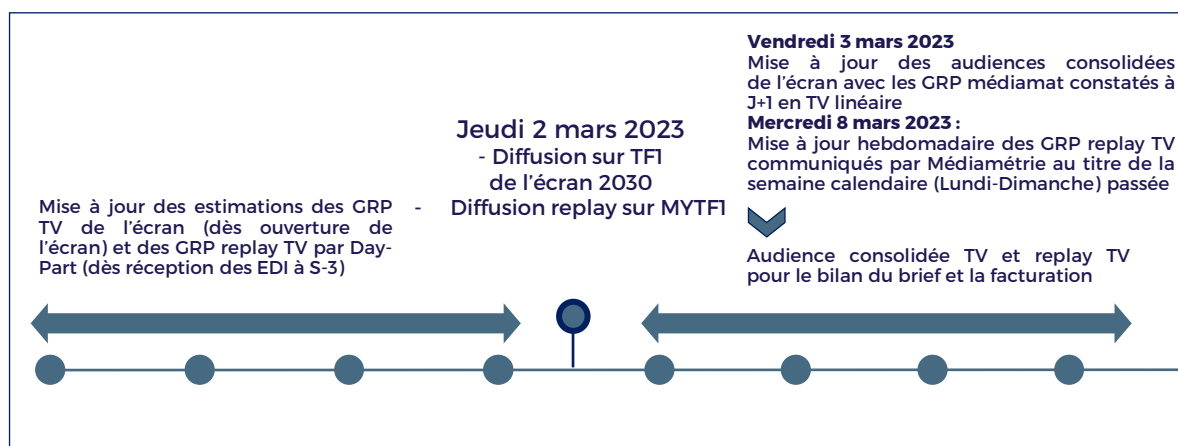
- **Pour les campagnes garanties sur cibles Data**, après connaissance des audiences extrapolées connues à J+1. La facturation sera effectuée sur cette audience extrapolée, figée à J+1 pour chaque écran daté.

Cette règle concerne les cibles DATA Kantar-Prométhée (cf ci-dessus). Il est entendu qu'aucun bilan ne pourra être mis à jour avec les audiences constatées disponibles 8 semaines après diffusion.



- **Pour les campagnes garanties sur cibles socio-démographiques**, après publication de l'ensemble des audiences consolidées. La facturation sera effectuée sur la base de ces audiences.

En condition d'hybridation sur ciblage socio-démographique :





LES OFFRES MPI



Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes, les offres MPI 2023 vous permettent de personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning qui peuvent être complétés par quelques options payantes ou incluses si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

Les briefs MPI seront priorisés au planning en fonction de leur niveau d'indice résultant des options sélectionnées .

	MPI PRIORITY	MPI
Majoration Base 100	15%	0%
GRP par semaine active minimum hors Enfants	25	25
GRP par semaine active minimum MPI Enfants	20	20
Nombre de semaines actives minimum et maximum	2 à 6	2 à 6
Renvoi du plan	A compter de la date du retour des ordres, à J+4	A compter de S-3 avant diffusion A J+4 si le brief arrive après S-3
Multi-secteurs	Maximum 3 codes secteurs *	Maximum 3 codes secteurs *
Multi-annonceurs <3s	Maximum 4 annonceurs *	Maximum 4 annonceurs *
Doublons de spots dans un même écran	●	●
Formats accessibles	Jusqu'au 45" inclus	Jusqu'au 30" inclus
Accès aux écrans ECO RESPONS'AD (hors VIP)	●	-

OPTIONS AU CHOIX PAR BRIEF		
		Indice 100
Exclusion de jour nommé (Maximum 4 jours)	Options incluses et activables sur demande	+1 pt
Période inactive d'au moins 5 jours consécutifs au sein de la vague		+2 pts
Exclusion de l'Extra-Night (Ecrans >= 2400)		+2 pts
Présence en Peak le 1 ^{er} jour (hors dimanche)		+1 pt
Mise en place d'un plan de roulement détaillé		+1 pt

* Pas plus de 3 codes secteurs et/ou 4 annonceurs en MPI. Application des majorations tarifaires correspondantes (p.67)



OFFRES MPI, LES OPTIONS



■ EXCLUSION DE JOUR NOMMÉ

Il vous est possible d'exclure jusqu'à 4 jours nommés au sein d'une semaine, pour obtenir une présence concentrée uniquement sur 3 jours. Quel que soit le nombre de jours nommés exclus (de 1 à 4), l'option sera de +1 pt.

■ PÉRIODE INACTIVE D'AU MOINS 5 JOURS CONSÉCUTIFS AU SEIN DE LA VAGUE

Il vous est possible sur la période de votre campagne d'arrêter de communiquer au moins 5 jours consécutifs.

■ EXCLUSION DE L'EXTRA-NIGHT

Vous pouvez exclure de votre programmation les écrans intitulés de 2400 à 2899.

En conditions d'hybridation, la diffusion en replay TV exclut automatiquement l'Extra-night.

■ PRÉSENCE EN PEAK (2000-2199) LE 1^{ER} JOUR DE CAMPAGNE

Programmation d'au moins un spot en Peak le premier jour de votre campagne du lundi au samedi.

■ PLAN DE ROULEMENT DÉTAILLÉ

Pour chacune des réservations de la campagne, possibilité d'affecter un film à un écran spécifique ou à un Day-Part spécifique.

En condition d'hybridation, le ou les films diffusés en TV linéaire pourront être affectés à un Day-Part et devront être identiques à celui ou ceux diffusés en replay TV.

LA FICHE TECHNIQUE DES OFFRES MPI

LES CIBLES PAR GROUPE

GROUPE FEMMES A	GROUPE FEMMES B	GROUPE MIXTES	GROUPE ENFANTS	ACHETEURS
Femmes RDA 15-49 ans* Femmes RDA avec enfants* Femmes RDA + enf. < 25 ans* Femmes 25-49 ans*	Femmes RDA 25-59 ans* Femmes 25-59 ans* Femmes 35-49 ans* Femmes 35-59 ans* RDA < 60 ans*	Individus 25-49 ans* Individus 25-59 ans* Individus 35-49 ans* Individus 35-59 ans* Individus 50-59 ans + Cibles Intentionnistes Banque, Assurance, Intentionnistes Déménagement + Cibles Style de Vie Innovation High Tech	Enfants 4-10 ans Exclusivement du 1er janvier au 22 octobre 2023 inclus	Shoppers (individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie) + Cibles Acheteurs d'OTC Compléments alimentaires Produits voies respiratoires Traitements dermatologiques Produits troubles digestifs + e-commerce généraliste + e-commerce FMCG + e-commerce Acheteurs Amazon + Consommateurs + Fait Maison + Made In France

* Seules ces cibles sont éligibles à l'hybridation d'une campagne des offres MPI TFI

INDICES DE PÉRIODE

Périodes	1/1 > 5/3	6/3 > 16/4	17/4 > 7/5	8/5 > 9/7	10/7 > 30/7	31/7 > 20/8	21/8 > 22/10	23/10 > 31/12
Indices hors cible Enfants 4-10 ans	90	110	105	135	80	60	140	130
Périodes	1/1 > 5/3	6/3 > 16/4	17/4 > 7/5	8/5 > 9/7	10/7 > 30/7	31/7 > 20/8	21/8 > 22/10	23/10 > 31/12
Cible Enfants 4-10 ans	90	90	105	90	80	80	155	-

INDICE DE DAY-PART PAR GROUPE

Day-part	Intitulés d'écran	GROUPE FEMMES A	GROUPE FEMMES B	GROUPE MIXTES	GROUPE ENFANTS	ACHETEURS
Day	0300 à 1799	90	85	85	100	85
Access	1800 à 1999	100	100	100		100
Peak	2000 à 2199	145	145	140		145
Night	2200 à 2899	75	80	70		80

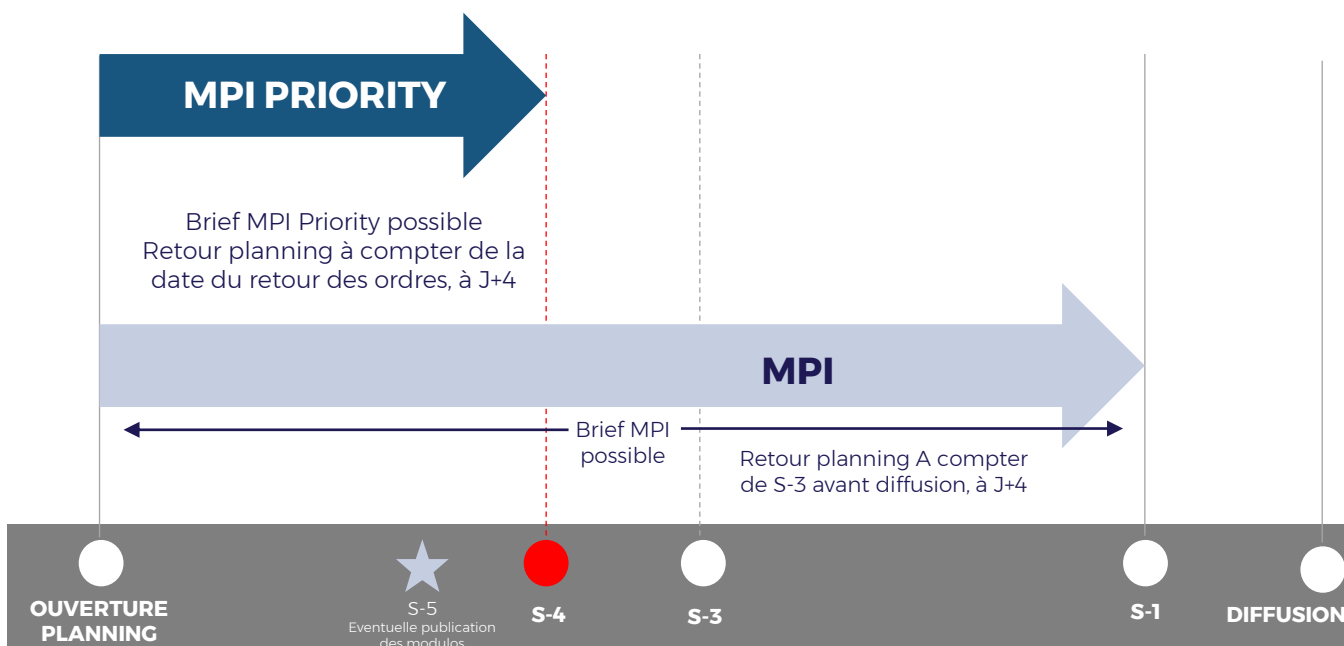


SYNTHÈSE DES OFFRES MPI

mpi > mpi
priority

**DECLINAISON DU MODE D'ACHAT EN GARANTI
POUR UNE MEILLEURE MAÎTRISE DES CAMPAGNES**

	MPI PRIORITY	MPI
Délais de brief	Jusqu'à S-4	Jusqu'à S-1
Retour du brief	A compter de la date du retour des ordres, à J+4	A compter de S-3 avant diffusion A J+4 si le brief arrive après S-3
Programmation	Respect du volume GRP demandé	Non garantie
Format max	45"	30"
Options	Incluses et activables sur demande	Payantes
Application du modulo	Non	Oui
Hybridation possible	Oui	Oui



DÉVELOPPEZ VOTRE TRAFIC DIGITAL

■ LE TRACKING BY TFI ANALYTICS*

ONE
PRECISION

3 ÉTAPES POUR DÉVELOPPER VOTRE TRAFIC DIGITAL

TRACKING



Mesure en temps réel de l'impact de vos spots TV sur vos KPIs digitaux

Visites - leads - APP download - CPV - CPL - CPD

OPTIMISATION



Optimisations médiaplanning et priorisation des écrans qui comptent pour votre marque

RÉSULTATS



Augmentation de votre trafic digital grâce à l'efficacité de TFI Analytics

LE TRACKING

■ LES RÉSULTATS DISPONIBLES

Génération de visites / leads / téléchargement d'apps : résultats par chaîne du groupe TFI, par Day-Part et par écran, par emplacement préférentiel, par créas, par format, par GRP.

Coût par visite (CPV) / lead / téléchargement d'applications.

■ LA MÉTHODE

Dépôt d'un tag a minima 2 semaines avant le début de la campagne sur le site web/app mobile mesuré pour calculer son trafic naturel (baseline)

Réception du film publicitaire à des fins de reconnaissance automatique de la diffusion du spot (technologie fingerprint).

■ LES LIVRABLES

Résultats disponibles en ligne sur la plateforme Realytics :

- **Impact Direct** : suite au passage du spot TV, calcul des effets dans les 5-6 minutes sur le site / app
- **Impact Indirect** : mesure de l'effet de rémanence au-delà des 5-6 min suivant le spot et jusqu'à 2 semaines après la fin de la campagne (attribution des effets au niveau de la chaîne).
- **Bilan Drive-to-web** réalisé par TFI PUB

L'OPTIMISATION

■ FONCTIONNEMENT

L'optimisation est réalisée **conjointement par TFI PUB** en accord **avec le client** et en fonction des disponibilités planning.

La campagne est facturée selon les conditions habituelles.

■ CALENDRIER

A J+7 et sous réserve d'un nombre de spots suffisant à analyser, premier bilan et optimisation pour les semaines de campagne qui suivent.

D'autres optimisations pourront avoir lieu si nécessaire jusqu'à la fin de la campagne.



ACCESSIBILITÉ

- Offre ouverte aux annonceurs commercialisant tout ou partie de leurs services/produits via un site Internet ou une application mobile et que le produit/service, objet du film publicitaire (mention d'une URL pour un site Internet ou d'un Store pour une application mobile), doit être disponible uniquement via ce site ou application mobile
- Mode d'achat en spot à spot. Durée minimum de campagne : 15 jours.

* Powered by Realytics

LES MAJORATIONS TARIFAIRES TFI

Ces modulations s'appliquent à toutes les offres en espace classique.

MULTI-SECTEURS

+ 3 % sur le Brut Tarif pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2 (pour rappel, pas plus de 3 codes secteurs bloqués dans une campagne MPI). *

* Code(s) secteur(s) bloqué(s) uniquement pour les téléspectateurs exposés à une publicité nationale diffusée en intégral et simultanée en France.

MULTI-ANNONCEURS

Mise en avant d'élément d'identité visuelle et/ou sonore dans un même message d'autres annonceurs, y compris un « réseau social »* :

> **Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes :**

+ 2 % sur le Brut Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

(Pour rappel, pas plus de 4 annonceurs présents dans une campagne MPI).

> **Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes (hors co-branding):**

+ 5 % sur le Brut Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

* On entend par « réseau social » un service de communication en ligne permettant notamment la constitution d'un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles par la mise à disposition à leurs membres d'outils et d'interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

CO-BRANDING

Un message publicitaire partagé de manière identique en durée par deux annonceurs ou si la présence du 2^{ème} annonceur est supérieure à 10 " : + 12 % sur le Brut Tarif.

SPOTS INTERACTIFS

Une majoration est appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

+ 20% si TFI PUB est informée de la mise en interactivité à la réservation du message

+ 30% si TFI PUB est informée de la mise en interactivité après la réservation du message, et notamment à réception du film publicitaire.

On entend par message « interactif » le message publicitaire audiovisuel intégrant une technologie permettant au téléspectateur d'intervenir lors de sa diffusion sur TFI via notamment sa télécommande, son ordinateur, son smartphone ou sa tablette, aux fins d'obtenir sur un espace dédié édité par l'annonceur, des contenus et/ou informations complémentaires (contenus vidéos, offres de réductions, jeux ...) sur la marque, l'enseigne, les produits ou services de l'annonceur.

TFI PUB s'autorise à déterminer le nombre maximum de spots interactifs par écran ainsi que leur position au sein de ces écrans.

OPÉRATIONS SPÉCIALES

Dans le cadre des opérations spéciales, les messages sont majorés de + 20 %.

Cette majoration est appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

Dans le cadre de dispositifs spécifiques (« road block », « fils rouges », habillages, emplacements de rigueur ...) ou d'opérations spéciales, l'annonceur indique à TFI PUB les écrans et les positions impératifs à sa communication en termes de date, d'écran, de format et de tarif (Premium, Prio).

Ces dispositifs doivent faire l'objet d'un accord préalable de TFI PUB et seront programmés sous réserve des disponibilités planning.

TARIFICATIONS SECTORIELLES SUR TFI

TFI PUB publie deux grilles tarifaires périodiques sur la base d'un Message Publicitaire de format 30 secondes. TFI PUB se réserve la faculté d'appliquer des ajustements tarifaires Modulo consistant en l'application d'une majoration ou minoration tarifaire sur l'ensemble des achats en garantie de Coût GRP. Dans le cas de la mise en place d'un Modulo sur une période donnée, TFI PUB publiera la période d'application et les écrans concernés au plus tard 5 semaines avant le début de ladite période. Tout produit de la famille Distribution dont le contenu du spot nécessite le blocage du secteur 17010301 - GMS, Hard discount doit le renseigner comme secteur principal en cas de multi sectorisation.

TARIFS 1

Applicables aux familles (F) et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2023 :

- **BOISSONS (F 01)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2,
- **ALIMENTATION (F 02)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE HABILEMENT - ACCESSOIRES - TEXTILES (F 04) :**
 - Chaussures-Accessoires (S 040101)
 - Vêtements féminins (S 040203),
 - Vêtements enfants (S 040205),
 - Lingerie féminine (S 040301),
 - Bas - collants - chaussettes (S 040303),
 - Maillots de bain (S 040304),
 - Bijouterie - Joaillerie (S 040502)
- **APPAREILS MÉNAGERS (F 07)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE AMEUBLEMENT-DÉCORATION (F 08) :**
 - Mobilier bébés, puériculture (S 080106),
- **ENTRETIEN (F 09)**
- **HYGIÈNE BEAUTÉ (F 10)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2
- **ENSEIGNEMENT - FORMATION (F 15)**
- **DISTRIBUTION - ENSEIGNES SPÉCIALISÉES Y COMPRIS EN LIGNE (F 17) :**
 - Alimentation / boissons (surgelés, traiteurs, ...) (V 17020101)
 - Habillement / accessoires (V 17020107),
 - Maternité (V 17020110),
 - Photo (albums photos, développement, ...) pour particulier (V 17020111),
 - Parfumeries / Beauté / Hygiène / Parapharmacie (V 17020115),
 - Chaussures (V 17020119),
- **SERVICES (F 20) :**
 - Agences matrimoniales et clubs de rencontres (S 200304)
- **PHARMACIE - MÉDECINE (F 26)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2

TARIFS 2

Applicables aux familles (F) et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2023 :

- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE BOISSONS (F 01) :**
 - Sodas, toniques (V 01010201),
 - Boissons de l'effort (V 01010204),
 - Boissons au thé (V 01010205),
 - Panachés et bières sans alcool (V 01010208),
 - Apéritifs sans alcool (V 01010209)
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE ALIMENTATION (F 02) :**
 - Cafés (V 02030201)
 - Institutionnel produits laitiers (V 02040101),
 - Frites, pommes de terre sautées (V 02090902),
 - Institutionnel fruits et légumes (V 02100101),
 - Institutionnel viandes (V 02100501),
 - Institutionnel produits de la mer (V 02100601),
 - Institutionnel volailles et gibiers (V 02100701),
 - Institutionnel produits alimentaires de luxe (V 02100803),

TARIFICATIONS SECTORIELLES SUR TFI

TARIFS 2 (SUITE)

- **RESTAURATION** (F 03)
- **HABILLEMENT - ACCESSOIRES - TEXTILES** (F 04), hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE APPAREILS MÉNAGERS** (F 07):
 - Lavage ménager (S 070101),
 - Froid ménager (S 070102),
 - Aspirateurs - Nettoyeurs (S 070103),
 - Cuisinières, fours, plaques de cuisson, micro-onde (S 070104),
 - Chauffage (S 070105),
 - Appareils à café, théières (V 07010604),
 - Traitement de l'air (S 070107),
 - Ampoules-appareils éclairage (S 070111)
 - Piles (S 070112),
 - Institutionnel électroménager (S 070114)
- **AMEUBLEMENT - DÉCORATION** (F 08), hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE HYGIÈNE BEAUTÉ** (F 10):
 - Déodorants homme (V 10020202),
 - Rasoirs et lames homme (S 100204),
 - Entretien prothèses dentaires (S 100206),
 - Produits rasage homme (S 100208),
 - Parfums et eaux de toilette homme (S 100302),
 - Parfums et eaux de toilette mixte (S 100306),
 - Soins du visage et beauté homme hors soins contour des yeux (V 10040202),
 - Soins contour des yeux hommes (V 10040207),
 - Produits amincissants externes homme (V 10040602),
 - Coloration capillaire hommes (V 10060202)
 - Produits éclaircissants (sprays, gelées) hors shampoings et masques (V 10060203)
 - Produits densifiant capillaire hommes (poudres, sprays...) (V 10060204)
- **AUTOMOBILE TRANSPORT** (F 11)
- **VOYAGE-TOURISME** (F 12)
- **ENERGIE** (F 13)
- **EDITION** (F 16)
- **DISTRIBUTION - ENSEIGNES SPÉCIALISÉES Y COMPRIS EN LIGNE** (F 17), hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **ETS FINANCIERS - ASSURANCE - TOUS RÉSEAUX** (y compris services en ligne) (F 18),
- **JARDINAGE - BRICOLAGE - AGRICULTURE** (F 19),
- **SERVICES** (F 20) hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **IMMOBILIER - TOUS RÉSEAUX** (y compris services en ligne) (F 21),
- **PUBLICITÉ FINANCIÈRE** (F 22),
- **CORPORATE** (F 23),
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE PHARMACIE - MÉDECINE** (F 26):
 - Articles et appareils de santé (S 260101),
 - Traitements anti-tabac et anti-alcool (S 260109),
 - Appareils pour malentendants (S 260111),
 - Institutionnel produits pharmaceutiques publics (S 260112),
 - Matériels d'assistance pour personnes à mobilité réduite (S 260401)
- **AUDIOVISUEL - PHOTO - CINÉMA** (F 30)
- **EQUIPEMENT MATÉRIEL SPORT** (F 31)
- **CULTURE ET LOISIRS** (F 32)
- **MEDIA ET MULTIMEDIA** (F 33)
- **TÉLÉCOMMUNICATION** (F 49)
- **INFORMATIQUE** (dont bureautique- imprimantes) (F 50)
- **BÂTIMENT TRAVAUX PUBLICS** (F 55)
- **INDUSTRIE** (F 70)

DÉGRESSIF DE VOLUME SUR TFI

FAMILLE A

La famille A est composée des familles (F), et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2023 :

- Boissons (F 01),
- Alimentation (F 02),
- Entretien (F 09),
- Hygiène Beauté (F 10),
- Automobile Transport (F 11) hors Services et Centres auto (S 110102),
- Restauration (F 03),
- GMS, Hard Discount (S 170103),
- Ets financiers-assurance (F 18),
- Services (F 20),
- Media et Multimedia (F 33),
- Services et offres du Téléphone (S 490101),
- Fournisseurs d'accès (V 49030101),
- Convergence (C 4904).

Tout annonceur investissant sur TFI en espace classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023, au moins 100 000 € Brut Négocié, présent ou non en 2022, bénéficie d'un dégressif de volume calculé au 1er Euro, par tranche de Chiffre d'Affaires Brut Négocié, selon le barème suivant :

FAMILLE A

Tranches de chiffre d'affaire brut négocié entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023

Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié de la tranche

A titre indicatif : taux résultant au 1er euro sur le chiffre d'affaires brut négocié à la valeur maximale de la tranche

de 0 € à 200 000 €	4,00 %	4,00 %
de 200 000 € à 400 000 €	4,50 %	4,25 %
de 400 000 € à 700 000 €	5,00 %	4,57 %
de 700 000 € à 1 000 000 €	5,50 %	4,85 %
de 1 000 000 € à 1 500 000 €	6,00 %	5,23 %
de 1 500 000 € à 2 000 000 €	6,50 %	5,55 %
de 2 000 000 € à 2 500 000 €	7,00 %	5,84 %
de 2 500 000 € à 3 000 000 €	7,50 %	6,12 %
de 3 000 000 € à 3 500 000 €	8,00 %	6,39 %
de 3 500 000 € à 5 000 000 €	8,50 %	7,02 %
de 5 000 000 € à 9 000 000 €	9,00 %	7,90 %
de 9 000 000 € à 15 000 000 €	9,50 %	8,54 %
de 15 000 000 € à 22 000 000 €	10,00 %	9,00 %
de 22 000 000 € à 30 000 000 €	10,50 %	9,40 %
de 30 000 000 € à 38 000 000 €	11,00 %	9,74 %
de 38 000 000 € à 46 000 000 €	11,50 %	10,05 %
de 46 000 000 € à 62 000 000 €	12,00 %	10,55 %
62 000 000 € et plus	13,00 %	

FAMILLE B

La famille B est composée des familles (F), et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2023 :

- Habillement - Accessoires - Textiles (F 04),
- Appareils Ménagers (F 07),
- Ameublement - Décoration (F 08),
- Services et Centres Auto (S 110102),
- Voyage-Tourisme (F 12),
- Energie (F 13),
- Enseignement - Formation (F 15),
- Edition (F 16),
- Distribution - VAD (F 17) hors GMS, Hard Discount (S 170103),
- Jardinage - Bricolage - Agriculture (F 19),
- Immobilier (F 21),
- Publicité Financière (F 22),
- Corporate (F 23),
- Pharmacie - Médecine (F 26),
- Audiovisuel - Photo - Cinéma (F 30),
- Culture et Loisirs (F 32),
- Télécommunication (F 49) hors Services et offres du Téléphone (S 490101), Fournisseurs d'accès (V 49030101) et Convergence (C 4904),
- Informatique (dont bureautique- imprimantes) (F 50),
- Bâtiment Travaux Publics (F 55),
- Industrie (F 70).

Tout annonceur investissant sur TFI en espace classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023, au moins 100 000 € Brut Négocié, présent ou non en 2022, bénéficie d'un dégressif de volume calculé au 1er Euro, par tranche de Chiffre d'Affaires Brut Négocié, selon le barème suivant :

FAMILLE B

Tranches de chiffre d'affaire brut négocié entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023

Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié de la tranche

A titre indicatif : taux résultant au 1er euro sur le chiffre d'affaires brut négocié à la valeur maximale de la tranche

de 0 € à 200 000 €	4,50%	4,50%
de 200 000 € à 500 000 €	5,50%	5,10%
de 500 000 € à 900 000 €	6,50%	5,72%
de 900 000 € à 1 500 000 €	7,50%	6,43%
de 1 500 000 € à 2 100 000 €	8,50%	7,02%
de 2 100 000 € à 2 700 000 €	9,50%	7,57%
de 2 700 000 € à 3 300 000 €	10,50%	8,11%
de 3 300 000 € à 3 900 000 €	11,50%	8,63%
de 3 900 000 € à 4 500 000 €	12,00%	9,08%
de 4 500 000 € à 5 100 000 €	13,00%	9,54%
de 5 100 000 € à 6 000 000 €	13,50%	10,13%
de 6 000 000 € à 8 000 000 €	14,00%	11,10%
de 8 000 000 € à 10 000 000 €	15,00%	11,88%
de 10 000 000 € à 15 000 000 €	15,50%	13,09%
de 15 000 000 € à 20 000 000 €	16,00%	13,82%
20 000 000 € et plus	16,50%	

Pour un annonceur multi-secteurs, la famille retenue sera celle dans laquelle l'annonceur réalise la majorité de ses investissements sur TFI en 2023.

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La base de calcul du dégressif de volume est le Chiffre d'Affaires Espace Classique Brut Négocié. Le dégressif est calculé annonceur par annonceur, tous produits et tous modes d'achat confondus et restitué en fin d'ordre (cf. Conditions financières : article 7 des CGV Espace Classique TFI PUB).

Sont exclus du champ d'application du dégressif de volume, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et nouvel annonceur, ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Cinéma » et « Pure Player », les campagnes collectives et les campagnes gouvernementales et d'intérêt général.

DÉGRESSIF DE VOLUME SUR TFI

■ ACOMPTE SUR DÉGRESSIF DE VOLUME

Tout annonceur présent sur TFI en 2023, et qui était présent en 2022, bénéficie d'un acompte financier à valoir sur le dégressif de volume, déduit sur facture et appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié 2023 (au 1er euro, hors impact du non payé à échéance). Pour déterminer le montant de cet acompte, TFI PUB appliquera au Chiffre d'Affaires Brut Négocié 2023 un taux d'acompte, déterminé sur la base de son Chiffre d'Affaires Brut Négocié annuel 2022, selon les barèmes par famille suivants :

FAMILLE A		FAMILLE B	
Chiffre d'affaires brut négocié 2022	Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié 2023	Chiffre d'affaires brut négocié 2022	Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié 2023
de 0 € à 100 000 €	0,00 %	de 0 € à 50 000 €	0,00%
de 100 000 € à 300 000 €	1,30 %	de 50 000 € à 100 000 €	1,30%
de 300 000 € à 800 000 €	1,50 %	de 100 000 € à 300 000 €	1,60%
de 800 000 € à 1 300 000 €	1,70 %	de 300 000 € à 500 000 €	1,90%
de 1 300 000 € à 1 800 000 €	1,90 %	de 500 000 € à 1 000 000 €	2,20%
de 1 800 000 € à 2 300 000 €	2,10 %	de 1 000 000 € à 1 500 000 €	2,50%
de 2 300 000 € à 3 000 000 €	2,30 %	de 1 500 000 € à 2 000 000 €	2,80%
de 3 000 000 € à 5 000 000 €	2,50 %	de 2 000 000 € à 2 500 000 €	3,10%
de 5 000 000 € à 7 500 000 €	2,70 %	de 2 500 000 € à 3 000 000 €	3,40%
de 7 500 000 € à 10 000 000 €	2,90 %	de 3 000 000 € à 4 000 000 €	3,70%
de 10 000 000 € à 12 500 000 €	3,10 %	de 4 000 000 € à 5 000 000 €	4,00%
de 12 500 000 € à 15 000 000 €	3,30 %	de 5 000 000 € à 6 000 000 €	4,30%
de 15 000 000 € à 20 000 000 €	3,50 %	de 6 000 000 € à 8 000 000 €	4,60%
de 20 000 000 € à 30 000 000 €	3,70 %	de 8 000 000 € à 10 000 000 €	4,90%
de 30 000 000 € à 40 000 000 €	4,00 %	de 10 000 000 € à 15 000 000 €	5,20%
de 40 000 000 € à 50 000 000 €	4,30 %	de 15 000 000 € à 20 000 000 €	5,50%
de 50 000 000 € à 60 000 000 €	4,60 %	20 000 000 € et plus	5,80%
60 000 000 € et plus	4,90 %		

Pour le calcul du taux d'acompte 2023 sur facture, est retenu le barème d'acompte 2023 où l'annonceur a majoritairement investi en 2022. Si l'annonceur appartient à un groupe d'annonceurs en 2023, le Chiffre d'Affaires Brut Négocié 2022 retenu sera celui du groupe d'annonceurs. Le taux appliqué est identique pour tous les annonceurs appartenant au même groupe. Un annonceur, qui en 2023 investit isolément du groupe d'annonceurs auquel il appartenait en 2022, bénéficie d'un taux d'acompte sur la base de son Chiffre d'Affaires Brut Négocié investi isolément en 2022.

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

L'acompte financier à valoir sur le dégressif de volume sera restitué sur facture. Cet acompte est calculé sur le chiffre d'affaires brut négocié 2023. Son attribution est subordonnée au paiement à bonne date des sommes servant de base à son calcul, conformément aux CGV de TFI PUB applicables en 2023 (cf. Conditions financières : article 7 des CGV Espace Classique TFI PUB).

Le calcul définitif du dégressif de volume sera effectué conformément aux présentes conditions commerciales 2023 au cours du 1er trimestre 2024.

TFI PUB intégrera à l'avoir de fin d'ordre, le différentiel entre le montant du dégressif acquis et l'acompte attribué sur facture. Si le solde est en faveur de TFI PUB, le montant sera déduit de l'avoir de fin d'ordre et une facture sera éventuellement émise. Ces éventuelles régularisations seront effectuées au moment de l'émission de l'avoir dû au titre de nos présentes conditions commerciales, au cours du 1er trimestre 2024.

INDICES TARIFAIRES DE FORMATS 2023

APPLICABLES À TOUTES LES CHAINES TV RÉGIES PAR TFI PUB

Durée (en secondes)	Indice
3	35
4	39
5	43
6	48
7	53
8	56
9	58
10	61
11	64
12	68
13	73
14	76
15	80
16	81
17	86
18	88
19	89
20	92
21	93
22	93
23	94

Durée (en secondes)	Indice
24	95
25	96
26	97
27	97
28	98
29	99
30	100
31	118
32	122
33	128
34	136
35	141
36	146
37	151
38	156
39	162
40	168
45	191
50	216
55	243
60	275

Les indices des formats supérieurs à soixante (60) secondes sont fournis à la demande.

La programmation d'une campagne d'un format supérieur à soixante (60) secondes ne peut se faire qu'avec l'accord préalable de TFI PUB et en fonction des disponibilités du planning.

Règle de calcul des arrondis après application des indices de formats, les tarifs sont arrondis à l'euro selon la règle suivante :

- à l'euro inférieur jusqu'à 0,49€
- à l'euro supérieur à partir de 0,50€

LES MODULATIONS TARIFAIRES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires en télévision au 1^{er} janvier 2023.
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, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2023.

■ REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent sur TFI en 2023 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le chiffre d'affaires espace classique brut négocié. Cette remise est restituée sur facture. Sont exclus du champ d'application de la remise de référence, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et Nouvel Annonceur et ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Cinéma », « Pure Player » et le « Pack net ».

■ PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en espace classique à un mandataire qui, en 2023, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

- l'achat d'espace,
- la réservation d'espaces publicitaires, en Spot à Spot ou en MPI,
- la gestion, le suivi et la signature des ordres de publicité (y compris par EDI Publicité),
- la gestion et le contrôle des factures émises au nom de l'annonceur,
- le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement.

bénéficie d'une prime de centralisation de 1,5%

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié, diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2023 par TFI PUB. Cette prime sera intégrée à l'avoir de fin d'ordre émis au 1^{er} trimestre 2024. (Cf. Conditions Financières: article 7 des CGV Espace Classique TFI PUB). Cette prime n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Espace Classique TFI PUB. Le non-respect de l'une des conditions indiquées fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire. Sont exclus du champ d'application de la prime de centralisation, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et nouvel annonceur et ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Cinéma », « Pure Player » et le « Pack net ».

■ À NOTER

Aucune publicité en faveur d'annonceurs faisant la promotion de produits ou services relevant du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques et du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera acceptée sur la chaîne TFI.

LA CASCADE

			ESPACE CLASSIQUE				
			Spot à spot	MPI	PME-PMI & NA	Entertainment / Cinéma / Pure Player	Collective / Gouvernement & Intérêt Gal
Assiette de calcul							
TARIF PUBLIE (1)							
Grilles Brut HT publiées au format 30" selon secteur (Tarif 1 ou 2) et emplacement/priorité (Standard/Premium 1&99/ 2&98/3&99/PRIO)							
+/-	Mise au format	TARIF PUBLIE	I	I	I	I	I
BRUT TARIF							
+/-	Modulo	BRUT TARIF		I			
+/-	Modulations MPI	en cascade		I			
-	Abattement campagne collective / gouvernement et intérêt général	en cascade					I
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding	en cascade	I		I	I	I
+	Majoration spots interactifs	en cascade	I		I	I	I
+	Majoration opérations spéciales	en cascade	I		I	I	I
-	Abattement Entertainment, Cinéma, Pure Player	en cascade				I	
BRUT TARIF CORRIGE							
-	Abattements messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	I		I	I	I
BRUT FACTURE							
-	Abattement PME-PMI & nouvel annonceur	BRUT FACTURE			I		
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	I	I			
BRUT NEGOCIE							
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	I	I			I
-	Acompte de dégressif de volume	BRUT NEGOCIE	I	I			
NET COURS D'ORDRE							
-	Solde de dégressif de volume*	BRUT NEGOCIE	I	I			
-	Prime de centralisation*	en cascade	I	I			I
NET FIN D'ORDRE							

(1) En cas d'hybridation, la cascade s'applique sur les tarifs bruts MYTF1 TF1 publiés au titre de la diffusion sur MYTF1 TF1

À noter : les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion
 * Le solde de dégressif de volume et la prime de centralisation seront intégrés à l'avoir de fin d'ordre émis au 1^{er} trimestre 2024 (Cf. pages 70, 71 et 73).



TMC **TFX** **TF1** SERIES FILMS **LCI**

TV Breizh *Ushuaïa* **TV** **HISTOIRE TV**

SUR-MESURE

L'achat au spot à spot sur la TNT - Théma

LE TRANSACTIONNEL DANS LA BOX P.76

LES OFFRES CATÉGORIELLES P.78

LES PACKS NETS P.81

CLÉ EN MAIN

L'achat automatisé sur TF1

LE MPI HYBRIDE P.83

LES OFFRES MPI TNT P.84

CONDITIONS COMMERCIALES

P.98

ESPACE CLASSIQUE

2023

T F 1
· · ·
P U B

ALL BUY MYSELF DANS LA BOX

PRINCIPE

Pour les nouveaux annonceurs & les PME-PMI (client direct ou client via un mandataire), nous vous proposons via La Box, une offre d'écrans avec des conditions adaptées. Pour ces clients, l'inventaire proposé à la vente sera **désormais ouvert sur plusieurs semaines et calé sur les ouvertures de planning TV**.

L'achat All Buy Myself dans La Box se fait à J-2 de la diffusion (jours ouvrés).

Les écrans sont proposés en tarif net et immédiatement achetable en ligne. Ces écrans sont commercialisés en net fin d'ordre. Les inventaires et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel.

FONCTIONNEMENT



CONDITIONS

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2022 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.
Ou **nouvel annonceur** : tout annonceur ou Groupe annonceurs absent de TFI en espace classique en 2022.
Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2023 ou qui communiquerait en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022, ne sera pas considéré comme Nouvel Annonceur.

FORMATS

Inférieurs ou égaux à 45".

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre ne contribueront pas à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Les tarifs net associés à ces offres ne sont pas cumulables avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre.

Cette offre est non cumulable avec l'Achat Express. Votre achat est ferme après validation dans La Box.

L'ACHAT EXPRESS DANS LA BOX

PRINCIPE

Nous vous proposons l'opportunité d'optimiser vos campagnes TV jusqu'à la dernière minute via La Box. L'Achat Express ou One PP Express sont les fonctionnalités transactionnelles de La Box. Elles vous permettent d'accéder en toute autonomie aux opportunités TV, c'est-à-dire aux écrans encore disponibles à court terme. Ces écrans sont proposés en tarif net et immédiatement achetable en ligne. Les inventaires et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel.

L'Achat Express dans La Box se fait à J-2 de la diffusion (jours ouvrés).

FONCTIONNEMENT

LABOX.TFIPUB.FR



1

Connectez vous à labox.tfipub.fr avec vos identifiants personnels



2

Vous accédez aux offres disponibles en Achat Express ou en One PP Express. Ces écrans proposés sont vendus en net fin d'ordre, seule la majoration d'un emplacement premium s'applique.

CONDITIONS ACHAT EXPRESS

Pour être éligible à cette offre, la campagne, qu'elle soit en mode d'achat spot à spot ou en MPI/MPI Priority, doit avoir a minima un spot programmé sur au moins un support commercialisé par TFI PUB dans les 15 jours précédents ou les 20 jours suivants la date de réservation d'un achat en express.

Inférieurs ou égaux à 45"

POUR QUI ?

FORMATS

DATA

CONDITIONS ONE PP EXPRESS

Pour les annonceurs qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produit(s) ou de service(s), ou de comparateurs, exclusivement sur internet et/ou via application mobile et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique.

Inférieurs ou égaux à 20"

Pour être éligible à cette offre, la campagne doit être mesurée par un outil de tracking et les données* doivent être partagées avec TFI PUB.

Les investissements réalisés dans le cadre de ces offres ne contribueront pas à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Les tarifs net associés à ces offres ne sont pas cumulables avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre. Votre achat est ferme après validation dans La Box.

Les 2 offres ne sont pas cumulables. Voir les conditions sur La Box.

*Nombre de visites incrémentales directes, de visites supplémentaires globales et visites supplémentaires indirectes.

LES OFFRES CATÉGORIELLES

ONE PP – PURE PLAYER

AVANTAGE

Construisez votre campagne au plus près de votre ROI, en choisissant vos écrans le plus en amont et bénéficiez de conditions attractives. Un abattement différencié selon la période de l'année est appliqué sur votre campagne :

De l'ouverture de planning jusqu'à la fermeture des conducteurs	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif
Périodes pleines *	70 %
Périodes creuses **	75 %

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2023

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2023

POUR QUI ?

Les annonceurs qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produit(s) ou service(s), ou de comparateur, exclusivement sur internet et/ou via application mobile, et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique.

LE DISPOSITIF

Votre campagne comprend une ou plusieurs créations de maximum 20" (pas de teaser) avec une visualisation de l'URL du site, et/ou de l'icône de l'application accompagnée des logos des stores iOS et/ou Google Play, et ce pendant au moins 3 secondes.

Vous faites vos demandes de réservation auprès de TFI PUB :

- Après acceptation du plan proposé par TFI PUB, votre achat est ferme, il n'y a pas d'annulation possible
- Abattement non cumulable avec toute autre prime et/ou remise.
- Il est impossible de mixer les achats d'une campagne en Spot à Spot classique ainsi que les achats en coût GRP garanti avec une campagne « Pure Player ». Il faut a minima une semaine inactive entre une campagne en Spot à Spot classique ou en coût GRP garanti et une campagne « Pure Player ».

PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

AVANTAGE

Pour tous les annonceurs PME-PMI & les nouveaux annonceurs : abattement cours d'ordre de 70% sur le Chiffre d'Affaires Brut Facturé de votre campagne.

Tous annonceurs
70 %

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2022 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.

Ou Nouvel Annonceur : tout annonceur ou groupe annonceurs absent des chaînes TNT et Thématiques en espace classique en 2022.

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2023 ou qui communiquerait en 2023 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2022, ne sera pas considéré comme Nouvel Annonceur.

LES CONDITIONS

Offre applicable uniquement en achat en spot à spot et non cumulable avec toute autre prime et/ou remise.

LES OFFRES CATÉGORIELLES

■ ENTERTAINMENT

AVANTAGE

Abattement de 70% à 75% selon votre date d'entrée dans le planning.

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs :

- Editions (F16 et S 33010801)
- Personnalisation du téléphone (V 49020801)
- Fournisseurs de contenus messagerie dialogue (S 490204) excepté le code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes
- Spectacles vivants (V32020301) : annonceur entrepreneur de spectacles au sens de la réglementation en vigueur ET disposant d'une billetterie propre au spectacle objet du message publicitaire.

LES CONDITIONS

3 semaines avant diffusion : abattement de **70%** appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif. La programmation est faite chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi.

5 jours avant diffusion : abattement de **75%** appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif. Offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur*.

Non cumulable avec aucune autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature.

■ GOUVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL

AVANTAGE

Abattement de 30% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif, cumulable avec la remise de référence et la prime de centralisation.

QUELLE CAMPAGNE ?

Campagne gouvernementale et d'intérêt général au sens des usages en la matière. Dans les conditions du Contrat Climat signé par le Groupe TFI, les campagnes d'information sur les enjeux climatiques et en faveur de la sobriété énergétique des administrations et organisations caritatives bénéficieront d'un abattement supplémentaire de 10 points - soit un abattement total de 40%, au lieu de 30%, appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif cumulable avec la remise de référence et la prime de centralisation.

LES CONDITIONS

Ces campagnes n'ont pas accès à l'Achat Express et à l'offre All buy Myself.

■ COLLECTIVE

L'AVANTAGE

Abattement de 30% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif, cumulable avec la remise de référence et la prime de centralisation.

QUELLE CAMPAGNE ?

Campagne «Collective» au sens des usages en la matière, visant à promouvoir collectivement la fourniture de biens et services qui sont présentés d'une manière générique, en excluant la promotion d'une marque particulière de ces biens ou services.

LES CONDITIONS

Validation de la qualification de campagne collective soumise à l'appréciation de TFI PUB.

*Voir modulation tarifaire page 98 et 99

LES OFFRES CATÉGORIELLES

CINÉMA

AVANTAGE

Abattement de 70% à 85% selon votre date d'entrée dans le planning et la catégorie de films cinéma ou d'animation à laquelle vous appartenez.

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs ci-dessous et dont les campagnes font majoritairement la promotion d'un film exploité en salles. L'exploitation couvre la période allant de la publication des premiers articles de presse parlant du film jusqu'à la fin de l'exploitation significative en salles en France.

- Films de cinéma, hors films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V 33010603).
- Films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V 33010604).

LES CONDITIONS

Nous distinguons 3 types de films :

- Les films à budget > 7 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien > 7 M€.
- Les films à budget > 5 M€ et < ou = 7 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien > 5 M€ et < ou = 7 M€.
- Les films à budget < ou = 5 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien < ou = 5 M€.

	A l'ouverture des plannings : Abattement sur le CA brut tarif	5 jours avant diffusion* : Abattement sur le CA brut tarif
Films > 7 M€	72 %	77 %
Films > 5 M€ et < ou = 7 M€	75 %	80 %
Films < ou = 5 M€	80 %	85 %

* La programmation est faite chaque lundi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi.
Offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion.

À défaut de communication du budget du film, l'annonceur se verra appliquer un abattement de 70% sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées à l'ouverture des plannings et un abattement de 75% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées 5 jours avant diffusion*.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur** (voir modulation tarifaire page 98), excepté en cas de présence d'un logo d'une durée inférieure à 3 secondes, sans citation sonore, dont la taille ne doit pas dépasser 1/8ème de l'écran.

Non cumulable avec aucune autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature.
Ces campagnes n'ont pas accès à l'Achat Express et à l'offre All Buy Myself.

** Interdiction de toute promotion du média et de surimpression en gros caractère.

ONE
CONTEXT

LES PACKS NETS

■ PACK « 100 % QUOTIDIEN » TMC | MY TFI |



AVANTAGE

Une présence garantie dans le talk-show référent du PAF.

LE DISPOSITIF

10 présences en spot classique garanties en contexte 100% QUOTIDIEN du lundi au vendredi sur TMC.

Plus un relais digital en contexte MYTFI (4 écrans) : 100 000 impressions du spot en contexte 100% QUOTIDIEN sur la même période que la campagne TV.

Janv-Fév	Mars-Juin	Sept-Déc
37 000 € HT	44 000 € HT	48 000 € HT

Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes (dont 2 000 € net HT en Digital)

LES CONDITIONS

- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif TV sur TMC et du dispositif digital est assurée à la discrétion de TFI PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. TMC et MYTFI peuvent être achetés séparément.

■ PACK « DÉCIDEURS » LCI



AVANTAGE

Une présence exclusive dans les temps forts de LCI

LE DISPOSITIF

50 présences garanties sur LCI sur une semaine, au sein des tranches stratégiques de la chaîne (en rose).

Plus un relais digital 4 écrans : 100 000 impressions du spot auprès de décideurs en entreprise sur MYTFI et LCI.fr ou 125 000 impressions en rotation générale sur des contenus de LCI disponibles en digital.

Tarif : 12 000€ net HT (Budget Net Fin d'Ordre HT en format TV et Digital 20 secondes, dont 2 000€ net HT en Digital)

	L	M	M	J	V	S	D
Avant 0599							
Matinale 0600 à 0900							
0901 à 1200							
Déjeuner 1201 à 1399							
1400 à 1799							
Soirée 1800 à 2299							
Après 2300							

LES CONDITIONS

- Tarif net FO valable tout au long de l'année. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- TFI PUB se laisse le droit de réviser ce tarif en cas de variation exceptionnelle des audiences de la chaîne, avec un écart de l'audience quart d'heure moyen 25-49 supérieur à 35% par rapport à la vague de mesure mai-juin 2022 des fichiers médiaplanning de Médiamétrie.
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif TV sur LCI et du dispositif digital est assurée à la discrétion de TFI PUB.
- Offre soumise aux CGV de TFI PUB applicables pour chacun des supports. Les dispositifs TV et digital peuvent être achetés séparément.

ONE
CONTEXT

LES PACKS NETS

■ **PACK** *Ushuaïa* TV**AVANTAGE**

200 spots diffusés sur la chaîne sur 2 semaines (14 jours).

LE DISPOSITIF

200 présences en spot classique garanties sur USHUAÏA TV.

Tarif net 1 000 € HT

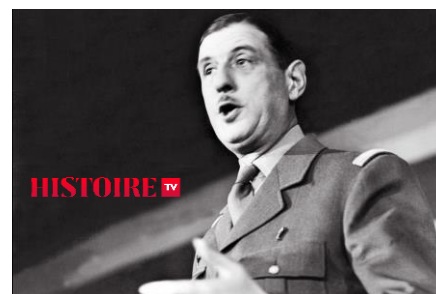
■ **PACK** HISTOIRE TV**AVANTAGE**

100 spots diffusés sur la chaîne sur 2 semaines (14 jours).

LE DISPOSITIF

100 présences en spot classique garanties sur HISTOIRE TV.

Tarif net 1 300 € HT

**LES CONDITIONS PACKS USHUAÏA TV & HISTOIRE TV :**

- Tarif net fin d'ordre HT format 20 secondes non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre
- Tarifs valables du 1er janvier 30 avril 2023 – les tarifs seront révisés en mai 2023 et en septembre 2023, après la sortie d'audiences MédiamatThematik Septembre 2022-Février 2023 (V44) et Janvier-Juin 2023 (V45)
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif est assurée à la discrétion de TFI PUB



LE MPI HYBRIDE

2022 MARQUE L'ÉVOLUTION DU MPI*

Depuis 2022, les campagnes MPI combinent des inventaires linéaires (TV) et des inventaires non linéaires (replay TV : replay sur l'écran de télévision) avec une garantie de KPIs homogènes et unifiés.

Jusqu'à 8%** des GRP TV estimés d'une campagne pourront être diffusés en replay TV, Avod et Stream, selon les conditions définies par TFI PUB.

UN OBJECTIF COMMUN DE SIMPLICITÉ ET DE PRODUCTIVITÉ

Dans une volonté de faciliter la convergence du MPI, l'accent a été mis sur la nécessité de maintenir un parcours client quasi identique et homogène : 1 seul brief, 1 facturation par support, l'intégration du suivi de campagne dans Popcorn, le GRP TV comme unique KPI.

LES CIBLES ÉLIGIBLES :

FEMMES	MIXTES	JEUNES	ACTIFS & CSP+
Femmes RDA 15-49 ans Femmes RDA avec enfants Femmes RDA + enf. < 25 ans Femmes RDA 25-59 ans NEW Femmes 25-49 ans Femmes 25-59 ans NEW Femmes 35-59 ans NEW RDA < de 60 ans NEW	Individus 15-49 ans Individus 25-49 ans Individus 25-59 ans Individus 35-59 ans NEW	Femmes 25-34 ans	Individus 25-49 ans CSP+ Individus CSP+ Actifs

Seules les campagnes achetées en MPI TNT & Thématiques sur les cibles ci-dessus pourront être hybridées.

LES CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ À L'HYBRIDATION

Sont susceptibles d'être hybridées toutes les campagnes MPI & MPI Priority :

- Qui ont pour cible principale l'une des 17 cibles mentionnées dans les tableaux ci-dessus
- Dont le spot fait minimum 15 secondes
- Disposant d'un volume minimum de 35 GRP par campagne sur la cible d'achat

Une campagne MPI/MPI Priority regroupant l'ensemble de ces critères, pourra être hybridée dans son intégralité.

Exemple : Si une campagne MPI de 300 GRP 25-49 est hybridée à hauteur de 3%, alors 3% de ses 300 GRP 25-49 seront diffusés en replay TV, AVOD et Stream dans un cadre de diffusion similaire. 291 GRP 25-49 seront diffusés en TV et 9 GRP 25-49 seront diffusés en replay TV, Avod et Stream.

L'annonceur est prévenu de l'hybridation de sa campagne à S-3.

L'hybridation d'une campagne MPI/MPI Priority n'est pas systématique et la décision d'hybridation de la campagne appartient à TFI PUB.

Les investissements au titre des GRP diffusés en replay TV, Avod et Stream contribuent à l'engagement d'investissement TV de l'annonceur à l'exclusion de tout autre engagement.

*Voir p.22 pour plus de détails sur l'évolution du MPI

**étant précisé que le taux d'hybridation s'apprécie au regard des GRP TV estimés sur la base des éléments du Brief validé par TFI PUB, et non sur les GRP TV réellement diffusés



LES OFFRES MPI TNT

LE MPI, DÉFINITION

MPI, Mode de Programmation Internalisé, est un mode d'achat où votre campagne TNT est construite automatiquement, à partir de critères de brief précis que vous sélectionnez. Simple et rapide, il vous permet une maîtrise de vos coûts, avec une programmation assurée par TFI PUB.

Pour ce faire, vous sélectionnez votre cible d'achat parmi différents groupes : deux groupes de cibles féminines, un groupe de cibles mixtes, un groupe de cibles individus > 35, un groupe de cibles jeunes, un groupe de cibles hommes/actifs/CSP+ et un groupe cibles « Acheteurs ». Pour chaque cible retenue, vous négociez un Coût au GRP MPI référent (« Base 100 »).

Par ailleurs, pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes et afin de répondre aux différents objectifs de vos prises de parole en TV, vous pouvez personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning qui peuvent être complétés par des options si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

Vous anticipez le coût de votre campagne, sachant qu'en fonction de vos choix (période de communication, pression par Day-Part souhaitée, options sélectionnées...), ce Coût au GRP référent MPI est modulé, à la baisse ou à la hausse, par des indices spécifiques, publiés dans nos Conditions Commerciales ci-après.

Vous pouvez toujours cibler au plus près vos clients et prospects, grâce aux cibles Data accessibles au MPI :

- **Acheteurs***, c'est-à-dire les Shoppers (les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie (50% des foyers acheteurs)), les acheteurs de produits pharmaceutiques (OTC) et les cibles acheteurs e-commerce dont la nouvelle cible e-commerce Acheteurs Amazon.
- **Intentionnistes* - Moments de vie*** : 2 cibles intentionnistes Biens et Services (Banque, Assurance) et la cible intentionnistes Déménagement.

- **Style de Vie*** : Consom'acteurs, Fait Maison, Made In France et Innovation High Tech.

**Les cibles Data ne sont pas éligibles à l'hybridation de la campagne.*

Vos campagnes sont alors construites pour toucher au mieux ces cibles marketing, répondant ainsi plus directement à vos problématiques « marché ».

Le brief de votre campagne, comme la communication du plan construit, sont à votre disposition au sein de La Box, notre plateforme transactionnelle et servicielle.

SIMPLE & RAPIDE



LES AVANTAGES

Programmation des messages
réalisée par TFI PUB

Options de mediaplanning pour
répondre à vos objectifs

Budget de la campagne maîtrisé
et coût GRP net garanti



LES OFFRES MPI TNT

En 2023 notre offre MPI devient une gamme et s'étoffe avec le lancement du MPI PRIORITY. Cette nouvelle offre vous permet de mieux sécuriser vos campagnes et de répondre aux besoins des annonceurs.

MPI

MAINTIEN DU MPI DANS SES CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES 2022 AVEC QUELQUES AMÉNAGEMENTS EN 2023



NEW

MPI PRIORITY

DÉCLINAISON DU MODE D'ACHAT EN GARANTI POUR UNE MEILLEURE MAÎTRISE DES CAMPAGNES



Le MPI PRIORITY reprend la même mécanique que le MPI mais propose :

- La garantie du **respect du volume GRP global demandé** au moment du brief,
- Ainsi que des services supplémentaires :
 - A compter de la date de retour des ordres, **réponse au brief annonceur en 4 jours ouvrables** et renvoi de la programmation dans ce même délai
 - Garantie que les éventuels **modulos** publiés en cours d'année **ne s'appliqueront pas**.
 - Les 5 options MPI existantes sont incluses et activables sur demande.



LES OFFRES MPI TNT



LE COÛT

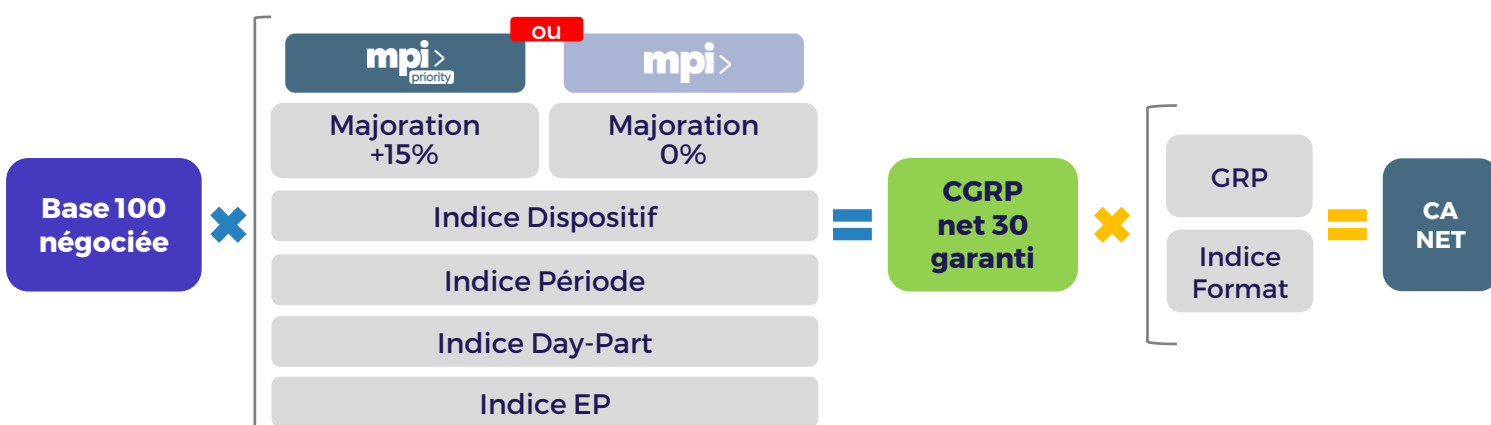
En amont de la première demande de programmation en MPI, en accord avec TFI PUB, est défini **par cible une « Base 100 », coût GRP net base 30 secondes non indicé**. Cette « Base 100 » est modulée selon des grilles d'indices de dispositif (Dispositif : TNT Women A et B, TNT Silver, Mono-chaîne TMC, Mono-chaîne LCI...), de période, de Day-Part et d'emplacement préférentiel. Les « Coûts GRP nets base 30 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, hors modulation Modulo et autres majorations éventuellement applicables.

- TFI PUB poursuit en 2023 uniquement pour l'offre MPI son système d'ajustement tarifaire appelé « Modulo » qui consiste en l'application d'une majoration ou minoration tarifaire sur l'ensemble des achats en garantie de Coût GRP. Dans le cas de la mise en place d'un Modulo sur une période donnée, TFI PUB devra en informer l'annonceur et/ou son mandataire au plus tard cinq (5) semaines avant la date d'entrée en vigueur dudit ajustement. Cet ajustement tarifaire s'applique également sur les investissements déplacés en replay TV, Avod et Stream par TFI PUB en cas d'hybridation de la campagne MPI.
- Pour rappel le MPI PRIORITY n'est pas soumis aux modulos, mais est majoré de 15%.**

TFI PUB s'engage à garantir le « Coût GRP net base 30 secondes » résultant de l'application sur chaque base 100 des indices de dispositif (éventuellement majorés selon les options sélectionnées), de période, de Day-Part et d'emplacement préférentiel.

TFI PUB fera ses meilleurs efforts pour respecter le budget net défini au sein du brief de programmation accepté et pourra modifier les programmations des vagues jusqu'à leur diffusion afin de respecter l'atteinte du Coût GRP Net Garanti et le budget net indiqué au sein du brief de programmation accepté. Le Coût GRP net sera ajusté par l'application sur facture d'une modulation complémentaire calculée par message.

Dans l'hypothèse où TFI PUB dépasserait **de plus de 200 € et de plus de 1%** le budget indiqué au sein du brief de programmation accepté, TFI PUB appliquera un abattement complémentaire afin que le budget réellement programmé ne dépasse pas de plus de 1% le budget indiqué.





LES OFFRES MPI TNT



LA PROGRAMMATION

Programmation des campagnes publicitaires assurée exclusivement par TFI PUB dans le respect des modalités et au plus près des objectifs que vous avez définis dans le brief de programmation.

En cas d'hybridation de la vague, les Day-Parts en replay TV, Avod et Stream correspondent à l'heure de consommation du programme :

Day : 06h à 17h59
Access : 18h à 19h59
Peak : 20h à 21h59
Night : 22h à 00h
Extra-night : 00h01 à 05h59

La diffusion en replay TV, Avod et Stream exclut automatiquement l'Extra-night.

Pour les campagnes MPI/MPI Priority dont au moins un message a eu sa diffusion nationale impactée par une campagne TV segmentée d'un autre annonceur, l'audience diminuée du(des) message(s) concerné(s) de la campagne MPI est mesurée par Médiamétrie. L'audience ainsi corrigée est alors mise à disposition via les centres-serveurs (ex : Popcorn). Chaque semestre, TFI PUB tient à la disposition de l'annonceur un bilan d'analyse des GRP servis de la campagne MPI incluant les éventuels impacts de l'audience diminuée.

LES CIBLES

Cibles DATA* garanties en MPI :

Cibles DATA Kantar-Prométhée, accessibles uniquement sur nos 3 chaînes TNT mesurées au Mediamat Quotidien : Shoppers / Acheteurs OTC / E-commerce FMCG / Consom'acteurs / Made in France / Fait Maison / Intentionnistes Banque / Intentionnistes Assurances / Intentionnistes automobile / Intentionnistes Telecom.

Cibles DATA Médiamétrie, accessibles sur nos 3 chaînes TNT, LCI et sur nos chaînes thématiques : Innovation High Tech / E-commerce généraliste / E-commerce Acheteurs Amazon / Intentionnistes Déménagement

**Les cibles Data ne sont pas éligibles à l'hybridation de la campagne.*



LES OFFRES MPI TNT



LE BRIEF

LA CRÉATION

Les demandes de programmation des « vagues MPI » sont à communiquer sous la forme d'un brief de programmation, disponible dans La Box, et indiquant :

- Les objectifs en nombre de GRP / GRP Data et en budget net maximum d'investissement
- La ventilation des GRP / GRP Data sur cible souhaitée :
 - par Day-Part (Day / Access / Peak / Night)*. Le poids de peak sera ensuite scindé selon les règles du peak1 / peak2 énoncées page suivante. En condition d'hybridation, un seul peak sera défini par le code écran 2000 qui correspond au Day-Part Peak en replay TV, Avod et Stream.
 - par semaine active
 - par format sur chaque semaine active
- La (ou les) option(s) sélectionnée(s) pour ce brief au sein des offres MPI

Et respectant les critères suivants :

MPI PRIORITY	MPI
Pas de choix contextuel	
Entre 2 et 6 semaines actives	
4 formats maximum de 45 secondes maximum	4 formats maximum de 30 secondes maximum
Au moins 3 day-parts avec 8% minimum de GRP par day-part	
Secteurs non éligibles : Variété Films de cinéma hors films d'animation enfants (n°33010603) / Variété Films d'animation enfants (n°33010604) / Variété Spectacles vivants (n°32020301) / Famille Edition (n°16) / Secteur Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD (n°330108)	
Combinable avec un achat en spot à spot	
EP 4 ou 6 positions au choix. (Intégralement servi en TV linéaire en cas d'hybridation)	
Le budget net indiqué au sein du brief de programmation s'entend majoration PRIORITY incluse et hors toute autre majoration applicable	Le budget net indiqué au sein du brief de programmation est hors modulation ou majoration.
Il n'est pas possible de programmer une offre Mono chaine et une offre Multi chaines pour un même produit et sur une même période.	

*Il est rappelé que le respect de la répartition des GRP par Day-Part ne constitue pas un engagement ferme de TFI PUB qui n'est tenue qu'à une obligation de moyens à ce titre.



LES OFFRES MPI TNT



Pour tout annonceur demandant un poids de peak dans son brief, ce poids sera scindé par défaut entre peak1 et peak2, en fonction du poids de ces écrans dans l'offre MPI concernée :

Poids du peak 1 au sein du peak
renseigné par défaut dans le
brief de la BOX.

	Mono chaîne TMC	Multi chaînes
MIX	60%	35%
WOMEN A	60%	35%
WOMEN B	50%	30%
URBAN	65%	50%
SILVER	45%	25%
ACHETEURS	40%	20%
INTENTIONNISTES	60%	50%

Pour pouvoir être servi en peak, un minimum de présence sur le peak1 sera exigé avec les poids suivants :

Le formulaire du brief dans La
Box ne vous permettra pas
d'aller en deçà.

	Mono chaîne TMC	Multi chaînes
MIX	50%	25%
WOMEN A	40%	20%
WOMEN B	30%	20%
URBAN	50%	31%
SILVER	35%	20%
ACHETEURS	30%	12%
INTENTIONNISTES	50%	31%

Il ne sera pas imposé de poids de peak1 minimum aux vagues < à 15 GRP, quel que soit le groupe de cible.



LES OFFRES MPI TNT



LA COMMUNICATION

	MPI PRIORITY	MPI
<u>Envoi du brief à TFI PUB</u>	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-4	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-1
<u>Acceptation du brief</u>	A compter de la date du retour des ordres, TFI PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 4 jours ouvrables (y compris sur la demande des écrans Premium)	A compter de S-3 avant diffusion, TFI PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 4 jours ouvrables (y compris sur la demande des écrans Premium)
<u>Retour des plans*</u>	A compter de la date du retour des ordres, à J+4	A compter de S-3 avant diffusion A J+4 si le brief arrive après S-3
<u>Hybridation de la campagne</u>	L'annonceur sera informé à S-3 le cas échéant	

**Ce plan est mis à disposition dans votre espace dédié La Box, notre plateforme servicielle et transactionnelle.*

Modification du brief* :

Délais : au plus tard jusqu'à S-2

1^{er} cas de figure : L'annonceur souhaite passer du MPI PRIORITY au MPI.

Conditions : conservation du budget global du brief initial, y compris le montant de la majoration PRIORITY

2^{ème} cas de figure : L'annonceur souhaite modifier un ou plusieurs des critères de brief suivants :

- Changement de produit ou service
- Changement de cible
- Ajout de Bloc jours
- Ajout d'une semaine OFF
- Modification de période (au moins 5 jours)
- Hausse de budget
- Baisse/hausse de format
- Ajout d'un format

Délais : au plus tard jusqu'à S-2

Conditions : conservation du budget global du brief initial

Toute demande de modification ci-dessus sera considérée comme un nouveau brief. Le cas échéant, TFI PUB ne peut garantir l'acceptation du brief ni le maintien de l'offre MPI PRIORITY.

**Détails des délais et conditions de modification disponibles dans les CGV Espace Classique 2023 de TFI PUB*



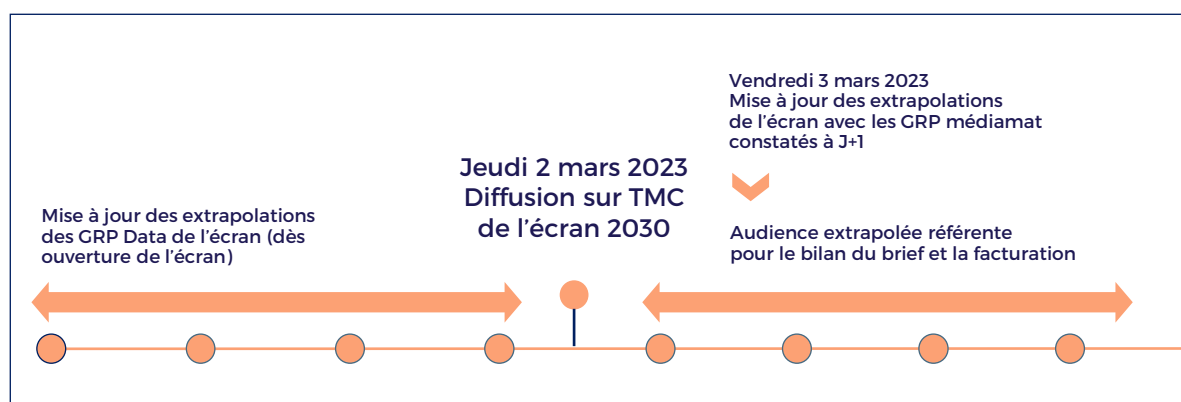
LES OFFRES MPI TNT



BILAN

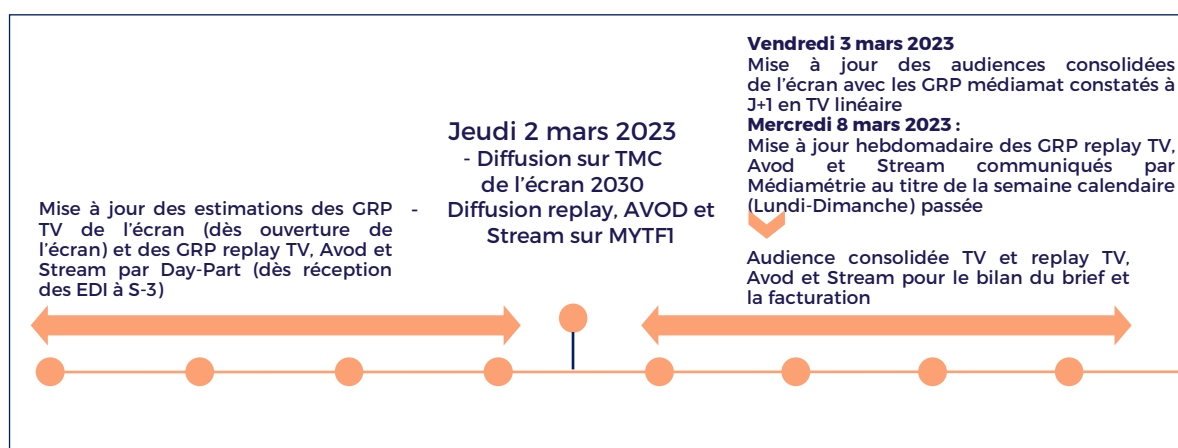
Le bilan de chaque brief MPI vous sera envoyé selon les modalités suivantes :

- **Pour les campagnes garanties sur cibles Data**, après connaissance des audiences extrapolées connues à J+1. La facturation sera effectuée sur cette audience extrapolée, figée à J+1 pour chaque écran daté.
Cette règle concerne les cibles DATA Kantar-Prométhée (cf ci-dessus). Il est entendu qu'aucun bilan ne pourra être mis à jour avec les audiences constatées disponibles 8 semaines après diffusion.



- **Pour les campagnes garanties sur cibles socio-démographiques**, après publication de l'ensemble des audiences consolidées. La facturation sera effectuée sur la base de ces audiences.

En condition d'hybridation sur ciblage socio-démographique :





LES OFFRES MPI TNT



Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes, les offres MPI 2023 vous permettent de personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning qui peuvent être complétés par quelques options (payantes pour le MPI) si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

Les briefs MPI seront priorisés au planning en fonction de leur niveau d'indice résultant des options sélectionnées .

	MPI PRIORITY	MPI
Majoration Base 100	15%	0%
Nombre de semaines actives minimum et maximum	2 à 6	2 à 6
Renvoi du plan	A compter de la date du retour des ordres, à J+4	A compter de S-3 avant diffusion A J+4 si le brief arrive après S-3
Multi-secteurs	Maximum 3 codes secteurs *	Maximum 3 codes secteurs *
Multi-annonceurs <3s	Maximum 4 annonceurs *	Maximum 4 annonceurs *
Doublons de spots dans un même écran	●	●
Formats accessibles	Jusqu'à 45" inclus	Jusqu'à 30" inclus

OPTIONS AU CHOIX PAR BRIEF

		Indice du dispositif
Exclusion de jour nommé (Maximum 4 jours)	Options incluses et activables sur demande	+1 pt
Période inactive d'au moins 5 jours consécutifs au sein de la vague		+2 pts
Exclusion de l'Extra-Night (Ecrans >= 2400)		+2 pts
Présence en Peak le 1 ^{er} jour (hors dimanche)		+1 pt
Mise en place d'un plan de roulement détaillé		+1 pt

* Pas plus de 3 codes secteurs et/ou 4 annonceurs en MPI. Application des majorations tarifaires correspondantes (p.98)



LES OFFRES MPI TNT, LES OPTIONS



■ EXCLUSION DE JOUR NOMMÉ

Il vous est possible d'exclure jusqu'à 4 jours nommés au sein d'une semaine, pour obtenir une présence concentrée uniquement sur 3 jours. Quel que soit le nombre de jours nommés exclus (de 1 à 4), l'option sera de +1 pt.

■ PÉRIODE INACTIVE D'AU MOINS 5 JOURS CONSÉCUTIFS AU SEIN DE LA VAGUE

Il vous est possible sur la période de votre campagne d'arrêter de communiquer au moins 5 jours consécutifs.

■ EXCLUSION DE L'EXTRA-NIGHT

Vous pouvez exclure de votre programmation les écrans intitulés de 2400 à 2899.

En conditions d'hybridation, la diffusion en replay TV, Avod et Stream exclut automatiquement l'Extra-night.

■ PRÉSENCE EN PEAK LE 1^{ER} JOUR DE CAMPAGNE

Programmation d'au moins un spot en Peak le 1^{er} jour de la campagne sur chaque chaîne.

■ PLAN DE ROULEMENT DÉTAILLÉ

Pour chacune des réservations de la campagne, possibilité d'affecter un film à un écran spécifique ou à un Day-Part spécifique.

En condition d'hybridation, le ou les films diffusés en TV linéaire pourront être affectés à un Day-Part et devront être identiques à celui ou ceux diffusés en replay TV, Avod et Stream.



ONE MPI TNT, FICHE TECHNIQUE



LES DISPOSITIFS ET LEURS INDICES

Les offres MPI se déclinent dans des dispositifs mono-chaîne ou des dispositifs TNTI multi-chaînes, ciblés et thématiques. La répartition des GRP par regroupement de chaînes appelés « segment » est indiquée et garantie à + ou - 5 points. Ces indices pourront être révisés dans l'année en fonction de l'évolution des audiences.

GROUPES	MONO CHAÎNE		MULTI CHAÎNES TV		
	CHAÎNE	INDICE	DISPOSITIF	INDICE	REPARTITION DES GRP PAR SEGMENT
FEMMES A	TMC	120	TNTI WOMEN A	110	TMC + TFX + TF1 Séries Films 96%
	TFX	110			
	TF1 Séries Films	105			
	TV Breizh	85			TVB 4%
FEMMES B & Fait Maison	TMC	120	TNTI WOMEN B	107	TMC + TFX + TF1 Séries Films 93%
	TFX	110			
	TF1 Séries Films	105			
	TV Breizh	85			TVB 7%
MIXTES	TMC	120	TNTI MIX	107	TMC + TFX + TF1 Séries Films + LCI* 95%
	TFX	110			
	TF1 Séries Films	105			
	LCI	105			
	TV Breizh	90			
	Ushuaia TV	85			TVB+USH 5%
	Histoire	85			
JEUNES	TFX	110			
INDIVIDUS > 35 ANS	TMC	120	TNTI SILVER	105	TMC + TF1 Séries Films + LCI 89%
	TF1 Séries Films	105			
	LCI	105			
	TV Breizh	90			TVB +USH + HIS 11%
	Ushuaia TV	85			
	Histoire	85			
HOMMES ACTIFS CSP + & Innovation High Tech	TMC	120	TNTI URBAN	112	TMC + LCI 98%
	TFX**	110			
	LCI	105			
	Ushuaia TV	85			USH + HIS 2%
	Histoire	85			
ACHETEURS Shoppers +e-Commerce généraliste +e-commerce FMCG +Consom'acteurs +Made in France	TMC	120	TNTI ACHETEURS	107	TMC + TF1SF 100%
	TF1SF	105			
	TFX	110			
INTENTION-NISTES	TMC	120	TNTI INTENTION-NISTES	107	TMC + TF1 Séries Films + LCI 100%
	TF1SF	105			
	LCI	105			

Sur cibles Data,
pas de TVB

LCI uniquement
sur cible DATA
Déménagement

* Exclusion de LCI sur cible Individus 15-49 ans

** Uniquement sur les écrans codés 1 (sport)



ONE MPI TNT, FICHE TECHNIQUE



LES CIBLES PAR GROUPE

Les offres MPI TNT mono-chaîne ou multi-chaînes sont accessibles et garanties sur 8 groupes de cibles :

GROUPE FEMMES A	GROUPE FEMMES B	GROUPE MIXTES	GROUPE ENSEMBLE > 35 ans	GROUPE JEUNES	GROUPE HOMMES ACTIFS & CSP +
Femmes 25-49 ans* Femmes RDA 15-49 ans* Femmes RDA avec enfants*	Femmes 25-59 ans* Femmes RDA 25-59 ans* Femmes 35-59 ans* Femmes 35-49 ans Femmes RDA + enf. < 25 ans* + Fait Maison	Individus 15-49 ans* Individus 25-49 ans* Individus 25-59 ans* Individus 35-49 ans Individus 35-59 ans* Individus 50-59 ans RDA < 60 ans*	Individus > 35 ans Individus > 50 ans Femmes > 50 ans Femmes > 35 ans Individus 50-70 ans CSP+ actifs/retraités	Femmes 25-34 ans*	Hommes 25-49 ans Hommes 35-49 ans Hommes 35-59 ans Individus 25-49 ans CSP +* Individus CSP+* Actifs* + Cibles Style de Vie Innovation High Tech
ACHETEURS	Shoppers (les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie) + e-commerce généraliste + e-commerce FMCG + e-commerce Acheteurs Amazon + Consom'acteurs + Made in France + Cibles Acheteurs d'OTC ; Compléments alimentaires ; Produits voies respiratoires ; Traitements dermatologiques ; Produits troubles digestifs				
INTENTIONNISTES	Cibles intentionnistes Banque, Assurance, Automobile, Telecom, Déménagement				

* Seules ces cibles sont éligibles à l'hybridation d'une campagne MPI TNT & Thématiques.

INDICES PÉRIODES

Ces indices pourront être révisés dans l'année.

Périodes	1/1 > 5/3	6/3 > 16/4	17/4 > 7/5	8/5 > 9/7	10/7 > 30/7	31/7 > 20/8	21/8 > 22/10	23/10 > 31/12
Indices	95	120	115	135	85	65	140	135



ONE MPI TNT, FICHE TECHNIQUE



INDICES DAY-PARTS

Day-part	Intitulés d'écran		Indices 2023
	Toutes chaînes hors LCI	LCI	
Day	0300 à 1799	0900 à 1799	85
Access	1800 à 1999		115
Peak1	Ecrans codés 8		160
Peak2*	2000 à 2199	0600 à 0899 et 2000 à 2399	135
Night	2200 à 2899	2400 à 2899	75

* Les écrans codés 1 de TMC et TFX seront intégrés au Peak2, quelle que soit leur heure de diffusion.

INDICE EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

Les Emplacements Préférentiels correspondent aux trois premières et trois dernières positions dans l'écran.

- Le choix d'EP 4 positions dans un brief entrainera un indice 110 sur l'ensemble des positions programmées
- Le choix d'EP 6 positions dans un brief entrainera un indice 107 sur l'ensemble des positions programmées

En condition d'hybridation, le poids des EP sera intégralement servi en TV linéaire.

SPOT	INDICE
Sans EP	100
EP sur 4 positions	110
EP sur 6 positions	107

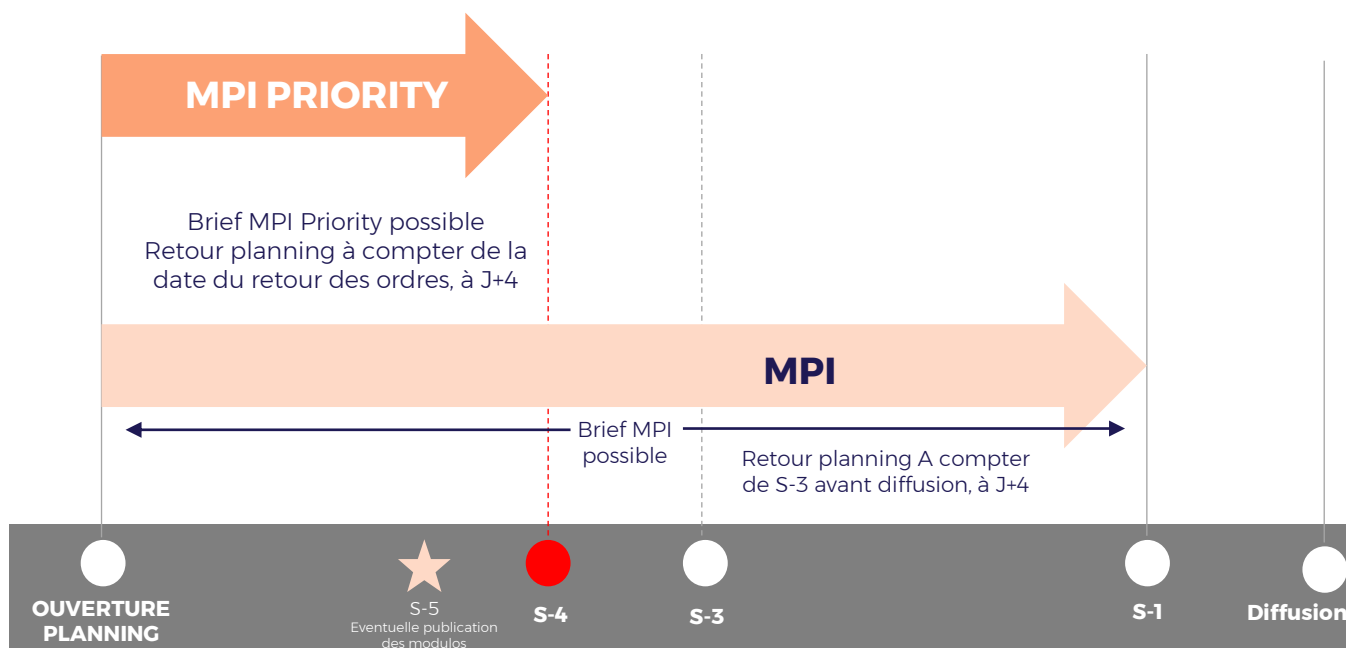


SYNTHESE DES OFFRES MPI TNT



DECLINAISON DU MODE D'ACHAT EN GARANTI POUR UNE MEILLEURE MAÎTRISE DES CAMPAGNES

	MPI PRIORITY	MPI
Délais de brief	Jusqu'à S-4	Jusqu'à S-1
Retour du brief	A compter de la date du retour des ordres, à J+4	A compter de S-3 avant diffusion A J+4 si le brief arrive après S-3
Programmation	Respect du volume GRP demandé	Non garantie
Format max	45"	30"
Options	Incluses et activables sur demande	Payantes
Application du modulo	Non	Oui
Hybridation possible	Oui	Oui



LES MAJORATIONS TARIFAIRES TNT & CHÂÎNES THÉMATIQUES

Ces modulations s'appliquent à toutes les offres en espace classique.

MULTI-SECTEURS

+ 3 % sur le Brut Tarif pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2 (pour rappel, pas plus de 3 codes secteurs bloqués dans une campagne MPI). *

** Code(s) secteur(s) bloqué(s) uniquement pour les téléspectateurs exposés à une publicité nationale diffusée en intégral et simultanée en France.*

MULTI-ANNONCEURS

Mise en avant d'élément d'identité visuelle et/ou sonore dans un même message d'autres annonceurs, y compris un « réseau social »* :

> **Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes :**

+ 2 % sur le Brut Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

(Pour rappel, pas plus de 4 annonceurs présents dans une campagne MPI).

> **Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes (hors co-branding) :**

+ 5 % sur le Brut Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

** On entend par « réseau social » un service de communication en ligne permettant notamment la constitution d'un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles par la mise à disposition à leurs membres d'outils et d'interfaces d'interactions, de présentation et de communication.*

CO-BRANDING

Un message publicitaire partagé de manière identique en durée par deux annonceurs ou si la présence du 2ème annonceur est supérieure à 10 " : + 12 % sur le Brut Tarif.

EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

Une majoration est appliquée sur le CA brut Tarif aux messages programmés en emplacements préférentiels :

+10% pour les deux premières et deux dernières positions de l'écran

+7% pour la troisième position et pour l'antépénultième position de l'écran

LES MAJORATIONS TARIFAIRES TNT & CHAÎNES THÉMATIQUES

Ces modulations s'appliquent à toutes les offres en espace classique.

SPOTS INTERACTIFS

Une majoration est appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

+ **20%** si TFI PUB est informée de la mise en interactivité à la réservation du message

+ **30%** si TFI PUB est informée de la mise en interactivité après la réservation du message, et notamment à réception du film publicitaire.

On entend par message « interactif » le message publicitaire audiovisuel intégrant une technologie permettant au téléspectateur d'intervenir lors de sa diffusion sur TFI via notamment sa télécommande, son ordinateur, son smartphone ou sa tablette, aux fins d'obtenir sur un espace dédié édité par l'annonceur, des contenus et/ou informations complémentaires (contenus vidéos, offres de réductions, jeux ...) sur la marque, l'enseigne, les produits ou services de l'annonceur.

TFI PUB s'autorise à déterminer le nombre maximum de spots interactifs par écran ainsi que leur position au sein de ces écrans.

OPÉRATIONS SPÉCIALES

Dans le cadre des opérations spéciales, les messages sont majorés de + **20 %**.

Cette majoration est appliquée sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

Dans le cadre de dispositifs spécifiques (« road block », « fils rouges », habillages, emplacements de rigueur ...) ou d'opérations spéciales, l'annonceur indique à TFI PUB les écrans et les positions impératifs à sa communication en termes de date, d'écran, de format et de tarif (Premium, Prio).

Ces dispositifs doivent faire l'objet d'un accord préalable de TFI PUB et seront programmés sous réserve des disponibilités planning.

INDICES TARIFAIRES DE FORMATS 2023

APPLICABLES À TOUTES LES CHAINES TV RÉGIES PAR TFI PUB

Durée (en secondes)	Indice
3	35
4	39
5	43
6	48
7	53
8	56
9	58
10	61
11	64
12	68
13	73
14	76
15	80
16	81
17	86
18	88
19	89
20	92
21	93
22	93
23	94

Durée (en secondes)	Indice
24	95
25	96
26	97
27	97
28	98
29	99
30	100
31	118
32	122
33	128
34	136
35	141
36	146
37	151
38	156
39	162
40	168
45	191
50	216
55	243
60	275

Les indices des formats supérieurs à soixante (60) secondes sont fournis à la demande.

La programmation d'une campagne d'un format supérieur à soixante (60) secondes ne peut se faire qu'avec l'accord préalable de TFI PUB et en fonction des disponibilités du planning.

Règle de calcul des arrondis après application des indices de formats, les tarifs sont arrondis à l'euro selon la règle suivante :

- à l'euro inférieur jusqu'à 0,49€
- à l'euro supérieur à partir de 0,50€

LES MODULATIONS TARIFAIRES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires en télévision au 1^{er} janvier 2023. 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, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2023.

■ REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2023 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le chiffre d'affaires espace classique brut négocié. Cette remise est restituée sur facture. Sont exclus du champ d'application de la remise de référence, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et Nouvel Annonceur et ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Cinéma », « Pure Player » et les « Packs nets ».

■ PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en espace classique à un mandataire qui, en 2023, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

- l'achat d'espace,
- la réservation d'espaces publicitaires, en Spot à Spot ou en MPI TNT,
- la gestion, le suivi et la signature des ordres de publicité (y compris par EDI Publicité),
- la gestion et le contrôle des factures émises au nom de l'annonceur,
- le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement.

bénéficie d'une prime de centralisation de 1,5%

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié, diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2023 par TFI PUB. Cette prime est restituée sur facture et n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Espace Classique TFI PUB.

Le non-respect de l'une quelconque des conditions indiquées fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire. Sont exclus du champ d'application de la prime de centralisation, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et Nouvel Annonceur et ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Cinéma », « Pure Player » et les « Packs nets ».

■ À NOTER

Aucune publicité en faveur d'annonceurs faisant la promotion de produits ou services relevant du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques et du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera acceptée sur les Chaînes TNT et Thématiques.

LA CASCADE TNT

			ESPACE CLASSIQUE					
Assiette de calcul			Spot à spot	MPI	PME - PMI & NA	Packs nets	Entertainment / Cinéma / Pure Player	Collective / Gouvernement et Intérêt Cal
TARIF PUBLIE (1)								
Grilles Brut HT publiées au format 30"								
+/-	Mise au format	TARIF PUBLIE	I	I	I	I	I	I
BRUT TARIF								
+/-	Modulo	BRUT TARIF		I				
+/-	Modulations MPI	en cascade		I				
+/-	Modulations Packs nets	en cascade				I		
-	Abattement collectives / gouvernement et intérêt général	en cascade						I
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding*	en cascade	I		I	I	I	I
+	Majoration emplacements préférentiels	en cascade	I		I	I	I	I
+	Majoration spots interactifs	en cascade	I		I		I	I
+	Majoration opérations spéciales	en cascade	I		I		I	I
-	Abattement Entertainment, Cinéma, Pure Player	en cascade					I	
BRUT TARIF CORRIGE								
-	Abattements messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	I	I	I		I	I
BRUT FACTURE								
-	Abattement PME-PMI & NA	BRUT FACTURE			I			
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	I	I				
BRUT NEGOCIE								
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	I	I				I
-	Prime de centralisation	en cascade	I	I				I
NET COURS D'ORDRE = NET FIN D'ORDRE								

(1) En cas d'hybridation, la cascade s'applique sur les tarifs bruts MYTF1 TNT1 Publiés au titre de la diffusion sur MYTF1 TNT1

À noter : les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion

OFFRES VIDEO FORMATS DIGITAUX

■ LA VIDÉO	p.105	■ L'AUTOMATISATION	p.119
■ LE DISPLAY	p.111	■ L'AUDIO DIGITAL	p.122
■ LA DATA & LE CIBLAGE	p.112	■ LES TARIFS	p.125



L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL TF1 PUB

■ COMMERCIALISATION DE NOS ENVIRONNEMENTS DIGITAUX

TF1 PUB commercialise les inventaires MYTF1, plateforme de replay du groupe TF1. Plus précisément, c'est la première plateforme de consommation vidéos premium en France. MYTF1 offre à ses utilisateurs **plusieurs milliers d'heures de programmes** disponibles en 4 écrans. Le tout autour du replay de vos programmes favoris, mais aussi le live des chaînes complété d'un catalogue de contenus AVOD élargi.

Chaque mois, **27M de visiteurs uniques*** mensuels se rendent sur MYTF1 pour consommer leurs programmes autour d'une expérience unique :

- Des programmes disponibles en replay
- Des contenus **exclusivement digitaux** avec un catalogue AVOD qui représente +10 000 heures de contenus !
- **Un line-up AVOD enrichi avec STREAM** : une offre de boucle de contenus vidéos donnant la possibilité aux internautes de consommer des flux de contenus continu avec plus de 30 streams thématiques disponibles
- **NEW** Arrivée du **cinéma sur MYTF1** avec plus de +100 films d'ici à fin 2022 !

Le tout dans un environnement premium, avec une pression publicitaire maîtrisée, au service de l'expérience utilisateur. TF1 PUB commercialise aussi les inventaires TF1 INFO, les contenus du Groupe TF1 sur les plateformes Youtube, Twitter, Snapchat...

■ LES SUPPORTS DE DIFFUSION DE NOTRE OFFRE

Les contenus du groupe TF1** sont disponibles sur l'ensemble des plateformes suivantes :



Un reach estimé à plus de 40M de VU***, qui s'étend au-delà de MYTF1 et qui vient compléter une offre déjà puissante

* Audiences Médiamétrie 4 écrans – Période : janvier à juin 2022

** Diffusion des contenus replay MYTF1 sur les applications opérateurs / Diffusion d'une partie des contenus TF1 sur la plateforme Salto

*** Audiences dédoublées Médiamétrie. Panels utilisés : Tableaux (Médiamétrie 4 écrans), Médiamétrie Netratings Internet, Médiamétrie Netratings Vidéo - Période : janvier à juin 2022

LA VIDÉO

1. ENJEUX DE NOTORIÉTÉ

■ ONLY ONE



LE DISPOSITIF

Privatisation de MYTF1 en réservant le jour et une heure au choix (sur le créneau 18h-minuit) pour bénéficier d'une présence exclusive autour de notre Top 10 programmes* (hors écrans parrainage expand sponso). Nous consulter pour une sélection sur-mesure de programmes.

LES ÉCRANS

Diffusion d'un spot de 40 secondes maximum sur MYTF1 4 écrans et sous réserve du nombre de dispositifs disponibles par mois

Disponible en gré à gré

■ IMP4CT PRÉ-ROLL



LE DISPOSITIF

Une présence sur le premier pré-roll visionné par l'internaute sur MYTF1 et TF1 INFO pour 1M d'impressions** avec un capping de 1 par jour.

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur MYTF1 et TF1 INFO, sous réserve du nombre de dispositifs disponibles par mois. Nous contacter.

Disponible en gré à gré

■ ÉCRAN EXCLUSIF IPTV



LE DISPOSITIF

Privatisation de l'intégralité d'un écran de coupure (mid-roll) afin d'exposer votre marque en exclusivité au cœur d'un contexte de diffusion premium sur l'écran de TV.

LES ÉCRANS

Dispositif exclusivement sur IPTV pour les formats de 60 secondes minimum à 150 secondes maximum. Valorisation sur mesure, nous contacter.

Disponible en gré à gré

■ HABILLAGE PLAYER



LE DISPOSITIF

Habillage du player vidéo qui se lance en même temps que votre création vidéo, en fixe ou en dynamique.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible exclusivement sur PC sur MYTF1 et TF1 INFO

Disponible en gré à gré

* Sur la base des meilleures audiences programmes TV projetés sur la période de campagne. Liste des programmes sur demande.

** Estimation par TF1 PUB susceptible de varier suivant la période de diffusion

LA VIDÉO

HABILLAGE INTRAPLAYER



LE DISPOSITIF

Votre spot vidéo enrichi d'un habillage display immersif & cliquable autour de votre spot pendant toute sa durée pour prolonger votre univers de marque.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans

Disponible en gré à gré & programmatique.

2. ENJEUX DE CONSIDÉRATION

100% ENGAGEMENT



LE DISPOSITIF

Diffusion de votre campagne publicitaire sur MYTF1 autour des programmes les plus engageants pour maximiser votre impact. Autour des 20 programmes* les plus engageants de la grille de programme TF1 & TNT qui ont reçu les meilleurs scores grâce à l'**étude Engagement Ipsos 2021** (sélection de programmes régulièrement mise à jour).

LES ÉCRANS

Disponible en 4 écrans sans contrainte de durée.

Disponible en gré à gré & programmatique.

SPONSO DIGITAL – PACK PRIME TF1



LE DISPOSITIF

Diffusion d'un billboard publicitaire (format 8 à 12s sans application des indices formats), soit accolé au programme et séparé des spots par un jingle MYTF1, soit accolé à une bande-annonce pour ce programme et diffusé au sein des écrans publicitaires sur MyTF1 en pré-roll et/ou mid-roll. Diffusion du billboard sur des programmes exclusivement de la chaîne TF 1 (programmes d'access et de prime time uniquement).

Priorité aux parrains antennes, sous réserve d'exclusivité sectorielle vis-à-vis des parrains antennes**

LES ÉCRANS

Dispositif 100 % IPTV.

Disponible en gré à gré

SPONSO DIGITAL AFFINITAIRES 4 ÉCRANS



LE DISPOSITIF

Diffusion d'un billboard publicitaire (format 8 à 12s), soit accolé au programme et séparé des spots par un jingle MYTF1, soit accolé à une bande-annonce pour ce programme et diffusé au sein des écrans publicitaires sur MyTF1 en pré-roll et/ou mid-roll. Diffusion du billboard sur des programmes des chaînes TF1, TMC, TFX ou TF1 Séries Films (hors programmes de prime time). 3 choix de ciblage : Ind25-49 ans, Femmes25-49 ans, Ind15-34 ans

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans.

Disponible en gré à gré

* Source : Top 20 programmes au dessus d'un score pallier à partir de l'étude. Détails de l'étude sur demande

** Parrain antenne : annonceur ayant souscrit à une offre de parrainage auprès de TF1 PUB pour la diffusion LIVE TV

LA VIDÉO

■ SPONSO DIGITAL



LE DISPOSITIF

Diffusion d'un billboard publicitaire (format 6 à 10s), soit accolé au programme et séparé des spots par un jingle MYTF1, soit accolé à une bande-annonce pour ce programme et diffusé au sein des écrans publicitaires sur MyTF1 en pré-roll et/ou mid-roll. Priorité aux parrains antennes, sous réserve d'exclusivité sectorielle vis-à-vis des parrains antennes*

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans avec sélection des programmes sur lesquels vous souhaitez communiquer. En option, possibilité d'y ajouter un habillage compagne fixe ou animé en PC et tablette.
Disponible en gré à gré

■ SPONSO DIGITAL PREMIUM



LE DISPOSITIF

Marquez les esprits et boostez la mémorisation de votre billboard en jouant avec les codes graphiques du jingle publicitaire de MYTF1 pour une transition réussie. Priorité aux parrains antennes, sous réserve d'exclusivité sectorielle vis-à-vis des parrains antennes*

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans avec sélection des programmes sur lesquels vous souhaitez communiquer.
Frais techniques à prévoir facturés par TF1 PUB

Disponible en gré à gré.

■ GOLDEN SPOT DIGITAL



LE DISPOSITIF

Présence en exclusivité sur le dernier mid-roll d'un épisode d'une série/fiction ou d'une émission de divertissement, dans un écran privatisé (jusqu'à 90 secondes max), juste avant un reveal ou un cliffhanger. Liste des programmes éligibles, nous consulter.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans.

Disponible en gré à gré.

■ IMP4CT HIGHLIGHT



LE DISPOSITIF

Devenez le sponsor exclusif de l'intégralité des contenus courts d'un programme ou d'un événement. Une présence exclusive pour renforcer l'engagement et l'attachement des internautes avec la marque. Offre sur liste de programmes définis, valorisation sur mesure. Nous consulter.

LES ÉCRANS

Présence exclusive en pré-roll sur l'ensemble des vidéos courtes en 4 écrans. En option, habillage compagne sur PC. Disponible en gré à gré.

* Parrain antenne : annonceur ayant souscrit à une offre de parrainage auprès de TF1 PUB pour la diffusion LIVE TV

LA VIDÉO

■ BINGE AD



LE DISPOSITIF

Permettez à l'internaute de profiter de son 3ème épisode consécutif sans coupures publicitaires tout en prenant la parole via un mono pré-roll personnalisé. Offre disponible sur les contenus longs, sur une liste de programmes définis, nous consulter.

Frais techniques à prévoir facturés par TFI PUB

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 3 écrans sur environnement browsing.

Disponible en gré à gré

■ VIDÉO SOLIDAIRE **Goodeed**



LE DISPOSITIF

Adoptez une démarche responsable en mettant en valeur vos engagements sociétaux. En diffusant votre spot sur MYTF1 avec le format solidaire Goodeed, une partie du budget média investi est reversée à l'une des 250 associations partenaires. Sous réserve du renouvellement du partenariat avec Goodeed.

NEW Offre désormais disponible sur TFI INFO

LES ÉCRANS

Dispositif sur MYTF1 4 écrans et TFI INFO (habillage player disponible uniquement sur PC). Disponible en gré à gré

■ OFFRE CINÉMA **NEW**



LE DISPOSITIF

Communiquez autour des contenus 100% cinéma. Liste des programmes cinéma définis, nous consulter pour avoir la liste exhaustive.

LES ÉCRANS

Dispositif sur MYTF1 4 écrans, en pre-roll et/ou mid-roll

Disponible en gré à gré.

■ PACK SUR-MESURE



LE DISPOSITIF

Programmation d'une campagne pre-roll/mid-roll autour d'une sélection de programmes sur-mesure.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans.

Disponible en gré à gré.

LA VIDÉO

■ CIBLAGE AFFINITAIRE



LE DISPOSITIF

Ciblez nos multiples groupes de programmes et sites, constitués pour sur-panser l'ensemble des cibles publicitaires.

LA MÉTHODOLOGIE

Une offre multisites : MYTFI 4 écrans, TFI INFO et multi opérateurs (MYTFI) : Bouygues Telecom, Free, Orange, ... éligible sur une quinzaine de cibles masculines, féminines et mixtes

Disponible en gré à gré & programmation

■ CIBLAGE PROGRAMME



LE DISPOSITIF

Associez votre marque aux valeurs des programmes du groupe TFI (TFI, TMC, TFX, TFI SERIES FILMS, LCI...).

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur un programme spécifique. Une programmation fil rouge exclusivement dans le contexte programme choisi.

Disponible en gré à gré & programmation*

■ CIBLAGE THÉMATIQUE



LE DISPOSITIF

Garantisiez à votre marque un contexte de diffusion selon une thématique spécifique.

LA MÉTHODOLOGIE

Diffusion sur MYTFI 4 écrans sur une sélection de packs : sport, jeunesse, divertissement, news. Programmation d'une campagne autour de tous les programmes qui composent un pack contextuel. Se décline également sur TFI INFO avec la possibilité de cibler un contexte éditorial (Au cœur des régions, Impact positif...) ou une thématique (tourisme, écologie, finances personnelles...).

Disponible en gré à gré & programmation

* Ciblage programme disponible en programmation sous réserve d'un seuil minimum d'impressions.

LA VIDÉO

3. ENJEUX DE PERFORMANCE

■ SHOPPABLE AD



LE DISPOSITIF

Créez une expérience shopping inédite sur MYTF1 en permettant aux internautes d'acheter facilement le produit présent dans votre spot. Avec l'intégration d'un call to action au sein de votre spot, l'internaute peut cliquer vers la page d'achat du produit, ou encore accéder aux points de ventes les plus proches (en desktop uniquement).

Frais techniques à prévoir facturés par TF1 PUB

LES ÉCRANS

Disponible en 4 écrans : au clic sur PC / mobile / tablette et intégration d'un QR code sur IPTV

Disponible en gré à gré

4. ENJEUX DE PRODUCTIVITÉ

Offres réservées aux nouveaux annonceurs digital : annonceurs n'ayant communiqué sur aucun support TV, Radio, Digital ou TV segmentée en régie chez TF1 PUB en 2022 (non cumulable avec la « prime nouvel annonceur digital pour les annonceurs TF1 PUB »).

■ 100% PRIME



LE DISPOSITIF

Diffusez votre spot vidéo autour du replay des primes (comprend les programmes access + peak) de la grille TF1

- 100% Prime Proximité : déclinaison de l'offre selon des critères de ciblage géolocalisation (région/département)
- 100% Prime+ : déclinaison de l'offre en diffusant autour des programmes de peak de la grille TF1

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en IPTV uniquement.

Disponible en gré à gré

■ ACHAT CPM 100% COMPLÉTÉ



Possibilité d'achat au CPM 100% complété, voir section « Tarification » (possibilité d'achat sur la base d'impressions 100% complétées)

DISPLAY

AD PAUSE

ONE
XPERIENCE

LE DISPOSITIF

Présence en exclusivité sur l'écran de pause du player MYTF1 (lorsque l'internaute met en pause un contenu de plus de 15min) en bénéficiant d'un emplacement exclusif avec un format display (100% part de voix)

LES ÉCRANS

Disponible sur MYTF1 4 écrans

Disponible en gré à gré



FORMATS DISPLAY TFI INFO

TF1
INFOONE
REACH

TF1 INFO, le site d'information des rédactions TF1 et LCI.

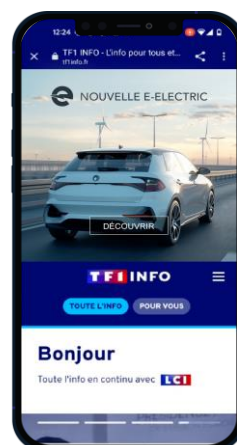
Disponibilité de l'intégralité des formats display IAB sur le site et applications TF1 INFO.

NEW

Découvrez le format Cover/ Cover Video couvrant jusqu'à la moitié de l'écran pour maximiser votre impact.

Pour tout autre format nous consulter.

Disponible en gré à gré & programmatique.



LA DATA



LE CIBLAGE DATA AU SEIN DE L'UNIVERS MYTF1

METEO

NEW

Avec l'acteur de référence
de la météo en France

RETAIL E-COMMERCE

La Redoute

Rakuten

SOCIO-DÉMO

GÉOLOC

CONSO MÉDIA

HIGH-TECH GAMING**

AUTO

FOOD**

PETITS CONSO TV

BEAUTÉ**

BIEN-ETRE**

* Sur la base du CA généré en 2021 sur l'ensemble des campagnes data en digital

** Sous réserve de l'accord du partenaire

LE CIBLAGE

METEO FLEX NEW

ONE
PRECISION

LE DISPOSITIF

Activez votre campagne sur MYTF1 de manière géolocalisée selon des critères météorologiques. Grâce aux données collectées auprès de l'acteur de référence de la météorologie en France, adaptez quasi en temps réel la diffusion de votre campagne sur certaines zones géographiques - en présentant un produit plutôt qu'un autre dans le spot en fonction du temps - selon 4 types de conditions météorologiques : la chaleur, le froid, la pluie et la neige

LES ÉCRANS

Dispositif sur MYTF1 4 écrans et TFI INFO

Disponible en gré à gré et programmatique

ONE DATA 4 ÉCRANS

ONE
PRECISION

LE DISPOSITIF

Diffusez votre spot auprès de nos 27 Millions* de loggués en OTT et nos millions d'adeptes de l'IPTV grâce à nos travaux de data science avec Médiamétrie et nos accords FAI**

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans sur MYTF1 & TFI INFO

Disponible en gré à gré & programmatique (Sygma)

SHOPPER & E-COMMERCE NEW

ONE
PRECISION

LE DISPOSITIF

Ciblez grâce aux données de nos partenaires : Infinity Advertising, La Redoute & Rakuten

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans disponible sur MYTF1 et TFI INFO avec la possibilité de cibler les acheteurs et intentionnistes

Disponible en gré à gré & programmatique.

LES OFFRES COMPORTEMENTALES

ONE
PRECISION

LE DISPOSITIF

Bénéficiez des bases de données disponibles via la DMP de TFI PUB pour mieux cibler et communiquer de façon plus efficace. Retargeting, scénarisation, comportemental, centres d'intérêt.

LES PARTENAIRES

Nombreuses disponibilités de ciblage grâce à la data UNIFY et partenariats FAI**

Disponible en gré à gré & +100 segments activables en programmatique

* Source : données internes TFI PUB année 2022

** Détails de nos partenariats FAI sur demande

LE CIBLAGE

■ CIBLAGE GÉOGRAPHIQUE



LE DISPOSITIF

Ciblez la zone géographique qui convient le mieux à vos problématiques de communication.

LA MÉTHODOLOGIE

Diffusion de la campagne dans des zones géographiques : région/département/code postal en 4 écrans via adresses IP en OTT & via nos accords FAI en IPTV

Disponible en gré à gré.

■ CARACTERISTIQUES FOYERS **NEW**



LE DISPOSITIF

Ciblez en IPTV les typologies d'habitats (maison ou appartements), propriétaires/locataires, composition des foyers (CSP, foyers avec/sans enfant(s), ...), niveaux de revenus.

LA MÉTHODOLOGIE

Ciblage sur la base des caractéristiques foyers des données Set-top Box FAI*

Disponible en gré à gré & programmatique.

■ MY QUESTION DATA



LE DISPOSITIF

Création d'un segment sur-mesure pour un annonceur & activable uniquement par lui. Ce segment est conçu à travers une qualification de nos internautes sur nos inventaires MYTF1 & TF1 INFO via une technique de data science afin de maximiser sa diffusion**

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans

Disponible en gré à gré

* Détails de nos partenariats FAI sur demande

** Détails et méthodologie de l'offre sur demande

LE CIBLAGE

REACH & COMPLÉMENTARITÉ

■ LES NON-ÉQUIPÉS TV



LE DISPOSITIF

Ciblez une population unique de non-équipés TV (5M de Français). Ce segment inédit a été entièrement conçu à travers une qualification de nos internautes sur nos inventaires MYTF1 via une technique de data science afin de maximiser sa diffusion.*

LES ÉCRANS

Dispositif 3 écrans (PC, mobile, tablette).

Disponible en gré à gré & programmatique.

■ GRANDS CONSOMMATEURS VOD/SVOD



LE DISPOSITIF

Ciblez en IPTV une tranche de population ayant la plus forte consommation de contenus VOD/SVOD. Ciblage sur la base des données FAI**

LA MÉTHODOLOGIE

Ciblage sur la base de la consommation VOD/SVOD sur les Set-top Box FAI.

Disponible en gré à gré & programmatique.

■ LES PETITS CONSOMMATEURS TV



LE DISPOSITIF

Ciblez en IPTV les petits consommateurs de TV linéaire grâce à nos partenariats avec les FAI.

LA MÉTHODOLOGIE

Ciblage sur la base de la DEI TV des Set-top Box Bouygues Telecom, SFR & Orange.

Disponible en gré à gré & programmatique.

* Données Médiamétrie, Global Video - Vague 29 (Mars-Mai 2022). Détails & méthodologie de l'offre sur demande

** Détails des données de partenariat FAI sur demande

LE CIBLAGE

■ OPTI REACH



LE DISPOSITIF

Diffusion de votre campagne autour des programmes les plus affinitaires sur des petits consommateurs TV*. Packs disponibles : FRDA/25-49 ans/ 25-49 ans CSP+/ Femmes 25-49 ans.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans.

Disponible en gré à gré & programmatique.

■ ADSWITCHING



LE DISPOSITIF

Substitution des spots du flux linéaire TV par des spots digitaux, 100% adservés, interactifs et cliquables, permettant d'augmenter sa couverture et de toucher un nouveau public de 3,7M de téléspectateurs qui consomment quotidiennement un programme TV sur les autres écrans (Global vidéo Vague 29).

LES ÉCRANS

Dispositif en 3 écrans : PC, mobile et tablette sur l'ensemble des chaînes TF1, TMC, TFX, LCI diffusées live sur MYTF1 & TF1 INFO.

Disponible en gré à gré & programmatique

* Identification via le panel Médiamétrie des sous-exposés TV pour les adresser en replay et adswitching



LE CIBLAGE

■ ONE PREDICT – FMCG

PRINCIPE

A destination des annonceurs de la grande consommation, ciblez les acheteurs d'une catégorie et délivrez un nombre d'impressions au plus près d'un acte d'achat. Offre issue du partenariat TFI PUB & Infinity Advertising reposant sur la date du dernier achat & les cycles d'achat des porteurs de cartes de fidélité du groupe Casino & Intermarché.

Possibilité de compléter l'offre par une mesure d'efficacité sur les ventes.

CONDITIONS

- Communications produit ou marque de distributeur à rotation d'achat moyenne uniquement, hors communications institutionnelles – nous consulter pour vérifier l'éligibilité
- Les cibles data disponibles sont celles issues de Infinity Advertising – nous consulter.
- Application du CPM Data Infinity Advertising selon la cible - nous consulter.
- Dispositif 4 écrans sur MyTFI
- Disponible en gré à gré uniquement
- Si le volume d'impressions délivrable au plus près de l'acte d'achat s'avère trop faible pour délivrer 100% des impressions achetées, une partie d'entre elles sera diffusée au plus près de l'achat potentiel et le solde sera diffusé sur la cible média de l'annonceur, définie en amont de la campagne

Exemple : Campagne pour un lessivier

Un foyer de la base Infinity Advertising achète de la lessive toutes les 8 semaines et son dernier achat date du 1^{er} février 2023 = Le message publicitaire de la marque lui sera délivré sur MYTFI entre le 20 et le 30 mars 2023.

MECANIQUE DE MESURE DE L'EFFICACITÉ SUR LES VENTES PAR INFINITY ADVERTISING

- Constitution de 2 groupes d'exposition : non exposés et exposés à la campagne dans le cadre de la présente offre commerciale
- Calcul d'indices d'efficacité : Comparaison de l'évolution des achats de chacun des groupes entre une période avant campagne et une période pendant + après campagne, à déterminer en accord avec Infinity
- Indicateurs marché étudiés : Nombre d'acheteurs, Sommes dépensées par foyer acheteur, Sommes dépensées par 100 foyers, CA généré
- Comparaison des indices produits avec les benchmarks Infinity Advertising d'efficacité des campagnes digitales

PRÉ-REQUIS DE LA MESURE D'EFFICACITÉ

- 2 millions d'impressions minimum délivrées auprès du groupe d'exposés
- Minimum 2% d'acheteurs de la référence testée par groupe d'exposition au cours de la période pendant + après campagne

Tarifs : nous consulter - mesure d'efficacité offerte au premier annonceur souscrivant à l'offre en 2023.



LE CIBLAGE

■ ONE PREDICT – AUTOMOBILE

LE PRINCIPE

Communiquez sur MyTFI auprès des intentionnistes automobile électrique ou hybride à 3 mois (Cible AAA DATA actualisée tous les mois) et délivrez un nombre d'impressions au moment où les foyers s'apprêtent à effectuer l'achat d'un nouveau véhicule. Offre issue du partenariat TFI PUB & Liveramp. Possibilité de compléter l'offre par une mesure d'efficacité sur les ventes.

LES CONDITIONS

- Communication véhicule automobile électronique ou hybride, hors communication institutionnelles
- Application du CPM Data AAA DATA – Nous consulter
- Dispositif sur 3 écrans (PC, mobile, tablette) sur MYTFI
- Disponible en gré à gré uniquement
- Si le volume d'impressions délivrable au plus près de l'acte d'achat s'avère trop faible pour délivrer 100% des impressions achetées, une partie d'entre elles sera diffusée au plus près de l'achat potentiel et le solde sera diffusé sur la cible média de l'annonceur, définie en amont de la campagne

MÉCANIQUE DE MESURE DE L'EFFICACITÉ SUR LES VENTES PAR LIVERAMP

- La campagne MYTFI est tagguée et les exposés à la campagne sont isolés
- Liveramp récupère les données à analyser : données individuelles MYTFI et données individuelles des cartes grises de AAA DATA (données d'achat du modèle et de la marque en campagne)
- Liveramp opère le matching entre les bases de données et réconcilie les données MYTFI et AAA DATA
- Analyse des transactions des exposés à la campagne par Liveramp

PRÉ-REQUIS DE LA MESURE

- 1 million d'impressions minimum délivrées auprès du groupe d'exposés
- Tarifs : nous consulter - mesure d'efficacité offerte au premier annonceur souscrivant à l'offre en 2023.

L'AUTOMATISATION

1. MODES DE VENTE

AUTOMATISATION MYTFI

LE DISPOSITIF

TFI PUB vous offre la possibilité d'opérer vos campagnes vidéos en programmatique via sa place de marché privée. Brand Safety, Visibilité, complétion... toute l'offre de TFI PUB est disponible en programmatique. Liste des inventaires disponibles sur demande, nous consulter.

LES ÉCRANS

L'achat d'espace se fait via notre SSP. Dispositif disponible en 4 écrans.



SYGMA DATA VIDEO ACCESS

L'AVANTAGE

Syigma Data Video Access, un accès standardisé et sécurisé à la donnée logguée en programmatique auprès des DSP partenaires

LE DISPOSITIF

Syigma - Data Video Access devient le premier standard technologique à conjuguer inventaire vidéo premium et données logguées de TFI pour répondre aux attentes du marché :

- disponible en 4 écrans
- ciblage performants sur toutes les cibles
- qualité des inventaires,
- simplification du parcours d'achat,
- protection des données utilisateurs

L'AUTOMATISATION

■ PROGRAMMATIQUE GARANTI SUR MYTFI

LA MÉCANIQUE

Disponibilité d'une mécanique de vente en « prix fixe et volume garanti » via notre SSP, sur une partie des inventaires MYTFI. Liste des inventaires disponibles sur demande, nous consulter.

LE DISPOSITIF

Vous pouvez diffuser vos impressions en programmation garanti. Vous profitez des avantages du canal automatisé mais également d'un prix fixe et d'une diffusion garantie. Pour améliorer vos retombées sur cible, TFI PUB peut également activer des critères de ciblage socio-démographique. Vous pouvez aussi activer un capping (possibilité de limiter le nombre d'affichage d'un spot pour un utilisateur ou un groupe d'utilisateurs), géré côté SSP. Voir modulation tarifaire page 129.

CONDITIONS

- Engagement de l'annonceur à enchérir l'intégralité du budget de campagne commandé
- Engagement de l'annonceur à maintenir un taux de réponse de minimum de 95% (Bid response/bid request) le module programmation TFI PUB faisant foi pour la comptabilisation.

■ PROGRAMMATIQUE GARANTI SUR YOUTUBE

LA MÉCANIQUE

Diffusez vos campagnes programmation dans un environnement puissant et 100% Brand Safety auprès des chaînes YouTube de TFI et TFI INFO.

LE DISPOSITIF

Via DV 360 vous pouvez diffuser ces impressions en programmation garanti. Vous profitez des avantages du canal automatisé mais également d'un prix fixe et d'une diffusion garantie. Pour améliorer vos retombées sur cible, TFI PUB peut également activer des critères de ciblage socio-démographique. Nous consulter.

2. OFFRES & FORMATS

■ DISPLAY PROGRAMMATIQUE

LA MÉCANIQUE

Diffusez vos campagnes programmatisées multi-devices en formats en IAB, dans un environnement performant et 100% Brand Safe, soit en programmation garanti (mécanique de vente en « prix fixe et volume garanti ») soit en open-auction (mécanique de vente aux enchères via notre SSP, proposée à tous les annonceurs potentiels en position technique d'effectuer une enchère).

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 3 écrans (PC, mobile, tablette) sur TFI INFO et le webmail de Bouygues Telecom

L'AUTOMATISATION

■ LAST POSITION

LA MÉCANIQUE

Diffusez votre campagne en exclusivité sur la dernière position d'écrans publicitaires (hors écrans parrainage expand sponso) sur nos inventaires

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans

■ SHORT AD

LA MÉCANIQUE

Diffusez votre spot au format 6 secondes sur MYTFI et TFI INFO, et maximisez l'impact de votre campagne avec un message court et efficace.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 3 écrans (PC, mobile, tablette)

■ AUDIO PROGRAMMATIQUE

LA MÉCANIQUE

Diffusez vos campagnes programmatiques dans un environnement puissant et 100% Brand Safety mono-annonceur en multi-device sur Les Indés Digital et les Podcasts du Groupe TFI.

Nous consulter pour toutes informations complémentaires.



L'AUDIO DIGITAL



Les Indés Radios fédèrent 128 stations régionales, locales et thématiques pour constituer la 1^{ère} offre commerciale de France en Radio FM*. Les Indés Digital, composés des déclinaisons digitales des stations des Indés Radios ou des stations des groupes membres des Indés Radios, occupent également une place de choix dans l'audio digital. Avec ±25 millions d'écoutes actives chaque mois, Les Indés Digital sont ainsi un **acteur majeur de l'audio digital en France** (Source ACPM/OJD juin 2022 - écoutes actives de plus de 30 secondes).

L'offre de podcasts du Groupe TFI, se compose notamment de formats déclinés autour de marques phares des antennes et s'appuie sur les différentes entités du Groupe (TF1, Histoire TV, LCI...). Elle est accessible gratuitement sur l'ensemble des plateformes de diffusion (Apple Podcast, Google Podcast, Spotify, Deezer...).

Le podcast permet au Groupe TFI, qui bénéficie d'une forte expertise dans la production de programmes fédérateurs et ambitieux, de renforcer encore davantage sa proximité avec son public. Ces productions couvrent plusieurs thématiques (sport, people, aventure...) et seront enrichies de nouvelles verticales prochainement.

Les offres AUDIO DIGITAL permettent aux annonceurs de communiquer sur un autre territoire d'expression : les Indés Digital et les podcasts du Groupe TFI.

1. LES OFFRES AUDIO DIGITAL SUR LES INDÉS DIGITAL

TF1 PUB propose une offre 100% préroll audio, avec une présence annonceur exclusive par pré-roll, d'une durée maximum de 30 secondes.

- Offre disponible en multi-devices sur l'ensemble des supports audio-numériques des Indés Digital (streaming live, webradios et podcasts)
- Accessible via l'application du Mur du Son des Indés Radios, les webradios et les applications des stations, les agrégateurs...
- Offre disponible sous réserve de l'activation de chacune des stations par les auditeurs
- Offre soumise aux Conditions Générales de Vente Digital 2023 de TFI PUB

Les campagnes Audio Digital seront diffusées via l'adserver déployé par Soundcast.

Les offres LES INDÉS AUDIO DIGITAL sont :

- **L'offre « ALL IN »**, permettant de communiquer sur l'ensemble de l'offre adservable des Indés Digital. Ce dispositif est idéal pour les annonceurs radio souhaitant élargir leur communication FM nationale ou les annonceurs digitaux souhaitant renforcer leur exposition digitale.
- **L'offre « GEOLOC »**, permettant de communiquer sur des zones géographiques prédéfinies** : région(s) administrative(s), département(s) ou code(s) postal(s). Cette offre est appropriée pour les annonceurs souhaitant par exemple surpresser certains territoires français, couvrir des réseaux de vente...
- **L'offre « AFFINITAIRE »**, permettant à l'annonceur de communiquer sur un pack de stations les plus en affinité avec des cibles socio-démographiques préétablies (ex. sexe, âge, CSP...). Cette offre est destinée aux annonceurs souhaitant surpondérer leur communication sur leur cœur de cible. Disponible uniquement sur un univers streaming live et webradios, hors podcasts.

* Périmètre des stations en vigueur au 01/09/2022. Source : Médiamétrie EAR NATIONAL Avril-Juin 2022 - PDAC 25-49 ans calculée sur la base des 16 offres commerciales privées / Lundi-Vendredi 5h-24h.

**Ces zones peuvent être activées sur la base des stations commercialisées à date



L'AUDIO DIGITAL



Liste des packs affinitaires disponibles :

- Genre : Hommes, Femmes ;
 - Age : 13-24 ans, 25-34 ans, 35-49 ans, 50 ans et + (Possibilité de combiner les tranches d'âges existantes) ;
 - CSP : CSPI+, CSPI Actifs ;
 - RDA < 60 ans, Foyers avec enfants de -15 ans.
- L'offre « MUSICALE »**, permettant à l'annonceur de communiquer sur un univers en lien avec une thématique musicale : Rock, Electro/House, Chansons Françaises, Musiques Urbaines, Jazz/Soul/Blues, Nouveautés Pop, Oldies, Musiques du monde
 - L'offre « CUSTOM »** permettant à l'annonceur de constituer son périmètre de communication spécifique, non présent dans les offres ci-dessus ou issu de leur combinaison (ex. constitution d'une zone de chalandise spécifique composée de villes, sélection spécifique de supports digitaux ou de formats, croisement de packs affinitaires, etc...).

92 MARQUES ± 400 WEBRADIOS	Liste des stations des Indés Digital* au 01/09/2022					
	100%	Darling FM	Hit West	Mona FM	Radio Espace	Swigg
	47 FM	Delta FM	Impact FM	Montagne FM	Radio ISA	Tendance Ouest
	Activ Radio	Dici Radio	Jaime Radio	Nice Radio	Radio Melodie	Tonic Radio
	Africa Radio	Direct FM	Jazz Radio	N'Radio	Radio Menergy	Top Music
	Allizic Radio	Durance FM	La Radio Plus	Océane FM	Radio Metroplis	Totem
	Alouette	EST FM	Latina	ODS Radio	Radio Mont Blanc	Toulouse FM
	Alpes 1	Evasion	Latitude	Oui FM	Radio Montmartre	Urban Hit
	Beur FM	FC Radio	Littoral FM	Oxygène Radio	Radio No 1	Vibration
	BlackBox FM	Forum Radio	Lor'FM	Playlist Radio	Radio One	Virage Radio
	Cannes Radio	France Maghreb 2	Lovely	Radio 6	Radio Orient	Voltage
	Cerise FM	Fréquence Grands Lacs	Lyon 1ère	Radio 8	Radio RVA	Wit FM
	Champagne FM	Fréquence Plus	M Radio	Radio ARL	Radioscoop	Zim Radio
	Chante France	Fusion FM	Magnum La Radio	Radio Cristal	RBA	
	Classic FM	Generations	Mandela Radio	Radio Dreyeckland	RDL Radio	
	Collines La Radio	Gold FM	MBS	Radio ECN	RTS FM	
	Contact FM	Grand Sud	Mixx FM	Radio Emotion	Sweet FM	

■ Marques présentes uniquement en digital

*Liste des stations composant le produit publicitaire les Indés Digital au 01/09/2022, susceptible d'évolution. Pour le détail des webradios, nous consulter.

19 MARQUES ± 265 PODCASTS	Liste des stations des Indés Digital* PODCASTS au 01/09/2022	
	Champagne FM	Oxygène Radio
	Clazz radio	Radio Inside
	Flash FM	Radio Mont Blanc
	Forum	Sud Radio
	Hit west	Swigg
	hpi	Top Music
	K6 FM	Vibration
	Latina	Voltage
	Océane FM	Wit FM
	Oui FM	

*Liste des stations avec un(des) podcast(s) composant le produit publicitaire les Indés Digital au 01/09/2022, susceptible d'évolution. Pour le détail des podcasts, nous consulter.



L'AUDIO DIGITAL



2. LES OFFRES PODCASTS DU GROUPE TFI ET DES INDES DIGITAL

TF1 PUB propose une offre de pré-roll audio, avec une présence annonceur exclusive par format, d'une durée maximum de 30 secondes, sur l'ensemble des podcasts du Groupe TFI et/ou des Indés Digital.

Les campagnes Audio Digital seront diffusées via l'adserver déployé par Soundcast.

- Offre disponible en multi-devices (PC, Mobile, Tablette et Enceintes connectées)
- Accessible sur les principales plateformes de diffusion des podcasts : Deezer, Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Podcast Addict...
- Offre soumise aux Conditions Générales de Vente Digital 2023 de TF1 PUB

Les offres **PODCASTS AUDIO DIGITAL** sont :

- **L'offre « ALL IN PODCASTS »**, permettant de communiquer sur l'ensemble de l'offre adservable des podcasts du Groupe TFI et des Indés Digital. Ce dispositif est idéal pour les annonceurs radio souhaitant élargir leur communication ou les annonceurs digitaux souhaitant renforcer leur exposition digitale.
- **L'offre « VERTICALE PODCASTS »**, permettant de communiquer sur une ou plusieurs thématique(s) spécifique(s) : nous consulter.
- **L'offre « PACK 100% INFO »**, permettant de communiquer sur l'ensemble des podcasts issus des programmes de SUD RADIO en replay ainsi que de l'ensemble des podcasts LCI issus des marques antennes.



Offre susceptible d'être enrichie - nous consulter pour la liste à jour.

TARIFS

ACHAT AU CPM

	CPM <i>brut HT tout écran</i>
Ciblage ONE DATA	180€
Catch-up programme	165€
Rotation générale catch-up	120€
Rotation générale vidéo	110€
Vidéo chaînes Youtube TF1	120€

MODULATIONS TARIFAIRES

La modulation s'applique sur le brut facturé.

Coût pour mille impressions 100% complétées*	+15%
Capping :	+15%
Ciblage jour/horaire :	+15%
Ciblage pre-roll only :	+25%
Ciblage mono-device (desktop, mobile, tablette ou TV connectées) :	+25%
Format vidéo enrichi / interactif :	+15%
Emplacement préférentiel (première ou dernière position des écrans) :	+35%
Campagne multi-spots (plus de 2 films) :	+15%
Programmation garanti	+15%

MODULATIONS TARIFAIRES / CIBLAGE

La modulation s'applique sur le brut facturé rotation générale catch-up.

Ciblage packs affinitaires cible ou thématique :	+10%
Pack ciblage à la carte :	+50%
Diffusion sur un pack de programmes personnalisés. Soumis à conditions. Nous consulter	
Ciblage sur mesure :	+50% par segment
Uniquement activable sur les rotations générales catch-up, vidéo Combinaison critères sociodémographiques (sous réserve de volume disponible)	
Ciblage retargeting / scénarisation	+25%
Applicable sur PC, mobile, tablette (hors applicatif)	

* Tarification uniquement disponible en gré à gré. Disponible sur nos offres sur MYTF1 uniquement

TARIFS

■ DISPLAY

Environnement	Format	CPM brut HT
Formats IAB sur web/mob/tab	Bannière	40 €
	Méga Bannière	60 €
	Bannière mobile	40 €
	MPU	40 €
	HPU	40 €
Nouveaux formats	Cover Video	100€
	Cover	80€



En complément de l'offre TFI PUB Vidéo, peuvent être activés sur les formats display les inventaires des sites : WebMail Bouygues Telecom.

■ À NOTER

Aucune publicité en faveur d'annonceurs faisant la promotion de produits ou services relevant du code secteur 17020122 : *Produits et services érotiques* et du code secteur 49020401 : *Fournisseurs de contenu destiné aux adultes* ne sera acceptée notamment sur les supports MYTFI et TFI INFO.

TARIFS

REMISES TARIFAIRES

Prime de volume

Investissement brut HT sur une campagne sur un ou plusieurs médias de TFI PUB digital, application de la remise au 1^{er} euro investi sur le CA brut facturé investi :

10 000 € à 50 000 €	=> -1 %
50 001 € à 100 000 €	=> -2 %
100 001 € à 200 000 €	=> -5 %
200 001 € à 500 000 €	=> -10 %
500 001 € à 1 000 000 €	=> -15 %
> 1 000 000 €	=> -20 %

Prime nouvel annonceur digital * :

-15 %

Prime nouvel annonceur digital pour les annonceur TFI PUB * :

-20 %

Prime campagne collective, SIG & grandes causes :

-30 %

Remise de référence :

-15 %

Prime de mandat :

-1,5 %

** Primes non cumulables entre elles, disponibles sur la première campagne de l'année.
Les remises s'appliquent sur le CPM brut facturé des offres achetées.*

APPLICATION CUMULATIVE SUR LE BRUT PAR ORDRE DE PUBLICITÉ PAR SUPPORT

PRIME NOUVEL ANNONCEUR DIGITAL

Annonces n'ayant communiqué sur aucun support TV, Radio, Digital ou TV segmentée en régie chez TFI PUB en 2022 (non cumulable avec la « prime nouvel annonceur digital pour les annonceurs TFI PUB »).

PRIME NOUVEL ANNONCEUR DIGITAL TFI PUB

Annonces ayant communiqué sur un(des) support(s) TV, Radio, et/ou ONEPTV en régie chez TFI PUB en 2022 et absent du(des) support(s) Digital(aux) et/ou TV segmentée chez TFI PUB en 2022 (non cumulable avec la « prime nouvel annonceur digital »).

CREATIVE FACTORY

Tout format publicitaire non conforme devra être adapté dans les plus brefs délais par l'annonceur. Si elle le souhaite, TFI PUB pourra procéder à la mise en conformité dudit format (grille des frais d'adaptation disponible sur demande).

TARIFS SPECIFIQUES A L'AUDIO DIGITAL

Les offres AUDIO DIGITAL SUR LES INDÉS DIGITAL et PODCASTS GROUPE TFI ET PODCASTS INDES DIGITAL sont soumises aux Conditions Générales de Ventes Digital 2023 de TFI PUB.

De même, les offres AUDIO DIGITAL SUR LES INDÉS DIGITAL et PODCASTS GROUPE TFI ET PODCASTS INDES DIGITAL sont soumises aux conditions de remises tarifaires et primes prévues dans les Conditions Commerciales Digital 2023 et aux spécificités Audio Digital mentionnées ci-dessous;

MODALITÉS D'ACHAT

Durée du pré-roll

Pour l'Audio Digital, le format du pré-roll est limité à 30 secondes maximum. La durée du message publicitaire livré doit correspondre impérativement à la durée indiquée dans l'ODP. Aucune différence ne sera acceptée.

Modes de vente

Gré à Gré : La vente en gré à gré vous permet de bénéficier de toute l'expertise des équipes commerciales en direct pour la diffusion de votre spot publicitaire en digital au sein de l'écosystème TFI PUB.

Programmatisation : Automatisation de l'achat d'espace publicitaire en digital grâce à nos outils digitaux et plateforme SSP. Un mode de commercialisation, de réservation et de facturation des espaces publicitaires qui permet de fluidifier le processus de transmission et de diffusion des créations sur l'ensemble de l'offre TFI PUB.

CPM (BRUT HT TOUS DEVICE)

CPM (Brut HT) des offres AUDIO DIGITAL SUR LES INDÉS DIGITAL

- « ALL IN » : 48 €
- « GEOLOC » : 67 €
- « AFFINITAIRE » : 88€
- « MUSICALE » : 88€
- « CUSTOM » : pour la tarification d'une demande ad hoc, nous consulter.

Tous les tarifs sont exprimés en euros Hors Taxe.

CPM (Brut HT) des offres PODCASTS DU GROUPE TFI ET DES INDES DIGITAL

- « ALL IN PODCASTS » : 130€
- « VERTICALE PODCASTS » : 160€
- « 100% INFO » : 160€

Tous les tarifs sont exprimés en euros Hors Taxe.

La tarification de l'offre numérique audio de TFI PUB ne comprend pas les frais de production du (des) message(s) publicitaire(s).

Modulation Tarifaire

Toute campagne multi-spots supérieure à 5 messages publicitaires différents, achetée en gré à gré, sera majorée de +20%. Cette majoration s'appliquera sur le brut tarif.

LES MODULATIONS TARIFAIRES

GRILLES DES INDICES TARIFAIRES DE DURÉE VIDÉO GRÉ À GRÉ

DURÉE (en sec)	0 - 10	15	20	25	30
INDICE	60	82	100	123	130

L'indice s'applique sur le CPM brut. Extrait pour la vidéo.

INFORMATION : En cas de livraison à TFI PUB d'un spot d'une durée différente à celle indiquée dans l'ODP, le volume à diffuser sera modifié. Pour les formats supérieurs à 30" : nous consulter.

INDICE SAISONNALITÉ GRÉ À GRÉ

PÉRIODE	01/01 05/03	06/03 07/05	08/05 09/07	10/07 20/08	21/08 31/12
INDICE	80	100	120	80	120

L'indice s'applique sur le CPM brut. Hors jeunesse

INDICE DE PÉRIODE JEUNESSE

PÉRIODE	01/01 au 20/08	21/08 au 31/12
INDICE	90	120

L'indice s'applique sur le CPM brut.

Indices applicables aux dispositifs 4 écrans pour les programmes Jeunesse disponibles sur MYTF1

OFFRES PARRAINAGE



SUR TFI

page 131



SUR LA TNT-THEMA

page 138



TF1

LE PARRAINAGE





LE PARRAINAGE

LES OFFRES ET LES TARIFS

Les offres de parrainage font l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net. Elles sont disponibles sur La Box, par mail ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TF1 PUB LIVE (voir contacts sur le site de TF1 PUB www.tf1pub.fr).

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-SECTEURS

Une **majoration de + 3 %** s'applique sur le Tarif Brut* de l'offre parrainage, pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2**. Pour rappel, pas plus de trois secteurs bloqués.

** Code(s) secteur(s) bloqué(s) uniquement pour les téléspectateurs exposés à une publicité nationale diffusée en intégral et simultanée en France.

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-ANNONCEURS

Une **majoration** s'applique sur le Tarif Brut* de l'offre parrainage pour chaque mise en avant d'éléments d'identité visuelle et/ou sonore d'un autre annonceur dans le dispositif de parrainage :

- Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes : **majoration de +2%** du Tarif Brut* de l'offre pour chaque annonceur supplémentaire
- Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes : **majoration de +5%** du Tarif Brut* de l'offre pour chaque annonceur supplémentaire

Pour rappel, pas plus de 4 annonceurs présents.

LES FORMATS

Les formats des génériques de parrainage dépendent du type d'émission parrainable et de la nature de l'élément diffusé (émission ou bande-annonce), selon les règles suivantes :

	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
Événements sportifs	Nous consulter			
Offres ouvertes à 4 parrains minimum	7"	7"	7"	7"
Offres ouvertes à 2 ou 3 parrains	7"	8"	8"	8"
Formats courts (hors météo)	-	8"	-	3"

Susceptible d'évolution/modification

* Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.



PARRAINAGE, LES OFFRES

Pour répondre à l'ensemble des besoins des annonceurs et leur offrir un maximum de lisibilité, l'offre parrainage de TFI PUB est segmentée en deux types de dispositifs : **les offres EVENT et les offres CONTEXT.**

■ OFFRES EVENT

L'AVANTAGE

Les offres EVENT regroupent notamment les grands événements et rendez-vous de TFI (Événements sportifs, The Voice, Koh-Lanta, NRJ Music Awards...) plébiscitées par les téléspectateurs. Réalisant de fortes performances d'audience auprès des cibles publicitaires, ces programmes assurent aux annonceurs qui les parrainent émergence et visibilité, ainsi qu'un maximum d'impact sur l'image de marque, au travers de dispositifs multi-supports performants.

LE DISPOSITIF

1 clé d'entrée : la marque programme

Une gamme d'offres événementielles, couvrant tous les genres et toutes les cibles publicitaires.

Durée de votre communication liée à celle de l'événement programme.

Ces offres sont disponibles sur le site de TFI PUB www.tflpub.fr et La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI PUB LIVE (voir contacts sur le site www.tflpub.fr).

■ OFFRES CONTEXT

L'AVANTAGE

Les offres CONTEXT privilégient la case de programmation de l'émission et le genre avec une durée de parrainage modulable, pour un maximum de flexibilité.

LE DISPOSITIF

2 clés d'entrée : la marque programme récurrente (50 mn Inside, Téléfoot...) ou **le genre de programmes associé à une case de programmation** (Fiction du jeudi Prime, Série du mardi Prime...)

Un large choix parmi une vingtaine d'offres TV, pour adresser un grand nombre de cibles.

Nombre de semaines de partenariat et tarification adaptés à votre besoin de communication, en fonction des disponibilités planning.



PARRAINAGE, LES OFFRES

CIBLES PARRAINAGE

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage (EVENT ou CONTEXT) pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles suivantes

CIBLES FÉMININES	CIBLES MIXTES	CIBLES MASCULINES	CIBLES ENFANTS
Femmes RDA 15-49 ans Femmes RDA avec Enfants Femmes RDA + Enf.<25 ans Femmes 25-49 ans Femmes RDA 25-59 ans Femmes 25-59 ans Femmes 35-49 ans Femmes 35-59 ans RDA<60 ans Femmes 35 ans et +	Individus 25-49 ans Individus 25-59 ans Individus 35-49 ans Individus 35-59 ans Individus 35 ans et + Individus 50-59 ans	Hommes 25-49 ans Hommes 25-59 ans Hommes 35-59 ans <i>Sur dispositifs Sport uniquement</i>	Enfants 4-10 ans <i>Sur dispositifs Jeunesse uniquement</i>

* Performances estimées données à titre indicatif, sans valeur contractuelle



PARRAINAGE, LES OFFRES

EASY PROD SPONSO

POUR QUI ?

Pour les annonceurs ne disposant pas d'agence de création, nous proposons des solutions créatives adaptées aux communications en Parrainage à tarif attractif.

L'AVANTAGE

Vous faciliter la production de votre création publicitaire grâce à un service packagé de production de TFI Factory.

LE DISPOSITIF

Plusieurs tickets d'entrée pour des créations publicitaires adaptées à vos besoins :

Set Billboard 1	Set Billboard 2	Set Billboard 3
A PARTIR DE VOS IMAGES, RÉALISATION DE : - Montage - Voix off - Musique de stock à partir de 3 500 € HT	RÉALISATION COMPLÈTE DE : - Production d'image en 2D - La voix off - La musique de stock à partir de 4 500 € HT	RÉALISATION COMPLÈTE DE : - Production d'image en 2D - La voix off - Musique originale avec une durée de 10 ans. Utilisable sur tous supports : musique d'attente téléphonique, musique sur leur site web, spot radio... à partir de 6 500 € HT

Prix hors achat média – nous consulter

Ce service n'est pas disponible dans le cadre des Opérations Spéciales.

CHARTe ECO-PROD



Depuis 2014, le Groupe TFI (dont TFI Factory) est signataire de la « Charte ECOPROD pour l'entreprise de l'Audiovisuel ». Cette charte vise à engager les entreprises signataires dans une démarche d'amélioration continue d'information, de réflexion et de mise en œuvre, encadrée et aidée par les outils et services mis à disposition par le collectif :

- Impliquer le Groupe TFI dans une démarche continue d'amélioration visant à diminuer son impact écologique,
- Inciter et accompagner tous nos clients, fournisseurs et partenaires,
- Communiquer sur l'utilisation de cette charte.

Pour en savoir plus : <https://www.ecoprod.com/fr/la-charte-ecoprod/charte-ecoprod.html>

LES MODULATIONS TARIFAIRES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer en parrainage en télévision au 1er janvier 2023.
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, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2023.

■ REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent sur TFI en 2023 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le chiffre d'affaires parrainage brut négocié.

■ PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en parrainage à un mandataire qui, en 2023, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

- l'achat d'espace,
- la réservation d'espaces publicitaires en parrainage,
- la gestion, le suivi et la signature des ordres de publicité (y compris par EDI Publicité),
- la gestion et le contrôle des factures émises au nom de l'annonceur,
- le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement.

bénéficie d'une prime de centralisation de 1,5%

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié (hors frais techniques), diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2023 par TFI PUB. Cette prime n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Parrainage TFI PUB.

Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies (Cf. Conditions financières : article 7 des CGV Parrainage TFI PUB). Le non-respect de l'une ou quelconque des conditions indiquées fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire.

■ À NOTER

Aucun dispositif de parrainage en faveur d'un annonceur/parrain dont les produits ou services relèvent du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques ou du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera accepté sur la chaîne TFI.

LA CASCADE

			PARRAINAGE
			Assiette de calcul
BRUT TARIF (TARIF PUBLIE)			
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding *	BRUT TARIF	I
BRUT TARIF CORRIGE			
-	Abattement messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	I
BRUT FACTURE			
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	I
BRUT NEGOCIE			
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	I
-	Prime de centralisation	BRUT NEGOCIE	I
NET FIN D'ORDRE			

A noter : Les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion
 * Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.



TMC TFX T F 1 SERIES FILMS LCI

TV Breizh Ushuaïa TV HISTOIRE TV

LE PARRAINAGE

T F 1
• • •
P U B



LE PARRAINAGE TNT

LES OFFRES ET LES TARIFS

Les offres de parrainage font l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net. Elles sont disponibles sur La Box, par mail ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TF1 PUB LIVE (voir contacts sur le site de TF1 PUB www.tf1pub.fr).

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-SECTEURS

Une majoration de + 3 % s'applique sur le Tarif Brut* de l'offre parrainage, pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2**. Pour rappel, pas plus de trois secteurs bloqués.

** Code(s) secteur(s) bloqué(s) uniquement pour les téléspectateurs exposés à une publicité nationale diffusée en intégral et simultanée en France.

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-ANNONCEURS

Une majoration s'applique sur le Tarif Brut* de l'offre parrainage pour chaque mise en avant d'éléments d'identité visuelle et/ou sonore d'un autre annonceur dans le dispositif de parrainage :

- Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes : **majoration de +2%** du Tarif Brut* de l'offre pour chaque annonceur supplémentaire
- Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes : **majoration de +5%** du Tarif Brut* de l'offre pour chaque annonceur supplémentaire

Pour rappel, pas plus de 4 annonceurs présents.

* Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.

LES FORMATS

Les formats des génériques de parrainage dépendent de la chaîne, du type d'émission parrainable et de la nature de l'élément diffusé (émission ou bande-annonce), selon les règles suivantes :

Chaîne(s)	Programmes	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
LCI	Toutes émissions (sauf journaux non parrainables)	8"	8"	8"	8"
TMC TFX TF1 SÉRIES FILMS TV Breizh HISTOIRE TV Ushuaïa TV	Toutes émissions (hors événements sportifs)	6"	8"	8"	8"

Susceptible d'évolution/modification

TF1 PUB – CONDITIONS COMMERCIALES 2023 (VIDÉO-DIGITAL, AUDIO DIGITAL & OPS)



PARRAINAGE, LES OFFRES

Pour répondre à l'ensemble des besoins des annonceurs et leur offrir un maximum de visibilité, l'offre parrainage de TFI PUB est segmentée en deux types de dispositifs : **les offres EVENT et les offres CONTEXT.**

■ OFFRES EVENT

L'AVANTAGE

Les offres EVENT regroupent notamment les grands événements ou programmes emblématiques de nos chaînes (Événements sportifs, Quotidien, Burger Quiz, ...) plébiscitées par les téléspectateurs. Réalisant de fortes performances d'audience auprès des cibles publicitaires, ces programmes, en forte affinité avec ces publics, assurent aux annonceurs qui les parrainent une forte visibilité, et un maximum d'impact sur l'image de marque, au travers de dispositifs multi-supports performants.

LE DISPOSITIF

1 clé d'entrée : la marque programme multi-support.

Une gamme d'offres événementielles, couvrant différents genres et des cibles publicitaires spécifiques.

Durée et tarification de votre communication liée à celle de l'événement.

Ces offres seront disponibles sur le site de TFI PUB www.tflpub.fr et La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI PUB LIVE (voir contacts sur le site www.tflpub.fr).

■ OFFRES CONTEXT

L'AVANTAGE

Les offres CONTEXT privilégient le contenu et la durée dans le temps, pour un transfert de valeurs et une présence à l'esprit plus fort.

LE DISPOSITIF

2 clés d'entrée : la marque programme spécifique ou le genre de programmes (Fictions Prime TNT, Séries US TNT...).

Un large choix d'offres pour adresser vos principales cibles publicitaires.

La durée de votre communication est liée à celle de l'événement parrainé ou peut être définie selon votre besoin pour les offres portant sur les genres de programmes, en fonction des disponibilités planning.



PARRAINAGE, LES OFFRES

■ CIBLES PARRAINAGE

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage **CONTEXT multi-chaînes** pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles suivantes :

CIBLES FÉMININES

Femmes RDA 15-49 ans
Femmes RDA avec Enfants
Femmes RDA + Enf.<25 ans
Femmes 25-49 ans
Femmes RDA 25-59 ans
Femmes 25-59 ans
Femmes 35-49 ans
Femmes 35-59 ans
RDA<60 ans
Femmes 35 ans et +

CIBLES MIXTES

Individus 25-49 ans
Individus 25-59 ans
Individus 35-59 ans
Individus 35 ans et +

CIBLES MASCULINES

Hommes 25-49 ans
Hommes 25-59 ans
Hommes 35-59 ans

*Sur dispositifs Sport
uniquement*

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage **EVENT mono-chaîne** pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles ci-dessus ainsi que sur les cibles suivantes :

CIBLES SPECIFIQUES

Individus 25-49 ans CSP+	<i>sur dispositif Quotidien sur TMC uniquement</i>
Femmes 15-34 ans	<i>sur dispositif Télé-Réalité sur TFX uniquement</i>
Hommes 15-34 ans	<i>sur dispositif Mangas sur TFX uniquement</i>
Hommes 15-49 ans	<i>sur dispositif Mangas sur TFX uniquement</i>

* Performances estimées non garanties et communiquées à titre indicatif



PARRAINAGE, LES OFFRES

EASY PROD SPONSO

POUR QUI ?

Pour les annonceurs ne disposant pas d'agence de création, nous proposons des solutions créatives adaptées aux communications en Parrainage à tarif attractif.

L'AVANTAGE

Vous faciliter la production de votre création publicitaire grâce à un service packagé de production de TFI Factory.

LE DISPOSITIF

Plusieurs tickets d'entrée pour des créations publicitaires adaptées à vos besoins :

SET BILLBOARD 1	SET BILLBOARD 2	SET BILLBOARD 3
A PARTIR DE VOS IMAGES, RÉALISATION DE : - Montage - Voix off - Musique de stock à partir de 3 500 € HT	RÉALISATION COMPLÈTE DE : - Production d'image en 2D - La voix off - La musique de stock à partir de 4 500 € HT	RÉALISATION COMPLÈTE DE : - Production d'image en 2D - La voix off - Musique originale avec une durée de 10 ans. Utilisable sur tous supports : musique d'attente téléphonique, musique sur leur site web, spot radio... à partir de 6 500 € HT

Prix hors achat média – nous consulter

Ce service n'est pas disponible dans le cadre des Opérations Spéciales.

CHARTe ECO-PROD



Depuis 2014, le Groupe TFI (dont TFI Factory) est signataire de la « Charte ECOPROD pour l'entreprise de l'Audiovisuel ». Cette charte vise à engager les entreprises signataires dans une démarche d'amélioration continue d'information, de réflexion et de mise en œuvre, encadrée et aidée par les outils et services mis à disposition par le collectif :

- Implication du Groupe TFI dans une démarche continue d'amélioration visant à diminuer son impact écologique,
- Inciter et accompagner tous nos clients, fournisseurs et partenaires,
- Communiquer sur l'utilisation de cette charte.

Pour en savoir plus : <https://www.ecoprod.com/fr/la-charte-ecoprod/signer-la-charte-ecoprod.html>

LES MODULATIONS TARIFAIRES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer en parrainage en télévision au 1er janvier 2023.
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, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2023.

■ REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2023 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le chiffre d'affaires parrainage brut négocié.

■ PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en parrainage à un mandataire qui, en 2023, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

- l'achat d'espace,
- la réservation d'espaces publicitaires en parrainage,
- la gestion, le suivi et la signature des ordres de publicité (y compris par EDI Publicité),
- la gestion et le contrôle des factures émises au nom de l'annonceur,
- le contrôle du paiement à bonne date des dites factures, peu importe que le mandataire soit ou non en charge du règlement.

bénéficie d'une prime de centralisation de 1,5%

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié (hors frais techniques), diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2023 par TFI PUB. Cette prime n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Parrainage TFI PUB.

Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies (Cf. Conditions financières : article 7 des CGV Parrainage TFI PUB). Le non-respect de l'une quelconque des conditions indiquées fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire.

■ À NOTER

Aucun dispositif de parrainage en faveur d'un annonceur/parrain dont les produits ou services relèvent du code secteur 17020122 : *Produits et services érotiques* ou du code secteur 49020401 : *Fournisseurs de contenu destiné aux adultes* ne sera accepté sur les chaînes TNT et Thématiques.

LA CASCADE TNT

			PARRAINAGE
Assiette de calcul			
BRUT TARIF (TARIF PUBLIE)			
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding*	BRUT TARIF	I
BRUT TARIF CORRIGE			
-	Abattement messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	I
BRUT FACTURE			
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	I
BRUT NEGOCIE			
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	I
-	Prime de centralisation	BRUT NEGOCIE	I
NET FIN D'ORDRE			

A noter : Les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion

* Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.

OFFRES OPS





MY[SCREEN]

■ MY[SCREEN]

PRINCIPE

L'offre MY[SCREEN] permet de diffuser votre spot dans des conditions d'écran exclusif, tout en proposant l'accès à tous les écrans, en semaine comme le week-end.

Le spot sera diffusé en première ou dernière position (1 ou 99) de l'écran et séparé du reste de l'écran par un jingle de 3".

BÉNÉFICE

Le MY[SCREEN] permet de :

- bénéficier d'un écran publicitaire pour la diffusion de votre spot
- se démarquer des autres annonceurs présents dans l'écran
- améliorer la mémorisation de la campagne

■ MY[SCREEN] HABILLAGE

L'offre MY[SCREEN] HABILLAGE permet d'enrichir votre dispositif MY[SCREEN], avec l'habillage du jingle publicitaire en entrée d'écran si le MY[SCREEN] est en position 1 ou bien l'habillage du jingle de 3" si le MY[SCREEN] est en position 99, via la création d'une séquence graphique en rapport avec la marque.

■ MY[SCREEN] CHRONO

L'offre MY[SCREEN] CHRONO permet d'enrichir votre dispositif MY[SCREEN], avec un compte à rebours intégré dans le jingle de 3" pour indiquer aux téléspectateurs le décompte avant le début ou la reprise du programme.

Cette offre permet de booster l'attention des téléspectateurs.

Le spot doit être d'une durée minimum de 30" et maximum de 60" et positionné en dernière position de l'écran.

■ MY[SCREEN] CALENDRAIRE

L'offre MY[SCREEN] CALENDRAIRE permet d'isoler votre spot entre 2 jingles thématiques lors d'un temps fort calendaire (sous réserve des jingles créés par l'Antenne), pour une émergence optimale.

CONDITIONS

Dispositifs sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, de la Direction Artistique et du Planning.

Sous réserve des disponibilités planning. Pour optimiser votre présence événementielle en écran, nous vous recommandons d'être présent aux ouvertures de planning.

Cette offre est ouverte à un spot maximum par écran.

Les dispositifs MY[SCREEN] sont soumis à la tarification applicable aux EPI ou EP99.

La production d'habillage écran est réalisée par TFI Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN].

Dans le cadre des MY[SCREEN], les messages sont majorés de +10% sur le Tarif Brut et +12% sur le Tarif Brut lorsqu'il s'agit d'un MY[SCREEN] CHRONO.



HABILLAGE ÉCRAN

PRINCIPE

L'HABILLAGE ÉCRAN permet d'événementialiser le spot TV via la création d'une séquence graphique qui lie la dernière image du jingle publicitaire à la 1^{ère} image du spot.

BÉNÉFICE

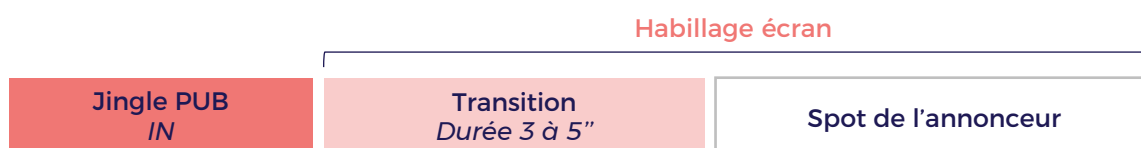
Ce dispositif permet à la marque de :

- Surprendre le téléspectateur et capter son attention, grâce à une transition visuelle originale et impactante.
- Maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque, systématiquement en 1^{ère} position, juste après le jingle publicitaire.
- Se démarquer et émerger au sein de l'écran publicitaire.

DISPOSITIF

Une transition visuelle de 3" à 5" fait le lien entre le jingle publicitaire de la chaîne et le début du spot publicitaire.

Cette transition et le spot TV constituent l'EPI.



Dans l'hypothèse où la marque ne dispose pas de spot TV, TFI Factory peut produire l'intégralité de cet EPI (transition + spot TV).

HABILLAGE ÉCRAN CONTEXTUEL

L'offre HABILLAGE ÉCRAN CONTEXTUEL permet de contextualiser le spot TV via l'intégration, dans la transition, d'une question en lien avec l'univers de l'annonceur, pour interpeller les téléspectateurs avec un message d'accroche personnalisé.

Exemple créatif de l'habillage écran contextuel :

- 1- Transition avec la question « Avez-vous trouvé votre prochaine destination pour les vacances ? »
- 2- Spot de l'annonceur : spot d'un acteur Voyage-Tourisme

HABILLAGE ÉCRAN VERTICAL NEW

L'offre HABILLAGE ÉCRAN VERTICAL permet d'événementialiser le spot TV via une transition au format 9/16 pour susciter l'attention des téléspectateurs en reprenant les codes des plateformes sociales.

Pour marquer les esprits, le jingle publicitaire sera également au format vertical.

Le spot publicitaire de l'annonceur pourra quant à lui être au format 9/16 ou au format 16/9.



HABILLAGE ÉCRAN

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de la Direction Artistique, de TFI Factory, du Planning et de la Conformité des Programmes.

Sous réserve des disponibilités planning. Pour optimiser votre présence événementielle en écran, nous vous recommandons d'être présent aux ouvertures de planning.

Les dispositifs d'habillage écran sont soumis à la tarification applicable aux EP1.

La production d'habillage écran est réalisée par TFI Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production de la transition à prévoir, frais de production du spot sur demande et application de la majoration Opérations Spéciales.



ÉCRAN VERTICAL

NEW

Adapté à la diffusion sur smartphone, tenu généralement verticalement, le format vertical est arrivé naturellement avec l'émergence de la vidéo sur les réseaux sociaux.
Et si ce format vertical s'invitait dans un écran publicitaire en TV ?

PRINCIPE

L'offre ÉCRAN VERTICAL permet d'événementialiser sa prise de parole en TV dans un écran publicitaire totalement vertical. Les spots diffusés dans cet écran publicitaire seront tous au format 9/16.

BÉNÉFICE

Un dispositif TV événementiel, impactant et engageant, grâce à une intégration éditoriale maximisée et un format vertical reprenant les codes des plateformes sociales.

DISPOSITIF

Lancé par un animateur depuis le plateau d'un programme TFI (à définir ultérieurement), l'écran spécial sera encapsulé par des jingles publicitaires au format 9/16 et diffusera exclusivement des spots publicitaires également au format vertical.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de la Direction Artistique, de TFI Factory, du Planning, de la Conformité des Programmes et du Juridique.

Sous réserve des disponibilités planning.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Frais de production à prévoir si les spots sont à adapter au format vertical.



HABILLAGE JINGLE MYTF1

■ HABILLAGE JINGLE

PRINCIPE

Dès la première seconde du jingle publicitaire « MYTF1 Publicité », jouez avec les codes graphiques du jingle sur MYTF1 4 écrans (box IPTV éligibles : Orange, Bouygues Telecom et Free). Nous intégrons dans le jingle des éléments créatifs de votre marque, pour créer une transition vers votre spot publicitaire et plonger l'internaute dans l'univers de votre marque.

BÉNÉFICE

L'habillage jingle permet de surprendre l'internaute et capter son attention, grâce à une transition visuelle originale et impactante.

DISPOSITIF

Diffusion du spot en dur (jingle « MYTF1 Publicité » + spot annonceur) sur MYTF1 PC, Mobile, Tablette et IPTV en 1^{ère} position de mid-roll.



■ HABILLAGE JINGLE ÉDITORIALISÉ **NEW**

L'HABILLAGE JINGLE ÉDITORIALISÉ* permet de contextualiser le jingle aux couleurs du programme pour renforcer l'association entre la marque et le programme**.

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Editeur, de la Direction Artistique et de TFI PUB.

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

*Sous réserve d'exclusivité sectorielle vis-à-vis des parrains du programme en Expand Sponso.

**Sous réserve de l'accord des Ayants Droit.

Frais techniques à prévoir.

Box IPTV éligibles : Orange, Bouygues Telecom et Free.



IMMERSION PLATEAU

PRINCIPE

L'offre IMMERSION PLATEAU permet de diffuser et tourner votre spot dans l'univers d'un programme du Groupe TFI.

BÉNÉFICE

Cette offre permet de renforcer l'impact et l'engagement de votre campagne en proposant une communication originale dans l'univers d'un programme.

DISPOSITIF

UNE PRODUCTION DANS UN ENVIRONNEMENT CONTEXTUEL



Réalisation de **spots contextualisés** tournés sur le plateau d'un programme

UNE COMMUNICATION ORIGINALE SOUS LICENCE PROPOSÉE SUR TFI ET MYTFI



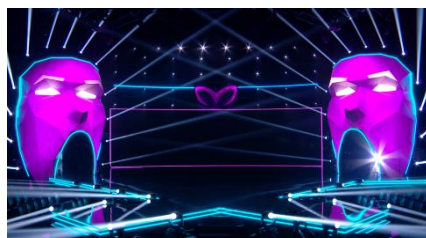
Diffusion de ces spots sur TFI **en emplacement Premium, pendant la coupure publicitaire**



Diffusion de ces spots sur MYTFI **en Adswitching** (PC / Mobile et Tablette) **et/ou sur le replay** (4 écrans)



Immersion Plateau 50' Inside



Immersion Plateau Mask Singer



Immersion Plateau DAL5

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, du Planning, de l'Ayant-Droit et de la Production.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Sous réserve de l'exploitation de la licence programme.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.



DUAL SCREEN

PRINCIPE

DUAL SCREEN, le format vidéo qui réunit 2 écrans en 1 seul.

Disponible en TV et sur le Digital, il favorise la créativité de votre spot pour enrichir votre discours, tout en créant un impact visuel auprès des téléspectateurs/internautes. Faites place aux idées et créez du lien avec vos consommateurs, renforcez l'attention, développez votre discours de marque...

BÉNÉFICE

Cette offre permet d'enrichir la diffusion de votre spot, afin de renforcer l'impact de votre message.

DISPOSITIF

Pour le téléspectateur/l'internaute, l'écran est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
- à droite : diffusion en format vertical de contenus enrichis et complémentaires

Ex. : retransmission d'un événement live, diffusion de vidéos de brand content, enrichissement social, contenus de marque, infographies, etc.



A gauche :
Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :
Diffusion de contenus enrichis

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne et TFI Factory.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.



DUAL SCREEN SHOPPABLE

PRINCIPE

Déclinaison de l'offre DUAL SCREEN, l'offre DUAL SCREEN SHOPPABLE a été pensée pour les acteurs du e-commerce, afin de répondre aux enjeux drive-to-eStore ou drive-to-App.

Cette offre permet de faire émerger votre spot publicitaire en TV/IPTV avec un format interactif drive to mobile innovant et engageant, grâce au QR CODE, pour créer une expérience shopping sur un second écran.

Pendant la diffusion du spot publicitaire, un QR CODE apparaît en DUAL SCREEN pour permettre au téléspectateur d'obtenir une promotion ou d'acheter directement le produit via son smartphone ou sa tablette.

BÉNÉFICE

Le DUAL SCREEN SHOPPABLE permet de prolonger l'expérience publicitaire et d'optimiser l'impact de la campagne en renforçant l'engagement auprès des consommateurs et en simplifiant l'acte d'achat.

DISPOSITIF

Pour le téléspectateur, l'écran est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
- à droite : intégration du QR Code à scanner avec son smartphone ou sa tablette



A gauche :

Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :

Intégration du QR Code

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne et TFI Factory.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

DUAL SCREEN GAMING

PRINCIPE

Déclinaison de l'offre DUAL SCREEN, l'offre DUAL SCREEN GAMING a été conçue pour une prise de parole sur le digital (Desktop).

Cette offre permet d'engager les internautes en proposant une expérience interactive.

À travers des mécaniques de jeu-concours, dans les codes de votre marque, vous pourrez recruter, fidéliser, animer et récompenser les internautes.

Possibilité de faire gagner aux internautes des dotations exclusives en lien avec le Groupe TFI :

- places pour assister à des émissions TFI (sous réserve de l'exploitation de la licence du programme)
- meet & greet avec des personnalités du Groupe TFI (sous réserve d'un fee d'endorsement)
- Etc.

BÉNÉFICE

En jouant sur une mécanique de gaming, le DUAL SCREEN GAMING permet d'engager les internautes et de créer de la préférence de marque.

DISPOSITIF

Pour l'internaute, le player est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
- à droite : diffusion en format vertical d'un format gaming

Ex. : Instant gagnant, quiz, jeu interactif, etc.



A gauche :

Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :

Intégration d'un format gaming

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Disponible uniquement sur Desktop.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, de TFI PUB et du prestataire technique.

Sous réserve de faisabilité technique.

Sous réserve de l'accord de l'Ayant Droit dans le cadre de l'exploitation d'une licence.

Sous réserve de l'accord des personnalités et de leurs disponibilités, dans le cas d'un « meet & greet ».

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

Frais techniques à prévoir.

Dotations à définir par l'annonceur et à la charge de celui-ci.

PRINCIPE

Déclinaison de l'offre DUAL SCREEN, l'offre DUAL SCREEN SOCIAL a été pensée pour remonter les contenus de marque déployés sur les réseaux sociaux.

Cette offre permet de relayer le spot publicitaire et les contenus dédiés des réseaux sociaux de la marque au sein d'un seul format, pour créer un lien direct avec les communautés de fans.

En partageant les posts de la marque en dehors des plateformes sociales, les contenus bénéficient d'une visibilité supplémentaire.

BÉNÉFICE

Le DUAL SCREEN SOCIAL permet de faire rayonner les contenus sociaux auprès du public et de booster l'engagement en générant du trafic sur les réseaux sociaux.

DISPOSITIF

Pour le téléspectateur/l'internaute, l'écran est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot en grand format 16/9^e
- à droite : diffusion au format carré des posts des réseaux sociaux



A gauche :
**Diffusion de votre spot classique
en format 16/9^e**

A droite :
Intégration des posts sociaux

CONDITIONS**Dispositif sur devis**

Disponible en TV, IPTV, PC, Mobile et Tablette.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, de TFI PUB et du prestataire technique.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmatique.

Majoration Opérations Spéciales en TV et frais techniques à prévoir.

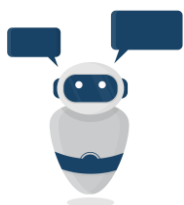
Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

Il est rappelé que l'annonceur et/ou son mandataire devra s'assurer qu'il dispose de tous les droits et autorisations nécessaires sur les éléments de publicité et sur les posts des réseaux sociaux concernés.

Les logos des plateformes sociales ne devront pas figurer dans les remontées du Dual Screen Social.

DUAL SCREEN TALK

NEW



LE CHATBOT, L'AVENIR DIGITAL DE LA RELATION CLIENT

Motivés par les évolutions technologiques et comportementales, les robots conversationnels deviennent un outil indispensable à intégrer dans sa stratégie omnicanale pour accompagner le client dans son parcours d'achat. C'est aussi une opportunité unique de créer un lien de proximité avec le public afin de booster son engagement. Si aujourd'hui les consommateurs utilisent volontiers ces agents conversationnels pour obtenir des réponses à leurs questions, ils sont 47%* à être ouverts à l'achat d'articles via un chatbot.

*Etude Gartner « Chatbot : Trends, Future and Statistics in 2020 »

PRINCIPE

L'offre DUAL SCREEN TALK a été pensée pour créer une conversation instantanée entre la marque et le public, en intégrant un agent conversationnel dans le spot publicitaire :

- **En TV / IPTV** : nous intégrons un QR code au sein de votre spot. Une fois scanné, le chatbot s'ouvre automatiquement sur smartphone (ne nécessite pas de téléchargement d'application).
- **Sur PC** : le chatbot est directement intégré au player MYTFI, juste à côté de votre spot. Lorsque l'internaute interagit avec le chatbot, le spot se met alors automatiquement en pause.

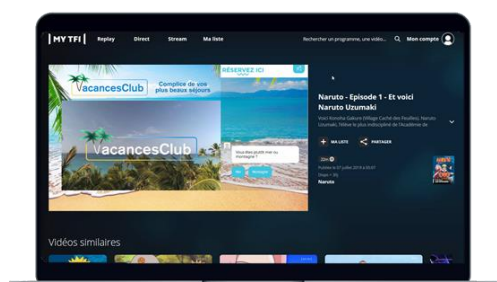
En TV et IPTV

QR code intégré au spot



Sur PC

Chatbot intégré au player MYTFI



BÉNÉFICE

Le DUAL SCREEN TALK vous permet de vous adresser à votre public de manière innovante à travers une expérience interactive. En captant l'attention du public, ce format permet de renforcer son engagement et de créer une relation de proximité entre vous et vos prospects. Informer, conseiller, divertir, conquérir... le chatbot peut répondre à vos différents enjeux business de manière simple et personnalisée.



DUAL SCREEN TALK

NEW

DISPOSITIF

Une expérience simple & innovante pour renforcer votre préférence de marque :

ÉTAPE 1 : Scénarisation de la conversation

Création de scénarii pour animer la conversation avec le public, avec des questions fermées à choix multiples pour générer automatiquement les réponses appropriées.

En fonction de votre objectif principal, le chatbot pourra proposer des recommandations de produits, apporter des conseils personnalisés, adresser une offre promotionnelle pour influencer la décision d'achat, communiquer un code unique pour participer à un jeu-concours, etc.

Pour renforcer l'engagement du public et humaniser davantage la conversation, il est également possible d'ajouter une voix au chatbot (enregistrement en studio et mise à disposition de comédiens avec différents timbres de voix).

ÉTAPE 2 : Intégration du chatbot au sein de votre spot avec le format Dual Screen

Adaptation de votre spot au format Dual Screen, selon le device sur lequel il est diffusé :

- **[En TV / IPTV]** L'écran est divisé en deux parties :
 - à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
 - à droite : appel à participation avec intégration d'un QR code à flasher
- **[Sur PC]** L'écran est divisé en deux parties :
 - à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
 - à droite : intégration du chatbot au sein du player

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Disponible sur TV, IPTV et PC.

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, de TFI Factory, de TFI PUB et du prestataire technique. Sous réserve de faisabilité technique.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production, frais techniques et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Dotations à définir par l'annonceur et à la charge de celui-ci, dans le cadre d'une mécanique de jeu-concours.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

Maquette non contractuelle.

DUAL SCREEN AR

De la création à la médiatisation, TFI Live accompagne les annonceurs dans la conception d'expériences innovantes en réalité augmentée sur smartphone ou tablette !

LA RÉALITÉ AUGMENTÉE (AR) AU SERVICE DE L'ENGAGEMENT ET DU E-COMMERCE

Démocratisée sur l'ensemble des smartphones, la réalité augmentée (AR) devient une véritable opportunité pour les annonceurs. Elle permet de faire vivre une expérience de marque innovante, interactive et personnalisée, favorisant l'engagement de ses utilisateurs. Face à une concurrence intense sur le e-commerce où il est de plus en plus difficile d'émerger, l'AR permet également de réenchanter l'expérience client et de contourner certains freins à l'achat : 63% des clients affirment que l'AR améliorerait leur expérience d'achat*.



PRINCIPE

L'offre DUAL SCREEN AR a été imaginée pour engager le public avec une expérience de réalité augmentée interactive et innovante. Pour les marques, ce format permet de proposer différentes expériences de réalité augmentée en fonction de leurs enjeux :

- **Favoriser la prise de décision dans l'acte d'achat des utilisateurs** grâce à la visualisation du produit, avant de pouvoir l'acheter depuis l'expérience AR.
- **Jouer avec le public** en proposant une expérience de gaming interactive et ludique sous forme de jeux en instant gagnant ou de jeux concours.
- **Engager la communauté** en lui permettant de s'approprier l'expérience de réalité augmentée et la partager avec l'envoi de messages personnalisés pendant les temps forts calendaires (Noël, Saint-Valentin, Fête des Mères, Fête des Pères...).

BÉNÉFICE

Le DUAL SCREEN AR vous permet de maximiser la visibilité de votre expérience AR et d'engager les téléspectateurs/internautes avec une expérience innovante, authentique et interactive. Créant un lien émotionnel fort avec le public, ce format pourra ainsi favoriser l'achat d'un produit et améliorer votre préférence de marque.

**Etude "Augmented Reality in E-commerce" compilée par InvespCRO - 2020*

DUAL SCREEN AR

DISPOSITIF

Un dispositif clé en main en 3 étapes :

ÉTAPE 1 : L'adaptation de votre spot au format Dual Screen

Diffusion de votre spot au format Dual Screen avec un appel à participer à l'expérience AR.

Pour le téléspectateur/l'internaute, l'écran est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
- à droite : invitation à participer à l'expérience AR (ex. visualisation produit, gaming ou message personnalisé), avec l'intégration d'un QR Code en TV / IPTV / PC ou d'un bouton de redirection sur mobile / tablette

ÉTAPE 2 : Le lancement de l'expérience AR

Le téléspectateur / l'internaute est redirigé vers une page web aux couleurs de la marque afin d'activer la caméra de son smartphone ou sa tablette et pouvoir ainsi lancer l'expérience en réalité augmentée.

ÉTAPE 3 : L'expérience AR

L'expérience AR démarre et est entièrement brandée aux couleurs de la marque :

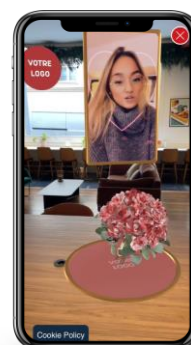
- **Pour la visualisation produit** : le produit de la marque est projeté dans l'environnement de l'utilisateur et une brique d'achat apparaît dans l'expérience. Pour certains produits, il est également possible de personnaliser le produit ou de l'essayer directement sur soi.
- **Pour l'expérience gaming** : l'utilisateur démarre le jeu pour tenter de gagner une dotation. S'il gagne, un bouton de redirection apparaît dans l'expérience AR afin de remplir un formulaire d'inscription sur une page web dédiée, toujours aux couleurs de la marque.
- **Pour le message personnalisé** : l'utilisateur enregistre son message vidéo depuis l'expérience AR et l'envoie au contact de son choix grâce à un bouton de partage. Le destinataire clique ensuite sur le lien reçu et le message vidéo se lance au sein d'une expérience AR enrichie.



Visualisation produit



Expérience gaming



Message personnalisé

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Disponible sur TV, IPTV et PC via QR Code et sur Mobile et Tablette via un bouton de redirection.

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, de TFI Factory, de TFI PUB et du prestataire technique. Sous réserve de faisabilité technique.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération de promotion.

Frais de production, frais techniques et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Maquettes non contractuelles.



SPOT EN DIRECT

Le Live n'a jamais été aussi présent dans nos environnements média. Bulles conversationnelles, information en continu, événements toujours plus spectaculaires divertissements interactifs... le Live est par définition le vecteur d'authenticité, mais aussi, et surtout, de l'émotion. Il permet ainsi de gagner la bataille de l'attention à l'heure où les consommateurs sont de plus en plus sollicités et de moins en moins attentifs.

PRINCIPE

Grâce au savoir-faire et à l'expertise des équipes de TFI Factory, la structure dédiée à la production des contenus de marque, l'offre SPOT EN DIRECT vous permet de réaliser un spot vidéo événementiel diffusé en temps réel (ou quasi temps réel) au sein d'un écran publicitaire.

BÉNÉFICE

Une campagne publicitaire innovante qui permet de :

- Délivrer un discours de transparence et d'authenticité
- Travailler une relation de proximité avec son audience
- Renforcer l'engagement des téléspectateurs

DISPOSITIF

Un dispositif unique avec la production et la diffusion en direct (ou quasi direct) de spots publicitaires sur les chaînes du Groupe TFI et en Adswitching sur MYTFI, pour faire vivre au public une expérience exclusive avec la marque à un instant T.

Ces spots pourront être précédés de teasers pour annoncer l'événement en direct à venir.

Au-delà d'une captation en direct, nous vous proposons également d'actualiser en quasi direct vos spots existants.

■ ACTUALISATION DES SPOTS EN QUASI DIRECT :

Actualisation de spots en quasi direct, avec l'intégration de photos, vidéos ou textes.

Ex. : Intégration de statistiques ou cotes de matchs sportifs, remontée des contributions des téléspectateurs (photos, tweets...), etc.

■ ACTUALISATION DES BILLBOARDS EN QUASI DIRECT :

Actualisation des billboards de parrainage au plus près de la diffusion, avec l'intégration d'éléments textes ou photos (sans animation). Ce dispositif est applicable pour un parrain par soirée et par émission.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, du Planning et de TFI Factory.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production et majoration Opérations Spéciales à prévoir.



AD QUIZ

NEW

PRINCIPE

L'AD QUIZ a été conçue pour proposer aux téléspectateurs une pause publicitaire ludique. Les téléspectateurs sont invités à répondre à une question liée au spot publicitaire de l'annonceur, pour tenter de remporter une dotation.

BÉNÉFICE

L'AD QUIZ permet d'engager les téléspectateurs à travers une mécanique participative et d'amplifier la mémorisation de votre spot publicitaire.

DISPOSITIF

Un dispositif clé en main en 4 étapes :

ÉTAPE 1 : Un pré-spot de 10"

Production d'un pré-spot de 10" qui invite les téléspectateurs à être attentifs au spot classique qui va suivre pour répondre à une question et tenter de remporter une dotation.

Ex. : *Soyez attentifs au spot qui va suivre. Scannez le QR Code à l'écran et répondez à la question pour tenter de remporter XXX.*

ÉTAPE 2 : Le spot publicitaire

Diffusion de votre spot publicitaire avec intégration d'un QR Code en surimpression pendant toute la durée du spot.

ÉTAPE 3 : Le packshot de 5"

Production d'un packshot de 5" qui invite les téléspectateurs à scanner le QR Code pour répondre à la question en lien avec le spot publicitaire qui vient d'être diffusé.

Ex. : *Pour répondre à la question suivante « Question en surimpression à l'écran », scannez le QR Code. À très vite avec « nom de la marque ».*

ÉTAPE 4 : La plateforme de participation

Une fois scanné, le QR Code renvoie vers une plateforme responsive dédiée sur laquelle les téléspectateurs retrouvent la question (sous la forme d'un QCM) et le formulaire à remplir pour participer au jeu-concours.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, du Planning, de TFI PUB et du prestataire technique.

Sous réserve de faisabilité technique.

Sous réserve des disponibilités planning.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production et réalisation des prestations à prévoir.

Majoration Opérations Spéciales à prévoir sur la totalité de l'espace publicitaire (pré-spot, spot et packshot).

Hors secteur Distribution en TV.

Dotations à définir par l'annonceur et à la charge de celui-ci.

DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION

PRINCIPE

L'offre DCO (DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION) permet d'adapter et d'optimiser vos créations publicitaires digitales en temps réel et automatiquement, grâce à la data.

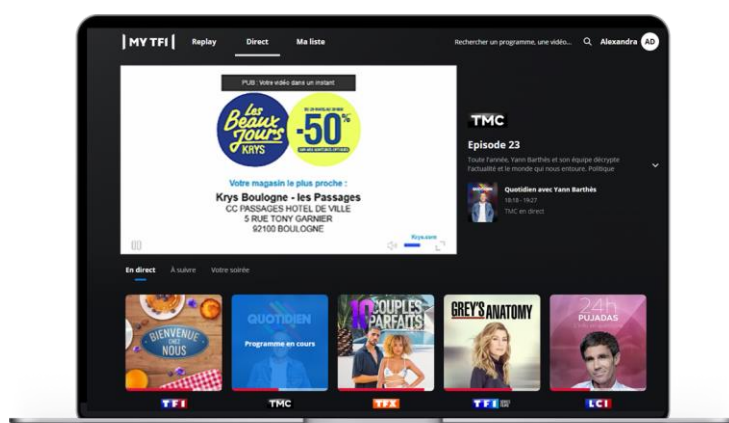
BÉNÉFICE

La DCO permet de :

- Personnaliser ses créations publicitaires en temps réel et de manière automatique
- Optimiser l'expérience des utilisateurs en leur proposant une création publicitaire adaptée
- Maximiser le taux de clics et / ou le taux de conversion sur votre site

DISPOSITIF

La DCO améliore la performance de vos campagnes publicitaires en adaptant automatiquement et en temps réel les créations en fonction de la data utilisateur (ex. : données individuelles, localisation géographique de l'internaute, etc.), de la data contextuelle (ex. : météo, horaire, etc.) et de la data annonceur (ex. : points de vente, offres promotionnelles, etc.).



Spot avec adresse du magasin le plus proche

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Disponible uniquement sur Desktop.

Sous réserve de l'accord de l'Editeur, de TF1 PUB et du prestataire technique.

Sous réserve de faisabilité technique.

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

Frais techniques à prévoir.

DOOH EXTEND

Pour accompagner les annonceurs dans leur stratégie de communication omnicanale, TFI Live et TFI Factory imaginent et déclinent des formats publicitaires en DOOH.

LE DOOH, UN NOUVEL ÉCRAN DIGITAL POUR RACONTER VOS HISTOIRES

À l'ère du digital, la publicité extérieure s'est adaptée pour s'inscrire dans la tendance, avec le DOOH (Digital Out Of Home, qui désigne la publicité extérieure numérique).

Format publicitaire très en vogue, le DOOH peut être déployé sur les voies publiques, dans les gares, les stations de métro, les centres commerciaux, etc.

Très présent dans le quotidien des Français : 91% sont exposés à des écrans DOOH, c'est aussi un support très impactant, puisque 70% prêtent attention aux écrans digitaux lorsqu'ils les voient et 59% les jugent efficaces*.

PRINCIPE

Avec DOOH EXTEND, nous vous proposons la création de brand content sur-mesure ou l'adaptation de nos formats créatifs en TV/Digital, pour une déclinaison sur les écrans DOOH.

DOOH EXTEND permet de capitaliser sur un nouvel écran digital, pour augmenter le reach de votre campagne et multiplier les interactions avec le consommateur.

Grâce à la mutualisation des contenus vidéo produits par TFI Factory, l'annonceur pourra raconter son histoire et adapter son message sur plusieurs devices.

BÉNÉFICE

DOOH EXTEND permet d'amplifier votre prise de parole en DOOH, pour bénéficier des atouts de cet écran digital :

- Capter l'attention du public avec un contenu dynamique créatif
- Engager le public avec du contenu interactif (QR Code, réalité augmentée, etc.)
- Adapter et personnaliser les créations publicitaires en quasi temps réel
- Contextualiser le message publicitaire en fonction de différents critères (moments de la journée, météo, etc.)
- Communiquer en local grâce à la géolocalisation

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, des régies publicitaires d'affichage et de TFI Factory.

L'achat d'espace devra se faire par l'agence media, directement auprès des régies publicitaires d'affichage.

* « Le rapport des Français à la publicité extérieure » - Club Digital Media / IFOP - Janvier 2021

ÉVÉNEMENTS PHYGITAUX

PRINCIPE

Organisation d'un événement physique à La Seine Musicale (la destination culturelle de l'ouest parisien), à vivre en simultanée sur le digital. Une expérience immersive, multidiffusée sur les assets du Groupe TFI, créée sur-mesure pour répondre à l'un de ces enjeux de société ou l'une de ces thématiques :



MOBILITÉ

Des modes de transports plus respectueux de leur environnement et plus représentatifs des usagers.



ALIMENTAIRE

Une consommation plus saine et variée, qui favorise le bio, le local et le fait-maison.



HABITAT

Des logements qui prennent en compte nos nouveaux modes de vie, entre télétravail et foyer de vie.



CINÉMA

Des œuvres du 7^e art à découvrir ou redécouvrir en famille ou entre amis.



MUSIQUE

Des expériences sonores à vivre tout au long de l'année.



PRÊT-À-PORTER

Des œuvres de créateurs mis en scène dans un lieu unique, au travers de défilés et d'expositions.

BÉNÉFICE

Créer un événement phygital permet de faire vivre une expérience unique à votre cible et de l'engager, où qu'elle se trouve en France, et ainsi accroître l'ampleur du dispositif.

DISPOSITIF

ÉTAPE 1 : Phase de teasing et de recrutement

Organisation d'un jeu-concours sur les assets de TFI, pour faire gagner des places pour assister physiquement à l'événement.

Teasing de l'événement type « save the date », pour que les internautes s'inscrivent à l'événement digital.

ÉTAPE 2 : Événement sur mesure à La Seine Musicale

Diffusion d'un spot TV en direct pour annoncer le lancement de l'événement.

Transmission de l'intégralité de l'événement en direct sur le digital via un espace dédié, avec un renfort média pour driver sur ce flux live. Des call to actions permettront d'accéder à des ventes privées et de générer des ventes directes pendant toute la durée de l'événement.

ÉTAPE 3 : Phase post-événement

Mise à disposition du replay de l'événement.

Révélation de l'opération à travers des vidéos brand content diffusées sur les assets du Groupe TFI.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, de TFI Factory et de La Seine Musicale.

Sous réserve des contraintes sanitaires en vigueur, des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible sur la période d'activation.

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation.

Frais de production et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

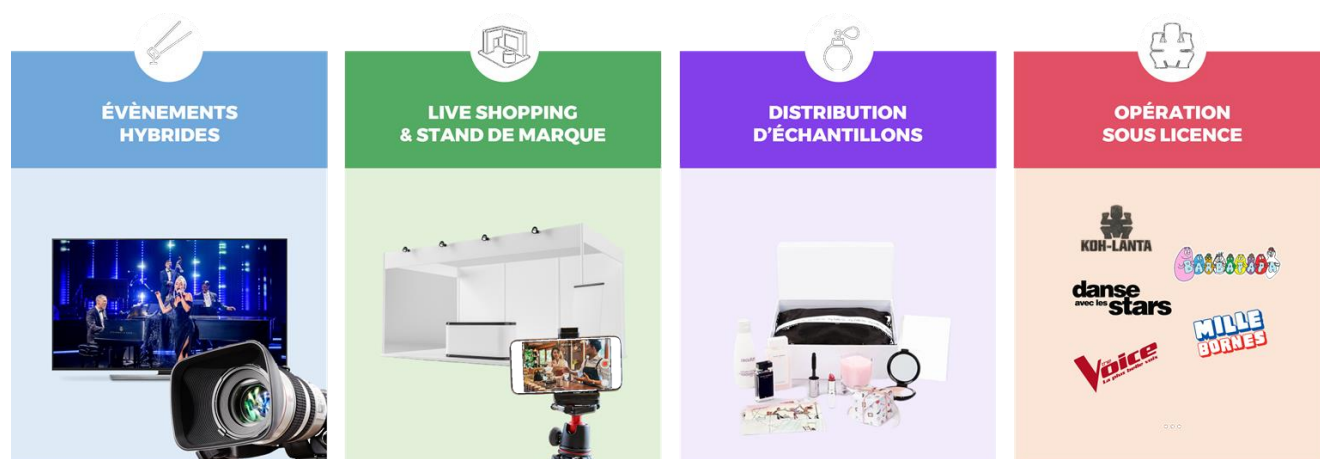
SYNERGIES TFI LIVE x UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

NEW

TFI Live, la cellule OPS et brand content de TFI PUB, et Unibail-Rodamco-Westfield (URW), leader de l'immobilier commercial avec 82 centres de shopping dans le monde, s'associent pour commercialiser conjointement des opérations spéciales cross-media, créatives et expérientielles.

PRINCIPE

Développement d'une expérience terrain événementielle sur mesure dans un centre commercial Westfield, conjuguée à une médiatisation innovante et multi touchpoints sur les supports plurimédia des groupes TFI et URW. 4 solutions proposées :



BÉNÉFICE

Faire vivre une expérience unique et engageante à votre cible en jouant sur la complémentarité des médias des groupes TFI et URW pour toucher les consommateurs tout au long de leur parcours d'achat, à domicile et hors-domicile.

DISPOSITIF

ÉTAPE 1 : Phase de teasing

Teasing de l'événement, type « save the date », pour générer du trafic (physique et/ou digital) le jour J. Si besoin, organisation d'un jeu-concours pour faire gagner des places pour assister physiquement à l'événement.

ÉTAPE 2 : Dispositif terrain sur mesure au sein du réseau Westfield

Réalisation d'un événement (ex : showcase, défilé, démonstration produit/service, avant-première, retransmission TV en fan zone) dans un ou plusieurs centres commerciaux Westfield, accompagné d'animations (ex. : photocall, rencontres & dédicaces, etc.) pour engager le public.

ÉTAPE 3 : Phase de révélation

Révélation de l'opération à travers des vidéos brand content diffusées sur les assets des groupes TFI et URW. Possibilité de retransmettre tout ou partie de l'événement sur le digital via un espace dédié, avec un renfort média pour driver sur ce flux + mise à disposition du replay de l'événement.

CONDITIONS

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, de la production et de URW. Sous réserve des contraintes sanitaires en vigueur, des disponibilités planning et de la disponibilité des inventaires publicitaires sur la période d'activation. Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en spot à spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, en Achat Express et en programmation. Tous les dispositifs TFI PUB ou relatifs aux supports dont TFI PUB assure la régie publicitaire présentés au sein de cette offre sont commercialisés par TFI PUB uniquement. Tous les dispositifs URW et/ou relatifs aux supports dont URW assure la régie publicitaire présentés au sein de cette offre sont commercialisés par URW uniquement. Frais de production et majoration Opérations Spéciales à prévoir.

En 2023*, TFI PUB lancera une METAROOM TFI, un nouvel espace virtuel et immersif au service de ses clients, pour organiser des événements B to B et des expériences de marque B to C

L'AVÈNEMENT DES MÉTAVERSES

Motivé par les évolutions technologiques, les investissements massifs des géants du numérique et l'hyper digitalisation de la société, le métavers est annoncé comme la prochaine grande révolution d'Internet. Le métavers pourrait même représenter un marché potentiel de 5 000 milliards de dollars d'ici 2030**.

Pour les marques, le métavers devient un nouveau terrain de jeu géant et un véritable levier business pour séduire et engager la jeune génération. Preuve de ce succès grandissant, plus de 3 000 annonceurs du monde entier ont déjà créé des expériences de marques inédites dans le métavers. Les agences ont aussi bien compris cet engouement et s'adaptent rapidement en développant des solutions dédiées pour accompagner leurs clients dans les différents domaines du métavers.

METAROOM TFI : UN ESPACE VIRTUEL AU SERVICE DES CLIENTS

Au sein de ces métaverses, les broadcasters bénéficient d'une certaine légitimité auprès du public, notamment grâce à leurs marques programmes fortes, leurs talents iconiques, mais également grâce à leur capacité à créer des divertissements fédérateurs. Parce que TFI PUB dispose d'un savoir-faire unique en tant que bâtisseur d'expériences publicitaires premium et engageantes, le marché pourra découvrir à partir de 2023*, une METAROOM TFI, un espace virtuel immersif, simple et innovant, accessible en 100% web depuis un écran de PC.



Un espace de rencontres B to B

Cette METAROOM TFI disposera de plusieurs salles de réunions, de salles créatives dédiées et d'un auditorium, afin de proposer aux agences et annonceurs un espace de rencontres et de projections. Cet espace serviciel permettra ainsi de favoriser les interactions, optimiser les échanges et améliorer l'expérience client.



Un espace pour les expériences de marques B to C

Au-delà des rencontres B to B, cet espace sera mis à disposition des agences et annonceurs pour imaginer des expériences de marques inédites : masterclass, rencontres « meet & greet », projections, concerts privés, expériences gaming... de nombreuses opportunités s'offrent aux clients pour adresser et engager le public de manière innovante.

* Sous réserve de développements techniques

**Etude menée par le cabinet McKinsey (juin 2022)

Photos/illustrations non contractuelles

CONDITIONS COMMERCIALES
APPLICABLES SUR LA PÉRIODE
DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2023



TF1 Publicité - SAS au capital de 2.400.000 € - 311 473 383 RCS NANTERRE
1 quai du Point du Jour - 92100 BOULOGNE BILLANCOURT - Tél. 01 41 41 30 30 - Fax. 01 41 41 34 00 -
www.tflpub.fr - <https://labox.tflpub.fr>