

TF1
PUB



Conditions commerciales

2025

TV-Streaming – Audio digital – Opérations spéciales

TF1 **TMC** **TFX** **TF1** SÉRIES FILMS **LCI**

TV Breizh

Ushuaïa **TV**

HISTOIRE TV

TF1+ **TF1** **INFO**

**Conditions commerciales
applicables sur la période du
1er janvier au 31 décembre 2025**

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

9 FRANÇAIS SUR 10

en contact chaque semaine avec les contenus TFI PUB



87%

de reach TV
hebdomadaire
auprès des
individus 15+
(84% individus 25-49)

33M

de streamers
mensuels sur TFI+

59M

de reach mensuel
sur les assets du
Groupe TFI

TF1+

La destination gratuite pour le divertissement familial et l'information

33M
DEVU

MENSUELS soit
+19% vs S1 2023 *

4M
DEVU

QUOTIDIENS soit
+13% vs S1 2023 *

73%
DES 25-49

EN FRANCE CHAQUE MOIS *

CONTENUS

TF1+, agrégateur de contenus à forte valeur
26 000 heures de contenus
+250 films et séries

Un partenariat avec Le Figaro, Deezer, l'Equipe, Arte & A&E Television Network
Des contenus longs et courts
Des saisons en intégralité
Des verticales programmes
Des saisons précédentes
Des exclusivités digitales

EXPÉRIENCE PUB

Taux de complétion à 97%
Visibilité (norme MRC Vidéo) : 96%
Brand safe : **100% ****
Attention (base 20s) : **72% *****
Écoute conjointe 25-49 sur CTV : **1 impression = 1,4 contact ******

ENVIRONNEMENT



TF1 + DISPONIBLE SUR 95% DES SMART TV ET 100% DES BOX IPTV ELIGIBLES

CAPACITÉ DE CIBLAGE

+ DE 1 300
SEGMENTS DATA
DISPONIBLES

DONT + 400
SEGMENTS DATA
RETAIL

DONT 3 FAI
& 7 DATA
PROVIDERS

*Source : Restit TV Médiamétrie - 4 écrans - sur la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2024

**Source : FW - Adserver Juin 2024 | IAS - données sur la période du 1^{er} juin au 30 juin 2024. Visibilité MRC = 50% de surface visible pendant 2 secondes. TF1+ & TF1 INFO en OTT

***Source : TF1+ : 1 Md d'impressions mesurées sur le 1^{er} trimestre 2024. Video Attention Ratio = Temps d'attention / Durée du format

****Source : Etude Médiamétrie - Ecoute conjointe - sur les contenus TF1 du peak (21h-23h) - 2 janvier au 17 octobre 2023

Nouveautés TF1 PUB

Le Format 20 secondes devient l'indice de référence sur TF1 et nos chaînes TNT-Thématiques

Historiquement le format moyen en télévision s'est toujours positionné autour des 20 secondes. Au 1er semestre 2024, 56% des investissements publicitaires TV sont réalisés sur des formats entre 15 et 29 secondes (source : Kantar Media – Janvier – Juin 2024 (hors Information-Média & Actions Humanitaire)).

La mise en place de ce nouveau format de référence, devrait permettre de fluidifier l'accès au planning dans un contexte d'offre et demande de plus en plus tendu.

Cette nouvelle référence permet aussi une meilleure opérabilité des campagnes TV-streaming.

Simplification des cascades

Conformément aux standards financiers du marché TF1 PUB simplifie ses cascades financières en Espace Classique, en Digital et en TV Segmentée en agissant principalement sur la remise de référence et la prime de centralisation.

L'objectif est de répondre aux demandes de simplification des agences et des annonceurs.

Lancement du Peak Hybride

Pour être en phase avec les usages de consommation, des écrans de coupure de programmes à fort potentiel d'audience en linéaire seront également diffusés en streaming sur écran TV au sein des mêmes programmes.

Le Peak hybride concerne uniquement les écrans VIP et EVENT du Peak de TF1.

Accélération de la Plateformisation des achats TV pour une meilleure autonomie

Pour faciliter l'accès au planning et maximiser votre autonomie, TF1 PUB crée un seul et unique parcours d'achat en net dans la BOX : « All Buy Myself ». Cette offre, ouverte dès les ouvertures de planning jusqu'à J-2 avant diffusion. (cf Page 25)

TF1+
ADVERTISING
UPFRONT

JEUDI 3 OCTOBRE 2024

TF1 PUB vous donne rendez-vous le jeudi 3 octobre 2024 pour présenter la stratégie streaming 2025 du groupe TF1 ainsi que les nouveautés publicitaires associées. Ces nouveautés feront l'objet d'une publication à venir à la suite de cet évènement.

CLASSIFICATION DES SOLUTIONS PUBLICITAIRES

TF1 PUB segmente ses solutions publicitaires autour d'une marque ombrelle unique : ONE. L'ensemble des produits de TF1 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

Sommaire

1 RSE

2 ESPACE
CLASSIQUE

3 PARRAINAGE

4 DATA &
CONVERGENCE
MULTISCREEN

5 STREAMING &
DIGITAL

6 OPS

7 GLOSSAIRE
TF1 PUB

Index **TF1**

ALL BUY MYSELF (L'OFFRE)	Page 25
CASCADE (LA)	Page 58
CINÉMA (L'OFFRE)	Page 32
COLLECTIVE (L'OFFRE)	Page 31
DISPOSITIFS ADRESSABLES (LES)	Page 76
ECOFUNDING CARBON (LE PROGRAMME)	Page 12
ENTERTAINMENT (L'OFFRE)	Page 29
EVENT (LES ÉCRANS)	Page 24
GOLDEN CONTEXT (L'OFFRE)	Page 26
GOVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL (L'OFFRE)	Page 31
INDICES FORMATS (LES)	Page 55
MAJORATIONS TARIFAIRES (LES)	Page 56
MPI (LE)	Page 41
MPI HYBRIDE (LE)	Page 53
MPI PRIORITY (LE)	Page 41
PACKS NETS (LES)	Page 34
PEAK HYBRIDE (LE)	Page 26
TV SEGMENTÉE (LA)	Page 71

Index **TMC** **TFX** **TF1** SÉRIES FILMS **LCI** **TV Breizh** *Ushuaïa* **TV** **HISTOIRE** **TV**

ALL BUY MYSELF (L'OFFRE)	Page 25
CASCADE (LA)	Page 60
CINÉMA (L'OFFRE)	Page 32
COLLECTIVE (L'OFFRE)	Page 31
DISPOSITIFS ADRESSABLES (LES)	Page 76
ECOFUNDING CARBON (LE PROGRAMME)	Page 12
ENTERTAINMENT (L'OFFRE)	Page 29
GOVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL (L'OFFRE)	Page 31
INDICES FORMATS (LES)	Page 55
MAJORATIONS TARIFAIRES (LES)	Page 56
MPI (LE)	Page 41
MPI HYBRIDE (LE)	Page 53
MPI PRIORITY (LE)	Page 41
PACKS NETS (LES)	Page 34
TV SEGMENTÉE (LA)	Page 71



Ecofunding Carbon. p.12

Impact screens. p.13

Vidéo solidaire. p.15

Vidéo solidaire Grandes Causes. p.17

Offres bas carbone. p.19



LECTURE



Soutenir une publicité plus responsable et plus durable

La régie du Groupe TFI affirme sa volonté de **donner l'impulsion d'une publicité plus responsable et plus durable**. Nous sensibilisons par différents moyens nos partenaires agences et annonceurs : lors de conférences, grâce à des outils de sensibilisation collectifs comme la Fresque de la Publicité, en proposant au marché des offres publicitaires éco-responsables imaginées avec des tiers de confiance tels que l'ADEME (Agence de la Transition Ecologique).

Afin d'aider nos clients à **réduire l'empreinte carbone de leurs campagnes**, TFI PUB met à disposition de ses partenaires un guide gratuit « Low Carbon » qui référence différents leviers de réduction carbone. Des offres « bas carbone » sont également disponibles pour accompagner nos clients qui souhaitent réduire l'impact carbone de la diffusion des publicités sur TF1+. Enfin, TFI PUB s'engage en 2025 à fournir en fin de campagne TV & streaming un bilan carbone à ses clients, accessible sur notre plateforme LaBox.

Offres	Principe	Bénéfice
Ecofunding Carbon	<p>En 2025, Ecofunding devient Ecofunding Carbon.</p> <p>Ce programme permet de diffuser des campagnes de sensibilisation pour inciter les Français à mesurer et réduire leur empreinte carbone individuelle.</p> <p>14 critères d'éligibilité permettent aux annonceurs de participer gratuitement au programme et de bénéficier d'une visibilité dans le film de sensibilisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contribution à la diffusion d'une campagne de sensibilisation prônant la durabilité et la consommation responsable • Visibilité dans le film de sensibilisation
Impact Screens	<p>Visibilité du produit/service au sein d'un écran publicitaire dédié précédé par un jingle spécifique thématique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bénéficier d'un écran publicitaire • Améliorer la mémorisation de la campagne • Renforcer la promesse de la marque sur l'engagement RSE du produit ou service
Vidéo Solidaire	<p>1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'un projet associatif</p>	<p>Mettre en valeur vos engagements environnementaux et sociétaux</p>
Vidéo Solidaire « Grandes Causes »	<p>1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'une Grande Cause</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faire rayonner vos engagements en lien avec une cause sans projet fléché • Soutenir différentes associations qui se battent pour une même cause
Offre Bas Carbone	<p>Des cadres de diffusion bas carbone sur TF1+</p>	<p>Réduire jusqu'à -32% l'empreinte carbone des campagnes *</p>

* Source : cabinet BL Evolution

Ecofunding Carbon

En 2025, 'Ecofunding' devient 'Ecofunding Carbon' pour d'une part, aider les Français à faire des choix éclairés et réduire leur empreinte carbone individuelle et d'autre part, valoriser les marques qui proposent des produits et services qui permettent de passer à l'action. Chaque spot d'un annonceur éligible à l'un des 14 critères du programme déclenche un abondement du Groupe TF1 dans le programme et permet à la marque de bénéficier d'une visibilité gratuite dans notre film de sensibilisation.



PRINCIPE

Ce programme publicitaire, **100% financé par le Groupe TF1**, permet de réaliser des **campagnes de sensibilisation** diffusées sur les **chaînes du Groupe TF1 et sur TF1+** pour aider les Français à faire des choix éclairés afin de réduire leur empreinte carbone individuelle.

COMMENT PARTICIPER ?

Chaque campagne publicitaire d'un annonceur **affichant dans son spot un des critères d'éligibilité** du programme **déclenchera de la part du Groupe TF1 un abondement** dans le programme Ecofunding Carbon, au prorata du budget média investi par l'annonceur. En 2025, ce programme permettra de programmer des campagnes **jusqu'à un équivalent de 5M€ bruts**. Au départ, le Groupe TF1 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.

BÉNÉFICES

Les annonceurs qui permettent d'alimenter ce programme Ecofunding Carbon contribuent à la diffusion de spots de sensibilisation prônant **la durabilité et la consommation responsable** et pourront **être visibles au sein des spots de sensibilisation**.

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES PRODUITS & SERVICES - PÉRIODE 2024-2025

- **Tous les critères d'éligibilité à Ecofunding Carbon par secteur d'activité sont disponibles** dans le document « TF1 PUB – EcoFunding 2025 » disponible sur <https://app.labox.tflpub.fr/home>.
- La liste de ces critères est susceptible d'évoluer.
- L'ADEME pourra, à la demande de TF1 PUB, étudier au cas par cas les publicités proposées par les annonceurs pour valider leur éligibilité au programme EcoFunding Carbon.

CONDITIONS

- L'annonceur garantit que tous les produits ou services promus dans le spot répondent au cahier des charges en vigueur indiqués dans le document « TF1 PUB – EcoFunding 2025 » disponible sur <https://app.labox.tflpub.fr/home>.
- Le critère d'éligibilité devra apparaître dans le spot en non défilant.

Impact Screens

TF1 PUB valorise les spots plus engagés grâce à des écrans dédiés sur 4 thématiques : environnement, Made in France, audiodescription, économie circulaire.



PRINCIPE

L'offre « Impact Screens » permet à l'annonceur une visibilité au sein d'un **écran publicitaire dédié** sur la chaîne TF1, TF1+ ou en Audio (sur les Indés Radio, les Indés digital, Podcasts TF1), précédé par un **jingle spécifique thématisé**, mettant en valeur le bien ou service proposé.

BÉNÉFICES

Bénéficier d'un **écran publicitaire** pour la diffusion de votre spot et renforcer la promesse de la marque sur **l'engagement RSE du produit ou service**.

CONDITIONS

- Offre réservée et ouverte uniquement aux annonceurs dont le spot fait la promotion de(s) bien(s) ou service(s) respectant les critères d'éligibilité proposés par TF1 PUB ou, pour le dispositif Audiodescription, dont le spot est conforme aux critères d'éligibilité de l'audiodescription, proposés par TF1 PUB : liste des critères détaillés dans le document « TF1 PUB – Impact Screens 2025 » accessible sur <https://app.labox.tf1pub.fr/>. L'annonceur garantit que tous les produits et services promus dans le spot répondent aux critères d'éligibilité.
- Dispositif sous réserve de disponibilité planning et d'accord de l'éditeur du support concerné.
- Offre soumise aux Conditions Générales de Vente en vigueur applicables au support concerné.
- Les dispositifs sur TF1 d'une part et sur TF1+ et en Audio 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 TF1 pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur les supports autres que TF1 et inversement.

CONDITIONS SPÉCIFIQUES SUR LA CHAÎNE TF1

- Offre accessible uniquement aux programmations réalisées en classique Spot à Spot (classique) ou en MPI Priority (hors MPI, All Buy Myself, offres catégorielles) sur TF1.
- Sont autorisés des spots d'une durée minimum de 20" sur TF1.
- Liste des écrans sur la chaîne TF1 éligibles à l'offre disponible sur <https://app.labox.tf1pub.fr/>.
- L'offre « Impact Screens » est également disponible en format « MY[SCREEN] IMPACT SCREENS » sur la chaîne TF1 :
 - en dernière position d'écran uniquement (position 99 « MY[SCREEN] IMPACT SCREENS ») avec une tarification spécifique
 - dans le cadre d'un MY[SCREEN] IMPACT SCREENS, les messages sont majorés de +5 % sur le Tarif Brut.
 - uniquement dans le cadre d'une réservation en classique Spot à Spot (hors MPI, MPI Priority, All Buy Myself, offres catégorielles).
 - seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN] IMPACT SCREENS.

Impact Screens

CONDITIONS SPÉCIFIQUES SUR TF1+

- L'offre « Impact Screens » est accessible sur TF1+ en 4 écrans.
- L'Impact Screen « Audiodescription » n'est pas disponible sur TF1+.
- Les écrans « Impact Screens » sont accessibles uniquement aux programmations réalisées en gré à gré et en programmation garanti.
- Diffusion possible en position midroll uniquement.
- Frais techniques (ajout des jingles au spot de l'annonceur + validation ARPP) : 500€ HT net

CONDITIONS SPÉCIFIQUES EN AUDIO (LES INDES RADIOS, LES INDES DIGITAL, PODCASTS TF1)

- L'impact Screen « Audiodescription » n'est pas éligible sur les supports Audio.
- En Radio sur les Indés Radios, les écrans « Impact screens » seront diffusés aux horaires des écrans VIP existants, liste disponible dans les conditions commerciales audio 2025 sur le site <http://tf1pub.fr>.
- Sont autorisés dans les écrans « Impact Screens » des spots d'une durée maximale de 55".
- En Audio Digital sur Les Indés Digital et/ou Podcasts TF1 sont autorisés dans les écrans « Impact Screens » des spots d'une durée maximale de 25" sur les podcasts TF1 et Les Indés Digital et sous réserve de l'activation du dispositif en Radio.

Vidéo Solidaire

TF1 PUB souhaite aider les marques à concrétiser leurs engagements d'entreprise, avec une démarche plus responsable dans tous les maillons de la chaîne de valeur, y compris dans leurs investissements publicitaires.

Vous soutenez une association en regardant cette publicité



pour



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 300 associations partenaires de Goodeed.

SUPPORTS MÉDIAS

Afin de démocratiser la publicité solidaire en France, TF1 PUB propose **un large éventail de supports médias éligibles** pour diffuser votre campagne solidaire :

- En télévision sur les chaînes TF1, TMC, TFX et TF1 Séries Films
- En streaming sur la plateforme TF1+
- En social sur le compte Twitter de TF1
- En digital média sur le site de TF1 INFO

BÉNÉFICES

Booster l'agrément de votre campagne et **mettre en valeur vos engagements environnementaux et sociétaux**. Le format solidaire TF1 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.

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).

TF1 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 TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et de 15" sur TF1+, TF1 Info et la page X (ex Twitter) de TF1.
- Cette offre n'est pas accessible aux programmations réalisées avec l'offre All Buy Myself, aux offres catégorielles, au MPI Priority et en programmatique.
- 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 TF1 PUB
- Les dates de campagne ne pourront être assurées que sous réserve de la réception par TF1 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 TF1 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 TF1 est soumise à validation de TF1 PUB, Goodeed et l'association.

Vidéo solidaire

« Grandes Causes »

TF1 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.

En regardant cette publicité
vous soutenez 5 associations



Levi's® pour les grandes causes



PRINCIPE

1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'une Grande Cause

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 **5 associations partenaires de Goodeed sur une cause solidaire commune.**

Ainsi, l'annonceur a la possibilité de choisir **1 Grande Cause à soutenir parmi les 5 causes proposées par Goodeed :**

1. Humanitaire
2. Climat & biodiversité
3. Égalité des chances
4. Santé
5. Inclusion sociale.

Chaque cause permet de **soutenir 5 associations dont les enjeux sont directement liés à la thématique**, la sélection sera actualisée une fois par an pour répondre aux besoins de l'ensemble des associations partenaires.

SUPPORTS MÉDIAS

Cette nouvelle offre solidaire « Grandes Causes » est disponible :

- En télévision sur les chaînes TF1, TMC, TFX et TF1 Séries Films
- En streaming sur la plateforme TF1+

BÉNÉFICES

- Faire rayonner les **engagements d'une marque** en lien avec une cause sans projet fléché
- **Soutenir différentes associations** qui se battent pour une même cause

Vidéo solidaire

« Grandes Causes »

DISPOSITIF

Étape 1 : Choix de la Grande Cause solidaire par l'annonceur

Il vous suffit de sélectionner une cause en accord avec votre ADN : humanitaire, climat & biodiversité, égalité des chances, santé ou inclusion sociale.

Étape 2 : Médiatisation de la publicité solidaire

Votre spot solidarisé avec le format Goodeed « Grandes Causes » est ensuite diffusé sur nos supports médias éligibles. Pendant la durée de la campagne, les 5 associations soutenues sont également présentées sur une page dédiée sur le site de Goodeed.com.

Étape 3 : Financement et suivi du projet

En fin d'année, une part du montant de la campagne est reversée aux 5 associations partenaires.

TF1 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.
- Sous réserve de la disponibilité au planning.
- Sont autorisés des spots d'une durée minimum de 20" sur TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et de 15" sur TF1+.
- Cette offre n'est pas accessible aux programmations réalisées avec 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 1 Grande Cause soutenue à la souscription de l'ordre de publicité.
- L'annonceur sera informé de l'accord de Goodeed dans un délai maximum de 7 jours ouvrés suivant la souscription de l'Ordre De Publicité auprès de TF1 PUB
- Les dates de campagne ne pourront être assurées que sous réserve de la réception par TF1 PUB de l'ensemble des éléments créatifs (spot de l'annonceur) 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 TF1 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 ou diffusion du spot solidaire en dehors d'un support du Groupe TF1 est soumise à validation de TF1 PUB et Goodeed.

Offres Bas Carbone

TF1 PUB propose des offres « bas carbone » afin d'accompagner ses partenaires pour réduire l'impact carbone de la diffusion des publicités sur TF1+



PRINCIPE

En 2025, TF1 PUB propose aux annonceurs **2 offres « bas carbone » sur TF1+** dont l'objectif est **d'essayer de limiter les émissions carbone jusqu'à -32% *** par rapport à une campagne non optimisée.

Ces offres sont basées sur **8 leviers de réduction des émissions carbone** tels que cibler le(s) device(s) de diffusion de la campagne ayant la plus faible empreinte carbone ou cibler les internautes connectés depuis un réseau fixe (wifi).

Le détail des 2 offres Bas Carbone de TF1 PUB est disponible sur <https://app.labox.tf1pub.fr/home>,

CONDITIONS

- Sous réserve du respect des conditions d'éligibilité déterminées par TF1 PUB et détaillées ici : <https://app.labox.tf1pub.fr/home> (Guide Low Carbon),
- Cette offre est accessible uniquement aux programmations réalisées en gré à gré et programmation garantie.

**Source : cabinet BL Evolution*



Espace Classique

Espace Classique TF1 et TNT1. p.22

- Les offres Spot à Spot . p.23
- Les offres catégorielles . p.27
- Les packs nets . p.34
- Les offres MPI . p.41

Conditions tarifaires TF1 et TNT1. p.54

 **LECTURE**

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

Espace Classique

Pour chaque offre permettant d'acheter de l'Espace Classique, les chaînes éligibles sont présentées comme suit :

Pour les offres accessibles sur la chaîne TF1 : 

Pour les offres accessibles sur l'ensemble des chaînes TNT et Thématiques en régie : 

Si l'offre n'est accessible que sur certaines chaînes TNT/thématiques, une précision sera faite.

Il est rappelé que :

- Les chaînes TNT / Thématiques peuvent être achetées séparément en MPI ou Spot à Spot, sauf offre spécifique.
- Les conditions commerciales des offres TF1 d'une part et des offres TNT/thématiques d'autre part sont indépendantes.

QUELLES OFFRES ?

TF1 PUB propose plusieurs types d'offres :

- Une offre Sur-mesure :
 - Les offres en Spot à Spot
 - Les offres catégorielles
 - Les Packs Nets
- 
- Une offre clé en main :
 - Les offres MPI 

Les campagnes MPI/MPI Priority éligibles peuvent être hybridées à hauteur de 10% maximum des GRP TV estimés de la campagne selon les conditions définies par TF1 PUB page 53.

**TF1****TNT**

SUR-MESURE

L'achat au Spot à Spot sur TF1 et TNT1

LES OFFRES SPOT À SPOT P.23

LES OFFRES CATÉGORIELLES P.27

LES PACKS NETS P.34

CLÉ EN MAIN

L'achat automatisé sur TF1 et TNT1

LES OFFRES MPI P.41

**LECTURE**

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



Espace Classique

TF1 TNT

**LES OFFRES
SPOT À SPOT**



LECTURE

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

Les Offres Spot à Spot



PREMIUM

L'AVANTAGE

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



LES CONDITIONS

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

Sécuriser vos choix de programmation de certains écrans, acheter en Prio et bénéficier 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. Ces écrans publicitaires ont une terminaison d'écran spécifique (l'intitulé d'écran se termine par 7 pour les émissions hors sport et par 8 pour les émissions de sport), favorisant la lisibilité de notre offre et l'anticipation de vos achats. Les Golden Context sont commercialisés en EVENT. TF1 PUB se réserve le droit de vendre les Golden Auction Spots via un système d'enchère.



Les Event ne sont pas accessibles aux offres « All Buy Myself », « PME-PMI & Nouvel Annonceur », « Entertainment », « Cinéma », « Pure Player » et « Edition Littéraire » 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 particulièrement efficaces : les marques présentes dans les écrans d'émissions à fort engagement bénéficient de + 32% de mémorisation, + 23% en termes d'image et + 78% d'attractivité*.



Les écrans VIP ont une codification spécifique : l'intitulé d'écran se termine par 2. Ils ne sont pas accessibles aux offres « All Buy Myself », « Entertainment » à J-5, ni aux achats en coût GRP garanti.

*Source : OpinionWay pour TF1 PUB, Etude 2024. Différentiels observés entre les téléspectateurs plus engagés et les moins engagés aux émissions TV. Etude disponible sur demande.



EP

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



Les Emplacements privilégiés font l'objet d'une majoration en fonction de leur position dans l'écran : 1 et 99, puis 2 et 98, puis 3 et 97. (cf page 51)



NEW

Pour la période allant du 6 octobre au 7 décembre 2025, dans le cadre des ouvertures de planning pour la Jeunesse, toutes les demandes devront être envoyées à TF1 PUB au plus tard le lundi 2 juin 2025. Les retours de négociations de la part de TF1 PUB s'effectueront une fois toutes ces demandes reçues, soit à partir du 3 juin 2025.

ALL BUY MYSELF dans la BOX



PRINCIPE

En 2025, pour faciliter l'accès au planning et maximiser votre autonomie, TFI PUB **créé un seul et unique parcours d'achat** en net dans la BOX : « All Buy Myself » (fusion de l'Offre Achat Express et All Buy Myself) pour TFI et pour chacune des chaînes TNT.

Le nouveau parcours d'achat All Buy Myself se fait dans La Box dès les ouvertures de planning jusqu' à J-2 de la diffusion (jours ouvrés).

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

FONCTIONNEMENT

LABOX.TFIPUB.FR



1

Créez-vous un compte et Connectez vous à labox.tfipub.fr avec vos identifiants personnels



2

Accédez aux inventaires disponibles pour cette offre. Ces écrans proposés sont vendus en net fin d'ordre, seule la majoration d'un emplacement premium s'applique



3

Achetez

Vous pourrez effectuer un achat en ligne. Cet achat sera ferme et définitif. Votre spot doit obligatoirement avoir un avis ARPP favorable et nous parvenir 5 jours ouvrés avant sa date de diffusion. Voir les conditions sur La Box.

CONDITIONS

POUR QUI ?

Tous les annonceurs (client en direct ou via un mandataire) à l'exception des Pure-Players, du secteur Cinéma, Gouvernement et intérêt général, Collective et de l'ensemble de la famille édition.

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 nets 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. Voir les conditions sur La Box.

Ecrans Golden Context **TF1**

DESCRIPTION

Déclinaison des écrans EVENT, les écrans Golden Context proposent un écran de communication via une durée écran réduite (2 min maximum) au sein des programmes les plus puissants de la chaîne TF1.

Ces écrans bénéficient d'un habillage spécifique « chrono » pour favoriser la rétention des téléspectateurs.



FONCTIONNEMENT

L'ouverture et la commercialisation des écrans Golden Context se font via une offre spécifique envoyée au marché en amont de la diffusion.

Les écrans Golden Context bénéficient d'un calendrier spécifique d'achat et de réservation précisé dans l'offre.

POUR QUI ?

Ces écrans seront accessibles à l'ensemble des annonceurs à l'exception des offres « Pure-Players », « Entertainment », « Cinéma » et « Edition littéraire ».

Ecrans Peak Hybride **TF1**

OBJECTIF

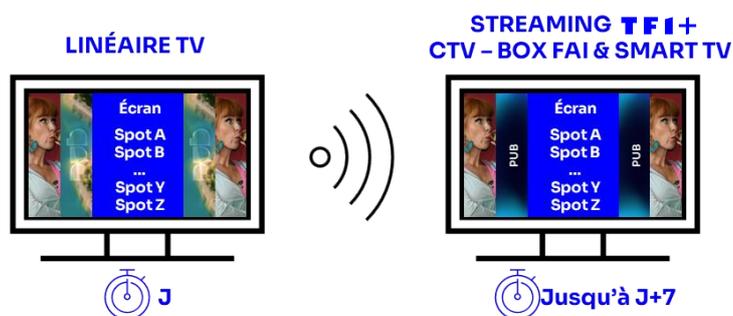
Diffuser les écrans de coupure d'un même programme en télévision linéaire et en streaming sur écran TV, jusqu'à J+7 de la diffusion linéaire.

QUELS ECRANS ?

Ne sont concernés que les écrans VIP et EVENT de la chaîne TF1.

L'hybridation de ces écrans sera communiquée à S-3 de la diffusion via le flash marché. L'hybridation concernera l'ensemble des spots de l'écran.

L'hybridation de l'écran sera également précisée dans PopCorn.



FONCTIONNEMENT

Les audiences réalisées en streaming seront automatiquement intégrées aux GRP commercialisés en Espace Classique à J+7.

POUR QUI ?

Ces écrans seront accessibles aux mêmes conditions que l'accès aux écrans VIP et EVENT (cf Page 24).



**LES OFFRES
CATÉGORIELLES**

▶ LECTURE

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

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 TF1 PUB. TF1 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 ¹	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif
Périodes pleines*	60%	75%
Périodes creuses**	65%	80%

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2025

** Périodes creuses : janvier à février / juillet à août 2025

¹ Hors écrans EVENT et hors écrans du Peak (intitulés 2000-2199)

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'icône 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.

- Votre achat est ferme après validation de vos demandes par TF1 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 en coût GRP garanti avec une campagne « Pure Player ». Il faut a minima une semaine inactive entre une campagne en coût GRP garanti et une campagne « Pure Player ».

Les Offres Catégorielles

ENTERTAINMENT

AVANTAGE

Abattement différencié selon votre date d'entrée dans le planning.



Décalage de diffusion	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif ³	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif
S-3 avant diffusion ¹	55%	75%
J-5 avant diffusion ²	65%	80%

¹ Chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi

² Chaque jeudi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi. Offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion.

³ S-3 avant diffusion : Hors écrans EVENT / J-5 avant diffusion : Hors écrans VIP et écrans EVENT

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs :

- Editions : F16 (hors V1602) 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

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 59.

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

Les Offres Catégorielles

EDITION LITTERAIRE

AVANTAGE

Abattement différencié selon la typologie de livres promus.



À partir des ouvertures de planning	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif ¹	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif ¹
Tous les livres	60%	80%
1er ou 2ème livre du même auteur	65%	85%

¹ Hors écrans EVENT

POUR QUI ?

Offre commerciale à destination du secteur édition littéraire (code secteur: 160201) uniquement, selon la nomenclature (16020112 : Édition littéraire tous supports: livres, BD, livres numériques, hors livres audio... (sans garantie d'exclusivité)).

LES CONDITIONS

Offre valable uniquement en achat en Spot à Spot. Offre non cumulable avec aucune autre prime et/ou remise quelle qu'en soit la nature. Ces campagnes n'ont pas accès à l'offre « All Buy Myself ».

Les Offres Catégorielles

GOVERNEMENT ET INTÉRÊT GÉNÉRAL

AVANTAGE

Offre cumulable avec la remise de référence pour la TNT.



Dès l'ouverture de planning	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif
Remise	40%	30%

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 TF1, 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 50%, au lieu de 40% pour TF1 et 40 % au lieu de 30% pour TNT1, appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

LES CONDITIONS

Ces campagnes n'ont pas accès à l'offre « All Buy Myself ».

COLLECTIVE

AVANTAGE

Offre cumulable avec la remise de référence pour la TNT.



Dès l'ouverture de planning	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif
Remise	40%	30%

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 TF1 PUB. Ces campagnes n'ont pas accès à l'offre « All Buy Myself ».

Les Offres Catégorielles

CINÉMA

AVANTAGE

Abattement différencié selon votre date d'entrée dans le planning, le support et la catégorie de films cinéma ou d'animation à laquelle vous appartenez.



	A l'ouverture des plannings ¹ : Abattement sur le CA brut tarif	S-3 avant diffusion ² : Abattement sur le CA brut tarif	A l'ouverture des plannings ³ : Abattement sur le CA brut tarif	S-3 avant diffusion : Abattement sur le CA brut tarif
Films > 7 M€	50 %	55 %	72%	77%
Films > 5 M€ et < ou = 7 M€	55 %	60%	75%	80%
Films < ou = 5 M€	60%	65 %	80%	85%

¹ : Hors écrans EVENT.

² : La programmation est faite chaque lundi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi hors écrans EVENT. Offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion.

³ : 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

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 TF1 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 TF1 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 TF1 PUB que le montant du budget de production est bien < ou = 5 M€.

À défaut de communication du budget du film, l'annonceur se verra appliquer un abattement de 45% sur TF1 et 70% sur TNT1 sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées à l'ouverture des plannings et un abattement de 50% sur TF1 et 75% sur TNT1 appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées à S-3 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 59) 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'offre « All Buy Myself ».

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

Les Offres Catégorielles

PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

AVANTAGE

À partir des ouvertures de planning ¹	TF1		TNT	
	Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif		Abattement cours d'ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif	
Périodes pleines*				
Tous annonceurs	55%		70%	
Jeux-Jouets	45%			
Périodes creuses**				
Tous annonceurs	55%		75%	
Jeux-Jouets	55%			

NEW

* Périodes pleines : mars à juin / octobre à novembre 2025

** Périodes creuses : janvier à février / juillet à septembre / décembre 2025

¹ : Hors écrans EVENT.

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2024 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.

Nouvel annonceur TF1 : tout annonceur ou Groupe d'annonceurs absent de TF1 en Espace Classique en 2024.

Nouvel annonceur TNT1 : tout annonceur ou Groupe d'annonceurs n'ayant pas communiqué sur une des chaînes de TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI, TV Breizh, Ushuaïa et Histoire en Espace Classique en 2024.

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2025 ou qui communiquerait en 2025 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2024, 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 quelle qu'en soit sa nature.



Espace Classique



LES PACKS NETS

 **LECTURE**

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

Les Packs Nets

NEW

- 3 nouveaux Packs Nets en 2025 : un pack « News » sur TF1, un pack « Infotainment » sur TF1 et TMC et un pack « TFOU » sur TF1 et TFX.
- Pour rappel les Packs Nets sont les suivants : BONJOUR / QUOTIDIEN / DECIDEURS LCI / USHUAIA / HISTOIRE / NEWS TF1 / INFOTAINMENT / TFOU
- Pour l'achat ferme d'au moins 3 packs nets dans l'année, une remise de 10% sera appliquée sur chacun des packs*.

PACK « BONJOUR »

AVANTAGE

Une présence garantie dans la nouvelle matinale du PAF.

LE DISPOSITIF

15 présences sur une semaine en spot classique garanties en contexte 100% « bonjour ! » du lundi au vendredi sur TF1.

Plus un relais digital en contexte TF1+ (4 écrans) : 200 000 impressions du spot en contexte « bonjour ! » et info sur la même période que la campagne TV.

Périodes Tarifs par semaine	Tarif 20" secteurs 1 et 2
Janvier-Février	20 200€
Mars-Juin	Publication au plus tard le 31/12/2024
Juillet - Décembre	Publication au plus tard le 31/05/2025

Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes (dont 4 000 € net HT en Digital)



LU MA ME JE VE

7h30

Ecran 750

8h00

Ecran 820

8h30

Ecran 850

9h00

3 Spots par jour
dans les écrans
de la Matinale

Les intitulés des écrans n'impliquent pas d'horaires de diffusion

LES CONDITIONS

- Tarif Net FO non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- Un CA Net annuel minimum de 150 000 € investi dans cette offre sera demandé pour avoir accès à ce dispositif
 - Achat de 4 semaines successives obligatoire par période de 2 mois
 - 10 packs disponibles par période sous réserve de disponibilité planning - Premier arrivé, premier servi (signature de l'ODP faisant foi)
- La programmation du dispositif TV sur TF1 et du dispositif digital sur TF1+ est assurée à la discrétion de TF1 PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. Dispositif TF1 achetable séparément aux mêmes conditions. Achat du dispositif TF1+ seul : nous consulter.
- Les spots seront programmés hors position préférentielle.

* L'application de la remise est soumise à l'engagement préalable de l'Annonceur à l'achat de 3 packs nets dans l'année. A défaut de respect de son engagement par l'Annonceur, TF1 PUB sera fondée à reprendre le montant de la remise indument accordée.

Les Packs Nets

PACK « 100% QUOTIDIEN »

AVANTAGE

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

LE DISPOSITIF

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

Plus un relais digital en contexte TF1+ (4 écrans) : 150 000 impressions du spot en contexte 100% QUOTIDIEN sur la même période que la campagne TV.

LES CONDITIONS

- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif TV sur TMC et du dispositif digital est assurée à la discrétion de TF1 PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. TMC et TF1+ peuvent être achetés séparément.



Périodes Tarifs par semaine	Tarif 20"
Janvier-Février	35 600€
Mars-Juin	41 000€
Septembre - Décembre	47 500€

Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes (dont 4 000 € net HT en Digital)

PACK DÉCIDEURS



AVANTAGE

Une présence exclusive dans les temps forts de LCI

LE DISPOSITIF

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

Plus un relais digital 4 écrans : 250 000 impressions du spot auprès de décideurs en entreprise sur TF1+ et TF1 Info ou 312 500 impressions en rotation générale sur des contenus de LCI disponibles en digital.

Périodes Tarifs par semaine	Tarif 20"
Année 2025	16 800€

Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes (dont 5 000 € net HT en Digital)

LES CONDITIONS

- Tarif net FO valable tout au long de l'année. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- TF1 Pub se laisse le droit de réviser ce tarif en cas de variation 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 Mars-Avril 2024 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 TF1 Pub.
- Offre soumise aux CGV de TF1 Pub applicables pour chacun des supports. Les dispositifs TV et digital peuvent être achetés séparément.



	L	M	M	J	V	S	D
Avant 0599							
Matinale 0600 à 0900			10 spots				
0901 à 1200							
Déjeuner 1201 à 1399			5 spots				
1400 à 1799							
Soirée 1800 à 2299			15 spots				
Après 2300							
						20 spots	

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.



Périodes Tarifs pour 14 jours	Tarif 20" Net HT
Janvier-Avril	1 080€
Mai-Août	Publication au plus tard le 30/04/2025*
Septembre - Décembre	Publication au plus tard le 31/08/2025*

* Après la sortie d'audiences Médiamat' Thématik

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.



Périodes Tarifs pour 14 jours	Tarif 20" Net HT
Janvier-Avril	1 400€
Mai-Août	Publication au plus tard le 30/04/2025*
Septembre - Décembre	Publication au plus tard le 31/08/2025*

* Après la sortie d'audiences Médiamat' Thématik

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.
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif est assurée à la discrétion de TFI Pub.

Les Packs Nets

PACK « NEWS TF1 »

NEW



AVANTAGE

Présence garantie les week-ends dans les contextes d'actualité qualitative de la chaîne TF1 : des journaux aux émissions de décryptages.

LE DISPOSITIF

6 présences garanties sur TF1 sur un week-end en spot classique autour de chacun des 3 programmes suivants : « Le 13H », « Grands Reportages » et « Sept à Huit ».

Plus un relais digital en contexte TF1+ (4 écrans) : 750 000 impressions du spot en contexte « NEWS » sur la même période que la campagne TV.



Périodes Tarifs par week-end	Tarif 20'' secteurs 1 et 2
Janvier-Février	64 800 €
Mars-Juin	75 600 €
Juillet-Août	64 800 €
Septembre - Décembre	86 400 €

Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes
(dont 15 000 € net HT en Digital)

LES CONDITIONS

- Tarif Net FO valable sur l'année 2025. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- La programmation du dispositif TV sur TF1 et du dispositif digital sur TF1+ est assurée à la discrétion de TF1 PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. Dispositif TF1 achetable séparément aux mêmes conditions. Achat du dispositif TF1+ seul : nous consulter.
- Les spots seront programmés hors position préférentielle.

Les Packs Nets

PACK « INFOTAINMENT »

NEW



AVANTAGE

Une présence garantie du lundi au samedi pour communiquer autour des émissions phares de TF1 et TMC traitant de l'actualité majeure à la plus légère.

LE DISPOSITIF – 12 présences par semaine

5 présences en spot classique garanties en contexte « bonjour ! » du lundi au vendredi sur TF1.

2 présences le samedi en spot classique garanties en contexte « 50'inside » sur TF1.

5 présences en spot classique garanties en contexte « QUOTIDIEN » du lundi au vendredi sur TMC.

Plus un relais digital en contexte TF1+ (4 écrans) :
360 000 impressions du spot en contexte « NEWS » sur la même période que la campagne TV.

Périodes Tarifs par semaine (Lundi-Dimanche)	Tarif 20" secteurs 1 et 2 sur TF1
Janvier-Février	37 800 €
Mars-Juin	43 200 €
Septembre - Décembre	48 600 €

Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes
(dont 9 000 € net HT en Digital)

LES CONDITIONS

- Tarif Net FO valable sur l'année 2025. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- La programmation du dispositif TV sur TF1 et du dispositif digital sur TF1+ est assurée à la discrétion de TF1 PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. Dispositif TF1 achetable séparément aux mêmes conditions. Achat du dispositif TF1+ seul : nous consulter.
- Les spots seront programmés hors position préférentielle.



Les Packs Nets

PACK « TFOU »

NEW



AVANTAGE

Une présence garantie tous les jours de la semaine au sein de l'univers TFOU pour adresser efficacement la cible Enfants 4-10 ans.



LE DISPOSITIF

5 présences en spot classique garanties en contexte « TFOU » les samedis et dimanches sur TF1.

10 présences en spot classique garanties en contexte « TFOU » du lundi au vendredi sur TFX.

Plus un relais digital en contexte TFI+ (4 écrans) :
75 000 impressions du spot en contexte « TFOU » sur la même période que la campagne TV.

Périodes Tarifs par semaine (lundi-dimanche)	Tarif 20'' secteurs 1 et 2 sur TF1
Janvier-Juin	8 600 €
Juillet-Août	5 900 €
1 ^{er} Septembre-17 Octobre	11 300 €
18 Octobre - 30 Novembre	21 600 €
Décembre	11 300 €

*Tarif net fin d'ordre HT en format TV et Digital 20 secondes
(dont 1 500 € net HT en Digital)*

LES CONDITIONS

- Tarif Net FO valable sur l'année 2025. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- La programmation du dispositif TV sur TF1 et du dispositif digital sur TFI+ est assurée à la discrétion de TF1 PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. Dispositif TF1 achetable séparément aux mêmes conditions. Achat du dispositif TFI+ seul : nous consulter.
- Les spots seront programmés hors position préférentielle.



Espace Classique



LES OFFRES MPI

 **LECTURE**

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

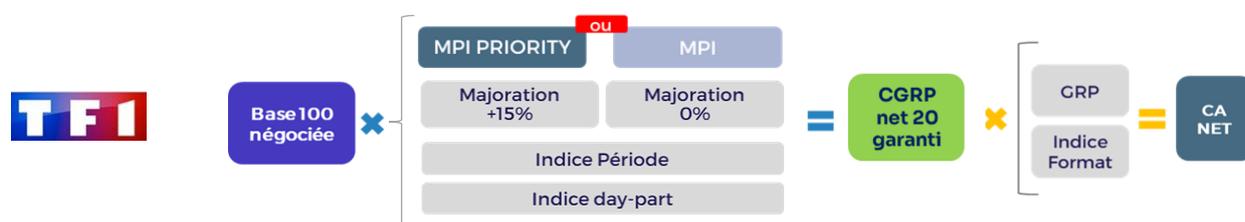
Les Offres MPI TFI & MPI TNT1

LE COÛT

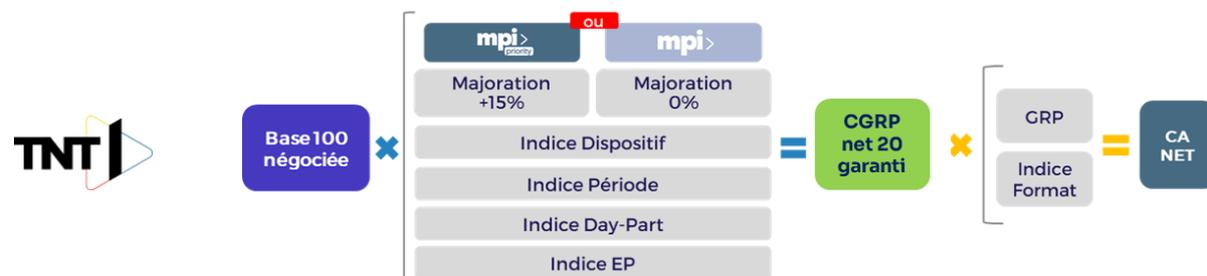
En amont de la première demande de programmation en MPI, en accord avec TFI PUB, est définie **par cible une « Base 100 », coût GRP net base 20 secondes non indicé**. Cette « Base 100 » est modulée selon des grilles d'indices par cible. Les « Coûts GRP nets base 20 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, hors modulation Modulo (pour le MPI), Premium, Prio et toute autre majoration applicable.

- TFI PUB poursuit en 2025 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 streaming TV par TFI PUB en cas d'hybridation de la campagne MPI.*
- Pour rappel le MPI PRIORITY n'est pas soumis aux modulus, mais est majoré de 15%.**

TFI PUB s'engage à garantir le « Coût GRP net base 20 secondes » résultant de l'application sur chaque Base 100 des différents indices listés ci-dessous 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 20 secondes » par période et par Day-Part. Celui-ci sera ajusté par l'application 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 TNT1 indiqué au sein du brief de programmation accepté, TFI PUB appliquera un abattement complémentaire afin que le budget réellement programmé ne dépasse pas plus de 1% le budget indiqué.

La liste des options activables dans le MPI Priority est disponible page 116 .

*Voir pages 52 et 113.

Les Offres MPI TF1 & MPI TNT1

LA PROGRAMMATION

Programmation des campagnes publicitaires assurée exclusivement par TF1 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*, la programmation sera faite au plus près des objectifs définis dans le brief en termes de Day-Parts, étant précisé que cela ne constitue pas un engagement ferme de TF1 PUB qui n'est tenue qu'à une obligation de moyens à ce titre. A titre indicatif, les Day-Parts correspondent à l'heure de consommation du programme en streaming sur écran TV.

Day : 06h à 17h59

Access : 18h à 19h59

Peak : 20h à 21h59

Night : 22h à 00h

Extra-night : 00h01 à 05h59

La diffusion en streaming sur écran de TV, Avod et chaînes FAST thématiques 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, TF1 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.

TF1 PUB se réserve le droit d'exclure exceptionnellement certains écrans dans le cadre du mode d'achat en MPI, en plus des écrans exclus systématiquement de la programmation en MPI.

LES CIBLES

La liste des cibles socio-démo et DATA garanties en MPI sont précisées dans les fiches techniques des offres MPI TF1 et MPI TNT1.

Les cibles DATA garanties, sont des cibles Kantar-Prométhée et ne sont pas éligibles à l'hybridation de la campagne.

*Voir pages 52 et 113.

Les Offres MPI TFI & MPI TNT1

LA CRÉATION D'UN BRIEF MPI TFI ET MPI TNT1

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 Priority

Et respectant les critères suivants :



MPI PRIORITY	MPI
Pas de choix contextuel	
Entre 2 et 6 semaines actives	
NEW Entre 15 et 50 GRP hebdomadaires	
4 formats maximum de 45 secondes maximum	4 formats maximum de 30 secondes maximum
Poids des GRP du brief : Day : <= 50% Access : <= 25% Peak : <= 50% Night : <= 10%	NEW Poids des GRP du brief : Day : <= 50% Access : <= 25% Peak : <= 35% Night : < ou= 10%
Secteurs non éligibles : Famille Télécommunication (n°49) / Variété Films de cinéma hors films d'animation enfants (n°33010603) / Variété Films d'animation enfants (n°33010604) / Variété Spectacles vivants (n°32020301) / Variété Paris et jeux d'argent en ligne (n°32020604) / Famille Edition (n°16) / Secteur Automobiles (n°110101) / Secteur Véhicules utilitaires (n°110104) / Classe Parfumerie (n°1003) / Secteur Fournisseurs de contenu audiovisuel (n°330107) / Secteur Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD (n°330108)	
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)	
-	NEW Pour un poids de CA Net en Premium >= 50% : passage en 6 positions obligatoire
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.
Les écrans se terminant par 2,7,8 sont exclus du MPI et MPI Priority	

*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 TFI & MPI TNT



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) / Variété Paris et jeux d'argent en ligne (n°32020604) / Famille Edition (n°16) / Secteur Fournisseurs de contenu audiovisuel (n°330107) / 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 chaîne et une offre Multi Chaînes 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 TF1 & MPI TNT

	MPI PRIORITY	MPI
Envoi du brief à TF1 PUB	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-4	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-1
Acceptation du brief	A compter de la date du retour des ordres, TF1 PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 8 jours ouvrables ¹	A compter de S-3 avant diffusion, TF1 PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 8 jours ouvrables ¹
Retour des plans*	A compter de la date du retour des ordres, à J+8 ouvrables maximum	A compter de S-3 avant diffusion À J+8 ouvrables maximum si le brief arrive après S-3

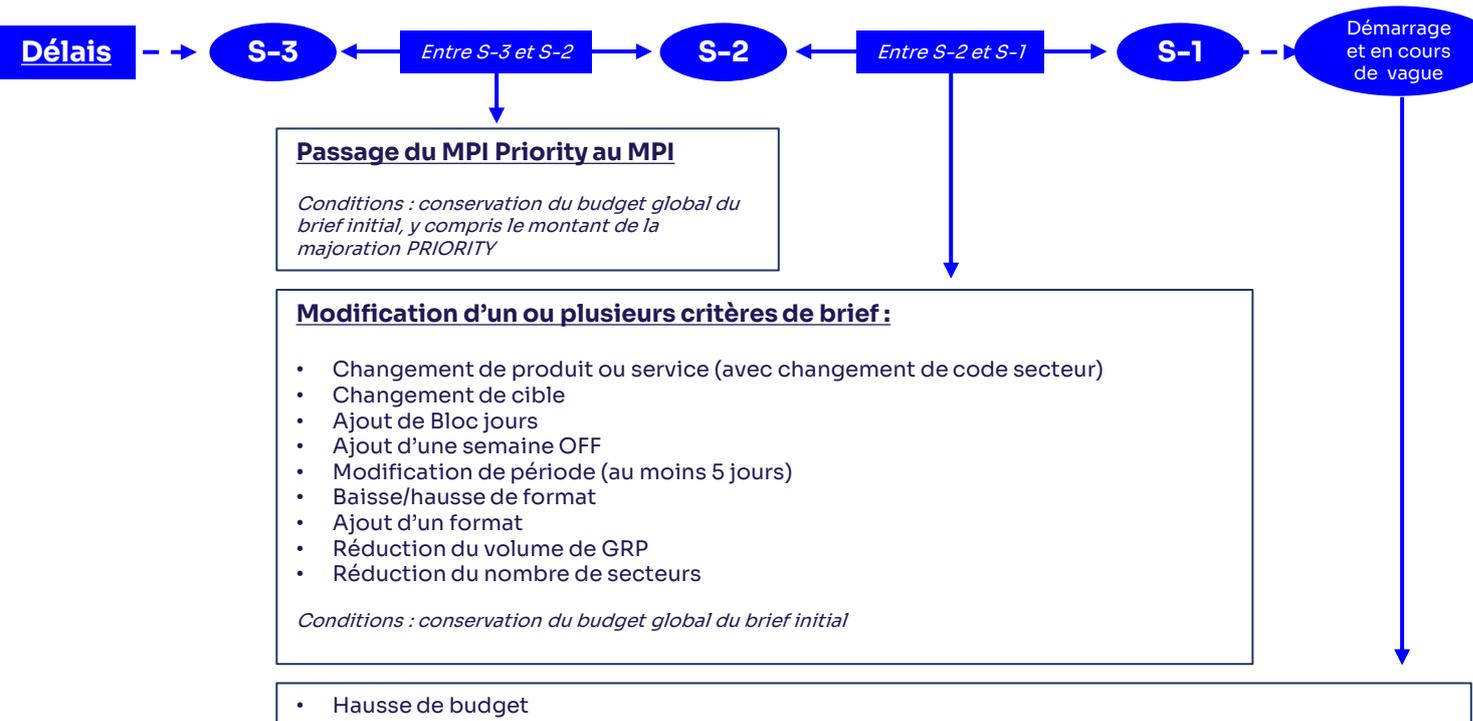
1 : TF1 : y compris sur la demande des écrans Premium

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

MODIFICATION DU BRIEF*:

Toute demande de modification ci-dessous sera considérée comme un nouveau brief.

Le cas échéant, TF1 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 2025 de TF1 PUB

Les Offres MPI TFI & MPI TNT

Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes, les offres MPI 2025 vous permettent de personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning. Le MPI PRIORITY vous permet de compléter ce socle par quelques options incluses dans cette offre si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

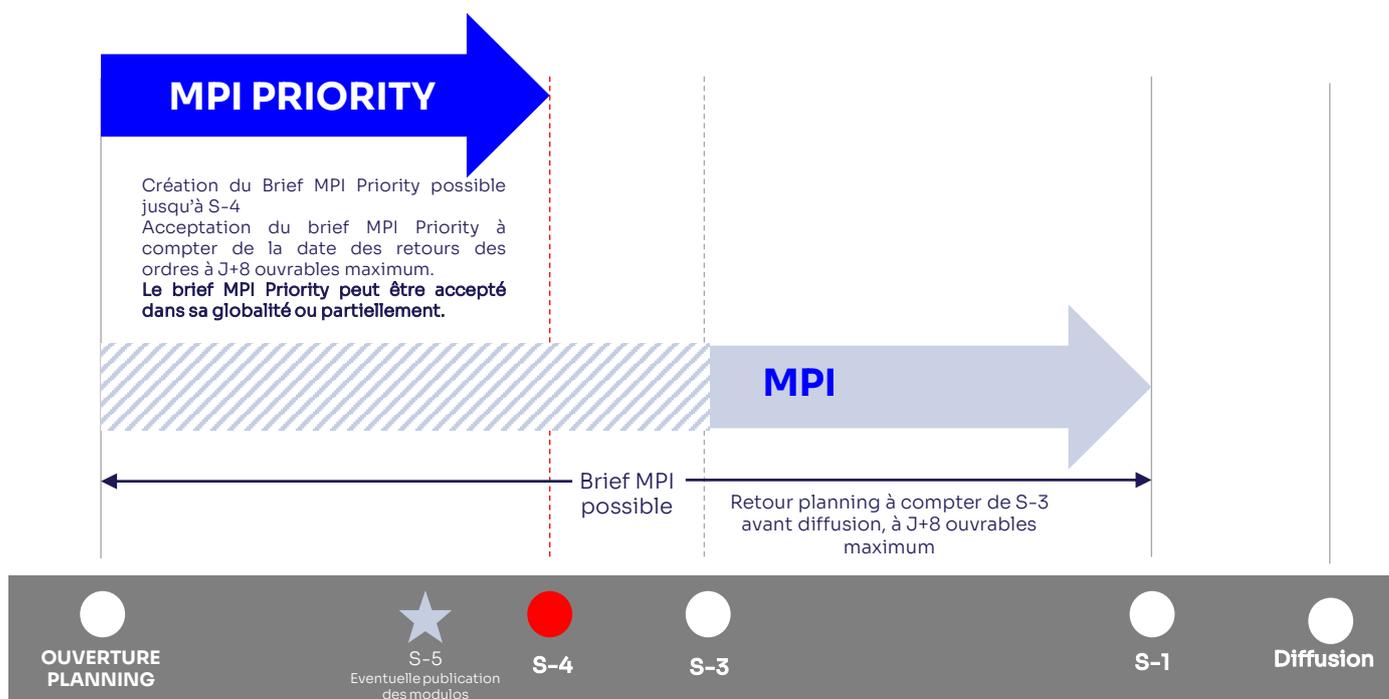


	TF1		TNT	
	MPI PRIORITY	MPI	MPI PRIORITY	MPI
Majoration Base 100	15%	0%	15%	0%
GRP min par semaine active	15	15	-	-
Nombre de semaines actives	2 à 6 max		2 à 6 max	
Programmation	Respect du volume de GRP demandé	Non garantie	Respect du volume de GRP demandé	Non garantie
Multi-secteurs	Max 3 codes secteurs *	Max 3 codes secteurs *	Max 3 codes secteurs *	Max 3 codes secteurs *
Multi-annonceurs <3s	Max 4 annonceurs *		Max 4 annonceurs *	
Doublons de spots dans un même écran	●	●	●	●
Formats accessibles	Jusqu'au 45" inclus	Jusqu'au 30" inclus	Jusqu'au 45" inclus	Jusqu'au 30" inclus
Modulos	-	●	-	●
Hybridation	●	●	●	●
Accès aux écrans Impacts Screen	●	-	-	-

	OPTIONS ** AU CHOIX PAR BRIEF		OPTIONS ** AU CHOIX PAR BRIEF	
Exclusion de jour nommé (Maximum 4 jours)				
Période inactive d'au moins 5 jours consécutifs au sein de la vague				
Exclusion de l'Extra-Night (Ecrans >= 2400)	Incluses et activables sur demande	Non accessibles	Incluses et activables sur demande	Non accessibles
Mise en place d'un plan de roulement détaillé	NEW		NEW	
Présence en Peak 1e 1 ^{er} jour (hors dimanche)	Non accessible			
	NEW			

* Pas plus de 3 codes secteurs et/ou 4 annonceurs en MPI. Application des majorations tarifaires correspondantes (p.56)
** détail des options page 116.

Les Offres MPI TF1 & MPI TNT1



One MPI TF1, Fiche technique

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	Enfants 4 - 10 ans	Shoppers Cafés torréfiés Shoppers Produits lave vaisselle Shoppers Petfood Shoppers Lessives

* Seules ces cibles sont éligibles à l'hybridation d'une campagne des offres MPI TF1

INDICES DE PÉRIODE

Périodes	1/1 > 2/3	3/3 > 13/4	14/4 > 11/5	12/5 > 6/7	7/7 > 27/7	28/7 > 17/8	18/8 > 19/10	20/10 > 21/12	22/12 > 31/12
Indices hors cible Enfants 4-10 ans	95	110	100	140	90	65	165	140	100

Périodes	1/1 > 2/3	3/3 > 13/4	14/4 > 11/5	12/5 > 6/7	7/7 > 27/7	28/7 > 17/8	18/8 > 19/10	20/10 > 30/11	1/12 > 31/12
Indices Cible Enfants 4-10 ans	90	90	90	90	70	70	155	360	130

INDICE DE DAY-PART PAR GROUPE

Day-Part	Intitulés d'écran	Indices Hors cible Enfants 4-10 ans	Indices Enfants 4-10 ans
Day	0300 à 1799	90	100
Access	1800 à 1999	100	-
Peak	2000 à 2199	150	-
Night	2200 à 2899	70	-

One MPI TNT1, Fiche technique

LES DISPOSITIFS ET LEURS INDICES

Les offres MPI se déclinent dans des dispositifs mono-chaîne ou des dispositifs TNT1 multi-chaînes, ciblés et thématisés.

Les Thématiques seront servies à hauteur de 15 % maximum dans les packs.

GROUPES	MONO CHAINE		MULTI CHAINES TV		
	CHAINE	INDICE	DISPOSITIF	INDICE	CHAINES
FEMMES A	TMC	120	TNT > WOMEN A	110	TMC TFX TF1 Séries Films TV Breizh
	TFX	110			
	TF1 séries Films	105			
	TV Breizh	85			
FEMMES B	TMC	120	TNT > WOMEN B	107	TMC TFX TF1 Séries Films TV Breizh
	TFX	110			
	TF1 séries Films	105			
	TV Breizh	85			
MIXTES	TMC	120	TNT > MIX	107	TMC TFX TF1 Séries Films LCI TV Breizh Ushuaïa TV Histoire
	TFX	110			
	TF1 séries Films	105			
	LCI	105			
	TV Breizh	90			
	Ushuaïa TV	85			
	Histoire	85			
JEUNES	TFX	110	TNT > SILVER	105	TMC TF1 Séries Films LCI TV Breizh Ushuaïa TV Histoire
	TMC	120			
	TF1 séries Films	105			
	LCI	105			
	TV Breizh	90			
	Ushuaïa TV	85			
INDIVIDUS > 35ANS	Histoire	85	TNT > URBAN	112	TMC TFX LCI Ushuaïa TV Histoire
	TMC	120			
	TFX*	110			
	LCI	105			
	Ushuaïa TV	85			
HOMMES ACTIFS CSP+	Histoire	85	TNT > ACHETEURS	107	TMC TFX TF1 Séries Films
	TMC	120			
	TFX	110			
	TF1 séries Films	105			
ACHETEURS SHOPPERS	TMC	120			
	TFX	110			
	TF1 séries Films	105			

*Uniquement les écrans codés 9 (sport)

One MPI TNT1, Fiche technique

LES CIBLES PAR GROUPES

GRUPE FEMMES A	GRUPE FEMMES B	GRUPE MIXTES	GRUPE ENSEMBLE >35 ans	GRUPE JEUNES	GROUPES HOMMES ACTIFS & CSP+
Femmes RDA 15 - 49 ans* Femmes RDA avec enfants* Femmes 25 - 49 ans*	Femmes RDA 25 - 59 ans* Femmes 25 - 59 ans* Femmes 35 - 49 ans Femmes 35 - 59 ans* Femmes RDA + enf. < 25 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* Enfants 4 - 10 ans	Hommes 25 - 49 ans Hommes 35 - 49 ans Hommes 25 - 59 ans Hommes 35 - 59 ans Individus 25 - 49 ans CSP+* Individus CSP+* Actifs*
ACHETEURS	Shoppers Cafés torréfiés Shoppers Produits lave vaisselle Shoppers Petfood Shoppers Lessives				

* Seules ces cibles sont éligibles à l'hybridation d'une campagne MPI TNT1.

INDICES PÉRIODES

Périodes	1/1 > 2/3	3/3 > 13/4	14/4 > 11/5	12/5 > 6/7	7/7 > 27/7	28/7 > 17/8	18/8 > 19/10	20/10 > 21/12	22/12 > 31/12
Indices hors cible Enfants 4-10 ans	95	120	110	140	95	65	165	140	100

Périodes	1/1 > 2/3	3/3 > 13/4	14/4 > 11/5	12/5 > 6/7	7/7 > 27/7	28/7 > 17/8	18/8 > 19/10	20/10 > 30/11	1/12 > 31/12
Indices Cible Enfants 4-10 ans	90	90	90	90	70	70	155	360	130

INDICES DAY-PARTS

Day-Part	Intitulés d'écran		Indices Hors cible Enfants 4-10 ans	Indices Enfants 4-10 ans
	Toutes chaînes hors LCI	LCI		
Day	0300 à 1799	0900 à 1799	90	100
Access	1800 à 1999		120	-
Peak	2000 à 2199	0600 à 0899 et 2000 à 2399	150	-
Night	2200 à 2899	2400 à 2899	70	-

Les écrans sport, codés 9, seront intégrés au Peak 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 115 sur l'ensemble des positions programmées
- Le choix d'EP 6 positions dans un brief entrainera un indice 110 sur l'ensemble des positions programmées

Spot	Indice
Sans EP	100
EP sur 4 positions	115
EP sur 6 positions	110

One MPI TF1 & TNT1, Fiche technique



UNE OFFRE ENFANTS

Une offre MPI dédiée aux **Enfants 4-10 ans** et disponible en contexte jeunesse sur TF1 et TFX

Sur **TF1** Le samedi matin et le dimanche matin
(sous réserve de modification de programmation)

Sur **TFX** Du lundi matin au vendredi matin
(sous réserve de modification de programmation)

Cette offre pourra être achetée en multi chaînes TF1-TFX ou en mono chaîne

GROUPE	MONO CHAÎNE		MULTI CHAÎNES TV		
	CHAÎNE	INDICE	DISPOSITIF	INDICE	CHAÎNES
JEUNESSE	TF1 *	100	TFOU	88	TF1 *
	TFX *	80	JEUNESSE		+ TFX *

*Les achats en garantie Enfants se font uniquement sur les codés 5 (jeunesse)

En amont de la première demande de programmation en MPI, en accord avec TF1 PUB, est définie **sur les Enfants 4-10 ans, une « Base 100 », coût GRP net base 20 secondes non indicé unique pour les deux supports**. Cette « Base 100 » est modulée selon des grilles d'indices de dispositif (TFOU Jeunesse, Mono-chaîne TF1, Mono-chaîne TFX...), de période, et d'emplacement préférentiel. Les « Coûts GRP nets base 20 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, hors modulation Modulo et autres majorations éventuellement applicables.

Cette offre MPI Jeunesse est également éligible à l'offre MPI Priority.

En cas d'achat du pack TFOU Jeunesse, TF1 PUB appliquera les règles du MPI TF1. TF1 PUB s'engage ainsi à garantir sur TF1 comme sur TFX le «Coût GRP net base 20 secondes» résultant de l'application des indices sur chaque période à concurrence du respect du budget net indiqué au sein du brief MPI accepté. En cas de dépassement, TF1 PUB appliquera un abattement complémentaire sur facture pour respecter cet engagement. TF1 PUB pourra modifier les programmations des vagues MPI jusqu'à leur diffusion afin de respecter l'atteinte du «C/GRP net base 20secondes » par période et par Day-Part. Celui-ci sera ajusté par l'application d'une modulation complémentaire calculée par message.

GRP 4-10 ans par semaine active minimum : 15 GRP

NEW

Pour la période du 6 octobre au 7 décembre 2025, dans le cadre des ouvertures de planning pour la Jeunesse, toutes les demandes devront être envoyées à TF1 PUB au plus tard le 2 juin 2025. Les retours de négociations de la part de TF1 PUB s'effectueront une fois toutes ces demandes reçues, soit à partir du 3 juin 2025.

Le MPI Hybride

Les campagnes MPI/MPI Priority éligibles peuvent être hybridées à hauteur de 10% maximum des GRP TV estimés de la campagne* selon les conditions définies par TF1 PUB.

L'hybridation d'une campagne MPI/MPI Priority n'est pas systématique et la décision d'hybridation de la campagne appartient à TF1 PUB.

L'ENVIRONNEMENT DE DIFFUSION

- Une campagne MPI TF1 sera complétée des programmes TF1 en streaming TV sur écran TV, à l'exception des programmes faisant partie de l'offre Peak Hybride.
- Une campagne MPI TNT & chaînes Thématiques sera complétée des programmes présents sur TF1+ (programmes TF1 (à l'exception des programmes faisant partie de l'offre Peak Hybride), TMC, TFX, TF1 Séries Films) en streaming TV sur écran TV ainsi que des contenus AVOD (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) et de chaînes FAST thématiques sur écran TV (Connected TV**)

LES CIBLES ÉLIGIBLES

Seules les campagnes achetées en MPI TF1 sur les cibles ci-dessous pourront être hybridées :

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



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

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



LES CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ À L'HYBRIDATION

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

- Dont le spot fait minimum 15 secondes
- Disposant d'un volume minimum de 22 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.

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

Les critères de médiaplanning d'une campagne MPI linéaire + non linéaire restent identiques pour vous offrir une expérience opérationnelle similaire à celle déjà existante. Le poids des emplacements préférentiels sera intégralement servi en Espace Classique sur la(les) chaîne(s) de télévision.

En cas d'hybridation de la vague, la programmation sera faite au plus près des objectifs définis dans le brief en termes de Day-Parts, étant précisé que cela ne constitue pas un engagement ferme de TF1 PUB qui n'est tenue qu'à une obligation de moyens à ce titre.

Dans une volonté de faciliter la convergence du MPI, le parcours client est 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 investissements au titre des GRP hybridés diffusés contribuent à l'engagement d'investissement TV de l'annonceur à l'exclusion de tout autre engagement.

*Etant précisé que le taux d'hybridation s'apprécie au regard des GRP TV estimés sur la base des éléments du Brief validé par TF1 PUB, et non sur les GRP TV réellement diffusés

** Connected TV : téléviseur connecté

**TF1****TNT**

CONDITIONS TARIFAIRES TF1 ET TNT1

INDICES DE FORMAT P.55**LES MAJORATIONS P.56****CONDITIONS TARIFAIRES TF1 P.57****CONDITIONS TARIFAIRES TNT1 P.59****BILAN MPI P.61****▶ LECTURE**

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

Indices tarifaires de format 2025 TFI & TNT1

APPLICABLES À TOUTES LES CHAINES TV RÉGIES PAR TFI PUB

Durée (en secondes)	Indice
3	35
4	39
5	43
6	49
7	54
8	57
9	59
10	62
11	65
12	69
13	74
14	77
15	81
16	84
17	90
18	93
19	95
20	100
21	101
22	102
23	103

Durée (en secondes)	Indice
24	104
25	105
26	106
27	107
28	108
29	109
30	112
31	135
32	140
33	147
34	157
35	163
36	169
37	174
38	180
39	190
40	200
45	226
50	250
55	275
60	300

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€

Le 20" comme base 100, c'est :

- Une meilleure fluidité d'accès au planning dans un contexte offre/demande tendu
- Une facilitation de l'interopérabilité des campagnes TV - streaming
- Un changement en adéquation avec le format moyen des campagnes TV au 1^{er} semestre 2024 : 21"

Kantar media - TV Classique - périmètre TVG (hors Information-Media & Actions Humanitaires) - Janvier-mi-juin 2024

Les Majorations tarifaires TF1 & TNT



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.

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 TF1 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 TF1 PUB et seront programmés sous réserve des disponibilités planning.



EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

Ces modulations s'appliquent à toutes les offres en Espace Classique.

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

+15% pour les deux premières et deux dernières positions de l'écran

+10% pour la troisième position et pour l'antépénultième position de l'écran

Dégressif de volume sur TF1

Tout annonceur investissant sur TF1 en Espace Classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2025, bénéficie d'un dégressif de volume calculé au 1er Euro, par tranche de Chiffre d'Affaires Brut Négocié, selon le barème suivant :

Tranches de chiffre d'affaires brut négocié entre le 1 ^{er} janvier et le 31 décembre 2025	Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié de la tranche	A titre indicatif : taux résultant au 1 ^{er} euro sur le chiffre d'affaires brut négocié à la valeur maximale de la tranche
de 0 € à 200 000 €	21,00 %	21,00 %
de 200 000 € à 400 000 €	22,00 %	21,50 %
de 400 000 € à 700 000 €	23,00 %	22,10 %
de 700 000 € à 1 000 000 €	24,00 %	22,70 %
de 1 000 000 € à 1 500 000 €	25,00 %	23,50 %
de 1 500 000 € à 2 000 000 €	26,00 %	24,10 %
de 2 000 000 € à 2 500 000 €	27,00 %	24,70 %
de 2 500 000 € à 3 000 000 €	28,00 %	25,20 %
de 3 000 000 € à 3 500 000 €	29,00 %	25,80 %
de 3 500 000 € à 5 000 000 €	30,00 %	27,00 %
de 5 000 000 € à 9 000 000 €	31,00 %	28,80 %
de 9 000 000 € à 15 000 000 €	32,00 %	30,10 %
de 15 000 000 € à 25 000 000 €	32,50 %	31,00 %
de 25 000 000 € à 35 000 000 €	33,00 %	31,60 %
de 35 000 000 € à 45 000 000 €	33,50 %	32,00 %
de 45 000 000 € et plus	34,00 %	

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 TF1 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 », « Pure Player » et « Edition littéraire », les campagnes collectives et les campagnes gouvernementales et d'intérêt général.

ACOMPTE SUR DEGRESSIF DE VOLUME

TF1 PUB applique à tout annonceur présent sur TF1 en 2025 un acompte financier à valoir sur le dégressif de volume d'un taux de 18%.

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE L'ACOMPTE SUR DEGRESSIF DE VOLUME

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 2025. Son attribution est subordonnée au paiement à bonne date des sommes servant de base à son calcul, conformément aux CGV de TF1 PUB applicables en 2025 (cf. Conditions financières : article 7 des CGV Espace Classique TF1 PUB). Le calcul définitif du dégressif de volume sera effectué conformément aux présentes conditions commerciales 2025 au cours du 1er trimestre 2026.

TF1 PUB intégrera à l'avoir de fin d'ordre, le différentiel entre le montant du dégressif définitivement acquis et l'acompte attribué sur facture. Si le solde est en faveur de TF1 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 2026.

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 TF1.

Vous trouverez la nomenclature sectorielle détaillée ainsi que la segmentation tarifaire T1/T2 sur le site www.labox.tf1pub.fr

Assiette de calcul			ESPACE CLASSIQUE					
			Spot à Spot	MPI	TFOU Jeunesse / MPI Goodeed	PME-PMI & NA	Entertainment / Cinéma / Pure Player / Edition littéraire	Collective / Gouvernement & Intérêt Gal
TARIF PUBLIE (1)								
<i>Grilles Brut HT publiées au format 20"</i>								
<i>selon secteur (Tarif 1 ou 2) et emplacement/priorité (Standard/Premium 1&99/ 2&98/3&97/PRIO)</i>								
+/-	Mise au format	TARIF PUBLIE	1	1	1	1	1	1
BRUT TARIF								
+/-	Modulo	BRUT TARIF		1	1			
+/-	Modulations MPI	en cascade		1	1			
-	Abattement campagne collective / gouvernement et intérêt général	en cascade						1
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding	en cascade	1			1	1	1
+	Majoration spots interactifs	en cascade	1			1	1	1
+	Majoration opérations spéciales	en cascade	1			1	1	1
-	Abattement Entertainment, Cinéma, Pure Player	en cascade					1	
BRUT TARIF CORRIGE								
-	Abattements messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	1			1	1	1
BRUT FACTURE								
-	Abattement PME-PMI & nouvel annonceur	BRUT FACTURE				1		
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	1	1	1			
BRUT NEGOCIE								
-	Acompte de dégressif de volume	BRUT NEGOCIE	1	1				
NET COURS D'ORDRE								
-	Solde de dégressif de volume*	BRUT NEGOCIE	1	1				
NET FIN D'ORDRE								

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

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

* Le solde de dégressif de volume sera intégré à l'avoir de fin d'ordre émis au 1er trimestre 2025 (Cf. pages 57).

Les modulations tarifaires TNT1

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires en télévision au 1er janvier 2025.

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 2025.

TF1 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, TF1 PUB publiera la période d'application et les écrans concernés au plus tard 5 semaines avant le début de ladite période.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2025 bénéficie d'une remise de référence de 16,5% 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 », « Edition littéraire » 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 TNT1

			ESPACE CLASSIQUE						
			Spot à spot	MPI	MPI Jeunesse / MPI Goodfeed	PME - PMI & NA	Packs nets	Entertainment / Cinéma / Pure Player / Edition Littéraire Collective / Gouvernement et Intérêt Gal	Intérêt Gal
Assiette de calcul									
TARIF PUBLIE (1)									
Grilles Brut HT publiées au format 20"									
+/-	Mise au format	TARIF PUBLIE	1	1	1	1	1	1	1
BRUT TARIF									
+/-	Modulo	BRUT TARIF		1	1				
+/-	Modulations MPI	en cascade		1	1				
+/-	Modulations Packs nets	en cascade					1		
-	Abattement collectives / gouvernement et intérêt général	en cascade							1
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding	en cascade	1			1	1	1	1
+	Majoration emplacements préférentiels	en cascade	1			1	1	1	1
+	Majoration spots interactifs	en cascade	1			1		1	1
+	Majoration opérations spéciales	en cascade	1			1		1	1
-	Abattement Entertainment, Cinéma, Pure Player	en cascade						1	
BRUT TARIF CORRIGE									
-	Abattements messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	1	1	1	1		1	1
BRUT FACTURE									
-	Abattement PME-PMI & NA	BRUT FACTURE				1			
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	1	1	1				
BRUT NEGOCIE									
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	1	1	1				1
NET COURS D'ORDRE = NET FIN D'ORDRE									

(1) En cas d'hybridation, la cascade s'applique sur les tarifs bruts TF1+ TNT1 publiés au titre de la diffusion sur TF1+ TNT1.

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

Bilan MPI TF1 & MPI TNT1

BILAN

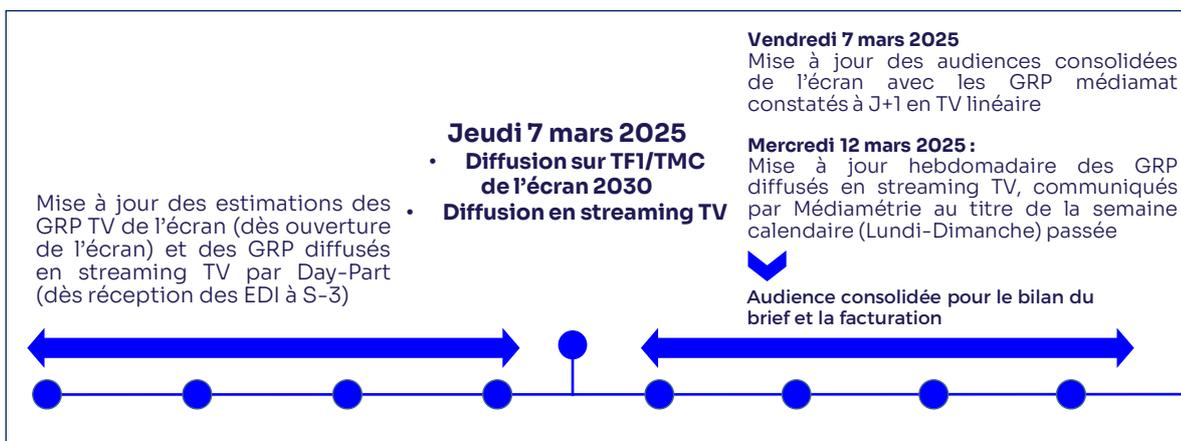
Le bilan de chaque brief MPI vous sera envoyé selon les modalités suivantes :

- **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. 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 :





Parrainage



LECTURE

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

Le Parrainage, les offres

LES OFFRES PARRAINAGE

Pour répondre à l'ensemble des besoins des annonceurs et leur offrir un maximum de lisibilité, l'offre parrainage de TF1 PUB est segmentée en deux types de dispositifs : les offres EVENT et les offres CONTEXT.

La durée de la communication annonceur est liée à celle du programme parrainé ou peut être définie selon son besoin, pour les offres portant sur les genres de programmes, en fonction des disponibilités planning.

Les dispositifs de parrainage proposés par TF1 Pub peuvent inclure un dispositif de parrainage digital vidéo sur TF1+ et/ou sur TF1 Info (Expand Sponso). Par ailleurs, en tout état de cause, TF1 PUB se réserve la possibilité de proposer aussi des dispositifs digitaux en *stand alone** autour des mêmes marques programmes (Streaming Sponso) - cf section Streaming & Digital / page 83)

Les offres de parrainage 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).

OFFRES EVENT

L'AVANTAGE

Les offres EVENT regroupent notamment les grands événements et programmes emblématiques de nos chaînes, plébiscitées par les téléspectateurs. Réalisant de fortes audiences auprès des cibles publicitaires, les dispositifs autour de ces programmes assurent aux annonceurs qui les parrainent une forte visibilité, ainsi qu'un maximum d'impact sur l'image de marque.

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.

Offres EVENT	Sur TF1	Sur les chaînes TNT / Thématiques
Avantages	Transfert de valeurs Emergence	Transfert de valeurs Affinité sur cibles
Exemples	Evènements sportifs, The Voice, Koh-Lanta, NRJ Music Awards, HPI...	Compétitions sportives, Quotidien, L'Agence, La Villa des cœurs brisés....

OFFRES CONTEXT

L'AVANTAGE

Les offres CONTEXT privilégient une case de programmation d'émission et/ou un genre de programme ; la durée de parrainage est modulable (sur une base hebdomadaire), au choix de l'annonceur, pour un maximum de flexibilité.

LE DISPOSITIF

2 clés d'entrée : la marque programme spécifique ou le genre de programmes associé à une ou plusieurs cases de programmation.

Nombre de semaines de partenariat et tarification adaptés à votre besoin de communication, en fonction des disponibilités planning.

* Dispositifs digitaux *stand alone* = dispositifs digitaux commercialisés indépendamment de tout autre dispositif de parrainage, notamment en Télévision

Le Parrainage, les offres

Offres CONTEXT	Sur TF1	Sur les chaînes TNT / Thématiques
Avantages	Présence à l'esprit Flexibilité	Simplicité (packages multi-chaînes) Flexibilité
Exemples	Plus belle la vie, 50 mn Inside, Téléfoot, Fictions du Lundi Prime, Séries du Mardi Prime...	Pack Cinéma Prime, Pack Séries Prime...

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 principes suivants (sous réserve d'évolution / modification) :

TF1	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
Evénements 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"

TNT	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 Breizh HISTOIRE TV Ushuaïa TV	Toutes émissions (hors événements sportifs)	6"	8"	8"	8"

Le Parrainage, les offres

CIBLES PARRAINAGE

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage (EVENT ou CONTEXT) sur **TF1**, 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	Individus 25-49 ans Individus 25-59 ans Individus 35-49 ans Individus 35-59 ans 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>

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage CONTEXT **multi-chaînes (TNT/Thématiques)** pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles suivantes :

CIBLES FÉMININES	CIBLES MIXTES	CIBLES MASCULINES
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 Femmes 35 ans et + Femmes 50 ans et +	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 et + Individus 50 ans et +	Hommes 25-49 ans Hommes 25-59 ans Hommes 35-59 ans <i>Sur dispositifs Sport uniquement</i>

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage **EVENT mono-chaîne (TNT/Thématiques)** 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+ sur dispositif Quotidien sur TMC uniquement Femmes 15-34 ans sur dispositif Télé-Réalité sur TFX uniquement

* Performances estimées données à titre indicatif, sans valeur contractuelle

Le 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
<p>A PARTIR DE VOS IMAGES, RÉALISATION DE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Montage - Voix off - Musique de stock 	<p>RÉALISATION COMPLÈTE DE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Production d'image en 2D - La voix off - La musique de stock 	<p>RÉALISATION COMPLÈTE DE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 4 500 € HT	à partir de 5 500 € HT	à partir de 7 000 € HT

Prix hors achat média – nous consulter

Ce service n'est pas disponible dans le cadre des Opérations Spéciales.

CHARTER 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>

Le Parrainage, les tarifs

DISPOSITIFS ET SUPPORTS

Les dispositifs/offres de parrainage publiés(es) précisent les chaînes/supports sur lesquelles ils(elles) sont disponibles.

TARIFS DES OFFRES PARRAINAGE

Les offres de parrainage font l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net, pour un dispositif donné. Les offres, les dispositifs et leurs tarifs 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).

Si plusieurs parrains se positionnent sur la même offre (EVENT ou compétitions sportives), TF1 PUB se réserve la possibilité de départager les parrains potentiels aux enchères. Le cas échéant, les modalités de la vente aux enchères seront détaillées dans l'offre concernée.

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-SECTEURS

Une majoration de **+3%** s'applique sur le Tarif Brut ou Net de l'offre parrainage, pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2**. Pour rappel, pas plus de trois secteurs bloqués.

** Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.*

*** 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 ou Net 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.

Modulations tarifaires TF1 & TNT/Thématiques

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer en parrainage en télévision au 1er janvier 2025.

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 2025.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2025 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 2025, 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 2025 par TF1 PUB. Cette prime n'est accordée que si TF1 PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Parrainage TF1 PUB.

Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies, conformément aux conditions Générales de Vente Parrainage 2025 de TF1 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 les chaînes TF1 et TNT/Thématiques.

Les Cascades Parrainage

▶ LA CASCADE PARRAINAGE SUR LA CHAÎNE TF1

		Assiette de calcul	PARRAINAGE TF1
BRUT TARIF (TARIF PUBLIE)			
+	Majoration(s) Multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding *	BRUT TARIF	
BRUT TARIF CORRIGE			
-	Abattement messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	
BRUT FACTURE			
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	
BRUT NEGOCIE			
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	
-	Prime de centralisation	BRUT NEGOCIE	
NET FIN D'ORDRE			

* Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.

▶ LA CASCADE PARRAINAGE SUR LES CHAÎNES TNT/THÉMATIQUES

		Assiette de calcul	PARRAINAGE TNT/THÉMATIQUES
BRUT TARIF (TARIF PUBLIE)			
+	Majoration(s) Multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding *	BRUT TARIF	
BRUT TARIF CORRIGE			
-	Abattement messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	
BRUT FACTURE			
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	
BRUT NEGOCIE			
-	Remise de référence	BRUT NEGOCIE	
-	Prime de centralisation	BRUT NEGOCIE	
NET FIN D'ORDRE			

* Pour les offres parrainage publiées en net, ces majorations seront appliquées sur le tarif net.



Data & convergence multiscreen

La TV Segmentée. p.71

Adressable CTV & Adressable 4 écrans. p.76

One Data. p.77

 **LECTURE**

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

La TV Segmentée

PÉRIMÈTRE DE DIFFUSION

NEW

Chaînes éligibles : TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films **et LCI**

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

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 2025 nécessaire

A défaut de mandat TV segmentée explicite, TF1 PUB utilisera :

- si client inactif TV en 2024 : mandat digital
- si client actif TV en 2024 : 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 TF1 ou des offres MPI TNT (MPI & MPI Priority), hors MPI Data, peut être remplacé par des spots de TV segmentée. TF1 PUB se réserve le droit de modifier l'inventaire mis à disposition pour la TV segmentée.

Sauf l'offre contexte TF1 Only, la programmation pourra s'effectuer sur TF1 et sur l'ensemble des chaînes TNT éligibles, à discrétion de TF1 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.

FACILITÉ D'ACCÈS ACCRUE

TF1 PUB permet l'achat de la TV segmentée en programmation à l'ensemble du marché publicitaire, sur un écran sans bloqueurs de publicité et des contextes brandsafe, sur les DSP suivants* : The Trade Desk, Xandr, Yahoo, Hawk, DV 360, Adform et Beeswax.

NEW

MODES D'ACHAT

- Gré à gré,
- Programmation garanti et floor price

* liste évolutive

Toujours plus d'audiences adressables !

3 GRANDES FAMILLES DATA ACTIVABLES

Les possibilités de ciblage en TV segmentée ont été étoffées, **avec plus de 300 segments disponibles***, permettant aux annonceurs de répondre efficacement à la multitude de problématiques.



DATA FAI

Grâce aux données collectées par les FAI via les abonnements set-up box, bénéficiez d'une activation en TV segmentée en adressant les foyers selon différents types de caractéristiques ci-dessous.



RETAIL MEDIA & THEMATIQUES

L'enrichissement des partenariats data **avec Infinity Advertising, Cdiscount et Unlimitail** en TV segmentée va permettre aux annonceurs de pouvoir disposer de la précision des données retail issues des milliards de transactions offline et online, réconciliées avec les 20 millions de Français éligibles en TV segmentée. Par sa diversité, **Sirdata** propose des ciblage sur plus de 20 secteurs allant de l'immobilier aux voyages.



MÉTÉO

Déclenchez votre campagne TVS selon plusieurs types de conditions météorologiques. Les données sont issues de l'acteur de référence de la météorologie en France. Vous pourrez ainsi adapter quasi en temps réel la diffusion de votre campagne sur certaines zones géographiques.

SOCIO-DEMO
& CARACTERISTIQUES
FOYER

GEOLOC

FAN PROGRAMME GROUPE
TF1

CONSO TV/SVOD/VOD

PETITS
CONSO TV

INTERET EMISSIONS

GEOLIFE

ACHETEURS DE LA
CATÉGORIE

ACHETEURS DE
PRODUITS

COMPORTEMENTS
D'ACHAT

MOMENT
DE VIE

PERSONAE

SEGMENTS SUR-MESURE

TEMPERATURE

NEBULOSITE

FORCE DU VENT

PLUVIOMETRIE

NEIGE

TEMPS SENSIBLE

NORMALES DE SAISON

* Liste des segments disponibles, nous consulter

Dispositifs TV Segmentée

ONE
PRECISION

CIBLAGES THEMATIQUES

NEW

AVANTAGE

Enrichir votre mediaplanning en ayant la maîtrise du cadre de diffusion, garantissant à votre marque un contexte spécifique selon une thématique précise.

LES CONTEXTES

Deux contextualisations possibles:

- Information/Magazine : soyez diffusé uniquement durant les écrans des émissions news et magazines * des chaînes du groupe TF1
- Fictions françaises quotidiennes : décrochez durant les écrans autour de **Plus Belle La Vie, Ici Tout Commence et Demain Nous Appartient** *

100% PRIME

AVANTAGE

Maximiser l'impact de votre campagne grâce à cette offre 100% Prime, 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

Bénéficier 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).

RETARGETING PROGRAMME/ SPONSO

NEW

PRINCIPE

Allier la qualité des contenus, avec la précision du ciblage digital : bénéficier d'une activation en TV segmentée en ciblant uniquement les exposés à un programme précis sur les chaînes du groupe ou directement les exposés à votre billboard (et bandes annonces) sponsor d'un programme.

COLLECTE DE 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 TF1, TMC, TFX, TF1 SF et LCI et sera lancée au moins 2 semaines après la diffusion du programme/ billboard.

* Liste des programmes/ fictions évolutive et disponible sur demande, nous consulter

Dispositifs TV Segmentée

ONE
PRECISION

DUAL SCREEN ENRICH

NEW

AVANTAGE

Enrichir 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, affichage d'un QR Code permettant de renvoyer vers l'url de votre marque

CONDITIONS

- Frais techniques : 5 000 euros nets (déclinaison et validation ARPP offertes)
- Majoration du CPM "Opérations Spéciales" à prévoir, cf. page 106
- Hors secteur Distribution, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion
- Sous réserve de disponibilité inventaire et faisabilité technique.
- Sous réserve de l'accord de l'antenne, éditeur, prestataire technique et conformité.
- Offre non accessible en programmation.

METEO FLEX

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 vos critères météo.

LA COLLECTE DE LA DATA

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

LE CIBLAGE

Plusieurs types de conditions météorologiques sont disponibles :

- la température : diffusez par exemple votre campagne uniquement sur les zones présentant une température supérieure à 25°C
- la nébulosité (nuage, ensoleillement)
- la force du vent
- la pluviométrie (probabilité de pluie)
- la probabilité de neige
- le temps sensible (bord de mer et montagne)
- les normales de saison

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 net +5€ sur base géolocalisation code postal, cf. page 94

La TV Segmentée : Tarification

	GEOLOC	REACH	DATA
CPM net tarif *	30 €		
100% Prime**	+5 € hors ciblage		
Ciblages **	Régions : + 0€ Départements : + 3 € Villes/Codes postaux : + 5 €	Gros conso SVOD : + 3 € Petits conso TV : + 5 €	Centres d'intérêt / présence d'enfants / revenu / socio-démo + 3 €
Retail Media**	+ 5€		
Contexte TF1 Only **	+ 5 €		
Dualscreen **	+2 € (hors frais techniques et hors ciblage)		
Météo**	+ 2 € sur base géolocalisation code postal (soit + 7€)		
Retargeting programme**	+ 5 € (hors ciblage)		
Ciblages thématiques spécifiques**	+3 €		
MyData**	+ 5 €		
Custom ***	Nous consulter		

* CPM net tarif avant application des indices tarifaires de durée vidéo

Durée de la vidéo	15"	20"	30"
Indice	85	100	125

** Majorations applicables sur le CPM net tarif

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

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.

Dispositifs Adressables

ADRESSABLE CTV

NEW

AVANTAGE

Bénéficier d'une activation sur l'écran de TV quel que soit le mode de consommation (live et délinéaire, réception via une box FAI ou via une smart TV).

Grâce à la mise en place d'identifiant commun entre TVS et streaming en partenariat avec les FAI (au sein de l'environnement des box), optimiser la couverture de votre plan média, maîtriser votre répétition, tout en profitant de la qualité d'exposition propre à l'écran de TV.

CONDITIONS

Répartition de la diffusion pouvant aller jusqu'à 30% des impressions maximums en délinéaire sur écran de tv.

CIBLAGE

L'ensemble des ciblage disponibles en TV segmentée (âge, sexe, genre, CSP géolocalisation...) sont éligibles à l'offre adressable 100% TV.



ADRESSABLE 4 ECRANS

NEW

AVANTAGE

Bénéficier d'une activation sur l'ensemble des écrans (TV, ordinateur, smartphone et tablette) quel que soit le mode de consommation (live et délinéaire).

Profiter d'une couverture élargie en jouant à la fois tant sur la complémentarité des leviers (TVS et streaming) que sur la complémentarité des devices.

CONDITIONS

Répartition de la diffusion pouvant aller jusqu'à 30% des impressions maximums en délinéaire tout écran.

CIBLAGE

L'ensemble des ciblage disponibles en TV segmentée (âge, sexe, genre, CSP, géolocalisation...) sont éligibles à l'offre adressable 100% TV.



L'offre ONE DATA de TF1 PUB regroupe l'ensemble des possibilités de ciblage proposées aux annonceurs, sur tous les écrans (TV linéaire, CTV, desktop, mobile & tablette), avec tous types de datas (sociodémographiques, Shoppers). 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.



TF1+	24,7 millions de profils actifs
CIBLES	Shoppers + géo-targeting + Smart acquisition
5 ÉCRANS	Tv linéaire CTV Desktop Mobile Tablette
UNE OFFRE ACCESSIBLE VIA TOUS NOS MODES D'ACHAT	Espace Classique Vidéo TV segmentée OPS etc ...

CIBLES SHOPPERS

MISES A DISPOSITION DU MARCHÉ DANS LES OUTILS DES CENTRES SERVEURS

Cibles	Éligible au MPI Data	Déclinable en digital
Cafés torréfiés	X	X
Produits lave vaisselle	X	X
Petfood	X	X
Lessives	X	X

Si vous souhaitez communiquer sur une autre cible Data consultez TF1 PUB.

Les possibilités de ciblage sont précisées pour chaque produit.



Streaming & digital

Vidéo p.80

Activation Data p.85

My Data p.86

Audience planning p.87

Moment planning p.87

Audio Digital p.88



LECTURE

L'écosystème digital

TF1 PUB

COMMERCIALISATION DE NOS ENVIRONNEMENTS DIGITAUX

TF1 PUB commercialise les inventaires TF1+*, la plateforme Streaming gratuite qui propose plusieurs milliers d'heures de programmes disponibles en 4 écrans.

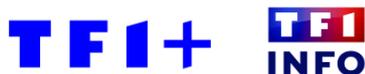
Chaque mois, **33M de visiteurs uniques en moyenne (+19% vs S12023)**** se rendent sur TF1+ pour consommer leurs programmes autour d'une expérience unique :

- **+26 000** heures de contenus
- Plus de **40 chaînes live**
- **+250 séries** en intégralité et **+250 films** français et internationaux
- Les plus grands **shows** et **des formats 100% digitaux de nos franchises** (Danse avec les Stars d'Internet, The Voice Come Back...)
- Les événement sportifs incontournables
- Le meilleur de **l'info**
- De nouveaux contenus disponibles sur la plateforme TF1+ avec **Le Figaro, Deezer, l'Equipe, Arte et A+E Television Networks** **NEW**

La variété de notre écosystème nous permet d'avoir un reach estimé à plus de **47M de VU*****, qui s'étend au-delà de TF1+ et qui vient compléter une offre déjà puissante.

LES SUPPORTS DE DIFFUSION DE NOTRE OFFRE PUBLICITAIRE

Notre offre comprend les contenus du Groupe TF1



Et les contenus de nos partenaires



Nos offres peuvent intégrer l'ensemble des contenus (contenus du Groupe TF1 et contenus de nos partenaires) et sont disponibles sur un écosystème puissant et diversifié :

Sur nos plateformes :



Sur les **Smart TV**

via notre app TF1+ et les chaînes fast partenaires



Auprès des **box IPTV éligibles**

CTV (Smart TV + box), app OTT

Chez nos partenaires vidéos et social



*TF1+ désigne la plateforme de streaming dans toutes ses présentations et dénominations commerciales, en ce compris MyTF1

**Audiences Médiamétrie Médiamat (Restit TV) - 1^{er} janvier au 30 juin 2024

***Audiences dédoublées Médiamétrie. Panels utilisés : Tableaux (Médiamétrie 4 écrans), Médiamétrie Netratings Internet, Médiamétrie Netratings Vidéo - Période : S1 2023

L'ensemble de nos offres digitales vidéo et display sont disponibles en gré à gré et programmatique (sauf mention contraire spécifique à l'offre)

La Vidéo

1. ENJEUX DE NOTORIÉTÉ

COVIEW+

NEW

ONE
REACH

LE DISPOSITIF

Optimisation de la diffusion de votre campagne afin de maximiser l'écoute conjointe à partir de plusieurs critères déterminants tels que la tranche horaire, le device ou le jour nommé. Cette option vous permet d'atteindre +25% d'écoute conjointe par rapport à une campagne classique 4 écrans non optimisée.

La mesure se base sur les données Médiamétrie.

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur TF1+

SIGNATURE*

LE DISPOSITIF

ONE
REACH

Une présence exclusive en mono pré-roll sur nos programmes les plus puissants sur TF1+. L'offre Signature s'enrichit et se décline autour d'une gamme premium :

- Top 15 : le meilleur de nos programmes EVENT en digital
- Custom : une sélection personnalisée parmi les programmes du Top 15
- Data : un ciblage data sur les contenus de la sélection

NEW

NEW

LES ÉCRANS

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

FIRST VIEW

LE DISPOSITIF

Une présence sur le premier pré-roll visionné par l'internaute sur TF1+ et TF1 INFO pour 1M d'impressions** avec un capping de 1 par jour hors « Top 10 Event » en digital.

LES ÉCRANS

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

Disponible uniquement en gré à gré

* Offre non accessible aux annonceurs du secteur jeux d'argent et de hasard

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

L'ensemble de nos offres digitales vidéo et display sont disponibles en gré à gré et programmatique (sauf mention contraire spécifique à l'offre)

La Vidéo

ÉCRAN EXCLUSIF*



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 (Box et Smart TV).

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans pour les formats allant jusqu'à 150 secondes maximum. Valorisation sur mesure, nous contacter.

Disponible uniquement 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 et tablette sur TF1+ et TF1 INFO

Disponible uniquement en gré à gré.

100% SMART TV



LE DISPOSITIF

Diffuser votre spot publicitaire exclusivement sur Smart TV en vous associant à l'ensemble de nos inventaires disponibles sur cet environnement :

- Les contenus sur TF1+ en Smart TV
- Les contenus du groupe TF1 disponibles sur l'ensemble des app opérateurs OTT partenaires**,
- Les chaînes programmes du groupe TF1 accessibles via l'app Youtube sur Smart TV
- Les chaînes FAST accessibles via Samsung TV Plus

LES ÉCRANS

Dispositif disponible uniquement sur Smart TV.

* Offre non accessible aux annonceurs du secteur jeux d'argent et de hasard

** Incluant BTV/BTV+, la TV d'Orange, MyCanal, Oqee, SFR TV, Molotov

2. ENJEUX DE CONSIDÉRATION

CIBLAGE PROGRAMME(S)



LE DISPOSITIF

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

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans sur TF1+ et sur les chaînes programmes du Groupe TF1 sur YouTube.

CIBLAGE AFFINITAIRE



LE DISPOSITIF

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

LES ÉCRANS

Une offre éligible sur une quinzaine de cibles masculines, féminines et mixtes :

- Multi-écrans : PC, Mobile, Tablette, CTV (Box et Smart TV)
- Multi-environnements : TF1+, TF1 INFO, Contenus du Groupe TF1 disponibles sur l'ensemble des app opérateurs OTT partenaires*, chaînes programmes du Groupe TF1 sur Youtube, chaînes FAST accessibles via Samsung TV Plus

* Incluant BTV/BTV+, la TV d'Orange, MyCanal, Oqee, SFR TV, Molotov

La Vidéo

CIBLAGE THÉMATIQUE



LE DISPOSITIF

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

LA MÉTHODOLOGIE

Une offre éligible sur une sélection de packs : sport, jeunesse, divertissement, news.

- Multi-écrans : PC, Mobile, Tablette, CTV (Box et Smart TV)
- Multi-environnements : TF1+, TF1 INFO, Contenus du groupe TF1 disponibles sur l'ensemble des app opérateurs OTT partenaires*, chaînes programmes du Groupe TF1 sur Youtube, chaînes FAST accessibles via Samsung TV Plus

Se décline également sur TF1 INFO avec la possibilité de cibler un contexte éditorial (Au cœur des régions, Impact positif...) ou une thématique (tourisme, écologie, finances personnelles...).

EXPAND SPONSO



LE DISPOSITIF

Compléter votre présence en Parrainage TV par la diffusion en Streaming d'un billboard**, accolé au programme et séparé des spots par un jingle TF1+ en pré-roll et/ou mid-roll.

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans. En option, possibilité d'y ajouter un habillage compagnon fixe ou animé en PC et tablette.

Disponible uniquement en gré à gré.

STREAMING SPONSO

NEW



LE DISPOSITIF

Emerger sur nos programmes uniquement en Streaming via la diffusion d'un billboard *** accolé au programme et séparé des spots par un jingle TF1+ en pré-roll et/ou mid-roll. Sous-réserve d'exclusivité sectorielle aux parrains antennes** présents en expand sponso.

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans avec sélection des programmes sur lesquels vous souhaitez communiquer.

Disponible en gré à gré et uniquement sur une sélection de programmes en programmation.

* Incluant BTV/BTV+, la TV d'Orange, MyCanal, Oqee, SFR TV,

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

*** Format billboard de 8 secondes. Pour toutes autres demandes inférieures ou supérieures, nous contacter. (jusqu'à 12 secondes maximum)

AD PAUSE

LE DISPOSITIF

Présence en exclusivité sur l'écran de pause du player TF1+ (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).

Format animé disponible **NEW**

LES ÉCRANS

Disponible sur TF1+ 4 écrans



HABILLAGE CONTENT*

LE DISPOSITIF

La gamme « Habillage Content » se compose de formats display apparaissant pendant la diffusion du programme sous la forme d'arche ou de demi-arche.

Dès maintenant, la gamme s'enrichit avec une nouvelle déclinaison : une bannière verticale qui émerge au sein du player, à gauche ou à droite du programme.

Le format permet l'intégration d'un QR Code pour favoriser l'interaction en double screen. Format disponible uniquement sur une liste définie de programmes TF1+ (nous consulter).

Disponible uniquement en gré à gré.



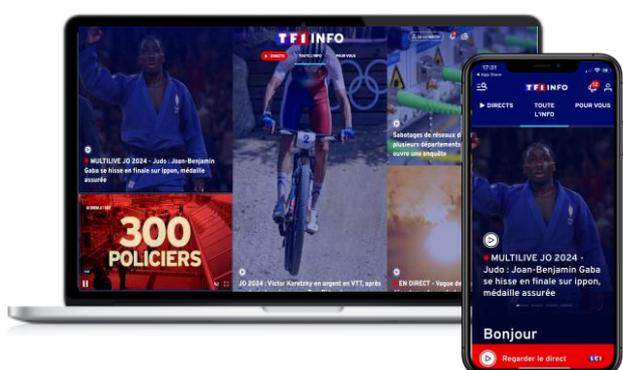
FORMAT DISPLAY TF1 INFO

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.

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

Pour tout autre format nous consulter.



* Sous réserve de l'accord à intervenir

Activation Data

+ DE 1 300
SEGMENTS DATA
DONT :
400 SEGMENTS
RETAIL

25M
DE PROFILS ACTIFS

TV SEGMENTÉE
AVEC
+ 500 SEGMENTS

STREAMING

3 GRANDES FAMILLES DE DATA ACTIVABLES

TF1 PUB met à disposition des annonceurs et agences plus de 1 300 segments data pour être au plus près de leurs problématiques business et renforcer le lien avec leurs clients & prospects.



DATA TF1

Capitaliser sur notre data propriétaire auprès de nos 25M de profils actifs.



DATA FAI

Utiliser toute la puissance et la granularité des données FAI en streaming & TVS.



DATA PARTENAIRE

Boostez vos performances business grâce à nos partenaires data, quel que soit votre secteur d'activité

DATA TF1 SOCIO-DEMO & GEOLOC



CONSO PROGRAMME



PERSONAE

Personae marketing Basés sur la First party TF1, allié à la conso programme et data tierce

NEW

GEOLOC

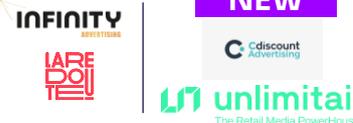


PETITS CONSO & NON EXPOSÉS TV



RETAIL MEDIA

NEW



DATA CENTRE D'INTERÊT



METEO



Avec l'acteur de référence de la météo en France

Data Clean Room



MY DATA

Adoptez la puissance des data clean room pour sécuriser vos activations media sur vos données et découvrir de nouveaux insights grâce à la donnée TF1+ & TF1 INFO

TF1 Pub offre la possibilité aux annonceurs & partenaires de matcher leur data first party à la base CRM de TF1+ & TF1 INFO grâce à nos partenaires techniques: LiveRamp /Habu*; Mediarithmics Clean room et la plateforme Snowflake.

Une gamme technologique large pour répondre à l'ensemble de vos use cases data : **insights, measurement et activation**; en toute sécurité et dans le respect de la réglementation sur les données personnelles.

Notre offre **MYDATA** est modulaire : CRM Onboarding (One Match) + Activation Média (One Vidéo) complété par 2 modules optionnels : Insights (One Profile) & Mesure (One Performance).

DIFFUSION DE CAMPAGNE

Dispositif disponible en streaming 4 écrans & TVS

Precision Marketing



CUSTOM TARGET**

DISPOSITIF

A l'aide de notre expertise, création par TF1 PUB d'un segment d'audience sur la thématique de votre choix via l'administration de questions (maximum 3) posées à nos utilisateurs TF1+.

Les résultats obtenus sont analysés et modélisés dans notre DMP pour créer un « profil utilisateur » permettant d'adresser l'audience de votre choix.

DIFFUSION DE CAMPAGNE

Streaming 4 écrans.

MODES D'ACHAT

Disponible uniquement en gré à gré.

** Sous réserve de l'accord à intervenir*

*** Détails et méthodologie de l'offre sur demande*

Audience Planning

Adresser de nouvelles audiences grâce aux 2 modules d'activation vidéo et jouer pleinement la complémentarité avec vos campagnes TV linéaires.

LES NON-ÉQUIPÉS TV



CIBLAGE

Communiquer auprès d'une population unique de non-équipés TV. Ce segment inédit a été entièrement conçu à travers la qualification de nos utilisateurs sur nos inventaires TF1+ via une technique de data science afin de maximiser sa diffusion.

DIFFUSION DE CAMPAGNE

Streaming OTT: PC, mobile et tablette.

LES PETITS CONSOMMATEURS TV



CIBLAGE

Adresser en CTV les petits consommateurs de TV linéaire grâce à nos partenariats avec les FAI.* Le ciblage s'effectue sur la base de la DEI TV des Set-top Box Bouygues Telecom, SFR & Orange.

DIFFUSION DE CAMPAGNE

Streaming 4 écrans & TVS. Pour la TVS, voir en page 71.

Moment Planning

MÉTÉO FLEX



CIBLAGE

Déclencher vos campagnes Streaming & TVS selon 4 types de conditions météorologiques : la chaleur, le froid, la pluie et la neige.

Les données sont issues de l'acteur de référence de la météorologie en France. Vous pourrez ainsi adapter quasi en temps réel la diffusion de votre campagne sur certaines zones géographiques en présentant un produit plutôt qu'un autre en fonction du ou des critères sélectionnés.

DIFFUSION DE CAMPAGNE

Streaming 4 écrans & TVS. Pour la TVS, voir en page 71.

* Détails des données de partenariat FAI sur demande

1. LES ÉDITEURS RADIO & PODCASTS

Les offres AUDIO DIGITAL permettent aux annonceurs d'étendre la diffusion de leur publicité sur les terrains d'expression suivants : Live streaming, webradios et podcasts. TF1 Pub commercialise les contenus audio digitaux des éditeurs radio et des éditeurs de podcasts suivants :

■ LES INDÉS DIGITAL



L'offre audio-digitale Les Indés Digital est composée des espaces publicitaires audio-digitaux du Produit Les Indés Radios et du Produit Les Indés Digital (ci-après désignés ensemble par "l'Offre Les Indés Digital").

Acteur majeur de l'audio digital, l'Offre Les Indés Digital se compose de :



- Live streaming et webradios : ±92 marques radio et ±400 webradios qui constituent le 3^{ème} réseau audio digital en France avec près de 30 millions d'écoutes actives chaque mois⁽¹⁾
- Podcasts replays et natifs : ±250 podcasts comptabilisant près de 500 000 écoutes mensuelles⁽²⁾

Retrouvez ci-après la liste des stations composant l'offre audio-digitale Les Indés Digital au 02/09/2024 (À titre indicatif).

100%	FOREVER	MELODY	RADIO SCOOP
ACTIV RADIO	FORUM	MELODY DAZUR	RADIO SCOOP GOLD
ADO	FRANCE MAGHREB 2	METROPOLYS	RADIO STAR (Est)
AFRICA RADIO	FREQUENCE GRANDS LACS	MIXX FM	RCA LA RADIO
ALLZIC RADIO	FREQUENCE PLUS	MONA FM	RDC
ALOUETTE	FUSION FM	MONTAGNE FM	RDL RADIO
ALPES 1	GÉNÉRATIONS	M RADIO	RTS FM
ARL	GRAND SUD FM	MY ZEN	RVA
BEUR FM	HIT WEST	NICE RADIO	RVM
BLACKBOX	HORIZON	N RADIO	SWEET FM
CHAMPAGNE FM	IMPACT FM	OCEANE	TENDANCE OUEST
CHANTE FRANCE	JAIME RADIO	ODS RADIO	TONIC RADIO
CLASSIC FM	JAZZ RADIO (D et B)	OÛI FM	TOP MUSIC
CLAZZ	K6 FM	PLEIN AIR	TOTEM
COLLINES LA RADIO	LA RADIO PLUS	RADIO 8	TOULOUSE FM
CONTACT FM	LATINA	RADIO BONHEUR	TROPIQUES FM
DELTA FM	LATITUDE	RADIO INTENSITE	URBAN HIT
DIRECT FM	LITTORAL FM	RADIO ISA	VIBRATION
DURANCE FM	LOR'FM	RADIO MELODIE	VIRGIN RADIO
ESPACE	LOVELY	RADIO MENERGY	VOLTAGE
EST FM	LYON IERE	RADIO MONT-BLANC	WIT FM
EVASION	MAGNUM LA RADIO	RADIO MONTMARTRE	ZIM RADIO
FC RADIO	MANDELA RADIO	RADIO NUMERO 1	
FLASH FM	MAX RADIO	RADIO ONE	
FM 81	MBS	RADIO ORIENT	

100%
ACTIV RADIO
ADO
ALOUETTE
BEUR FM
CHAMPAGNE FM
CHANTE FRANCE
CONTACT FM
EVASION
FLASH FM
HIT WEST
INSIDE
K6 FM
LATINA
LYON IERE
OCEANE
OÛI FM
RADIO MONT-BLANC
SUD RADIO
TOP MUSIC
URBAN HIT
VIBRATION
VOLTAGE
WIT FM

*Liste des stations composant l'offre Les Indés Digital et des stations avec un(des) podcast(s) composant l'offre Les Indés Digital au 02/09/2024 (À titre indicatif). Pour le détails des webradios et des podcasts : nous contacter.

L'Offre Les Indés Digital est soumise aux Conditions Générales de Ventes Digital 2025 de TF1 Pub

(1) ACPM/OJD moyenne Janvier-Juin 2024 - écoutes actives France de plus de 30 secondes (streaming + webradios uniquement)

(2) Nb d'écoutes (streaming ou téléchargement) > 1 sec - Soundcast - Moyenne mensuelle Janvier-Juin 2024

LES PODCASTS DU GROUPE TF1

PODCASTS
TF1
LE GROUPE

Fort d'une expertise dans la production de programmes fédérateurs et ambitieux, le Groupe TF1 dispose d'une offre de près de 30 podcasts issus de marques fortes des antennes. De nombreuses thématiques sont proposées : sport, people, aventure, faits divers... et constituent une audience de plus d'1 million d'écoutes / mois⁽¹⁾



Retrouvez ci-après la liste des podcasts du Groupe TF1 au 02/09/2024 (À titre indicatif) :

Liste des Podcasts du groupe TF1 au 02/09/2024	
Chroniques Criminelles	Les partis pris - 24h Pujadas
C'est un complot	Les gens qui lisent sont plus heureux
Club Margotton	Perri Scope
Vie d'aventure	Impact Positif
En terre ferme	Brunet Direct
Le Jour où	Experte à la Une
La France dans la tourmente	L'invité d'Adrien Gindre
Le pouvoir a-t-il un sexe ?	Le cinéma, c'est la vie en mieux
Les révolutions du regard	Le débat
Demain Nous Appartient	Lenglet Déchiffre
The Voice All Star	Far West
Vie de bête	Info & Vous
Les Contes de hoofs	Au cœur des régions
Ca parle foot	L'événement du dimanche LCI
Historiquemet Show	Futur & Co

(1) Nb d'écoutes (streaming ou téléchargement) > 1 sec - Soundcast - Moyenne mensuelle Janvier-Juin 2024

2. EMBLEMENTS PUBLICITAIRES ET UNIVERS DE DIFFUSION

Les offres AUDIO DIGITAL de TF1 PUB sont accessibles gratuitement sur les principales plateformes audio digital et sur l'ensemble des devices (PC, Mobile, Tablette et Enceintes connectées).

Les offres AUDIO DIGITAL de TF1 PUB intègrent un ou plusieurs emplacements publicitaires :

■ PRÉ-ROLL

- Disponible sur l'ensemble des live streaming, webradios, podcasts des offres AUDIO DIGITAL de TF1 PUB
- Diffusion garantie en exclusivité (mono-annonceur)
- Durée de l'écran publicitaire : jusqu'à 60 secondes maximum



■ MID-ROLL PODCASTS

- Disponible sur les podcasts du Groupe TF1 uniquement
- Durée de l'écran publicitaire : jusqu'à 60 secondes maximum



■ MODES D'ACHAT

Gré à Gré : L'achat 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 TF1 PUB.

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 TF1 PUB.

3. LES CIBLAGES AUDIO DIGITAL

Les ciblagés intègrent par défaut l'ensemble des emplacements publicitaires et l'ensemble des éditeurs⁽¹⁾ sauf mention contraire.

■ ROTATION GÉNÉRALE

« **RON** » : permettant de communiquer sur l'ensemble de l'offre audio-digitale de TF1 PUB⁽¹⁾.

■ CIBLAGE GÉOGRAPHIQUE

❖ « **GEOLOC** »⁽²⁾ permettant de communiquer sur des zones géographiques prédéfinies : région(s) administrative(s), département(s) ou agglomération(s).

(1) Emplacements pré-roll des offres issues de l'offre Les Indés Digital, emplacement pré-roll et mid-roll des Podcasts du Groupe TF1
(2) Ces zones peuvent être activées sur la base des stations commercialisées à date.

■ CIBLAGES AFFINITAIRES

- ❖ **Affinitaires « Socio-démo »** : communiquer sur un pack composé de stations les plus en affinité avec des cibles socio-démographiques préétablies.

Listes des packs affinitaires	Contenu	Éditeurs
<ul style="list-style-type: none"> Genre : Femmes, Hommes Âge : 13-24 ans / 25-34 ans / 35-49 ans / 50-59 ans / 60 ans et + / Femmes 25-49 ans / Hommes 25-49 ans <i>Possibilité de combiner les tranches d'âges existantes</i> CSP : CSPI+, CSPI Actifs RDA < 60 ans, Foyers avec enfants de -15 ans. 	Live Streaming Webradios Podcasts	Les Indés Radios Groupe TF1

- ❖ **Thématiques « MUSICALES »** : permettant de communiquer sur un univers en lien avec une thématique musicale.

Listes des thématiques musicales	Contenu	Éditeur
Rock, Electro/House, Chansons Françaises, Musiques Urbaines, Jazz/Soul/Blues, Nouveautés Pop, Oldies, Musiques du monde	Live Streaming Webradios	Les Indés Radios

- ❖ **Thématiques « INFO/ECO »** : permettant de communiquer sur un univers en lien avec une thématique Info/éco.

Listes des thématiques musicales	Contenu	Éditeur
Les partis pris – 24H Pujadas, Parlons Vrai chez Bourdin Brunet Direct, Expertes à la Une, Eric Nauleau...	Podcasts	Pré-roll & Mid-roll ⁽¹⁾

Offre susceptible d'être enrichie – nous consulter pour la liste à jour.

■ CIBLAGES PAR ÉDITEURS

Listes des éditeurs	Contenu
Les Indés Radios	Live Streaming / Webradios / Podcasts
TF1	Podcasts
LCI	Podcasts

■ CIBLAGES PAR CONTENU

- ❖ **« 100% LIVE »** permettant de communiquer sur l'ensemble des contenus Live Streaming de l'offre publicitaire audio-digitale de TF1 PUB.
- ❖ **« 100% WEBRADIOS »** permettant de communiquer sur l'ensemble des contenus WEBRADIOS de l'offre publicitaire audio-digitale de TF1 PUB.
- ❖ **« 100% PODCASTS »** permettant de communiquer sur l'ensemble des contenus PODCASTS (natifs et replay) de l'offre publicitaire audio-digitale de TF1 PUB.

■ CIBLAGE SUR MESURE

- ❖ **« 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 : 13-24 ans x 100% Live / 25-49 ans x 100% Webradios / 100% Podcasts x Les Indés Radios / Liste de codes postaux / sélection de device / choix de stations spécifiques...

(1) Emplacements pré-roll des offres issues de l'offre Les Indés Digital, emplacement pré-roll et mid-roll des Podcasts du Groupe TF1

4. LES OFFRES COMMERCIALES

■ MYVIP CONTEXTUEL

L'offre MYVIP CONTEXTUEL est une offre émergente mono-annonceur maximisée par un jingle thématique de 5" sur-mesure et contextualisé avec citation de marque. Ce dispositif est conditionné à l'activation du dispositif en radio (à retrouver dans les conditions commerciales audio 2025 sur le site <http://tf1pub.fr>)

Cette offre vous garantit une présence sur l'ensemble de l'offre Audio Digital de TF1 PUB

Mécanisme

Votre spot promotionnel est diffusé en pré-roll selon l'environnement de diffusion et il est accompagné d'un jingle personnalisé de 5" adapté aux temps forts de l'année (frais de production offerts par TF1 PUB).



Exemple d'application

Jingles : « Vous allez adorer l'été, sur votre station des Indés Radios avec [marque] »
« Vibrez au rythme du sport sur votre station des Indés Radios avec [marque] »

DÉCLINAISON RSE : Voir les offres **IMPACT SCREEN AUDIO** disponibles dans les conditions commerciales audio 2025, sur le site <http://tf1pub.fr>.

■ SPONSORING DE PODCASTS

Associez votre message à l'un ou plusieurs podcasts de l'offre publicitaire de TF1 PUB ou communiquez sur une ou plusieurs thématique(s) spécifique(s) : nous consulter.

■ PODCASTS DE MARQUE

Créez votre podcast de marque grâce à un service packagé de production de TF1 Factory ⁽¹⁾

5 podcasts de 15-20 mins

PRODUCTION

- Chargé de production (2 jours)
- Journaliste édito/ écriture (3 jours)
- Graphiste (1 jour)
- animateur/Journaliste (1 jour d'enregistrement et préparation)
- Enregistrement et Mixage (base de 4 heures d'enregistrement par épisode et de 4 heures de mixage par épisode)
- Musique de stock (1 musique, identique pour les 5 épisodes)

A partir de
25 000 € nets HT
(soit 5 000 € par épisode)

HEBERGEMENT PAR AUDIOMEANS ⁽²⁾

1 an d'hébergement

DIFFUSION SUR LES PRINCIPALES PLATEFORMES D'ECOUTE ⁽³⁾

(1) Sous réserve de l'accord de TF1 Factory. Dispositif sur devis nous contacter.
(2) Sous réserve de l'accord de la plateforme d'hébergement Audiomeans
(3) Sous réserve de l'acceptation par l'annonceur des CGV et CGU de chaque plateforme

5. LA TARIFICATION

**LES CONDITIONS TARIFAIRES APPLICABLES
AUX OFFRES AUDIO DIGITAL
(TARIFS, REMISES, MODULATIONS, ETC.)
FERONT L'OBJET D'UNE PUBLICATION À VENIR
AU PLUS TARD LE 25 OCTOBRE 2024**

Tarifs Vidéo

ACHAT AU CPM NET TARIF

OFFRES	Janv-Fév-Mars	Avril à Decembre
SIGNATURE	CPM 20" 4 ECRANS	CPM 20" 4 ECRANS
First View / Privatisation Pre-roll / Event	35,00 €	45,00 €
Data	CPM 20" 4 ECRANS	CPM 20" 4 ECRANS
MyData : data clean room / Custom target / Meteo Flex	35,00 €	45,00 €
Socio-démo / Audience planning / Retail Media	30,00 €	40,00 €
Interet / Lifestyle / autres intentionnistes	25,00 €	35,00 €
Content (dont Samsung TV Plus)	CPM 20" 4 ECRANS	CPM 20" 4 ECRANS
Ecran exclusif	60,00€	80,00€
Programmes / Thématiques	30,00 €	40,00 €
Ad pause	25,00€	35,00€
Affinitaires	20,00 €	30,00 €
Run of network*	15,00€	25,00 €

*Rotation générale sur l'ensemble des supports digitaux de TF1 Publicité

MODULATIONS TARIFAIRES

La modulation s'applique sur le CPM tarif net.

OPTIONS	
Coview+	+4€ par option ajoutée
Customation Signature	
Position préférentielle	
Répartition device	
Géoloc	
Tranche Horaire	
Publisher	
Retargeting	
Habillage Player	

Tarifs Display

DISPLAY



Environnement	Format	CPM net tarif
Formats IAB sur web/mob/tab	Bannière	15 €
	Méga Bannière	20 €
	Bannière mobile	10 €
	Mid-Page Unit	10 €
	Half-Page Unit	10 €
Formats COVER	Vidéo	30 €
	Statique	20 €



En complément de l'offre TF1 PUB Vidéo, peuvent être activés sur les formats display les inventaires des sites : WebMail Bouygues Telecom.

DISPLAY

FORMAT HABILLAGE CONTENT*

25 € CPM NET TARIF

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 TF1+ et TF1 INFO.

**Sous réserve de l'accord à intervenir*

Les modulations tarifaires

GRILLES DES INDICES TARIFAIRES DE DURÉE VIDÉO

DUREES (en sec)	Entre 11 et 15	Entre 16 et 20	Entre 21 et 30
INDICES	85	100	125

L'indice s'applique sur le CPM Net Tarif

Pour les formats inférieurs à 11 secondes ou supérieurs à 30 secondes : nous consulter

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 €

INFORMATION : En cas de livraison à TF1 PUB d'un spot d'une durée différente à celle indiquée dans l'ODP, le volume à diffuser sera modifié.



My[Screen]. p.99

Habillage Écran. p.100

Habillage Jingle TF1+. p.101

Hacking Streaming. p.102

Load Roll. p.103

Immersion Plateau. p.104

Lancement Personnalité. p.105

Dual Screen. p.106

Spot en Direct. p.110

Ad(d) in fiction. p.111

Game Break. p.112

Verticales & Collections. p.113



LECTURE

Objectif de communication	Offres	Principe	Bénéfice
	My[Screen] <ul style="list-style-type: none"> • My[Screen] • My[Screen] Habillage • My[Screen] Chrono • My[Screen] Thématisé • My[Screen] Meal Time 	Diffuser votre spot dans des conditions d'écran exclusif séparé du reste de l'écran par un jingle de 3".	Bénéficier d'un écran publicitaire pour émerger et vous démarquer des autres annonceurs présents dans l'écran.
	Habillage écran <ul style="list-style-type: none"> • Habillage écran • Habillage écran contextuel • Habillage écran vertical 	Événementialiser votre spot via la création d'une séquence graphique qui lie la dernière image du jingle publicitaire à la 1 ^{ère} image de votre spot.	Capter l'attention du téléspectateur grâce à une transition visuelle originale et impactante pour maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque.
	Habillage Jingle TF1+ <ul style="list-style-type: none"> • Habillage Jingle • Habillage Jingle Editorialisé 	Jouer avec les codes graphiques du jingle publicitaire TF1+ pour créer une transition vers votre spot publicitaire.	Capter l'attention du streamer grâce à une transition visuelle originale et impactante pour maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque.
	Hacking Streaming	Créer l'illusion d'infiltrer la Home Page de TF1+.	Surprendre le streamer avec un dispositif innovant pour marquer les esprits et renforcer l'impact.
	Load roll	Enrichir votre spot publicitaire avec une barre de progression reproduite en surimpression.	Maximiser le souvenir et la mémorisation de la marque avec la reprise d'un élément graphique.
	Immersion Plateau <ul style="list-style-type: none"> • Immersion Plateau • Immersion Plateau AR 	Tourner et diffuser votre spot dans l'univers d'un programme du Groupe TF1.	Créer de la préférence de marque en s'appuyant sur une licence programme et renforcer l'impact de la campagne.
	Lancement Personnalité	Lancer votre spot publicitaire par une personnalité du Groupe TF1.	Bénéficier d'une caution pour renforcer la crédibilité et la confiance dans l'offre.
	Dual Screen <ul style="list-style-type: none"> • Dual Screen Shoppable • Dual Screen Gaming • Dual Screen Gaming contextuel • Dual Screen Social • Dual Screen Carrousel • Dual Screen Talk • Dual Screen AR • Dual Screen Celebrity • Dual Screen Calendaire 	Enrichir la diffusion de votre spot avec du contenu supplémentaire (expérience shopping, offre promotionnelle, mini-jeu, expérience interactive, avis, etc.).	Prolonger l'expérience publicitaire avec du contenu additionnel pour renforcer l'impact de votre campagne.
	Spot en direct	Réaliser un spot vidéo événementiel diffusé en quasi-temps réel au sein d'un écran publicitaire.	Délivrer un discours de transparence et d'authenticité pour renforcer l'engagement des téléspectateurs.
	Ad(d) in fiction	Infiltrer une fiction du Groupe TF1 avec du placement de produit et contextualiser vos produits en brand content	Mettre en situation vos produits pour susciter l'envie de se les procurer.
	Game Break	Proposer aux téléspectateurs une pause publicitaire interactive, avec un jeu pendant toute la durée de l'écran publicitaire.	Engager les téléspectateurs et créer de la préférence de marque.
	Verticales & Collections	S'associer en exclusivité à des verticales thématiques ou créer des collections sur mesure sur TF1+.	Préempter un territoire d'expression pour bénéficier d'un transfert de valeurs.

MY[SCREEN]

PRINCIPE

Avec l'offre MY[SCREEN], diffuser votre spot dans des conditions d'écran exclusif, en bénéficiant de l'accès à de nombreux écrans, la semaine et le week-end.

Votre 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 votre 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] THÉMATISÉ

L'offre MY[SCREEN] THÉMATISÉ permet d'enrichir votre dispositif MY[SCREEN], avec une accroche dédiée par secteur (texte + voix off) intégrée dans le jingle de 3", pour contextualiser votre message.

Cette offre permet d'interpeller le public et de favoriser l'attention sur votre produit ou service.

Le spot doit être positionné en dernière position de l'écran.

MY[SCREEN] MEAL TIME **NEW**

L'offre MY[SCREEN] MEAL TIME permet d'enrichir votre dispositif MY[SCREEN], avec l'intégration d'un moment de consommation (ex. : petit-déjeuner, déjeuner, goûter et dîner) dans le jingle de 3", pour rythmer la journée des téléspectateurs autour de ces moments clés.

Cette offre permet d'engager le public de manière pertinente et instantanée et de susciter l'intérêt pour votre produit ou service au moment de la journée le plus opportun.

Le spot doit être positionné en dernière position de l'écran.

CONDITIONS

Dispositifs sur devis

Dispositifs sous réserve de l'accord de l'Antenne, de la Direction Artistique, du Planning, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve des disponibilités planning. Pour optimiser votre présence événementielle en écran, nous vous recommandons d'être présent aux ouvertures de planning. Ces offres sont ouvertes à un spot maximum par écran.

Les dispositifs MY[SCREEN] sont soumis à la tarification applicable aux EPI ou EP99.

Ces offres sont accessibles uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation. Seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN]. Sous réserve de l'éligibilité des écrans.

La production d'habillage écran est réalisée par TF1 Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne.

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, d'un MY[SCREEN] THÉMATISÉ ou d'un MY[SCREEN] MEAL TIME.

HABILLAGE ÉCRAN

PRINCIPE

Événementialiser votre spot TV via la création d'une séquence graphique qui lie la dernière image du jingle publicitaire à la 1^{ère} image de votre spot.

BÉNÉFICE

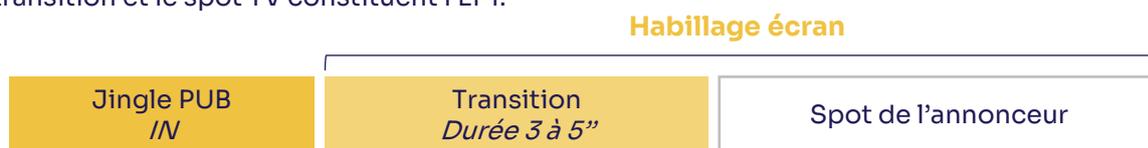
L'habillage écran permet de :

- 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, TF1 Factory peut produire l'intégralité de cet EPI (transition + spot TV).

HABILLAGE ÉCRAN CONTEXTUEL

L'habillage écran contextuel permet de contextualiser le spot TV via l'intégration, dans la transition, d'une accroche personnalisée avec l'univers de l'annonceur, pour interpeller les téléspectateurs.

Exemple créatif de l'habillage écran contextuel :

- 1- Transition contextuelle : « Avez-vous trouvé votre prochaine destination pour les vacances ? »
- 2- Spot de l'annonceur : spot d'un acteur Voyage-Tourisme

HABILLAGE ÉCRAN VERTICAL

L'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.

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de la Direction Artistique, de TF1 Factory, du Planning, du Juridique et de la Conformité.

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 EPI.

Ces offres sont accessibles uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation.

La production d'habillage écran est réalisée par TF1 Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne.

Frais de production de la transition, frais de production du spot sur demande et application de la majoration Opérations Spéciales à prévoir.

Habillage Jingle TF1+

ONE
REACH

HABILLAGE JINGLE

PRINCIPE

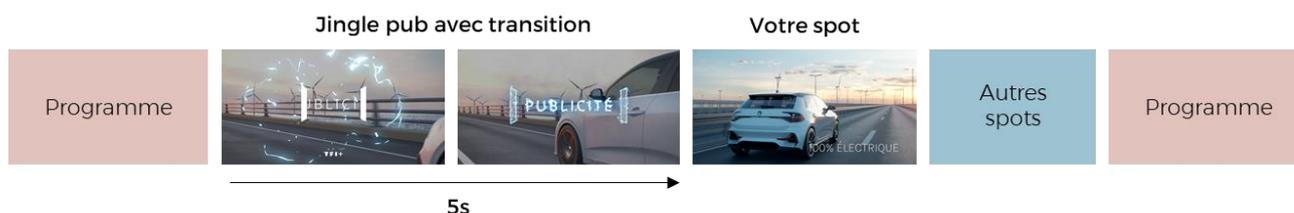
Dès la première seconde du jingle publicitaire « TF1+ Publicité », jouer avec les codes graphiques du jingle sur TF1+ 4 écrans (box CTV éligibles : Orange, Bouygues Telecom et Free). Nous intégrons dans le jingle des éléments créatifs de votre marque, pour créer une transition vers votre spot publicitaire et plonger le streamer dans l'univers de votre marque.

BÉNÉFICE

L'habillage jingle permet de surprendre le streamer et capter son attention, grâce à une insertion de la marque originale et impactante dans le jingle publicitaire.

DISPOSITIF

Diffusion du spot en dur (jingle « TF1+ Publicité » + spot annonceur) sur TF1+ PC, Mobile, Tablette et CTV en 1^{ère} position de mid-roll.



HABILLAGE JINGLE ÉDITORIALISÉ

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, de TF1 PUB, du Juridique et de la Conformité. 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 et majoration du CPM à prévoir.

Box CTV éligibles : Orange, Bouygues Telecom et Free.

Hacking Streaming

ONE
REACH

NEW

PRINCIPE

Créer l'illusion d'infiltrer la Home Page de TF1+.

Grâce à un pré-spot, recréer une Home Page qui reprend tous les codes de la plateforme TF1+, dans laquelle vient s'intégrer votre marque, avec des éléments graphiques tels que le logo, la mascotte, le produit, etc.

BÉNÉFICE

Le Hacking Streaming permet de :

- Surprendre le streamer et attirer son attention avec un dispositif innovant
- Marquer les esprits et renforcer l'impact de votre campagne
- Se distinguer de ses concurrents

DISPOSITIF

Diffusion du spot en dur (pré-spot + spot annonceur) sur TF1+ PC, Mobile, Tablette et CTV en 1^{ère} position de mid-roll (ou pre-roll sur CTV).



CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Editeur, de TF1 PUB, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

Frais techniques et majoration du CPM à prévoir.

Maquette non contractuelle.

PRINCIPE

Enrichir votre spot publicitaire avec une barre de progression reproduite en surimpression et customisée aux couleurs de votre marque.

BÉNÉFICE

Le Load Roll permet de :

- Surprendre le streamer et capter son attention
- Reprendre un élément graphique de votre marque et le valoriser dans le player TF1+
- Maximiser le souvenir et la mémorisation de votre marque

DISPOSITIF

Diffusion de votre spot publicitaire enrichi avec un élément graphique de votre marque (ex. : logo, mascotte, produit...) dans la barre de progression de la vidéo spécialement créée pour l'occasion, pour une diffusion sur TF1+ PC, Mobile, Tablette et CTV.



CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Editeur, de TF1 PUB, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

Frais techniques et majoration du CPM à prévoir.

Maquette non contractuelle.

Immersion Plateau

IMMERSION PLATEAU

PRINCIPE

Tourner et diffuser votre spot dans l'univers d'un programme du Groupe TF1.

BÉNÉFICE

L'Immersion Plateau 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



Immersion Plateau 50' Inside

UNE COMMUNICATION ORIGINALE SOUS LICENCE PROPOSÉE SUR TF1 ET TF1+



Diffusion de ces spots sur TF1 en **emplacement Premium**, pendant la **coupure publicitaire** du programme



Immersion Plateau Mask Singer



Diffusion de ces spots sur TF1+ en **pre-roll** ou **mid-roll** du programme



Immersion Plateau DAL'S

IMMERSION PLATEAU AR NEW

En s'inspirant du FOOH (Fake Out Of Home), une tendance de publicité virtuelle qui révolutionne les codes du street marketing, l'offre Immersion Plateau AR permet de créer des vidéos hyperréalistes et immersives dans l'univers d'un programme du Groupe TF1.

Grâce à la réalité augmentée, réalisez un spot qui intègre les éléments de votre marque (ex. : mascotte, produit, etc.) directement sur le plateau d'un programme.

Le spot est ensuite diffusé en contexte de ce même programme sur TF1, TF1+ et/ou les réseaux sociaux de TF1.

En incrustant des éléments mouvants non existants dans des décors réellement existants, cette offre innovante permet de concevoir des expériences publicitaires originales qui repoussent les limites de la créativité, renforçant ainsi le lien émotionnel avec le public.

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, du Planning, de l'Ayant Droit, de la Production, des plateformes sociales, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve de l'exploitation de la licence programme.

Sous réserve d'exclusivité sectorielle vis-à-vis des parrains du programme.

Sous réserve des disponibilités planning, de l'inventaire digital disponible et de la modification des algorithmes des plateformes sociales.

Ces offres sont accessibles uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation.

Frais de production, frais de licence, majoration Opérations Spéciales en TV et majoration du CPM à prévoir.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

Lancement Personnalité

ONE
XPERIENCE

PRINCIPE

Lancer votre spot publicitaire par une personnalité du Groupe TF1.

BÉNÉFICE

Le Lancement Personnalité permet de :

- Susciter l'intérêt des téléspectateurs/streamers, capter leur attention et augmenter leur capacité de mémorisation
- Bénéficier d'un transfert de valeurs
- Renforcer la crédibilité et la confiance dans l'offre

DISPOSITIF

Production d'un format immersif sur un plateau neutre habillé aux couleurs de votre marque, avec une personnalité du Groupe TF1 (animateur TF1, comédien, artiste Play Two, etc.) qui lance votre spot publicitaire.



CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, du Planning, de la Production, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve de l'accord de la personnalité et de ses disponibilités.

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, à l'offre All Buy Myself et en programmatique.

Frais de production, frais d'endorsement et majoration Opérations Spéciales en TV et majoration du CPM à prévoir.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

Dual Screen

ONE
XPERIENCE

PRINCIPE

Dual Screen, le format vidéo qui réunit 2 écrans en 1 seul.

Disponible en TV et en Digital, il favorise la créativité de votre spot pour enrichir votre discours, tout en créant un impact visuel auprès des téléspectateurs/streamers.

Faire place aux idées et créer du lien avec vos consommateurs, renforcer l'attention, développer votre discours de marque, offrez une expérience interactive...

BÉNÉFICE

Le Dual Screen permet d'enrichir la diffusion de votre spot avec du contenu additionnel pour renforcer l'impact de votre campagne.

DISPOSITIF

Pour le téléspectateur/streamer, l'écran est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9e
- à droite : diffusion en format vertical de contenus enrichis et complémentaires



DUAL SCREEN SHOPPABLE

Créer une expérience shopping sur un 2nd écran.

PRINCIPE

Le public est invité à scanner un QR Code pour accéder directement au site de la marque ou à la page de téléchargement de son application mobile, afin d'obtenir une promotion, de faire une réservation ou d'acheter le produit ou service mis en avant.

BÉNÉFICES

Expérience e-shopping interactive, drive to e-shop ou app, conversion accélérée

DEVICES

TV, CTV & PC



Dual Screen

ONE
XPERIENCE

DUAL SCREEN GAMING

Engager les streamers avec une mécanique de gaming

PRINCIPE

Le public est invité à participer à un mini-jeu (ex. : instant gagnant, quiz, jeu interactif, etc.), pour tenter de remporter une dotation.

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, préférence de marque

DEVICES

PC



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e
À droite : Intégration d'un format gaming

DUAL SCREEN GAMING CONTEXTUEL

Créer une pause publicitaire divertissante et en lien avec le programme visionné

PRINCIPE

Le public est invité à participer à un mini-jeu (ex. : jeu de hasard, puzzle, etc.) reprenant les codes d'un programme et diffusé en contexte de celui-ci. Une mécanique sous licence programme pour développer la préférence de marque et créer du lien avec les streamers.

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, préférence de marque

DEVICES

PC



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e
À droite : Intégration d'un format gaming sous licence

DUAL SCREEN SOCIAL

Amplifier la portée de vos posts en dehors des plateformes sociales

PRINCIPE

Ce format intègre les contenus de marque issus des réseaux sociaux dans un spot publicitaire, pour donner une visibilité supplémentaire à ces contenus et créer un lien direct avec les communautés de fans.

BÉNÉFICES

Amplification du message, engagement, visibilité

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile et Tablette



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e
À droite : Intégration des posts sociaux

Dual Screen

ONE
XPERIENCE

DUAL SCREEN CARROUSEL

Mettre en avant votre sélection de produits

PRINCIPE

Ce format intègre un carrousel pour présenter vos produits, actualités ou promotions.

BÉNÉFICES

Visibilité des articles proposés, actualisation et rotation des produits

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile & Tablette



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e
À droite : Intégration des produits dans un carrousel

DUAL SCREEN TALK

Créer une conversation instantanée entre votre marque et le public

PRINCIPE

Le public peut initier une conversation instantanée avec un chatbot, pour accéder à des informations supplémentaires ou des contenus inédits, bénéficier d'une offre promotionnelle, etc.

En TV / CTV : intégration d'un QR Code à scanner pour accéder au chatbot directement sur son smartphone

Sur PC : intégration du chatbot dans le player



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e
À droite : Intégration de l'expérience Chatbot

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, préférence de marque

DEVICES

TV, CTV & PC

DUAL SCREEN AR

Proposer une expérience en réalité augmentée

PRINCIPE

Le public a la possibilité de démarrer une expérience en réalité augmentée interactive et innovante (visualisation du produit, expérience gaming, message personnalisé) via l'appareil photo de son smartphone.

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, personnalisation, préférence de marque

DEVICES

TV, CTV & PC



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e
À droite : Intégration d'un QR Code pour lancer l'expérience AR

Dual Screen

DUAL SCREEN CELEBRITY

Recommander un produit ou service par une personnalité du groupe TF1

PRINCIPE

Cette offre permet de faire tester et approuver votre produit ou service par une personnalité et de faire remonter l'avis de celle-ci directement dans votre spot publicitaire.

BÉNÉFICES

Crédibilité, caution, influence

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile et Tablette



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e

À droite : Verbatim et photo de la personnalité + macaron « recommandé par [prénom nom] »

DUAL SCREEN CALENDRAIRE NEW

Engager les streamers autour des marronniers

PRINCIPE

Le public profite d'une pause publicitaire divertissante autour des temps forts de l'année (ex. : chasse aux œufs à Pâques, calendrier de l'avent à Noël, cœur à gratter à la Saint-Valentin, etc.).

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, préférence de marque

DEVICES

PC



À gauche : Diffusion de votre spot classique en format 16/9e

À droite : Intégration de l'expérience interactive

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, du Planning, de TF1 Factory, de TF1 PUB, du prestataire technique, du Juridique et de la Conformité.

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.

Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

Ces offres sont accessibles uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation.

Frais de production, frais techniques, frais de licence, frais d'endorsement et majoration Opérations Spéciales en TV et majoration du CPM 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.

Maquettes non contractuelles.

Dual Screen Social : 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.

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 TF1 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

Un spot en direct 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 TF1, 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.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, du Planning, de TF1 Factory, du Juridique et de la Conformité.

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, à l'offre All Buy Myself et en programmation.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération de promotion.

Frais de production, majoration Opérations Spéciales en TV et majoration du CPM à prévoir.

Ad(d) in Fiction

PRINCIPE

Avec Ad(d) in fiction, intégrer une fiction du Groupe TF1 avec du placement de produit et contextualiser vos produits en brand content.

BÉNÉFICE

Ad(d) in fiction permet de :

- Bénéficier d'un transfert de valeurs et valoriser vos produits
- Intégrer de manière naturelle et contextuelle vos produits dans une fiction
- Créer de la préférence de marque en s'appuyant sur une licence programme
- Susciter l'envie chez le public de se procurer les produits

DISPOSITIF



PLACEMENT DE PRODUIT

Intégration de votre produit dans les décors ou le scénario d'une fiction du Groupe TF1 (ex. : Demain nous appartient, Ici tout commence, Camping Paradis, Sam, etc.).

+



BRAND CONTENT

Production d'un spot de brand content mettant en lumière le produit placé dans la fiction et diffusion en Emplacement Premium en contexte programme.

CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, du Planning, de la Production, de l'Ayant Droit, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve de respect et de conformité avec la réglementation applicable en matière de placement de produit.

Sous réserve de l'exploitation de la licence programme.

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, à l'offre All Buy Myself et en programmatique.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

Frais de production, frais de licence, majoration Opérations Spéciales en TV et majoration du CPM à prévoir.

NEW

PRINCIPE

Proposer aux téléspectateurs une pause publicitaire interactive, avec un jeu sur 2nd écran, tout au long de l'écran publicitaire.

BÉNÉFICE

Le Game Break permet de :

- Engager les téléspectateurs à travers une mécanique participative
- Maximiser la mémorisation de votre marque
- Créer de la préférence de marque

DISPOSITIF

Un dispositif clé en main en 5 étapes :

- Etape 1 : Diffusion de teasers en amont du Game Break pour prévenir les téléspectateurs.
- Etape 2 : En EP1, le spot d'une marque invite les téléspectateurs à flasher un QR Code.
- Etape 3 : Une fois scanné, les téléspectateurs sont redirigés vers un jeu brandé aux couleurs de la marque qui se joue directement sur le smartphone / la tablette.
- Etape 4 : Pendant toute la durée de l'écran publicitaire, le jeu oppose tous les téléspectateurs en temps réel.
- Etape 5 : À la fin de l'écran publicitaire, un classement général désigne le gagnant qui remporte une dotation proposée par la marque.

CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Dispositif sous réserve de l'accord de l'Antenne, du Planning, du prestataire technique, du Juridique et de la Conformité.

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, à l'offre All Buy Myself et en programmation.

Frais techniques et majoration Opérations Spéciales en TV à prévoir.

Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion.

Dotations à définir par l'annonceur et à la charge de celui-ci.

Verticales & Collections

ONE
XPERIENCE

NEW

VERTICALES

PRINCIPE

Dans le cadre de l'enrichissement de son offre de contenus gratuits, TF1+ lance de nouvelles verticales, parmi ses pages catégories, accessibles depuis sa page d'accueil.

VERTICALE IMPACT

Une verticale dédiée aux enjeux environnementaux et sociétaux (consommation plus responsable, inclusion, nouveaux habitats, mobilité douce, urgences climat, etc.) avec par exemple :

- L'offre Ushuaïa TV : de nombreux films et des séries-documentaires comme Taste Hunters, Echo-Logis, Naturopolis, Green Heroes, etc.
- Les programmes Info : Impact positif, Agissons pour demain, mais aussi les extraits affinitaires de Top Info, la Matinale, les JT, Quotidien, etc.
- Des programmes exclusifs : les Reportages de Martin Weill, 21h Médias, I am Greta, La Grande muraille verte, etc.
- Des films et séries comme Les Bracelets rouges, Lycée Toulouse-Lautrec, etc.

VERTICALE PEOPLE

Une verticale dédiée à la vie des Stars avec par exemple :

- Toute l'actu People en France et à l'étranger : le Petit Q de Willy Papa, 50' Inside, Sept à Huit, etc.
- Des interviews exclusives, des docs et reportages sur des destins qui nous fascinent : Diana, Valérie Lemerrier, Tom Cruise, Lady Gaga, etc.
- Une sélection de films et de séries au casting 5 étoiles
- Le meilleur des peuples dans nos émissions phares et surtout toute la vie de la télé-réalité

DISPOSITIF

Une association forte à la verticale avec :

- La création d'un rail dédié à la marque intégrant une sélection de contenus de la verticale et/ou des contenus propres de l'annonceur en lien avec la thématique
- Le co-branding exclusif des mises en avant éditoriales sur la Home Page de TF1+ et sur la verticale
- La diffusion du spot publicitaire de l'annonceur suivi d'un packshot pour faire découvrir la sélection de la marque aux streamers

COLLECTION CINÉ

Une collection autour du meilleur du cinéma : le Top 30 des films du moment (actualisé chaque semaine par nos équipes – sur la base des audiences) avec :

- La création d'une page collection cinéma avec la marque partenaire
- Le co-branding exclusif des mises en avant éditoriales sur la Home Page de TF1+ et sur la page catégorie Films
- La diffusion – en mono pre-roll des films du Top 30 – du spot publicitaire de l'annonceur suivi d'un packshot pour faire découvrir la collection Cinéma aux streamers
- Un carrousel dédié reprenant des films de la collection Cinéma sur les réseaux sociaux de TF1+

COLLECTION SUR MESURE

Une collection personnalisée qui rassemble des contenus autour d'une même thématique, afin de nourrir le territoire d'expression d'une marque avec :

- La création d'une page collection avec la marque partenaire intégrant des contenus affinitaires avec la thématique
- Le co-branding exclusif des mises en avant éditoriales sur la Home Page de TF1+
- La diffusion du spot publicitaire de l'annonceur suivi d'un packshot pour faire découvrir la collection

CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, de l'Editeur, des Ayants droit, de TF1 PUB, des plateformes sociales, du Juridique et de la Conformité.

Sous réserve de l'accord de la Direction RSE dans le cadre de la verticale Impact.

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

Frais techniques et majoration du CPM à prévoir.



Glossaire

Les offres MPI. p.115

Les options MPI Priority. p.116

Terminaisons écrans TF1-TNT. p.117



LECTURE

Les Offres MPI



MPI

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

Vous pouvez personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères médiaplanning 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, ...), ce Coût au GRP référent MPI est modulé, à la baisse ou à la hausse, 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.

MPI PRIORITY

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

- La garantie du respect du volume GRP global au moment de l'acceptation du brief. Le brief MPI Priority pourra être accepté dans sa globalité ou partiellement.
- Et des services supplémentaires :
 - A compter de la date de retour des ordres, réponse au brief annonceur en 8 jours ouvrables maximum et renvoi de la programmation dans ce même délai.
 - Garantie que les éventuels modules publiés en cours d'année ne s'appliqueront pas.
 - Les options MPI sont incluses et activables sur demande.

Ces deux offres MPI / MPI priority peuvent être hybridées dans les conditions mentionnées dans la rubrique MPI hybride (voir p.53).

MPI HYBRIDE

- L'ensemble du catalogue diffusé en TV, quelle que soit la chaîne (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films) ainsi que, pour le MPI TNT, les contenus AVOD (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) et Chaînes FAST thématiques (flux continus de contenus vidéos thématiques)
- Environnement « Brand Safe » quel que soit le périmètre de diffusion, la consommation streaming sur le poste de TV est soumise à la même réglementation 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 streaming TV, Avod et chaînes FAST thématiques, sera en affinité avec la cible TV achetée
- KPIs de restitution en GRP unifiés et standardisés, certifiés par Médiamétrie, mesureur tiers et garant de qualité des données communiquées en cours et fin de campagne

Les Options **MPI PRIORITY**

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 +2 pts.

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 streaming sur écran de TV exclut automatiquement l'Extra-night.

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 Streaming TV.

PRÉSENCE EN PEAK (2000-2199) LE 1ER JOUR DE CAMPAGNE

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

Les terminaisons d'écran TF1 & TNT1

Terminaison	TF1	TMC / TFX / TF1 Séries Films / Histoire / Ushuaïa / TV Breizh	LCI
0	Standard	Standard	Standard
1			
2	VIP	Films	
3	Télé réalité	Télé réalité	Neutre
4	Divertissement / Talk- show	Divertissement / Talk- show	Divertissement / Talk- show
5	Jeunesse	Jeunesse	
6	Dédoublé / Exceptionnel	Dédoublé / Exceptionnel	Dédoublé / Exceptionnel
7	EVENT		
8	EVENT Sport	Quotidien	
9	Sport	Sport	Sport

TF1
PUB

TF1 TMC TFX TF1 SÉRIES FILMS LCI

TV Breizh

Ushuaïa TV

HISTOIRE TV

TF1+ TF1 INFO