A promotional image for a commercial. On the left, a person in a full-body blue sequined suit with a peacock head and large, fanned-out peacock feathers stands on a stage. On the right, a man in a dark blue tuxedo with a white shirt and dark tie holds a microphone, looking towards the peacock. The background is a stage with purple and blue lighting and geometric patterns. The text 'CONDITIONS COMMERCIALES 5 ÉCRANS' is overlaid in large white letters. In the bottom left, '20 20' is written in large white numbers. In the bottom right, the 'TF1 PUB' logo is visible.

CONDITIONS COMMERCIALES 5 ÉCRANS

20
20

TF1
PUB

TF1
...
PUB

CONDITIONS COMMERCIALES APPLICABLES SUR LA
PÉRIODE DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2020

TF1

TMC

TFX

TF1 SÉRIES
FILMS

LCI

| MY TF1 |

TV Breizh

UshuaïaTV

histoire

CONDITIONS COMMERCIALES APPLICABLES SUR LA PÉRIODE DU 1^{er} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2020

VERSION DU 07/08/2020

Version	Date de publication	Contenu
1.0	15/10/2019	Version initiale
2.0	18/11/2019	Modification offre ECO RESPONS'AD (page 71)
3.0	22/05/2020	<ul style="list-style-type: none">- Modification du Pack Net Décideurs LCI (page 27)- Modification des tarifs des packs Ushuaïa TV et Histoire (page 28)
4.0	10/07/2020	Complément Audio Digital : Offre Podcasts TFI (pages 88, 89) Nouveau mode de vente Audio Digital : programmation (page 101)
5.0	31/07/2020	<ul style="list-style-type: none">- Modification du Pack Net Décideurs LCI (page 29)- Modification des tarifs des packs Ushuaïa TV et Histoire (page 30)
6.0	07/08/2020	Conditions applicables au nouveau secteur du cinéma (page 21 sur TFI et page 28 sur la TNT).

LA CONVERGENCE VIDÉO	10
L'ESPACE CLASSIQUE	15
LE PARRAINAGE	57
LES OPS	70
L'OFFRE VIDÉO & LES AUTRES FORMATS DIGITAUX	82
CONDITIONS COMMERCIALES	102
ANNEXES	112

SOM MAIRE

TFI PUB, UN REACH SANS COMMUNE MESURE

97%

COUVERTURE MENSUELLE 25-49

Dont :

86%

POUR
LA TV

Dont :

45%

POUR
LA RADIO

Dont :

74%

POUR
LE DIGITAL

Médiamétrie – Cross médias vague 2019.1

LES MODES D'ACHAT

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

■ L'ESPACE CLASSIQUE

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

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

LE SPOT À SPOT, LE CHOIX À 100%

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

Vous êtes l'architecte de votre campagne !

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

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

PACKS NETS FORFAITAIRES : DES SOLUTIONS CLÉ EN MAIN

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

■ LE PARRAINAGE & LE PLACEMENT DE PRODUIT

LE PARRAINAGE

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

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

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

LE PLACEMENT DE PRODUIT

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

LES MODES D'ACHAT

■ LES OPÉRATIONS SPÉCIALES

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

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

■ L'ENVIRONNEMENT DIGITAL

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

LE GRÉ À GRÉ

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

LE PROGRAMMATIQUE

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

■ A NOTER

Les Conditions Commerciales de TFI excluent toute pratique de couplage (remise/offre) avec les espaces publicitaires des chaînes TNT & Thématiques et/ou des supports digitaux de sorte que l'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements publicitaires sur TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur ses investissements publicitaires sur les supports autres que TFI et inversement.

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

ACCESSIBILITÉ DE L'OFFRE & AUTOMATISATION DE L'ACHAT

LA - BOX

LA - BOX ENTREPRISES

Lancée en 2014, La Box est une plateforme servicielle et transactionnelle à destination des agences. Depuis 6 ans, elle a permis de fluidifier et simplifier les échanges au quotidien entre les agences et TFI PUB. Elle est utilisée par plus de 300 personnes tous les jours.

Lancée en 2018, La Box Entreprises s'adresse aux PME-PMI. Elle offre une approche simple et pédagogique de la télévision et du digital aux annonceurs : simulations de plan, pré-réservation des espaces et mise en relation commerciale.

+1300

UTILISATEURS
INSCRITS
(x2,3 EN UN AN)

+300

UTILISATEURS
QUOTIDIENS

+12000

TRANSACTIONS
D'ACHATS RÉALISÉES DEPUIS
SEPTEMBRE 2018 (x2,4 en un
an)

NOUVEAUTÉ 2020 ARRIVÉE DE SERVICES RADIO SUR La Box

LA DATA, INSTRUMENT DE CONQUÊTE INCONTOURNABLE

Quels que soient les leviers que l'on actionne aujourd'hui dans une campagne de communication, il est difficile de faire abstraction de la data, ces précieuses données comportementales.

En télévision, elles prennent une place de plus en plus impactante. Via l'outil Mediaway de Kantar Worldpanel qui rapproche des données de comportement d'achat des foyers et des données d'audience de la télévision, TFI PUB propose un nouvel outil de ciblage : les cibles Shoppers.

Les cibles Shoppers sont constituées des 50% des foyers représentant les plus gros acheteurs de marque d'une catégorie de produit (disponibles sur 81 marchés catégories PGC). Les agences disposent des indicateurs classiques de performance d'une campagne dans les outils médiaplanning : GRP, couverture (constatée et extrapolée) ainsi que la répétition. D'autres cibles sur-mesure, dites « custom », sont possibles pour répondre au mieux à toutes les problématiques commerciales des annonceurs (attitudinales, zones de chalandises, etc). Elles sont composées à la demande et sur devis.

Plusieurs tests d'efficacité de ces nouvelles cibles (près d'une vingtaine au global sur des marchés PGC depuis 2018) ont été réalisés et le bilan est à chaque fois identique : plus de ventes à budget équivalent et donc un ROI encore plus performant. Le différentiel d'efficacité se situe entre +2% et +14% sur les ventes, avec une moyenne de 7% *.

Des cibles Shoppers actionnables en télévision linéaire, mais aussi sur les plateformes digitales du Groupe TFI grâce au partenariat noué avec RelevanC. Une convergence tv-digital sur la data que l'on retrouve sur l'offre CPM DATA 5 ECRANS proposée avec un indicateur de performance garanti et unique : le CPM.

CIBLES SHOPPERS

+7%

D'EFFICACITÉ SUR LES
VENTES EN MOYENNE *

81

MARCHÉS PGC
DISPONIBLES

+305k€

DE CA INCRÉMENTAL EN
MOYENNE À ISO BUDGET *

* Données internes basées sur des tests Marketing Scan

LA CONVERGENCE VIDEO

TF1
PUB

- L'advanced TV page 11
- L'offre CPM data 5 écrans page 13
- L'offre CPM Millennials page 14



L'ADVANCED TV, LA TÉLÉVISION DE DEMAIN

L'avenir de la télévision s'annonce particulièrement stimulant et vit actuellement une mutation historique, elle s'inscrit dans un grand marché regroupant toutes les formes de vidéos.

Connectée, « dataïsée », segmentée ... la télévision de demain va profondément redessiner son écosystème pour offrir aux marques une nouvelle manière de s'adresser à leurs publics. Un futur dans lequel engagement et efficacité vont de pair avec innovation technologique.

Cette révolution porte un nom : l'Advanced TV.

Une terminologie qui regroupe différentes avancées technologiques proposées par les régies TV pour cibler et suivre efficacement le public là où il est.

On distingue 6 chantiers :

1 LA PROGRAMMATIQUE TV
soit la TV linéaire achetée sur les DSP
programmématiques

2 L'OTT VIDEO ON DEMAND
qui correspond à l'audience incrémentale
Live OTT, replay OTT, IPTV replay,
AVOD, ...

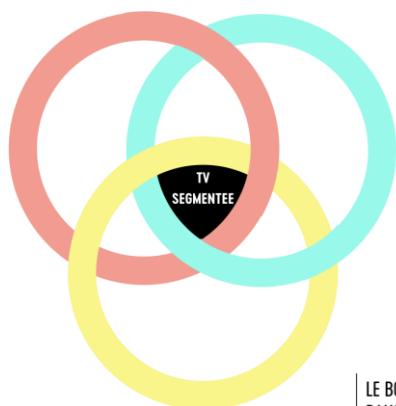
3 L'OPTIMIZED LINEAR
c'est-à-dire l'activation de la data sur les
campagnes linéaires en TV (GRP Data,
CPM Data)

4 LA CONNECTED TV
qui regroupe les solutions publicitaires
proposées en Smart TV grâce à la
norme HBBTV

5 LE LIVE & 2ND SCREEN
qui réunit les solutions de synchronisation
publicitaires ou d'adswitching

6 LA TV SEGMENTÉE
qui repose sur la diffusion de
publicités différentes en fonction
des caractéristiques du foyer

Certains sont déjà des réalités dans nos offres : les solutions publicitaires en OTT, la synchronisation et l'ad-switching ou encore l'optimized linear qui correspond à l'enrichissement du ciblage en télévision linéaire par de la data : les cibles Shoppers.



LE BON MESSAGE,
DANS LE BON CONTEXTE,
AUX BONNES PERSONNES.

TÉLÉSPECTATEURS

POUR UNE COMMUNICATION PLUS
CONCERNANTE, MIEUX INSÉRÉE ET DONC
PLUS RESPONSABLE.

ÉDITEURS

QUI PERMET UNE MEILLEURE VALORISATION
DES INVENTAIRES.

La télévision de demain conservera tous les atouts qui font sa force : son reach inégalé, l'engagement suscité par ses contenus premium, sa brand safety... mais qui ira au-delà avec l'avènement de la TV Segmentée *.

Une TV Segmentée qui proposera le meilleur des deux mondes : le reach incomparable et la brand safety de la télévision alliés à l'agilité et le ciblage granulaire du digital. Une promesse d'une publicité mieux ciblée, moins intrusive, plus concernante et donc plus efficace au bénéfice de tous les acteurs : téléspectateurs, annonceurs et éditeurs.

La télévision Segmentée, c'est la promesse d'adresser le bon message, aux bonnes personnes dans le bon contexte.

* Les possibilités autour de la TV Segmentée sont sous réserve de l'évolution de la réglementation française sur la publicité télévisuelle.

ADVANCED TV, LA TÉLÉVISION DE DEMAIN

Vision & roadmap de la TV Segmentée

Concrètement, de quoi parle-t-on ?

C'est la possibilité de cibler des foyers sur des critères géographiques, des caractéristiques du foyer, etc ... pour leur adresser une publicité adaptée. Il s'agit de substituer un spot par un autre en télévision linéaire.



Quelles sont les étapes avant d'y arriver ?

Réglementaire : adapter le cadre réglementaire français (en cours via la Loi Audiovisuelle *)

Technologique : garantir une expérience utilisateur sans couture dans nos échanges avec les FAI

Potentiel : maximiser le nombre de foyers adressables en lien avec les FAI dans le respect strict de la législation européenne RGPD et du consentement utilisateur (opt-in)

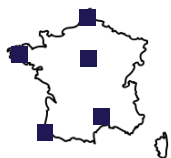
Mesure : adapter la mesure de l'audience de la télévision pour prendre en compte cette nouvelle technologie (groupe de travail Médiamétrie)

Ciblage : adapter l'offre data aux cibles à forte demande

Quelques uses cases envisageables avec la TV Segmentée

La TV Segmentée devrait permettre de répondre à des problématiques commerciales très différentes et concernerait des profils d'annonceurs très divers.

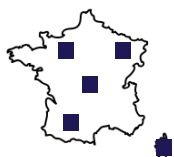
Sous réserve de faisabilité technique, ci-dessous quelques exemples possibles d'utilisation :



Animer un réseau : adapter le message selon la localisation du foyer



Sur adresser une région : cibler une **zone géographique** spécifique



Mettre en avant des produits différents suivant les **caractéristiques du foyer**



Adresser des foyers restreints en forte affinité avec des produits pour une **communication de niche**

* Les possibilités autour de la TV Segmentée sont sous réserve de l'évolution de la réglementation française sur la publicité télévisuelle.

OFFRE CPM DATA 5 ÉCRANS

**1 OFFRE UNIQUE POUR
DÉLIVRER 10 MILLIONS* DE CONTACTS **
SUR VOS CIBLES SHOPPERS SUR TOUS LES ÉCRANS**



L'AVANTAGE

TFI PUB propose une offre 5 écrans vendue au CPM net pour permettre à ses clients de bénéficier de l'efficacité du ciblage Shoppers sur tous les écrans.

LES CONDITIONS & PRINCIPES DE L'OFFRE

- Pour programmer ce dispositif, vous choisissez le marché qui correspond à votre produit parmi les 44 cibles Shoppers et les 2 cibles intentionnistes proposées (Intentionnistes changement de banques ou d'assurances).
- A partir de la date de début de communication, une vague sur 3 à 4 semaines pour votre produit avec un format maximum de 20 secondes est programmée par les équipes de TFI PUB (MPI). La répartition des contacts par support et par tranche horaire vous sera communiquée en respectant les paramètres de l'offre* (à +/- 5% en fonction des disponibilités planning).
- La réception du brief de la campagne doit avoir lieu au moins 4 semaines avant le démarrage de la vague.
- A la fin de la vague, un bilan du nombre de contacts vous sera communiqué à réception des audiences Shoppers constatées, c'est-à-dire environ 8 semaines après la fin de la vague.
- La facturation sera effectuée par support sur la base des montants investis sur chacun des supports. Concernant les audiences Shoppers, il s'agira des audiences connues à J+1 de la diffusion.
- L'offre CPM DATA 5 ÉCRANS est soumise aux CGV applicables pour chacun des supports.

EXEMPLES DE TARIFS NETS HT

Détail des tarifs par catégorie, des sources et de la valorisation du dispositif en annexe page 112.

10 millions
de contacts Shoppers
« Dentifrice »
CPM à 13€***
128 000€

10 millions
de contacts Shoppers
« Eaux plates »
CPM à 12€***
123 300€

10 millions
de contacts Shoppers
« Céréales »
CPM à 22€***
217 200€

* Répartition des contacts : par support (60% sur TFI - 30% sur TNT1 - 10% sur MyTFI) et par tranche horaire (44% day - 15% access - 34% peak - 7% Night)

** Concept média-planning, le contact est une exposition à un support.

*** Résultante de la moyenne pondérée des CPM nets appliqués pour chaque support / supports achetés séparément - CPM moyen base 20 secondes. CPM arrondis à l'unité.

OFFRE CPM MILLENNIALS 5 ÉCRANS

NEW

**1 OFFRE UNIQUE POUR
DÉLIVRER 5 MILLIONS* DE CONTACTS **
SUR VOS CIBLES JEUNES SUR TOUS LES ÉCRANS**



L'AVANTAGE

TFI PUB propose une offre 5 écrans vendue au CPM net pour permettre à ses clients de cibler les audiences jeunes sur tous les écrans via un plan média consolidé TV/Digital et avec un indicateur commun TV/Digital

EXEMPLES DE TARIFS NETS HT

		TNTI	MYTFI	Studio 71	CPM GLOBAL ***	Tarif net 5 millions d'impressions base 20"
Ens. 15-34 ans	CPM	20	18	13	18	90 000 €
	Volume impressions estimé	2 500 000	1 500 000	1 000 000	5 000 000	
Fem 15-34 ans	CPM	27	18	13	21,5	107 500 €
	Volume impressions estimé	2 500 000	1 500 000	1 000 000	5 000 000	

*Répartition des contacts : par support (50% sur TNTI – 30% sur MYTFI – 20% sur S71)

** Concept média-planning, le contact est une exposition à un support. La programmation TV sera réalisée en fonction de l'affinité des écrans sur chacune des cibles.

*** Résultante de la moyenne pondérée des CPM nets appliqués pour chaque support / supports acheteables séparément - CPM moyen base 20 secondes. CPM arrondis à l'unité.

SOURCES

- TV : Médiamat national
- PC, Mobile, Tablette : Offre DATA MILLENNIALS pour MYTFTI et Studio71

VALORISATION ET CONDITIONS DE L'OFFRE CPM MILLENNIALS 5 ÉCRANS

- Valorisation du dispositif = (CPM TNTI x nombre de contacts x indice format 20 secondes) + (CPM Digital MYTFI x nombre d'impressions x Indice format) + (CPM Studio 71 x nombre d'impressions)
- Possibilité d'achat de chaque élément de l'offre (TNTI, MYTFI, Studio71) séparément et aux mêmes conditions de CPM.
- CPM net € HT base 20 secondes ; non cumulable avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre.
- La durée de la campagne devra être supérieure à 2 semaines
- L'offre CPM MILLENNIALS 5 ÉCRANS est soumise aux CGV applicables pour chacun des supports.

ESPACE CLASSIQUE

■ L'achat au spot à spot sur TF1	page 16
■ L'achat au spot à spot sur la TNT & les chaînes thématiques	page 23
■ Le MPI sur TF1	page 29
■ Le MPI sur la TNT & les chaînes thématiques	page 36
■ Les conditions commerciales	page 44
■ La TV driver de performance	page 51



ESPACE CLASSIQUE

L'ACHAT AU SPOT À SPOT SUR TF1

■ Les offres spot à spot	page 17
■ L'achat express sur La Box	page 18
■ Les offres catégorielles	page 19
■ En pack net	page 22



LES OFFRES SPOT A SPOT

■ PREMIUM

L'AVANTAGE

Vous souhaitez un emplacement privilégié et prioritaire dans nos écrans, optez pour les Premium et sécurisez 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

L'AVANTAGE

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

LES CONDITIONS

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

L'AVANTAGE

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

LES CONDITIONS

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

■ VIP

L'AVANTAGE

Les écrans VIP constituent un espace publicitaire privilégié.

Ils sont sélectionnés en fonction de leur proximité aux programmes phares de TFI, à fort engagement « téléspectateur ». Des contextes valorisants pour votre marque et tout aussi efficaces : les marques présentes dans les écrans d'émissions à fort engagement bénéficient de + 29% de mémorisation, + 11% en termes d'image et + 47% d'attractivité*.

(*Source : TNS Sofres pour TFI PUB. Gains vs. marques présentes dans les écrans d'émission à faible engagement. Etude disponible sur demande)

LES CONDITIONS

Les écrans VIP ont une codification spécifique : l'intitulé d'écran se termine par 2. Ils ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en achat express, en offres « Entertainment », « Pure Player », ni aux achats en coût GRP garantis.

L'ACHAT EXPRESS SUR LA BOX

LE PRINCIPE

Nous vous offrons l'opportunité d'optimiser vos campagnes TV jusqu'à la dernière minute via La Box. L'Achat Express ou One PP Express sont les fonctionnalités transactionnelles de La Box. Elles vous permettront d'accéder en toute autonomie aux opportunités TV, c'est-à-dire aux écrans encore disponibles à court terme.

Pour encore plus de simplicité, les écrans proposés sont en tarif net et immédiatement achetable en ligne. Les inventaires proposés et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel.

FONCTIONNEMENT

Bénéficiez, avec ces types d'achat d'un principe de fonctionnement simple et optimisé :

- Connectez-vous à labox.tflpub.fr avec vos identifiants personnels
- Vous accédez aux offres disponibles en Achat Express ou en One PP Express
- Les écrans proposés sont vendus en net fin d'ordre, seule la majoration d'un emplacement premium s'applique.

CONDITIONS ACHAT EXPRESS

Campagne active

Pour être éligible à cette offre, la campagne, qu'elle soit en mode d'achat spot à spot ou en MPI, doit avoir a minima un spot programmé sur au moins un des supports commercialisés par TFI PUB dans les 7 jours précédant ou suivant la date de réservation d'un achat express.

Formats

L'offre Achat Express est ouverte aux formats inférieurs ou égaux à 45 secondes.

CONDITIONS - ONE PP EXPRESS

Pour qui ?

Cette nouvelle 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.

Formats

L'offre One PP Express est ouverte aux formats inférieurs ou égaux à 20 secondes.

Data

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

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

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

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

LES OFFRES CATEGORIELLES

ONE PP – PURE PLAYER

L'AVANTAGE

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

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

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2020

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2020

POUR QUI ?

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

LES CONDITIONS

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

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

Hors écrans de Prime (intitulés 1800 – 2199)

Hors écrans VIP & Hors écrans Event

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

LES OFFRES CATEGORIELLES

■ ENTERTAINMENT

L'AVANTAGE

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

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs :

- Editions (F 16)
- Personnalisation du téléphone (V 49020801)
- Fournisseurs de contenus messagerie dialogue (S 490204)
- Spectacles vivants (V32020301) : annonceur entrepreneur de spectacles au sens de la réglementation en vigueur ET disposant d'une billetterie propre au spectacle objet du message publicitaire.

LES CONDITIONS

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

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

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

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

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur *. (Cf modulation tarifaire page 47)

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

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

■ GOUVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL

L'AVANTAGE

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

QUELLE CAMPAGNE ?

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

LES OFFRES CATEGORIELLES

CINEMA

L'AVANTAGE

Abattement de 45 à 65% selon votre date d'entrée dans le planning et la catégorie de films cinéma ou d'animation à laquelle vous appartenez.

POUR QUI ?

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

- Films de cinéma, hors films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V32020203).
- Films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V32020204).

LES CONDITIONS

Nous distinguons 2 types de films :

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

	3 semaines avant diffusion* : Abattement sur le CA brut tarif	5 jours avant diffusion** : Abattement sur le CA brut tarif
Films > ou = 7 M€	50 %	60 %
Films < 7 M€	55 %	65 %

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

** 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.

A défaut de communication du budget du film, l'annonceur se verra appliquer un abattement de 45% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées 3 semaines avant diffusion* et un abattement de 55% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées 5 jours avant diffusion**.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur *** (Cf modulation tarifaire page 47).

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 CATEGORIELLES

■ COLLECTIVE

L'AVANTAGE

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

QUELLE CAMPAGNE ?

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

LES CONDITIONS

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

■ PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

L'AVANTAGE

Pour tous les annonceurs PME-PMI & les nouveaux annonceurs (hors secteur jeux-jouets et hors secteur cinéma) :

abattement cours d'ordre de 50% ou 55% (suivant la période) sur le Chiffre d'Affaires Brut Facturé de votre campagne (hors écrans Event). (1)

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

	Tous annonceurs (1)	Jeux - jouets (2)
Périodes pleines *	50 %	45 %
Périodes creuses *	55 %	55 %

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2020

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2020

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2019 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.

Ou nouvel annonceur : tout annonceur ou Groupe annonceurs absent de TFI en espace classique en 2019 (hors secteur cinéma).

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2020 ou qui communiquerait en 2020 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019, 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.

NEW

Pour un achat, simple, rapide et sécurisé, les nouveaux annonceurs peuvent bénéficier de l'achat en MPI (fonctionnement explicité en page 30) en bénéficiant de bases 100 spécifiques sur les différentes cibles d'achat disponibles.

EN PACK NET

« KICK OFF WEEK-END SUR


NEW

L'AVANTAGE

Une présence verticale premium pour événementialiser les lancements de campagne.

LE DISPOSITIF

5 présences garanties sur un week-end en spot classique parmi ces 4 contextes différents : le JT de 13H, Reportages/Grand Reportage / 50MIN INSIDE et 7 à 8.



+ sur le même week-end, une présence sur MYTFI en 100% IPTV

Exclusivement au sein du replay des programmes de prime-time de TFI. 450 000 impressions.

	JANV-FEV	MARS-JUIN	JUI-23 AOÛT	24 AOÛT-DEC
Tarif net 20"	58 000 €	60 000 €	33 000 €	68 000 €

LES CONDITIONS

- Tarif Net HT en format TV et Digital 20 secondes. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif TV sur TFI et du dispositif digital est assurée à la discrétion de TFI PUB.
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. Les dispositifs TFI et MYTFI peuvent être achetés séparément aux mêmes conditions tarifaires

ESPACE CLASSIQUE

L'ACHAT AU SPOT À SPOT SUR LA TNT & LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

- L'achat express sur La Box page 24
- Les offres catégorielles page 25
- Les packs nets page 27



L'ACHAT EXPRESS SUR LA BOX

LE PRINCIPE

Nous vous offrons l'opportunité d'optimiser vos campagnes TV jusqu'à la dernière minute via La Box. L'Achat Express est une fonctionnalité transactionnelle de La Box. Elle vous permet d'accéder en toute autonomie aux opportunités TV, c'est-à-dire aux écrans encore disponibles à court terme.

Pour encore plus de simplicité, les écrans proposés sont en tarif net et immédiatement achetable en ligne. Les inventaires proposés et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel.

FONCTIONNEMENT

Bénéficiez, avec ces types d'achat d'un principe de fonctionnement simple et optimisé :

- Connectez vous à labox.tfi.pub.fr avec vos identifiants personnels
- Vous accédez aux offres disponibles en Achat Express
- Les écrans proposés sont vendus en net fin d'ordre, seule la majoration d'un emplacement premium s'applique.

CONDITIONS ACHAT EXPRESS

Campagne active

Pour être éligible à cette offre, la campagne, qu'elle soit en mode d'achat spot à spot ou en MPI, doit avoir a minima un spot programmé sur au moins un des supports commercialisés par TFI PUB dans les 7 jours précédant ou suivant la date de réservation d'un achat express.

Formats

L'offre Achat Express est ouverte aux formats inférieurs ou égaux à 45 secondes.

CONDITIONS - ONE PP EXPRESS

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.

Formats

L'offre One PP Express est ouverte aux formats inférieurs ou égaux à 20 secondes.

Data

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

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

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

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

LES OFFRES CATEGORIELLES

ONE PP – PURE PLAYER

L'AVANTAGE

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

POUR QUI ?

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

LE DISPOSITIF

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

Vous faites vos demandes de réservation auprès de TFI PUB :

- Après acceptation du plan proposé par TFI PUB, votre achat est ferme, il n'y a pas d'annulation possible
- Abattement non cumulable avec toute autre prime et/ou remise.

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

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2020

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2020

PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

L'AVANTAGE

Pour tous les annonceurs PME-PMI & les nouveaux annonceurs (hors secteur cinéma) : abattement cours d'ordre de 65% ou 70% (suivant la période) sur le Chiffre d'Affaires Brut Facturé de votre campagne.

Périodes pleines *	Périodes creuses **
65 %	70 %

* Périodes pleines : mars à juin / septembre à décembre 2020

** Périodes creuses : janvier & février / juillet & août 2020

POUR QUI ?

PME-PMI : annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2019 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.

Ou nouvel annonceur : tout annonceur ou Groupe annonceurs absent des chaînes TNT et Thématiques en espace classique en 2019 (hors secteur cinéma).

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2020 ou qui communiquerait en 2020 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2019, 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.

NEW

Pour un achat, simple, rapide et sécurisé, les nouveaux annonceurs peuvent bénéficier de l'achat en MPI TNT (fonctionnement explicité en page 37) en bénéficiant de bases 100 spécifiques sur les différentes cibles d'achat disponibles.

LES OFFRES CATEGORIELLES

■ ENTERTAINMENT

L'AVANTAGE

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

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs :

- Editions (F 16)
- Personnalisation du téléphone (V 49020801)
- Fournisseurs de contenus messagerie dialogue (S 490204)
- Spectacles vivants (V32020301) : annonceur entrepreneur de spectacles au sens de la réglementation en vigueur ET disposant d'une billetterie propre au spectacle objet du message publicitaire.

LES CONDITIONS

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

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

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d' un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur *. (Cf modulation tarifaire page 47)

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

■ GOUVERNEMENT & INTÉRÊT GÉNÉRAL

L'AVANTAGE

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

QUELLE CAMPAGNE ?

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

■ COLLECTIVE

L'AVANTAGE

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

QUELLE CAMPAGNE ?

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

LES CONDITIONS

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

LES OFFRES CATEGORIELLES

CINEMA

L'AVANTAGE

Abattement de 70 à 80% selon votre date d'entrée dans le planning et la catégorie de films cinéma ou d'animation à laquelle vous appartenez.

POUR QUI ?

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

- Films de cinéma, hors films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V32020203).
- Films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V32020204).

LES CONDITIONS

Nous distinguons 2 types de films :

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

	3 semaines avant diffusion* : Abattement sur le CA brut tarif	5 jours avant diffusion** : Abattement sur le CA brut tarif
Films > ou = 7 M€	72 %	77 %
Films < 7 M€	75 %	80 %

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

** 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.

A défaut de communication du budget du film, l'annonceur se verra appliquer un abattement de 70% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées 3 semaines avant diffusion* et un abattement de 75% appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées 5 jours avant diffusion**.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur *** (Cf modulation tarifaire page 47).

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 PACKS NETS

■ PACK 100 % QUOTIDIEN



NEW

L'AVANTAGE

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

LE DISPOSITIF

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

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

LES CONDITIONS

- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif TV sur TMC et du dispositif digital est assurée à la discrétion de TFI PUB
- Offre soumise aux CGV applicables pour chacun des supports. TMC et MYTFI peuvent être achetés séparément
- Tarif Net Fin d'Ordre HT non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels m'annonceur pourrait prétendre.

Jan-Fév	Mars-Juin	Sept-Déc
30 000 € HT	35 000 € HT	40 000 € HT

Tarif Net Fin d'Ordre HT en format TV et Digital 20 secondes

■ PACK DECIDEURS

L'AVANTAGE

Une présence exclusive dans les temps forts de



LE DISPOSITIF

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

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

Tarif : 15 500€ net HT (Budget Net Fin d'Ordre HT en format TV et Digital 20 secondes)

Libellés écrans

	L	M	M	J	V	S	D
Avant 0599							
MATINALE 0600 à 0900			10				
0900 à 1199							
DEJEUNER 1201 à 1399			5				
1400 à 1799							
SOIREE 1800 à 2299			15				
Après 2300							

20

LES CONDITIONS

- Tarif net FO valable du 31 août au 31 décembre 2020. Non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif TV sur LCI et du dispositif digital est assurée à la discrétion de TFI PUB.
- Offre soumise aux CGV de TFI PUB applicables pour chacun des supports. Les dispositifs TV et Digital peuvent être achetés séparément.

LES PACKS NETS

NEW

■ PACK **Ushuaïa TV**

L'AVANTAGE

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

LE DISPOSITIF

200 présences en spot classique garanties sur USHUAÏA TV.

Tarif net 1 350 €

LES CONDITIONS

- Tarif Net Fin d'Ordre HT format 20 secondes non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- Tarifs valables du 31 août au 31 décembre 2020.
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif est assurée à la discrétion de TFI PUB



■ PACK **HISTOIRE TV**



L'AVANTAGE

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

LE DISPOSITIF

100 présences en spot classique garanties sur HISTOIRE.

Tarif net 1 890 €

LES CONDITIONS

- Tarif Net Fin d'Ordre HT format 20 secondes non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- Tarifs valables du 31 août au 31 décembre 2020.
- Sous réserve de disponibilités planning. La programmation du dispositif est assurée à la discrétion de TFI PUB

ESPACE CLASSIQUE

L'ACHAT AUTOMATISÉ MPI SUR TF1

■ Le MPI, fonctionnement	page 30
■ One MPI	page 33
■ One MPI, les options	page 34
■ One MPI, la fiche technique	page 35



LE MPI, FONCTIONNEMENT

■ LE MPI, DEFINITION

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

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

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

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

Vous pouvez toujours cibler au plus près vos clients et prospects, grâce aux cibles Data : Shoppers (les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie (50% des foyers acheteurs)), intentionnistes ou acheteurs de produits pharmaceutiques (OTC). Vos campagnes sont alors construites pour toucher au mieux ces cibles marketing, répondant ainsi plus directement à vos problématiques « marché ».

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

2020 : CAP SUR LA SIMPLICITÉ

Une attention toute particulière a été apportée à la version 2020 du MPI pour y apporter plus de souplesse et de simplicité. Le nombre d'options est passé de 13 en 2019 à 4 en 2020. Le nombre de périodes garanties passe de 15 en 2019 à 13 en 2020. La valorisation des options sera communiquée dans les ordres pour une plus grande transparence et agilité de fonctionnement.



LE MPI, FONCTIONNEMENT

■ LE COÛT

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

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

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

■ LE BRIEF

LA CRÉATION

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

- Les objectifs en nombre de GRP / GRP Data et en budget net maximum d'investissement
- La ventilation des GRP / GRP Data sur cible :
 - 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 de l'offre ONE MPI
- Et respectant les critères suivants :
 - Pas de choix contextuel
 - Entre 2 et 6 semaines actives
 - Au moins 25 GRP hebdomadaires (20 GRP minimum pour le Cluster Enfants)
 - 4 formats maximum de 40 secondes maximum
 - Au moins 3 day-parts avec 8% minimum de GRP par day-part
 - Secteurs hors Paris et jeux d'argent en ligne / Automobile / Parfumerie / Editions / Télécommunication / Spectacles vivants
 - Combinable avec un achat en spot à spot
 - Accès Premium 4 ou 6 positions au choix

Le budget net indiqué au sein du brief de programmation est hors modulation Modulo, Premium, Prio et toute autre majoration applicable.

TFI Pub poursuit en 2020 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 dix (10) jours calendaires avant la date d'entrée en vigueur dudit ajustement.

LE MPI, FONCTIONNEMENT

LA COMMUNICATION

Ce brief doit être effectué aux ouvertures de Planning ou au plus tard une semaine avant la date de démarrage. TFI Pub s'engage à vous faire part de son acceptation/refus de tout ou partie du brief de programmation :

- soit lors du renvoi des ordres pour toute demande aux ouvertures de Planning,
- soit dans un délai maximum de 3 jours ouvrables (y compris sur la demande des écrans Premium) pour toute demande faite après les ouvertures.

LA PROGRAMMATION

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

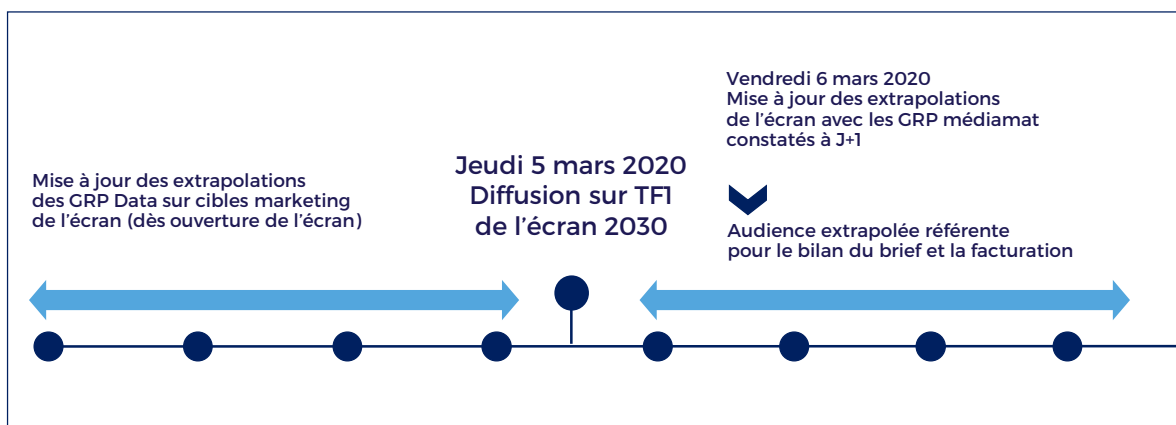
TFI Pub se réserve le droit d'exclure exceptionnellement certains écrans dans le cadre du mode d'achat en MPI, en plus des écrans se terminant par 2, 7 ou 8 exclus systématiquement de la programmation en MPI.

LA COMMUNICATION DU PLAN

Vous avez accès au détail du plan construit à partir de la 4^e semaine avant la diffusion. Ce plan est mis à disposition dans votre espace dédié La Box, notre plateforme servicielle et transactionnelle.

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

- **Campagnes garanties sur cibles socio-démographiques** Après publication de l'ensemble des audiences consolidées ; de sorte que la facturation soit effectuée sur la base du bilan des audiences consolidées.
- **Campagnes garanties sur cibles Data.** Après connaissance des audiences extrapolées connues à J+1. La facturation sera basée sur cette audience extrapolée qui sera figée à J+1 pour chaque écran daté. Cette règle concerne les cibles Shoppers, Intentionnistes et Custom. Il est entendu qu'aucun bilan ne pourra être mis à jour avec les audiences constatées disponibles 8 semaines après diffusion.



ONE MPI

Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes : l'offre ONE MPI 2020 vous permet de personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplaning qui peuvent être complétés par quelques options payantes si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

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

SOCLE		
Indice Base 100		100
GRP par semaine active minimum hors Enfants		25
GRP par semaine active minimum MPI Enfants		20
Nombre de semaines actives minimum et maximum		2 à 6
Renvoi du plan		S-4 du démarrage
Communication Week in / Week out (Exemple S1 : 50 GRP, S2 : 0 GRP, S3 : 50 GRP...)		●
Multi-secteurs		Maximum 3 codes secteurs *
Multi-annonceurs <3s		Maximum 4 annonceurs *
Doublons de spots dans un même écran		●
Formats accessibles		Jusqu'au 40" inclus
OPTIONS AU CHOIX PAR BRIEF		
Exclusion de jour nommé	Maximum 4 jours	+1 pt
Exclusion de l'Extra-Night	Ecrans ≥ 2400	+1 pt
Présence en Peak le 1er jour (hors dimanche)		+1 pt
Mise en place d'un plan de roulement détaillé		+1 pt

* Pas plus de 3 codes secteurs et/ou 4 annonceurs en MPI. Application des majorations tarifaires correspondantes (p.45)

ONE MPI, LES OPTIONS

■ EXCLUSION DE JOUR NOMMÉ

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

■ EXCLUSION DE L'EXTRA-NIGHT

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

■ 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.

■ 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.

ONE MPI, LA FICHE TECHNIQUE

LES CIBLES PAR CLUSTER

CLUSTER FEMMES A	CLUSTER FEMMES B	CLUSTER MIXTES	CLUSTER ENFANTS	SHOPPERS
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 35-59 ans + Cibles Intentionnistes Banque, Assurance, + Cible Centre d'Intérêt Fan d'Innovation	Enfants 4-10 ans Exclusivement du 1 ^{er} janvier au 18 octobre 2020 inclus	les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie (50% des foyers acheteurs) + Cibles Acheteurs d'OTC Compléments alimentaires Produits voies respiratoires Traitements dermatologiques Produits troubles digestifs

INDICES DE PÉRIODE

Périodes	1/1 > 5/1	6/1 > 9/2	10/2 > 1/3	2/3 > 5/4	6/4 > 10/5	11/5 > 28/6	29/6 > 12/7	13/7 > 26/7	27/7 > 16/8	17/8 > 30/8	31/8 > 18/10	19/10 > 20/12	21/12 > 31/12
Indices hors cible Enfants 4-10 ans	70	95	85	105	100	120	105	70	60	105	125	120	85

Périodes	1/1 > 5/1	6/1 > 9/2	10/2 > 1/3	2/3 > 5/4	6/4 > 10/5	11/5 > 28/6	29/6 > 12/7	13/7 > 26/7	27/7 > 16/8	17/8 > 30/8	31/8 > 18/10		
Cible Enfants 4-10 ans	75	90	100	90	100	90	90	80	80	110	150		

INDICE DE DAY-PART PAR CLUSTER

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

ESPACE CLASSIQUE

TF1
PUB

L'ACHAT AUTOMATISÉ MPI SUR LA TNT & LES CHÂÎNES THÉMATIQUES

■ Le MPI TNT, fonctionnement	page 37
■ One MPI TNT	page 40
■ One MPI, les options	page 41
■ One MPI, la fiche technique	page 42



LE MPI TNT, FONCTIONNEMENT

■ LE MPI, DEFINITION

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

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

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

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

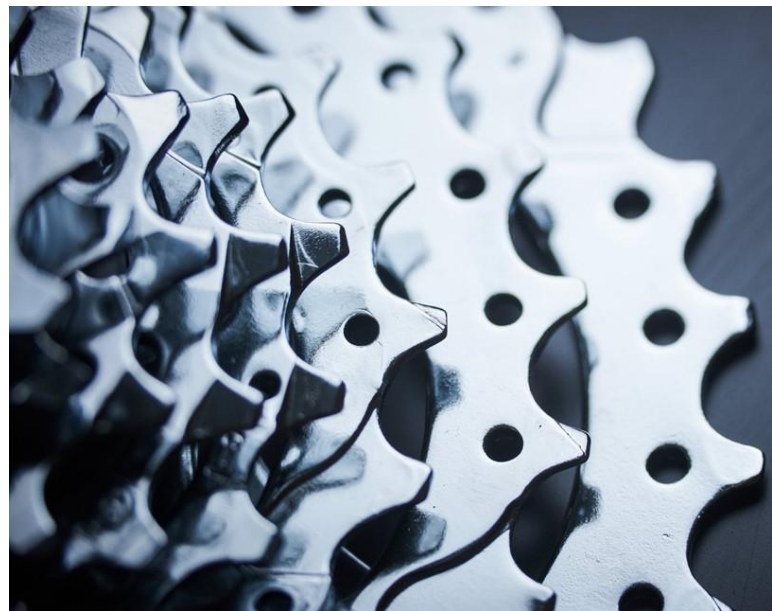
Pour cibler au plus près vos clients et prospects, au-delà donc des cibles socio-démographiques, nous avons créé l'offre MPI Data. Celle-ci vous permet de sélectionner des cibles Data : Shoppers (les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie (50% des foyers acheteurs)), intentionnistes ou acheteurs de produits pharmaceutiques (OTC). Vos campagnes sont alors construites pour toucher au mieux ces cibles marketing, répondant ainsi plus directement à vos problématiques « marché ».

Le brief de votre campagne, comme la communication du plan construit, sont à votre

disposition au sein de La Box, notre plateforme transactionnelle et servicielle.

2020 : CAP SUR LA SIMPLICITÉ

Une attention toute particulière a été apportée à la version 2020 du MPI TNT pour y apporter plus de souplesse et de simplicité. Le nombre d'options est passé de 14 en 2019 à 4 en 2020. La valorisation des options sera communiquée dans les ordres pour une plus grande transparence et agilité de fonctionnement.



LE MPI TNT, FONCTIONNEMENT

■ LE COÛT

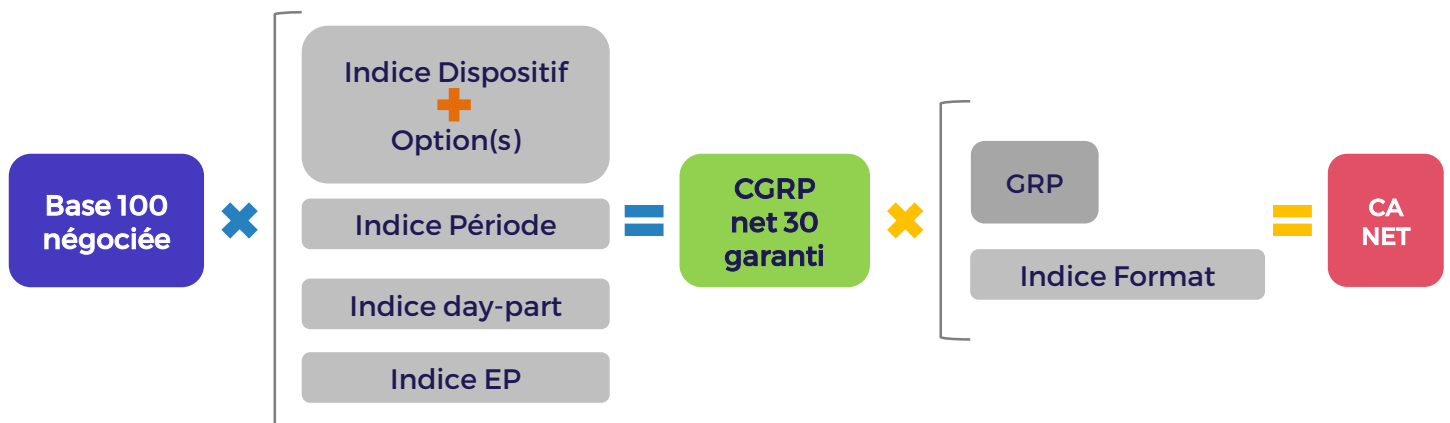
En amont de la première demande de programmation en MPI, en accord avec TFI Pub, est défini **par cible une « Base 100 », coût GRP net base 30 secondes non indicé**. Cette « Base 100 » est modulée selon des grilles d'indices de dispositif (Dispositif : TNT Women A et B, TNT Silver, Mono-chaîne TMC, Mono-chaîne LCI...), de période, de day-part et d'emplacement préférentiel.

Les « Coûts GRP nets base 30 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, hors modulation Modulo et autres majorations éventuellement applicables.

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

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

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



LE MPI TNT, PAS À PAS

LE BRIEF

Les demandes de programmation des « vagues MPI » sont à communiquer sous la forme d'un Brief de programmation disponible dans LA BOX.

Vous fixez le budget net et le nombre de GRP et selon les modalités de l'offre choisie :

- leur ventilation sur au moins trois day-parts (parmi day, access, peak et night) avec un minimum de 8 % par day-part
- leur part en emplacements préférentiels.

Vous pouvez également, si vos objectifs de communication le nécessitent, personnaliser votre brief grâce à un choix d'options payantes pour accéder à plus de services en terme de mediaplanning ou même de choix contextuel.

Le budget net indiqué au sein du brief de programmation est hors modulation tarifaire.

TFI Pub poursuit en 2020 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 dix (10) jours calendaires avant la date d'entrée en vigueur dudit ajustement.

LA PROGRAMMATION

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

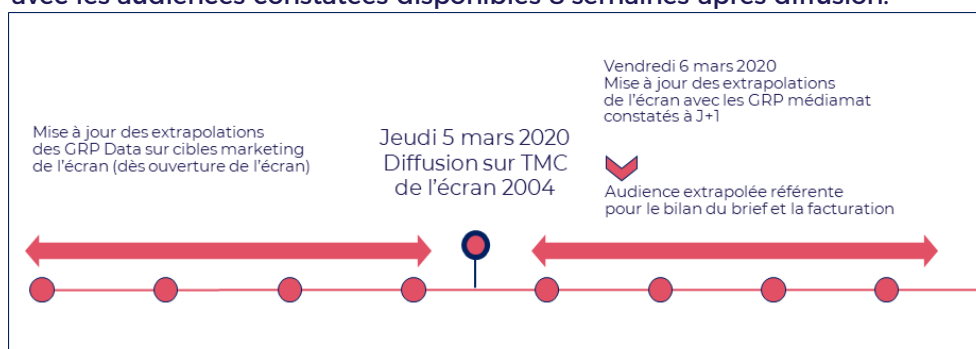
LA COMMUNICATION DU PLAN ET DU BILAN

Vous avez accès au détail du plan construit, au plus tard à trois semaines de la diffusion.

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

La facturation sera établie mensuellement sur la base des audiences disponibles pour chacune des chaînes à la date de facturation (Fichiers Mediamat quotidien, Médiaplanning ou MédiamatThématic). Les audiences différées, connues au-delà de cette date, ne donneront lieu à aucune régularisation de facture.

Campagnes garanties sur cibles Data. Après connaissance des audiences extrapolées connues à J+1. La facturation sera basée sur cette audience extrapolée qui sera figée à J+1 pour chaque écran daté. Cette règle concerne les cibles Shoppers, Intentionnistes et Custom. Il est entendu qu'aucun bilan ne pourra être mis à jour avec les audiences constatées disponibles 8 semaines après diffusion.



ONE MPI TNT

Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes : l'offre ONE MPI 2020 vous permet de personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning qui peuvent être complétés par quelques options payantes si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

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

SOCLE		
Indice Base 100	100	
Nombre de semaines actives minimum et maximum	2 à 6	
Renvoi du plan	S-3 du démarrage	
Multi-secteurs	Maximum 3 codes secteurs *	
Multi-annonceurs <3s	Maximum 4 annonceurs *	
Doublons de spots dans un même écran		
Formats accessibles	Jusqu'au 40" inclus	

OPTIONS AU CHOIX PAR BRIEF		
Exclusion de jour nommé	Maximum 4 jours	+1 pt
Exclusion de l'Extra-Night	Ecrans ≥ 2400	+1 pt
Présence en Peak le 1 ^{er} jour		+1 pt
Mise en place d'un plan de roulement détaillé		+1 pt

* Pas plus de 3 codes secteurs et/ou 4 annonceurs en MPI. Application des majorations tarifaires correspondantes (p.45)

ONE MPI TNT, LES OPTIONS

■ EXCLUSION DE JOUR NOMMÉ

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

■ EXCLUSION DE L'EXTRA-NIGHT

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

■ PRÉSENCE EN PEAK LE 1ER JOUR DE CAMPAGNE

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

■ PLAN DE ROULEMENT DÉTAILLÉ

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

ONE MPI TNT, FICHE TECHNIQUE

LES DISPOSITIFS ET LEURS INDICES

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

CLUSTERS	MONO CHAÎNE		MULTI CHAÎNES TV		
	CHAÎNE	INDICE	DISPOSITIF	INDICE	REPARTITION DES GRP PAR SEGMENT
FEMMES A	TMC	120	TNT WOMEN A	109	TMC + TFX + TF1 Séries Films 96%
	TFX	110			
	TF1 Séries Films	105			
	TV Breizh	85			TVB 4%
FEMMES B	TMC	120	TNT WOMEN B	107	TMC + TFX + TF1 Séries Films 93%
	TFX	110			
	TF1 Séries Films	105			
	TV Breizh	85			TVB 7%
MIXTES & Intentionnistes	TMC	120	TNT MIX	105	TMC + TFX + TF1 Séries Films + LCI * 95%
	TFX	110			
	TF1 Séries Films	105			
	LCI	105			
	TV Breizh	90			
	Ushuaia TV	85			TVB+USH 5%
	Histoire	85			
JEUNES	TFX	110			
INDIVIDUS > 35 ANS	TMC	120	TNT SILVER	105	TMC + TF1 Séries Films + LCI 89%
	TF1 Séries Films	105			
	LCI	105			
	TV Breizh	90			
	Ushuaia TV	85			TVB +USH + HIS 11%
	Histoire	85			
HOMMES ACTIFS CSP +	TMC	120	TNT URBAN	112	TMC + LCI 98%
	TFX**	110			
	LCI	105			
	Ushuaia TV	85			USH + HIS 2%
	Histoire	85			
SHOPPERS	TMC	120	TNT SHOPPERS	107	TMC + TF1SF 100%
	TF1SF	105			

* Exclusion de LCI sur cible Individus 15-49 ans

** Uniquement sur les écrans codés 1 (sport)

ONE MPI TNT, FICHE TECHNIQUE

LES CIBLES PAR CLUSTER

Les offres MPI TNT mono-chaîne ou multi-chaînes sont accessibles et garanties sur 7 clusters de cibles :

CLUSTER FEMMES A	CLUSTER FEMMES B	CLUSTER MIXTES & INTENTIONNISTES	CLUSTER ENSEMBLE > 35 ans	CLUSTER JEUNES	CLUSTER HOMMES ACTIFS & CSP +
Femmes 25-49 ans Femmes RDA 15-49 ans Femmes RDA avec enfants	Femmes 25-59 ans Femmes RDA 25-59 ans Femmes 35-59 ans Femmes 35-49 ans Femmes RDA + enf. < 25 ans	Individus 15-49 ans Individus 25-49 ans Individus 25-59 ans Individus 35-49 ans Individus 35-59 ans RDA < 60 ans + Cibles Intentionnistes Banque, Assurance, Automobile, Telecom + Cible Centre d'Intérêt Fan d'Innovation	Individus 50-59 ans Individus > 35 ans Individus > 50 ans Femmes > 50 ans Femmes > 35 ans	Individus 25-34 ans Femmes 25-34 ans	Hommes 25-49 ans Hommes 35-49 ans Hommes 35-59 ans Individus 25-49 ans CSP + Individus CSP+ Actifs
SHOPPERS	Les individus appartenant aux foyers générant le plus de quantités achetées de marques d'une catégorie (50% des foyers acheteurs) + Cibles Acheteurs d'OTC ; Compléments alimentaires ; Produits voies respiratoires ; Traitements dermatologiques ; Produits troubles digestifs				

INDICES PÉRIODES

Ces indices pourront être révisés dans l'année.

Périodes	1/1 > 5/1	6/1 > 9/2	10/2 > 1/3	2/3 > 5/4	6/4 > 10/5	11/5 > 28/6	29/6 > 12/7	13/7 > 26/7	27/7 > 16/8	17/8 > 30/8	31/8 > 18/10	19/10 > 20/12	21/12 > 31/12
Indices	70	95	90	115	105	120	105	75	65	110	130	125	90

INDICES DAY-PARTS

Day-part	Intitulés d'écran		Indices 2020
	Toutes chaînes hors LCI	LCI	
Day	0300 à 1799	0900 à 1799	85
Access	1800 à 1999		115
Peak*	2000 à 2199	0600 à 0899 et 2000 à 2399	135
Night	2200 à 2899	2400 à 2899	75

*Les écrans codés 1 de TMC et TFX seront intégrés au 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 110 sur l'ensemble des positions programmées
- Le choix d'EP 6 positions dans un brief entrainera un indice 107 sur l'ensemble des positions programmées

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

ESPACE CLASSIQUE

TF1
PUB

CONDITIONS COMMERCIALES

■ Les majorations tarifaires TF1 et TNT & chaînes thématiques	page 45
■ Les majorations tarifaires spécifiques TNT & Chaînes thématiques	page 46
■ Tarification sectorielle sur TF1	page 47
■ Dégressif de volume sur TF1	page 49



LES MAJORATIONS TARIFAIRES TFI ET TNT-CHAÎNES THÉMATIQUES

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

MULTI-SECTEURS

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

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 " :

+ 30 % sur le Brut Tarif.

SPOTS INTERACTIFS

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

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

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

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

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

OPÉRATIONS SPÉCIALES

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

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

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

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

LA MAJORATION TARIFAIRE SPÉCIFIQUE TNT & CHÂÎNES THÉMATIQUES

■ EMBLEMENTS PRÉFÉRENTIELS

Une majoration est appliquée, sur le Chiffre d'Affaires Brut tarif, aux messages programmés en emplacements préférentiels, soit les 3 premières positions et 3 dernières positions d'un écran : + 15% pour les trois premières et trois dernières positions dans l'écran.

TARIFICATIONS SECTORIELLES SUR TFI

TFI PUB publie deux grilles tarifaires périodiques sur la base d'un Message Publicitaire de format 30 secondes. TFI PUB se réserve la faculté d'appliquer des ajustements tarifaires Modulo consistant en l'application d'une majoration ou minoration tarifaire sur l'ensemble des achats en garantie de Coût GRP. Dans le cas de la mise en place d'un Modulo sur une période donnée, TFI PUB publiera la période d'application et les écrans concernés au plus tard 10 jours calendaires avant le début de ladite période. Tout produit de la famille Distribution dont le contenu du spot nécessite le blocage du secteur 17010301 - GMS, Hard discount doit le renseigner comme secteur principal en cas de multisectorisation.

TARIFS 1

Applicables aux familles (F) et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2020 :

- **BOISSONS (F 01)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2,
- **ALIMENTATION (F 02)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE HABILLEMENT - ACCESSOIRES - TEXTILES (F 04) :**
 - Chaussures-Accessoires (S 040101)
 - Vêtements homme-femme (S 040201),
 - Vêtements féminins (S 040203),
 - Vêtements enfants (S 040205),
 - Lingerie féminine (S 040301),
 - Bas - collants - chaussettes (S 040303),
 - Maillots de bain (S 040304),
 - Bijouterie - Joaillerie (S 040502)
- **APPAREILS MÉNAGERS (F 07)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE AMEUBLEMENT-DÉCORATION (F 08) :**
 - Mobilier bébés, puériculture (S 080106),
- **ENTRETIEN (F 09)**
- **HYGIÈNE BEAUTÉ (F 10)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2
- **ENSEIGNEMENT - FORMATION (F 15)**
- **DISTRIBUTION - ENSEIGNES SPÉCIALISÉES Y COMPRIS EN LIGNE (F 17) :**
 - Alimentation / boissons (surgelés, traiteurs, ...) (V 17020101)
 - Habillement / accessoires (V 17020107),
 - Maternité (V 17020110),
 - Photo (albums photos, développement, ...) pour particulier (V 17020111),
 - Parfumeries / Beauté / Hygiène / Parapharmacie (V 17020115),
 - Décoration d'intérieur / arts de la table (V 17020117),
 - Chaussures (V 17020119),
- **SERVICES (F 20) :**
 - Agences matrimoniales et clubs de rencontres y compris en ligne (sans garantie d'exclusivité) (S 200304)
- **PHARMACIE - MÉDECINE (F 26)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 2

TARIFS 2

Applicables aux familles (F) et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2020 :

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

TARIFICATIONS SECTORIELLES SUR TFI

■ TARIFS 2 (SUITE)

- **HABILLEMENT – ACCESSOIRES – TEXTILES (F 04)**, hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE APPAREILS MÉNAGERS (F 07):**
 - Lavage ménager (S 070101),
 - Froid ménager (S 070102),
 - Aspirateurs – Nettoyeurs (S 070103),
 - Cuisinières, fours, plaques de cuisson, micro-onde (S 070104),
 - Chauffage (S 070105),
 - Traitement de l'air (S 070107),
 - Ampoules-appareils éclairage (S 070111)
 - Piles (S 070112),
 - Institutionnel électroménager (S 070114)
- **AMEUBLEMENT - DÉCORATION (F 08)**, hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE HYGIÈNE BEAUTÉ (F 10):**
 - Déodorants homme (V 10020202),
 - Rasoirs et lames homme (S 100204),
 - Entretien prothèses dentaires (S 100206),
 - Produits rasage homme (S 100208),
 - Parfums et eaux de toilette homme (S 100302),
 - Parfums et eaux de toilette mixte (S 100306),
 - Soins du visage et beauté homme (V 10040202 et V 10040207),
 - Produits amincissants externes homme (V 10040602),
 - Coloration capillaire hommes (V 10060202)
 - Produits éclaircissants (sprays, gelées) hors shampoings et masques (V 10060203)
 - Produits densifiants capillaires hommes (poudres, sprays...) (V 10060204)
- **AUTOMOBILE TRANSPORT (F 11)**
- **VOYAGE-TOURISME (F 12)**
- **ENERGIE (F 13)**
- **EDITION (F 16)**
- **DISTRIBUTION - ENSEIGNES SPÉCIALISÉES Y COMPRIS EN LIGNE (F 17)**, hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **ETS FINANCIERS - ASSURANCE (F 18)**,
- **JARDINAGE - BRICOLAGE - AGRICULTURE (F 19)**,
- **SERVICES (F 20)** hors produits spécifiques indiqués en tarifs 1,
- **IMMOBILIER - TOUS RÉSEAUX (y compris services en ligne) (F 21)**,
- **PUBLICITÉ FINANCIÈRE (F 22)**,
- **CORPORATE (F 23)**,
- **PRODUITS SPÉCIFIQUES DE LA FAMILLE PHARMACIE – MÉDECINE (F 26):**
 - Articles et appareils de santé (S 260101),
 - Toniques et Vitamines (S 260107),
 - Traitements anti-tabac et anti-alcool (S 260109),
 - Appareils pour malentendants (S 260111),
 - Institutionnel produits pharmaceutiques publics (S 260112),
 - Matériels d'assistance pour personnes à mobilité réduite (S 260401)
- **AUDIOVISUEL – PHOTO – CINÉMA (F 30)**
- **EQUIPEMENT MATÉRIEL SPORT (F 31)**
- **CULTURE ET LOISIRS (F 32)**
- **INFORMATION MÉDIA (F 33)**
- **TÉLÉCOMMUNICATION (F 49)**
- **INFORMATIQUE (dont bureautique- imprimantes) (F 50)**
- **BÂTIMENT TRAVAUX PUBLICS (F 55)**
- **INDUSTRIE (F 70)**

DÉGRESSIF DE VOLUME SUR TFI

FAMILLE A

La famille A est composée des familles (F), et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2020 :

- Boissons (F 01),
- Alimentation (F 02),
- Entretien (F 09),
- Hygiène Beauté (F 10),
- Automobile Transport (F 11) hors Services et Centres auto (S 110102),
- Restauration (S 120107),
- GMS, Hard Discount (S 170103),
- Ets financiers-assurance (F 18),
- Services (F 20),
- Information Média (F 33),
- Services et offres du Téléphone (S 490101),
- Fournisseurs d'accès (V 49030101),
- Convergence (C 4904).

Tout annonceur investissant sur TFI en espace classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2020, au moins 100 000 € Brut Négocié, présent ou non en 2019, bénéficie d'un dégressif de volume calculé au 1er Euro, par tranche de Chiffre d'Affaires Brut Négocié, selon le barème suivant :

FAMILLE A

Tranches de chiffre d'affaire brut négocié entre le 1er janvier et le 31 décembre 2020

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

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

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

FAMILLE B

La famille B est composée des familles (F), et/ou classes (C), et/ou secteurs (S), et/ou variétés (V) suivants de la nomenclature TV des produits 2020 :

- Habillement - Accessoires - Textiles (F 04),
- Appareils Ménagers (F 07),
- Ameublement - Décoration (F 08),
- Services et Centres Auto (S 110102),
- Voyage-Tourisme (F 12) hors Restauration (S 120107),
- Energie (F 13),
- Enseignement - Formation (F 15),
- Edition (F 16),
- Distribution - VAD (F 17) hors GMS, Hard Discount (S 170103),
- Jardinage - Bricolage - Agriculture (F 19),
- Immobilier (F 21),
- Publicité Financière (F 22),
- Corporate (F 23),
- Pharmacie - Médecine (F 26),
- Audiovisuel - Photo - Cinéma (F 30),
- Culture et Loisirs (F 32),
- Télécommunication (F 49) hors Services et offres du Téléphone (S 490101), Fournisseurs d'accès (V 49030101) et Convergence (C 4904),
- Informatique (dont bureautique- imprimantes) (F 50),
- Bâtiment Travaux Publics (F 55),
- Industrie (F 70).

Tout annonceur investissant sur TFI en espace classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2020, au moins 50 000 € Brut Négocié, présent ou non en 2019, bénéficie d'un dégressif de volume calculé au 1er Euro, par tranche de Chiffre d'Affaires Brut Négocié, selon le barème suivant :

FAMILLE B

Tranches de chiffre d'affaire brut négocié entre le 1er janvier et le 31 décembre 2020

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

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

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

Pour un annonceur multi-secteurs, la famille retenue sera celle dans laquelle l'annonceur réalise la majorité de ses investissements sur TFI en 2020.

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

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

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

DÉGRESSIF DE VOLUME SUR TFI

■ ACOMPTE SUR DÉGRESSIF DE VOLUME

Tout annonceur présent sur TFI en 2020, et qui était présent en 2019, bénéficie d'un acompte financier à valoir sur le dégressif de volume, déduit sur facture et appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié 2020 (au 1er euro, hors impact du non payé à échéance). Pour déterminer le montant de cet acompte, TFI PUB appliquera au Chiffre d'Affaires Brut Négocié 2020 un taux d'acompte, déterminé sur la base de son Chiffre d'Affaires Brut Négocié annuel 2019, selon les barèmes par famille suivants :

FAMILLE A		FAMILLE B	
Chiffre d'affaires brut négocié 2019	Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié 2020	Chiffre d'affaires brut négocié 2019	Taux applicable sur le chiffre d'affaires brut négocié 2020
de 0 € à 100 000 €	0,00 %	de 0 € à 50 000 €	0,00%
de 100 000 € à 300 000 €	1,30 %	de 50 000 € à 100 000 €	1,30%
de 300 000 € à 800 000 €	1,50 %	de 100 000 € à 300 000 €	1,60%
de 800 000 € à 1 300 000 €	1,70 %	de 300 000 € à 500 000 €	1,90%
de 1 300 000 € à 1 800 000 €	1,90 %	de 500 000 € à 1 000 000 €	2,20%
de 1 800 000 € à 2 300 000 €	2,10 %	de 1 000 000 € à 1 500 000 €	2,50%
de 2 300 000 € à 3 000 000 €	2,30 %	de 1 500 000 € à 2 000 000 €	2,80%
de 3 000 000 € à 5 000 000 €	2,50 %	de 2 000 000 € à 2 500 000 €	3,10%
de 5 000 000 € à 7 500 000 €	2,70 %	de 2 500 000 € à 3 000 000 €	3,40%
de 7 500 000 € à 10 000 000 €	2,90 %	de 3 000 000 € à 4 000 000 €	3,70%
de 10 000 000 € à 12 500 000 €	3,10 %	de 4 000 000 € à 5 000 000 €	4,00%
de 12 500 000 € à 15 000 000 €	3,30 %	de 5 000 000 € à 6 000 000 €	4,30%
de 15 000 000 € à 20 000 000 €	3,50 %	de 6 000 000 € à 8 000 000 €	4,60%
de 20 000 000 € à 30 000 000 €	3,70 %	de 8 000 000 € à 10 000 000 €	4,90%
de 30 000 000 € à 40 000 000 €	4,00 %	de 10 000 000 € à 15 000 000 €	5,20%
de 40 000 000 € à 50 000 000 €	4,30 %	de 15 000 000 € à 20 000 000 €	5,50%
de 50 000 000 € à 60 000 000 €	4,60 %	20 000 000 € et plus	5,80%
60 000 000 € et plus	4,90 %		

Pour le calcul du taux d'acompte 2020 sur facture, est retenu le barème d'acompte 2020 où l'annonceur a majoritairement investi en 2019. Si l'annonceur appartient à un groupe d'annonceurs en 2020, le Chiffre d'Affaires Brut Négocié 2019 retenu sera celui du groupe d'annonceurs. Le taux appliqué est identique pour tous les annonceurs appartenant au même groupe. Un annonceur, qui en 2020 investit isolément du groupe d'annonceurs auquel il appartenait en 2019, bénéficie d'un taux d'acompte sur la base de son Chiffre d'Affaires Brut Négocié investi isolément en 2019.

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

L'acompte financier à valoir sur le dégressif de volume sera restitué sur facture. Cet acompte est calculé sur le chiffre d'affaires brut négocié 2020. Son attribution est subordonnée au paiement à bonne date des sommes servant de base à son calcul, conformément aux CGV de TFI PUB applicables en 2020 (cf. Conditions financières : article 7 des CGV Espace Classique TFI PUB).

Le calcul définitif du dégressif de volume sera effectué conformément aux présentes conditions commerciales 2020 au cours du 1er trimestre 2021.

TFI PUB intégrera à l'avoir de fin d'ordre, le différentiel entre le montant du dégressif acquis et l'acompte attribué sur facture. Si le solde est en faveur de TFI PUB, le montant sera déduit de l'avoir de fin d'ordre et une facture sera éventuellement émise. Ces éventuelles régularisations seront effectuées au moment de l'émission de l'avoir dû au titre de nos présentes conditions commerciales, au cours du 1er trimestre 2021.

ESPACE CLASSIQUE

LA TV DRIVER DE PERFORMANCE

TF1
PUB

■ MPI performance	page 52
■ TFI Analytics	page 55
■ TFI Analytics performance	page 56



MPI PERFORMANCE

1^{ÈRE} OFFRE TV À LA PERFORMANCE

L'AVANTAGE

TFI PUB s'engage sur l'efficacité sur les ventes d'un ciblage Shoppers via un test MarketingScan et décline cette offre au secteur des médicaments sans ordonnance en 2020.

LE PRINCIPE

MPI PERFORMANCE PGC

La campagne TV nationale est optimisée en GRP Shoppers.

Ce plan national optimisé en GRP Shoppers est testé sur une zone test par MarketingScan **en terme d'efficacité sur les ventes valeur**.

Un plan alternatif optimisé sur cible socio-démographique à **ISO BUDGET NET** est testé sur une autre zone test.

Les ventes valeur sont mesurées au travers des panels distributeurs des zones tests de MarketingScan (Agglomérations de Angers, Le Mans, Poitiers) pour 44 marchés PGC (liste page suivante « annonceurs éligibles »).

MPI PERFORMANCE MEDICAMENTS SANS ORDONNANCE

NEW

Le principe de fonctionnement est le même :

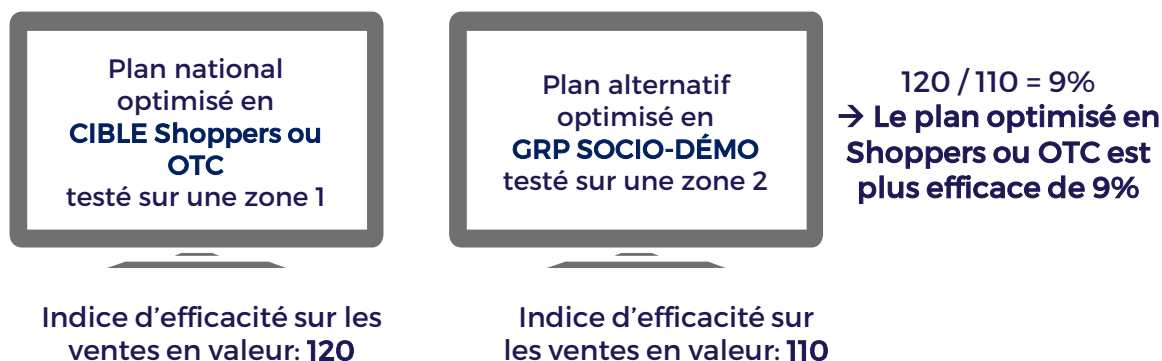
- Une campagne TV nationale optimisée sur l'une des cible d'acheteurs mentionnées ci-dessous. L'efficacité sur les ventes de cette campagne est mesurée sur une zone test
- Une campagne alternative optimisée sur cible socio-démographique et diffusé exclusivement sur une autre zone test avec une mesure des ventes sur cette zone

A cet effet, 4 cibles d'acheteurs sont mises à disposition gracieuse du marché dans popcorn par TFI PUB à compter de 2020 :

- Acheteurs de compléments alimentaires/vitamines
- Acheteurs de traitement dermatologique
- Acheteurs de traitement pour troubles digestifs
- Acheteurs de traitement des voies respiratoires

La mesure des ventes valeur sera produite par l'organisme Open Health.

EXEMPLE:



TFI PUB S'ENGAGE À UNE RÉMUNÉRATION DE SES ESPACES EN FONCTION DU DIFFÉRENTIEL D'EFFICACITÉ CONSTATÉ ENTRE LES 2 ZONES

MPI PERFORMANCE

LES ANNONCEURS ÉLIGIBLES

- MPI Performance PGC : Annonceurs ayant des **références** au sein d'une des **44 catégories** mises à disposition gracieuse dans Popcorn dans le cadre de l'offre Shoppers ou OTC et qui optimisent sur les cibles socio-démographiques suivantes: 15-34 ans ; 25-34 ans ; 25-49 ans ; 15-49 ans ; Ind. CSP+ ; Ind CSP+ 25-49 ans ; Femmes 25-34 ans ; Femmes 35-49 ans ; Femmes 25-49 ans ; FRDA<50 ans ; FRDA avec enfant < 15 ans ; FRDA avec enfant < 25 ans.
- MPI Performance MEDICAMENTS SANS ORDONNANCE : Annonceurs de l'industrie pharmaceutique optimisant sur les mêmes cibles socio-démographiques

■ GUIDE PRATIQUE

LES CONDITIONS

- Offre réservée aux annonceurs éligibles et valable uniquement dans le cadre d'un achat en MPI Data Shoppers ou OTC sur TFI.
- Vague TV avec un minimum de 300 GRP TTV sur cible socio-démographique.
- Définition d'une Base 100 Shoppers ou OTC et d'une Base 100 socio-démographique (SD) pour la référence produit concernée.
- Optimisation du plan alternatif TFI réalisée par TFI PUB en coordination avec l'agence/annonceur.
- Réception du brief au minimum 4 semaines avant le démarrage de la campagne
- Différentiel de GRP Shoppers ou OTC d'au moins 15% entre le plan national et le plan alternatif.
- Toutes les demandes de MPI PERFORMANCE doivent faire l'objet d'un accord préalable de TFI PUB.

LA MÉCANIQUE DU TEST

- **Si le différentiel d'efficacité est négatif** (Efficacité plus importante du ciblage socio-démographique), la performance de la vague MPI Shoppers ou OTC sera réévaluée sur la base de la négociation/Base 100 initiale sur la cible socio-démographique. Nous recalculerons le nombre de GRP socio-démographiques qui aurait du être délivré sur la base de la négociation associée à cette cible. Si les GRP socio-démographiques constatés sur le plan MPI Shoppers ou OTC sont inférieurs à ce nombre de GRP prévu, un montant de gracieux défini en brut Kantar sera à programmer sur une prochaine vague réservée sur cette même cible socio-démographique.
- **Si le différentiel d'efficacité est compris entre 0 et 3,99%**, la facturation restera inchangée
- **Si le différentiel d'efficacité est supérieur ou égal à 4%** en faveur du ciblage data, refacturation de la Base 100 Shoppers ou OTC majorée dans les conditions suivantes :

- Entre 4% et moins de 5%:	la Base 100 Shoppers ou OTC sera indicée à 105
- Entre 5% et moins de 6%:	la Base 100 Shoppers ou OTC sera indicée à 106
- Entre 6% et moins de 7%:	la Base 100 Shoppers ou OTC sera indicée à 107
- Entre 7% et moins de 8%:	la Base 100 Shoppers ou OTC sera indicée à 108
- Entre 8% et moins de 9%:	la Base 100 Shoppers ou OTC sera indicée à 109
- 9% et plus :	la Base 100 Shoppers ou OTC sera indicée à 110

La refacturation aura lieu après production des résultats du test par MarketingScan, soit 8 semaines après la fin de la campagne.

Les résultats de l'étude MarketingScan sont la propriété de TFI PUB.

La communication des résultats de l'étude auprès de tiers sera à l'entière discrétion de TFI PUB.

MPI PERFORMANCE

■ GUIDE PRATIQUE

EXEMPLE

EN AMONT DU TEST

Un annonceur du secteur Confiseries de chocolat achète une offre MPI Performance avec un budget de 300 k€ sur TFI.

Sur cette référence, sa cible socio-démographique (SD) est Femmes 25-49 ans.

La base 100 SD Femmes 25-49 ans est de **1700**.

La base 100 Shoppers Confiseries de chocolat traduite est de **1283**.

PENDANT LE TEST

Sur une zone 1 est testée l'efficacité des ventes de la campagne nationale optimisée en GRP Shoppers confiseries de chocolat.

Sur une zone 2, un plan alternatif diffusé uniquement sur cette zone est optimisé en GRP Femmes 25-49 ans (décrochage d'écrans sur la zone) et de la même façon, est testé en terme d'efficacité sur les ventes.

APRÈS LE TEST

Scénario 1 : le différentiel d'efficacité est de 6%

La base 100 Shoppers de la campagne va être indicée à 107 et passera donc à 1373, ce qui donnera lieu à une refacturation.

Scénario 2 : le différentiel d'efficacité est de 3%

Nous avons prouvé que vos ventes étaient meilleures en optimisant en Shoppers mais nous ne majorons pas votre campagne

Scénario 3 : le différentiel d'efficacité est négatif

Nous recalculons le nombre de GRP Femmes 25-49 ans qui aurait dû être délivré sur la base de la négociation associée à cette cible, soit 1700. Si nous constatons par exemple que le nombre de GRP sur cette base 100 aurait dû être de 380 mais qu'il n'est que de 350 sur la cible Femmes 25-49 ans, TFI PUB s'engage à programmer lors d'une prochaine vague de l'annonceur sur cette même cible socio-démographique un montant de gracieux en brut Kantar correspondant à ce différentiel de GRP.

ACHETER À LA PERFORMANCE

■ TFI ANALYTICS *

LE TRACKING BY TFI ANALYTICS



3 ÉTAPES POUR DÉVELOPPER VOTRE TRAFIC DIGITAL



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

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



Optimisations médiaplanning et priorisation des écrans qui comptent pour votre marque



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

LE TRACKING

■ LES RÉSULTATS DISPONIBLES

Génération de visites / leads / téléchargement d'apps : résultats par chaîne du groupe TFI, par day-part et par écran, par emplacement préférentiel, par créas, nombre de visites ou de téléchargements par GRP.

Coûts par visite /lead / téléchargement d'apps.

■ LA MÉTHODE

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

Réception de la copy à des fins de reconnaissance automatique de la diffusion du spot (technologie du fingerprinting). L'annonceur met à disposition de TFI PUB son plan TV à mesurer (détail des spots).

■ LES LIVRABLES

Résultats disponibles en ligne sur la plateforme Realytics et sur La Box :

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

L'OPTIMISATION

■ FONCTIONNEMENT

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

La campagne est facturée selon les conditions habituelles. Pour un engagement à la performance, voir l'offre TFI Analytics Perf.

■ CALENDRIER

A J+7 et sous réserve d'un nombre d'écrans suffisants, premier bilan et optimisation pour les semaines de campagne qui suivent.

Une deuxième optimisation pourra avoir lieu si nécessaire et en fonction de la durée de la campagne.

* Powered by Realytics

DÉVELOPPEZ VOTRE TRAFIC DIGITAL

ACCESSIBILITÉ

MODE D'ACHAT EN SPOT À SPOT – DISPOSITIF SUR DEVIS, NOUS CONSULTER

- Offre ouverte aux annonceurs commercialisant tout ou partie de leurs services/produits via un site Internet ou une application mobile et que le produit/service, objet du film publicitaire (Mention d'une URL pour un site Internet ou d'un Store pour une application mobile), doit être disponible uniquement via ce site ou application mobile
- Offre ouverte aux annonceurs PME-PMI qui ont réalisé en 2019 un CA consolidé inférieur à 50 millions d'€
- Mode d'achat en spot à spot. Durée minimum de campagne : 15 jours.

■ TFI ANALYTICS PERFORMANCE

PRINCIPE

Des campagnes TV facturées selon les retombées drive-to-web (DTW) ou drive-to-app (DTA) qu'elles procurent. TFI PUB optimise votre plan média pour maximiser ses performances. A la fin de la campagne, vous est facturé le montant dû à la performance réalisée grâce à la TV.

AVANTAGE

Cette offre vous permet d'acheter votre campagne TV en fonction des performances réelles qu'elle génère sur votre site Internet ou application mobile. Vous bénéficiez d'un suivi personnalisé de votre campagne, avec des optimisations régulières réalisées par TFI PUB pour maximiser vos performances. Votre objectif est le nôtre !

LA MECANIQUE

- Sur la base d'un historique Drive-to-web ou Drive-to-app, TFI PUB vous propose un mode d'achat variable en fonction des performances établies. Un montant minimum d'achat est engagé, quelque soit la performance.
- Les performances de la vague TV sont mesurées en temps réel par un tiers de confiance et TFI PUB optimise le plan en cours de vague afin de maximiser les retombées DTW / DTA
- A la fin de la vague, vous êtes facturé sur la base des performances générées par votre campagne TV

LES CONDITIONS

- Offre ouverte aux annonceurs commercialisant tout ou partie de leurs services/produits via un site Internet ou une application mobile et dont le produit/service, objet du film publicitaire (Mention d'une URL pour un site Internet ou d'un Store pour une application mobile), est disponible uniquement via ce site ou application mobile
- Offre ouverte aux annonceurs PME-PMI qui ont réalisé en 2019 un chiffre d'affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros
- Un historique DTW / DTA minimum est nécessaire pour la mise en place d'une mécanique de performance sur-mesure.
Les films créatifs, porteurs d'un call-to-action, sont les mêmes que ceux de l'historique. De la même manière, le tiers de confiance qui opère le tracking reste identique.
- Mode d'achat en spot à spot. TFI PUB a la maîtrise du médiaplan et se réserve le droit de l'optimiser en cours de vague, sous réserve des disponibilités Planning
- Dispositif sur devis. Sous réserve de validation des conditions d'éligibilité par TFI PUB.

LE PARRAINAGE

■ Le parrainage sur TF1

page 59

■ Le parrainage sur la TNT & les Chaînes Thématiques

page 64



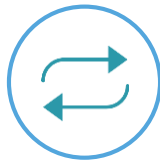
LE PARRAINAGE

■ LA RENCONTRE ENTRE UNE MARQUE/UN PRODUIT & UNE ÉMISSION

Le parrainage permet de valoriser l'image d'une marque ou d'un produit, qui s'approprie toutes les valeurs induites du programme parrainé. Il s'agit d'une communication hors écran qui associe étroitement les valeurs de la marque à celles d'une émission. Les atouts du parrainage sont multiples :



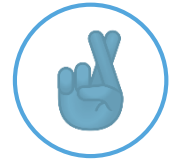
ÉMERGENCE



TRANSFERT DE VALEURS



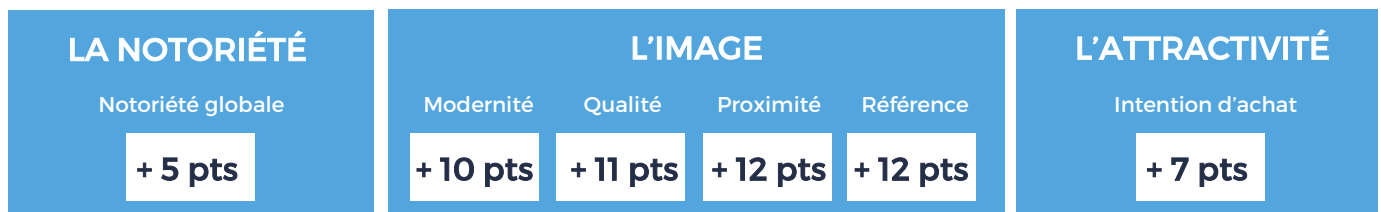
BRANDING



SIMPLICITÉ

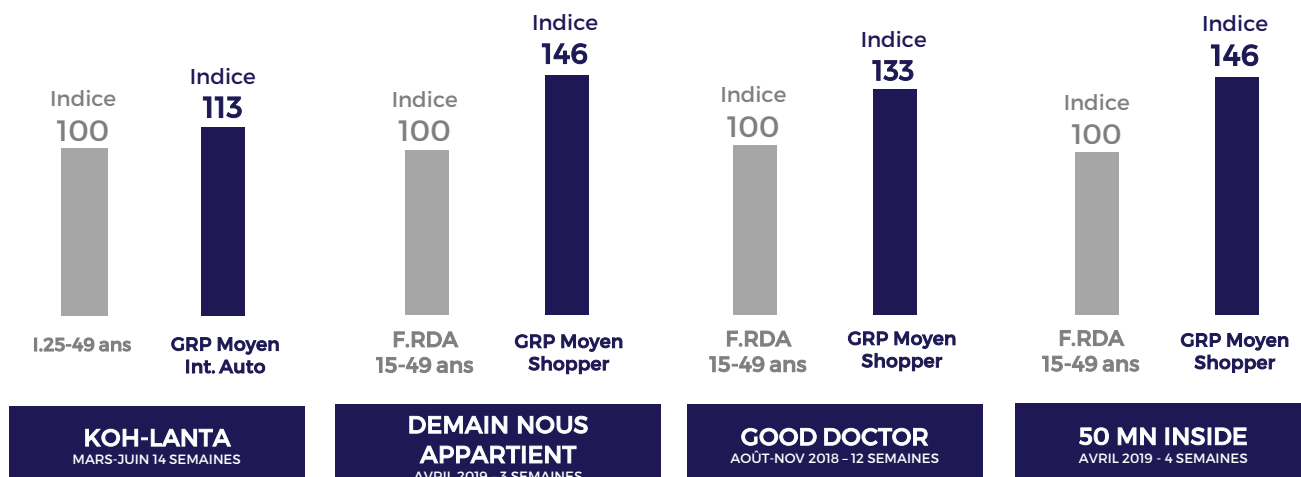
■ LE PARRAINAGE AVEC TF1 PUB : UN MODE DE COMMUNICATION EFFICACE

DES DISPOSITIFS IMPACTANTS, QUI AGISSENT SUR :



Source : Base e-TOP : 24 bilans réalisés de 2017 à 2019 / Niveau moyen de GRP : 1 152 GRP.

DES DISPOSITIFS QUI SURPERFORMENT
SUR LES ACHETEURS DE MARQUES/INTENTIONNISTES



Sources : Médiamétrie Mediamat / KantarWorldPanel - Prométhée / Dispositifs Bandes annonces + billboards Sponsoring 2018/2019.

LE PARRAINAGE

SUR TF1



LE PARRAINAGE

LES TARIFS

Les offres de parrainage font l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net. Elles sont disponibles sur La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI PUB LIVE (voir contacts sur le site de TFI PUB www.tflpub.fr).

LES FORMATS

Les formats des génériques de parrainage dépendent du type d'émission parrainable et de la nature de l'élément diffusé (émission ou bande-annonce), selon les règles suivantes :

	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
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"

PARRAINAGE, LES OFFRES

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

■ OFFRES EVENT

L'AVANTAGE

Les offres EVENT regroupent notamment les grands événements et rendez-vous de TFI (Événements sportifs, The Voice, Les aventuriers de Koh-Lanta, NRJ Music Awards...) plébiscitées par les téléspectateurs. Réalisant de fortes performances d'audience auprès des cibles publicitaires, ces programmes assurent aux annonceurs qui les parrainent émergence et visibilité, ainsi qu'un maximum d'impact sur l'image de marque, au travers de dispositifs multi-supports performants .

LE DISPOSITIF

1 clé d'entrée : la marque programme multi-support.

Une gamme d'offres événementielles, couvrant tous les genres et toutes les cibles publicitaires.

Durée de votre communication liée à celle de l'événement.

Ces offres sont disponibles sur le site de TFI Pub www.tflpub.fr et La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI Pub LIVE (voir contacts sur le site www.tflpub.fr).

■ OFFRES CONTEXT

L'AVANTAGE

Les offres CONTEXT privilégient la case de programmation de l'émission et le genre avec une durée de parrainage modulable, pour un maximum de flexibilité.

LE DISPOSITIF

2 clés d'entrée : la marque programme récurrente (50 mn Inside, Téléfoot...) ou le genre de programmes associé à une case de programmation (Fiction du jeudi Prime, Série du mardi Prime...)

Un large choix parmi une vingtaine d'offres TV ou multi-support, pour adresser un grand nombre de cibles.

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

Ces offres sont disponibles sur La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI Pub LIVE (voir contacts sur le site de www.tflpub.fr).

PARRAINAGE, LES OFFRES

CIBLES PARRAINAGE

Les performances d'audience* d'un dispositif de parrainage (EVENT ou CONTEXT) pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles suivantes

CIBLES FÉMININES	CIBLES MIXTES	CIBLES MASCULINES	CIBLES ENFANTS
Femmes RDA 15-49 ans Femmes RDA avec Enfants Femmes RDA + Enf.<25 ans Femmes 25-49 ans Femmes RDA 25-59 ans Femmes 25-59 ans Femmes 35-49 ans Femmes 35-59 ans RDA<60 ans Femmes 35 ans et +	Individus 25-49 ans Individus 25-59 ans Individus 35-59 ans Individus 35 ans et +	Hommes 25-49 ans Hommes 25-59 ans Hommes 35-59 ans <i>Sur dispositifs Sport uniquement</i>	Enfants 4-10 ans <i>Sur dispositifs Jeunesse uniquement</i>

* Performances estimées données à titre indicatif, sans valeur contractuelle

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.

LE DISPOSITIF

Plusieurs tickets d'entrée pour des créations publicitaires adaptées à vos besoins :

Set Billboard 1	Set Billboard 2	Set Billboard 3
A PARTIR DE VOS IMAGES, RÉALISATION DE : <ul style="list-style-type: none"> - Montage - Voix off - Musique de stock 	RÉALISATION COMPLÈTE DE : <ul style="list-style-type: none"> - Production d'image en 2D - La voix off - La musique de stock 	RÉALISATION COMPLÈTE DE : <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 4 000 € HT	à partir de 5 000 € HT	à partir de 7 000 € HT

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

LES MAJORATIONS TARIFAIRES

■ MULTI-SECTEURS

+ 3 % sur le Net Tarif pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2.

■ 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 Net Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

> **Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes (hors co-branding):**
+ 5 % sur le Net 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 " :
+ 30 % sur le Net Tarif.

LE PARRAINAGE

SUR LA TNT & LES CHAÎNES THÉMATIQUES



LE PARRAINAGE TNT

■ LES TARIFS

Les offres de parrainage font l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net. Elles sont disponibles sur La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI PUB LIVE (voir contacts sur le site www.tfipub.fr).

■ LES FORMATS

Les formats des génériques de parrainage dépendent de la chaîne, du type d'émission parrainable et de la nature de l'élément diffusé (émission ou bande-annonce), selon les règles suivantes :

Chaîne(s)	Programmes	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
LCI	Toutes émissions (sauf journaux non parrainables)	8"	8"	8'	8"
TMC TFX TF1 SERIES FILMS UshuaïaTV TV Breizh histoire	Toutes émissions (hors événements sportifs)	6"	8"	8"	8"

PARRAINAGE, LES OFFRES

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

■ OFFRES EVENT

L'AVANTAGE

Les offres EVENT regroupent notamment les grands événements ou programmes emblématiques de nos chaînes (Événements sportifs, Quotidien, Burger Quiz, ...) plébiscitées par les téléspectateurs. Réalisant de fortes performances d'audience auprès des cibles publicitaires, ces programmes, en forte affinité avec ces publics, assurent aux annonceurs qui les parrainent une forte visibilité, et un maximum d'impact sur l'image de marque, au travers de dispositifs multi-supports performants .

LE DISPOSITIF

1 clé d'entrée : la marque programme multi-support.

Une gamme d'offres événementielles, couvrant différents genres et des cibles publicitaires spécifiques.

Durée et tarification de votre communication liée à celle de l'événement.

Ces offres seront disponibles sur le site de TFI Pub www.tflpub.fr et La Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI Pub LIVE (voir contacts sur le site www.tflpub.fr).

■ OFFRES CONTEXT

L'AVANTAGE

Les offres CONTEXT privilégient le contenu et la durée dans le temps, pour un transfert de valeurs marque/émission plus fort.

LE DISPOSITIF

2 clés d'entrée : la marque programme spécifique ou le genre de programmes (Fictions Prime TNT, Séries US TNT...).

Un large choix d'offres pour adresser vos principales cibles publicitaires.

La durée de votre communication est liée à celle de l'événement parrainé ou peut être définie selon votre besoin pour les offres portant sur les genres de programmes, en fonction des disponibilités Planning.

Ces offres sont disponibles, notamment sur la Box ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TFI Pub LIVE (voir contacts sur le site de www.tflpub.fr)

PARRAINAGE, LES OFFRES

■ CIBLES PARRAINAGE

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

CIBLES FÉMININES

Femmes RDA 15-49 ans
Femmes RDA avec Enfants
Femmes RDA + Enf.<25 ans
Femmes 25-49 ans
Femmes RDA 25-59 ans
Femmes 25-59 ans
Femmes 35-49 ans
Femmes 35-59 ans
RDA<60 ans
Femmes 35 ans et +

CIBLES MIXTES

Individus 25-49 ans
Individus 25-59 ans
Individus 35-59 ans
Individus 35 ans et +

CIBLES MASCULINES

Hommes 25-49 ans
Hommes 25-59 ans
Hommes 35-59 ans

*Sur dispositifs Sport
uniquement*

Les performances d'audience* d'un dispositif de parrainage **EVENT mono-chaîne** pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles ci-dessus ainsi que sur les cibles suivantes :

CIBLES SPECIFIQUES

Individus 25-49 ans CSP+	<i>sur dispositif Quotidien sur TMC uniquement</i>
Femmes 15-34 ans	<i>sur dispositif Télé-Réalité sur TFX uniquement</i>
Hommes 15-34 ans	<i>sur dispositif Mangas sur TFX uniquement</i>
Hommes 15-49 ans	<i>sur dispositif Mangas sur TFX uniquement</i>

* Performances estimées non garanties et communiquées à titre indicatif

PARRAINAGE, LES OFFRES

EASY PROD SPONSO

POUR QUI ?

Pour les annonceurs ne disposant pas d'agence de création, nous proposons des solutions créatives adaptées aux communications en Parrainage à tarif attractif.

L'AVANTAGE

Vous faciliter la production de votre création publicitaire grâce à un service packagé de production.

LE DISPOSITIF

Plusieurs tickets d'entrée pour des créations publicitaires adaptées à vos besoins :

SET BILLBOARD 1

A PARTIR DE VOS IMAGES,
RÉALISATION DE :

- Montage
- Voix off
- Musique de stock

à partir de **4 000 € HT**

SET BILLBOARD 2

RÉALISATION COMPLÈTE DE :

- Production d'image en 2D
- La voix off
- La musique de stock

à partir de **5 000 € HT**

SET BILLBOARD 3

RÉALISATION COMPLÈTE DE :

- Production d'image en 2D
- La voix off
- Musique originale avec une durée de 10 ans. Utilisable sur tous supports : musique d'attente téléphonique, musique sur leur site web, spot radio...

à partir de **7 000 € HT**

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

LES MAJORATIONS TARIFAIRES

■ MULTI-SECTEURS

+ 3 % sur le Net Tarif pour chaque code secteur supplémentaire bloqué au-delà de 2.

■ MULTI-ANNONCEURS

Mise en avant d'élément d'identité visuelle et 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 Net Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

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

+ 5 % sur le Net 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 " :

+ 30 % sur le Net Tarif.

LES OPS

TF1
PUB



ECO RESPONS'AD

NEW

Un comité expert RSE intégrant l'Union des Marques, l'UDECAM, l'ARPP, l'ADEME et TFI PUB est à l'origine de cette offre. A travers celle-ci, nous souhaitons accompagner les initiatives RSE des entreprises. En offrant des avantages aux produits élaborés dans une logique RSE, TFI PUB démontre son engagement pour une consommation plus responsable et plus respectueuse.

POUR QUI ?

TFI PUB se repose exclusivement sur les validations de L'ADEME (agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) pour déterminer si tel ou tel produit est éligible à l'offre.

Par ailleurs, le spot de l'annonceur devra mettre clairement en avant la démarche RSE autour du produit concerné. TFI PUB se fiera à l'avis de l'ARPP pour en juger.

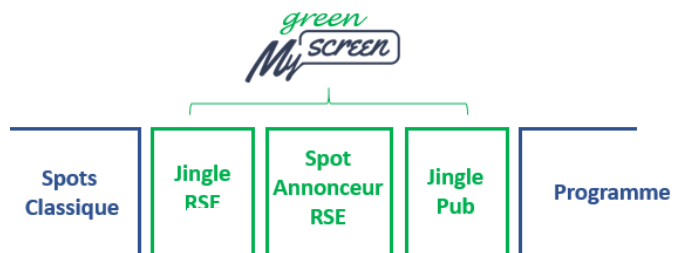
Conditions d'accès à l'offre : les produits devront être porteurs d'un des labels environnementaux sélectionnés et validés par l'ADEME Cf annexe p. 113

TFI PUB se charge de la mise en relation avec l'ADEME et l'ARPP pour valider l'éligibilité



LE DISPOSITIF

Lancement de la campagne dans un écran premium en peak **MY GREEN[SCREEN]**. Le spot RSE du produit sera précédé d'un jingle de 3" spécifique, mettant en valeur le message de l'annonceur et placé en fin d'écran publicitaire



Une optimisation du ciblage de la campagne sur la cible **CONSOM'ACTEUR** : consommateurs sensibles à l'impact économique, social et environnemental de leur consommation via les données KANTAR WORLD PANEL. A noter, TFI PUB propose de créer une cible custom en mixant la cible CONSOM'ACTEUR avec une des 81 cibles Shoppers disponibles et de créer, par exemple, la cible custom shopper de lessive CONSOM'ACTEURS.*

Mise en place d'un bilan post campagne *Brand Lift* pour mesurer le gain d'image et de perception RSE du produit sur les exposés de la campagne en télévision. Bilan réalisé sur une cible socio-démo.

Dans le cadre de ce dispositif, TFI PUB met à disposition gracieusement :

- La cible CONSOM'ACTEUR sur l'ensemble des outils Marché. TFI pub offre également la cible custom.
- Le brand lift de la campagne

LES CONDITIONS

Diffusion du spot MY GREEN[SCREEN] dans les écrans éligibles aux MY[SCREEN]

Le spot MY GREEN[SCREEN] doit avoir une durée minimum de 30"

Majoration Opérations Spéciales sur le spot MY GREEN[SCREEN] : +20%

Campagnes de minimum 300 GRP TTV sur cible socio-démo.

*Possibilité de prolonger la campagne en digital sur MYTFI sur une cible CONSOM'ACTEUR by 3W RevelanC. Nous consulter. Chaque support peut être acheté séparément. Les conditions commerciales 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 TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur ses investissements sur les supports autres que TFI et inversement.

OFFRES STORIES

Véritable écran publicitaire, l'offre STORIES vous permet de communiquer au sein d'un écran publicitaire uniquement réservé à des spots publicitaires d'une même thématique.

Les offres STORIES, c'est toute une gamme de produits autour des marques programmes les plus fédératrices de TFI et des événements qui rythment l'année :

Broadway autour de The Voice | **Dancefloor** autour de Danse avec les Stars | **Totem** avec Koh Lanta | **Love Story** pour la Saint-Valentin | **One Planet** sur la thématique de la consommation responsable

LE PRINCIPE

L'offre STORIES permet d'associer tous les spots diffusés, au sein d'un écran publicitaire, à une thématique, un contexte ou un événement diffusé sur TFI. Différents écrans STORIES sont proposés tout au long de l'année pour vous permettre d'événementialiser vos prises de parole.

LE BÉNÉFICE

Un dispositif attractif et engageant, grâce à une intégration éditoriale maximisée.

Vous bénéficiez d'un teasing réalisé en direct par l'animateur du programme qui précède la diffusion de l'écran STORIES, ainsi qu'un écran dédié à la thématique STORIES.

LES CONDITIONS

Cette offre n'est pas accessible dans le cadre des achats Entertainment, Pure Player, ni aux achats en coût GRP garantis.

Dispositif sur devis

OFFRES MY[SCREEN]

■ MY[SCREEN]

PRINCIPE

L'offre MY[SCREEN] permet de diffuser vos formats longs dans des conditions d'écran exclusif, tout en proposant l'accès à tous les écrans du peak (2001 à 2199).

Le spot sera diffusé en première ou dernière position (1 ou 99) de l'écran et séparé du reste de l'écran par un jingle de 3".

BÉNÉFICE

Cette offre permet de bénéficier d'un écran publicitaire pour la diffusion de votre spot long (min 45") au sein des écrans publicitaires du Peak de TFI.

CONDITIONS

Le spot doit être d'une durée minimum de 45".

Les positions 1 et 99 MY[SCREEN] auront une tarification spécifique.

Les positions 1 et 99 MY[SCREEN] sont proposées sur la tranche 2001 – 2199.

Offre ouverte à un spot maximum par écran.

Cette position premium n'est pas accessible aux programmations réalisées en Achat Express, Entertainment, Pure player, ni aux achats en coût GRP garanti.

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne et du planning.

■ MY[SCREEN] EXTEND

Enrichissez votre dispositif MY[SCREEN] avec la possibilité dans le cadre d'une OPS de proposer un habillage du jingle 3", via la création d'une séquence graphique en rapport avec la marque.

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne et du planning.

OFFRE SHOWTIME

PRINCIPE

L'offre SHOWTIME permet de diffuser et tourner votre spot dans l'univers d'un programme du Groupe TFI.

BÉNÉFICE

Cette offre permet de renforcer l'impact et l'engagement de votre campagne en proposant une communication originale dans l'univers d'un programme.

DISPOSITIF

UNE PRODUCTION DANS UN ENVIRONNEMENT CONTEXTUEL



Réalisation de **spots contextualisés** tournés sur le plateau d'un programme

UNE COMMUNICATION ORIGINALE SOUS LICENCE PROPOSÉE SUR TFI ET MYTFI



Diffusion de ces spots sur TFI **en emplacement Premium, pendant la coupure publicitaire**



Diffusion de ces spots sur MYTFI **en Adswitching** (PC / Mobile et Tablette) **et sur le Replay** (4 écrans)

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne et du planning.

OFFRE DUAL SCREEN

PRINCIPE

DUAL SCREEN, le format vidéo qui réunit 2 écrans en 1 seul. Disponible sur TFI, il favorise la créativité de votre spot pour enrichir votre discours, tout en créant un impact visuel auprès des téléspectateurs. Faites place aux idées et créez du lien avec vos consommateurs, renforcez l'attention, développez votre discours de marque...

BÉNÉFICE

Cette offre permet d'enrichir la diffusion de votre spot, afin de renforcer l'impact de votre message.

DISPOSITIF

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

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

Ex. : retransmission d'un événement live, diffusion de vidéos de brand content, enrichissement social, contenus de marque, infographies...



A gauche :

Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :

Diffusion de contenus enrichis

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne.

OFFRE TALK BY DUAL SCREEN

PRINCIPE

Déclinaison de l'offre DUAL SCREEN, l'offre TALK BY DUAL SCREEN a été conçue pour recommander un produit en s'appuyant sur les avis clients et la caution d'un label. Cette offre vous permet, en effet, de tester votre produit auprès d'un panel test (± 100 personnes), d'en évaluer via scoring l'acceptation des consommateurs et de faire remonter les verbatims positifs directement dans votre spot publicitaire.

BÉNÉFICE

Cette offre permet de valider les atouts d'un nouveau produit et de les faire connaître auprès du grand public, avec une caution « Testé & Approuvé ».

DISPOSITIF

Un dispositif simple et clé en main en 2 temps :

Dans un premier temps, le produit est envoyé au panel test, recruté et géré par chaque éditeur, puis évalué à partir d'un questionnaire fourni par l'annonceur, via scoring et avis des consommateurs.

En parallèle, une fiche produit est créée sur le site de aufeminin / Marmiton / Doctissimo ou Les Numériques.

Dans un second temps, les informations sont intégrées au discours publicitaire TV.

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

- à gauche : diffusion du spot publicitaire, en grand format 16/9^e
- à droite : diffusion en format vertical
 - du score moyen obtenu
 - d'un macaron « Testé & Approuvé » par le label en question : « Club des Expertes » de aufeminin, « Marmitest » de Marmiton, « Doctissimo Beauty Lab » de Doctissimo et « Lecteurs Testeurs » des Numériques
 - des verbatims positifs relevés au cours du test produit



A gauche :

Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :

Diffusion de contenus enrichis aufeminin :

- cession de droit Macaron aufeminin
- Note du produit
- Verbatims

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne et des éditeurs.

OFFRE DUAL SCREEN REWARD

NEW

PRINCIPE

Déclinaison de l'offre DUAL SCREEN, l'offre DUAL SCREEN REWARD a été conçue pour une prise de parole sur le digital (Desktop).

Cette offre permet d'engager les internautes en proposant une expérience interactive.

A travers des mécaniques de jeu-concours, dans les codes de votre marque, vous pourrez recruter, fidéliser, animer et récompenser les internautes.

Possibilité de faire gagner aux internautes des dotations exclusives en lien avec le Groupe TFI :

- codes MYTFI VOD
- places pour assister à des émissions TFI (sous réserve de l'exploitation de la licence du programme)
- meet & greet avec des animateurs ou acteurs TFI (sous réserve d'un fee d'endorsement)
- Etc.

BÉNÉFICE

En jouant sur une mécanique de gaming, le DUAL SCREEN REWARD permet d'engager les internautes et de créer de la préférence de marque.

DISPOSITIF

Pour l'internaute, le player est divisé en deux parties :

- à gauche : diffusion de votre spot en pre-roll
- à droite : diffusion en format vertical d'un format gaming

Ex. : Instant gagnant, quiz, jeu interactif, etc.



A gauche :

Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :

Diffusion de contenus enrichis

Dispositif sur devis

OFFRE DUAL SCREEN QR CODE

NEW

PRINCIPE

Déclinaison de l'offre DUAL SCREEN, l'offre DUAL SCREEN QR CODE a été conçue pour prolonger l'expérience publicitaire sur un second écran.

Cette offre permet de faire émerger votre spot publicitaire en TV / IPTV avec une expérience interactive drive to mobile innovante et engageante, grâce au QR CODE.

En scannant le QR CODE du spot avec son smartphone ou sa tablette, le téléspectateur accède à des services et contenus enrichis.

BÉNÉFICE

Le DUAL SCREEN QR CODE permet de prolonger et d'optimiser l'impact de la campagne en renforçant l'engagement auprès des consommateurs.

DISPOSITIF

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

- à gauche : diffusion de votre spot, en grand format 16/9^e
- à droite : intégration du QR Code

Ex. : Lien vers votre site e-commerce, offre spéciale ou coupon de réduction, lien vers la page de téléchargement de votre app, etc.



A gauche :

Diffusion de votre spot classique en format 16/9^e

A droite :

Intégration du QR Code

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne.

DYNAMIC LIVE CONTENT

PRINCIPE

Intégrez dans vos spots publicitaires des contributions sociales de téléspectateurs, des captations live d'un de vos événements, un score en fin de match ou mettez votre produit aux couleurs du vainqueur... et l'impact de votre publicité est plus fort !

Des possibilités encore plus nombreuses sont réunies au sein de notre nouvelle gamme d'offres DYNAMIC LIVE CONTENT, grâce notamment à la déclinaison de notre offre RTA - Real Time Advertising. Entrez dès aujourd'hui dans l'ère du temps réel !

BÉNÉFICE

Cette offre vous permet d'enrichir et de personnaliser vos spots publicitaires, en y intégrant dans un court délai des éléments en lien avec votre actualité ou celle du programme encadrant votre présence.

DISPOSITIF

Vos spots TV peuvent être très rapidement adaptés, en y intégrant ou modifiant certains contenus, sur la base d'un scénario préétabli avec vous.

Notre offre RTA se développe, avec désormais une déclinaison autour de trois axes :

- **RTA Live** : tournage et diffusion des spots en direct sur TFI
- **RTA Dynamique** : actualisation de spots en near live, avec intégration de photos ou textes non animés. Ex. : Intégration de statistiques ou cotes de matchs sportifs, contributions des téléspectateurs, photos, tweets, etc.
- **RTA Conditionnel** : grâce à l'outil de mixage audio-vidéo installé en régie finale, vos spots peuvent être modifiés tout au long de votre campagne TV, en fonction aussi de vos propres datas (stocks, inventaires...) ou tout autre élément conditionnant le contenu de votre publicité. Les textes et photos également peuvent être adaptés et animés.

RTA SPONSO

Votre communication parrainage bénéficie désormais de ces nouvelles opportunités.

Actualisation des billboards de parrainage au plus près de la diffusion, avec intégration d'éléments textes ou photos (sans animation). Ce dispositif est applicable pour un parrain par soirée et par émission.

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord de l'antenne et du planning.

OFFRE INSTANT REACH

NEW

PRINCIPE

L'offre INSTANT REACH vous permet de maximiser l'impact de votre communication :

- Le jour J, en émergeant en TV, Digital et Social, grâce à une présence concentrée sur une tranche horaire donnée à une heure de grande écoute,
- Le jour J et le lendemain, en préemptant une verticale en affinité avec votre marque

BÉNÉFICE

L'INSTANT REACH permet de démultiplier la résonance de votre communication en combinant puissance et affinité, grâce à la richesse de l'écosystème du Groupe TFI.

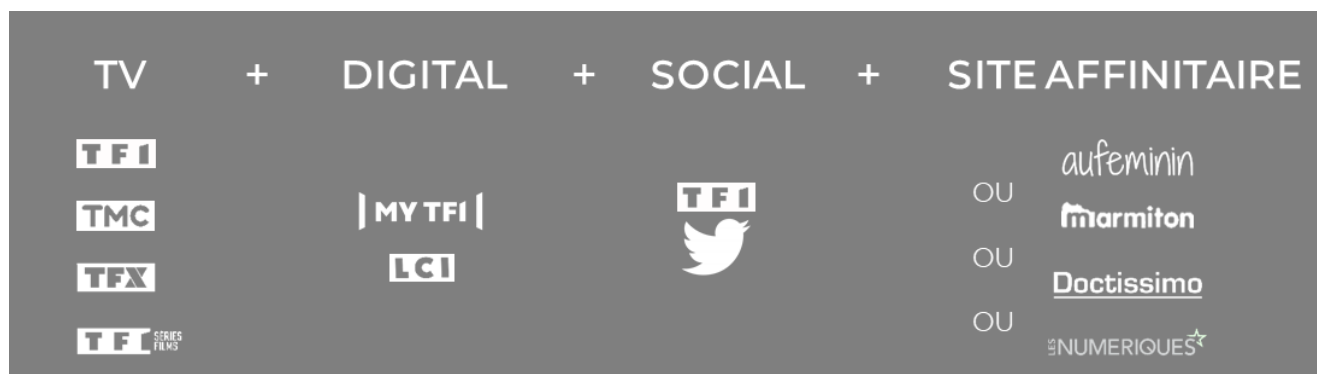
DISPOSITIF

Un socle commun puissant :

- TV : Diffusion de votre spot le dimanche sur TFI, au sein d'un écran du carrefour 2030-2100, relayé ensuite sur les chaînes de la TNT en régie
- Social : Diffusion de votre spot le dimanche soir (au format maximum de 30") sur le compte Twitter TFI, en pre-roll d'un contenu premium de TFI (bande annonce, extrait, bonus exclusif) en affinité
- Digital : Diffusion de votre spot le dimanche de 21h à minuit, sur MYTFI et LCI.fr, en Impact pre-roll (1^{er} pre-roll visionné par l'internaute)

Une verticale en affinité :

- aufeminin : Habillage de la HP aufeminin + pavé 300*250 le dimanche // entrée de site le lundi (hors parrainages de dossiers)
- Marmiton : Habillage de la HP Marmiton le dimanche + pavé 300*250 en HP // entrée de site (50% de PDV) le lundi (hors parrainages de dossiers)
- Doctissimo : Habillage HP + pavé 300*600 le dimanche // entrée de site le lundi (hors parrainages de dossiers / forums)
- Les Numériques : Diffusion de 100 000 spots + pack RG multi-formats (320*180, 970*250 et 300*600) le dimanche // entrée de site le lundi (hors parrainages de dossiers)



Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord des antennes, du planning et des éditeurs.

Dispositif sous réserve des disponibilités planning et des formats digitaux. Demande à faire aux ouvertures de planning.

Chaque composante peut être achetée séparément au libre choix de l'annonceur.

Applications des CGV de chaque support concerné. L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur ses investissements publicitaires sur les autres supports et inversement.

Ad'Vise^{by}

aufeminin marmiton Doctissimo LES NUMÉRIQUES

NEW

PRINCIPE

Faites recommander votre produit et contextualisez votre message publicitaire grâce à l'offre AD'VISE by.

ETAPE 1 :

En partenariat avec Marmiton, aufeminin, Doctissimo ou Les Numériques, nous développons un pré-spot de 4 secondes, positionné en amont de votre spot publicitaire, pour renforcer l'impact de votre message.

Pré-spot « AD'VISE by »
Durée 4"

Spot de l'annonceur
Pas de contrainte de durée

Au sein de ce pré-spot de 4", le public découvre une question posée par un internaute dans la barre de recherche du site media sélectionné.

Exemple créatif du pré-spot :

1 – Un internaute pose une question à Doctissimo. Ex. : « Comment mieux dormir cet hiver ? »

2 – Doctissimo répond à l'internaute avec une recommandation. Ex. : « Retrouvez votre sommeil avec [marque annonceur] »

3 – Transition vers le spot publicitaire de l'annonceur lancé en plein écran.

ETAPE 2 :

Sur une période de 4 semaines, vous bénéficiez d'une visibilité sur le site media de Marmiton, AuFeminin, Doctissimo ou Les Numériques : media classique ou sponsoring d'un dossier éditorial contextualisé avec le produit de l'annonceur.

Exemple :

[marque annonceur] est présent en media sur la rubrique « Forme » et « Psycho » de Doctissimo et/ou

[marque annonceur] est sponsor exclusif du dossier « Mieux dormir » sur le site web de Doctissimo.

BÉNÉFICES

Émergence : Disponible sur l'ensemble des nos chaînes et MYTFI, cette offre favorise l'attention du public sur votre message publicitaire.

Préférence de marque : Bénéficiez de la caution d'un tiers de confiance en associant votre produit à une marque media puissante et affinitaire avec votre secteur d'activité.

- Food et petit électroménager de la maison avec Marmiton
- Beauté, mode et lifestyle avec AuFeminin
- Bien-être avec Doctissimo
- High Tech, maison et loisirs avec Les Numériques

CIBLAGES CONTEXTUELS

3 contextualisations du spot « AD'VISE by » sont possibles pour les annonceurs :

- Avec une émission du groupe TF1. Ex. avec 50'Inside : « Quelle est la dernière tendance make-up des stars ? » + votre spot
- Avec un contexte calendaire. Ex. avec le Black Friday : « Quel téléviseur choisir ? » + votre spot
- Avec un moment de consommation. Ex. avec le petit déjeuner : « Quel petit déjeuner sain proposer à mes enfants ? » + votre spot

Dispositif sur devis

Dispositif sous réserve de l'accord des antennes, du planning et des éditeurs.

Dispositif sous réserve de l'exploitation de la licence du site éditeur.

Dispositif sous réserve des disponibilités planning et des formats digitaux. Demande à faire aux ouvertures de planning.

Chaque composante peut être achetée séparément au libre choix de l'annonceur.

Applications des CCV 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.

L'OFFRE VIDÉO & LES AUTRES FORMATS DIGITAUX

TF1
PUB

■ La vidéo	page 84
■ L'audio digital	page 88
■ Le display	page 90
■ Le ciblage	page 91
■ L'automatisation	page 96
■ Les tarifs	page 97



L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL TFI PUB

■ LANCEMENT DU NOUVEAU MYTFI OTT

La plateforme de replay, aux 25 millions* de loggués, a fait peau neuve et laisse place à une nouvelle expérience de consommation 100% full vidéo repensée autour de 3 enjeux clés :

- La simplification : un accès simplifié à un très riche catalogue de contenus.
- L'immersion : une nouvelle charte design pour une expérience optimale de consommation de vidéo dans les univers des marques phares de l'antenne.
- La satisfaction : une approche 100 % customer centric avec une consommation personnalisée et une navigation plus intuitive.

MYTFI s'améliore, en proposant notamment un player vidéo agrandi d'1/3. Les internautes pourront également profiter de recommandations de contenus personnalisés

Afin de garantir la meilleure expérience utilisateur, TFI PUB adapte et optimise la pression publicitaire en fonction des écrans et affine son ciblage grâce à la data récoltée auprès des 25 millions d'inscrits à la plateforme.

■ LES SUPPORTS DE DIFFUSION DE NOTRE OFFRE

Les contenus MYTFI sont disponibles sur l'ensemble des plateformes suivantes :



* Données internes éditeur à fin septembre 2019

** Une sélection de programmes disponibles sur les chaînes TFI sur S71 / Diffusion des contenus replay MYTFI sur les applications opérateurs

LA VIDÉO

1. ENJEUX DE NOTORIÉTÉ

■ IMP4CT PRÉ-ROLL

LE DISPOSITIF

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

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur MYTFI et LCI, sous réserve du nombre de dispositifs disponibles par mois. Nous contacter.

■ IMP4CT PRÉ-ROLL +

NEW

LE DISPOSITIF

Une présence sur le premier pré-roll visionné par l'internaute sur MYTFI et LCI + une présence unique sur Studio 71 et Télaria avec un capping de 1 pour **2,5M d'impressions *** par jour.

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur MYTFI, LCI, S71 et Télaria, sous réserve du nombre de dispositifs disponibles par mois. Nous contacter.

■ STORYTELLING

LE DISPOSITIF

Prenez le temps de raconter l'histoire de votre marque via la privatisation de l'intégralité d'un écran de coupure (mid-roll). TFI PUB vous offre l'occasion d'exposer votre marque en exclusivité au cœur d'un contexte de diffusion premium sur l'écran de TV

LES ÉCRANS

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

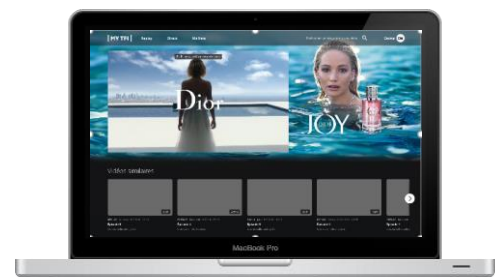
■ HABILLAGE COMPAGNON

LE DISPOSITIF

Habillage du player vidéo qui se lance en même temps que votre création vidéo

LES ÉCRANS

Dispositif exclusivement sur PC (MYTFI).



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

LA VIDÉO

■ « OFFRE PRIVILÈGE | MYTFI »

NEW

L'AVANTAGE

La garantie du ciblage dans le meilleur des programmes de TFI dans l'univers MYTFI.

LE DISPOSITIF

Une sélection de programmes premiums diffusés en prime-time diffusés sur TFI. Une première position systématique en pré-roll ou mid-roll garantie avec une ciblage data socio 4 écrans* : 500 000 impressions garanties sur 2 semaines.

Tarif : 15 000 € (tarif net FO HT en format 20 secondes, hors frais de production).

LES CONDITIONS

- Tarif net FO HT en format 20 secondes, hors frais de production non cumulable avec tous avantages ou remises auxquels l'annonceur pourrait prétendre.
- Offre sous réserve de disponibilités planning. Soumise aux CGV applicables en 2020 sur MYTFI.
- *à date, ciblage data socio-démographique uniquement disponible sur Femmes 25-49 ans et 25-49 ans. Périmètre de l'offre évolutif en fonction de l'élargissement des cibles socio-démographiques data disponibles en IPTV

LA VIDÉO

2. ENJEUX DE CONSIDÉRATION

■ EXPAND SPONSO

LE DISPOSITIF

Communiquez au plus proche des programmes du groupe TFI grâce à un emplacement premium. Diffusion d'un billboard pub (format 6 à 10s) dans une position unique accolée au programme et séparée des spots par un jingle MYTFI. Priorité aux parrains antennes, sous réserve d'exclusivité sectorielle vis-à-vis des parrains antennes*

*parrain antenne : annonceurs ayant souscrits à une offre de parrainage auprès de TFI PUB pour la diffusion LIVE TV

LES ÉCRANS

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

■ IMP4CT HIGHLIGHT

LE DISPOSITIF

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

LES ÉCRANS

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

■ EARLY ADOPTER **NEW**

LE DISPOSITIF

Diffusez votre spot sur nos avant-premières digitales en 4 écrans dans un contexte exclusif : 7 jours avant la diffusion antenne (sur les fictions françaises, séries US et divertissement. Sous réserve d'accord des droits de diffusion.

LES ÉCRANS

L'intégralité de l'avant-première en IPTV + les premières minutes et bonus en 3 écrans

■ STRAIGHT TO MOBILE

LE DISPOSITIF

Communiquez sur une position mono pré-roll, format 6 secondes et émergez autour de contenus courts consommés dans une logique de snacking

LES ÉCRANS

Une offre 100% mobile déclinable en 3 écrans, disponible sur MYTFI et LCI

Source : estimations de volume par TFI PUB. Susceptible de varier selon la période de diffusion concernée

LA VIDÉO

100% AVOD **NEW**

LE DISPOSITIF

Communiquez autour des contenus 100% digitaux autour de thématiques peu présentes à l'antenne : les Mangas, les contenus 100% Millennials et les séries cultes des années 90. Offre sur liste de programmes définis, nous consulter.

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans

3. ENJEUX TACTIQUES

ADSWITCHING

LE DISPOSITIF

L'adswitching permet de substituer les spots du flux linéaire TV par des spots digitaux, 100% adservés, interactifs et cliquables. Dispositif qui permet d'augmenter sa couverture et de toucher un nouveau public. Chaque jour, près de 3M de téléspectateurs consomment la TV en live sur PC, mobile et tablette*.

LES ÉCRANS

Dispositif en 3 écrans : PC, mobile et tablette sur l'ensemble des chaînes TF1, TMC, TFX et LCI. Disponible en programmation

ONE DCO

LE DISPOSITIF

Adaptez vos créations en temps réel grâce au Dynamic Creative Content, en fonction d'un contexte (Météos, Géolocalisation ...)

LES ÉCRANS

Une offre disponible en PC, Les premiers tests vers la DCO IPTV sont en cours



*Source : Médiamétrie, Global vidéo V23 // Susceptible de varier suivant la période de diffusion concernée

L'AUDIO DIGITAL

Les Indés Radios fédèrent 130 stations régionales, locales et thématiques pour constituer la 1^{ère} offre commerciale de France en Radio FM*. Les Indés Digital, composés des déclinaisons digitales des stations des Indés Radios ou des stations des groupes membres des Indés Radios, occupent également une place de choix dans l'audio digital. Avec près de 30 millions d'écoutes actives chaque mois, Les Indés Digital sont ainsi un **acteur majeur de l'audio digital en France** (Source ACPM/OJD mai 2020 - écoutes actives de plus de 30 secondes).

Le Groupe TFI a lancé en avril 2020 une offre de podcasts, accessible gratuitement sur l'ensemble des plateformes de diffusion (Apple Podcast, Google Podcast, Spotify, Deezer...).

Cette nouvelle offre qui vient enrichir l'offre des podcasts du groupe TFI (LCI, Studio 71, My Little Paris ...) se compose de formats, déclinés autour de marques phares des antennes et incarnés par des personnalités emblématiques.

Le podcast permet au groupe TFI, qui bénéficie d'une forte expertise dans la production de programmes fédérateurs et ambitieux, de renforcer encore davantage sa proximité avec son public. Ces productions couvrent plusieurs thématiques (sport, people, aventure...) et seront enrichies de nouvelles verticales prochainement.

Les offres AUDIO DIGITAL sont désormais accessibles aux annonceurs et permettent de développer la créativité de la publicité, comme d'en étendre sa diffusion.

■ 1. OFFRES STREAMING SUR LES INDÉS DIGITAL



TFI PUB propose une offre 100% préroll audio, avec une présence annonceur exclusive par préroll, d'une durée maximum de 30 secondes.

La publicité sera diffusée en France Métropolitaine (avec possibilité d'extension aux territoires d'outremer)**, de manière multidevice (PC, Mobile, Tablette et Enceintes connectées) et sur l'ensemble des canaux digitaux avec présence des stations des Indés Digital (Application Le Mur Du Son des Indés, webradios et applications des stations, agrégateurs...).

Les campagnes Audio Digital seront diffusées via l'adserver déployé par Soundcast.

Les offres LES INDES AUDIO DIGITAL sont :

- L'offre « **ALL IN** », permettant de communiquer sur l'ensemble de l'offre adservable des Indés Digital**. Ce dispositif est idéal pour les annonceurs radio souhaitant élargir leur communication FM nationale ou les annonceurs digitaux souhaitant renforcer leur exposition digitale.

- L'offre « **GEOLOC** », permettant de communiquer sur des zones géographiques prédéfinies : région(s) administrative(s) ou département(s). Cette offre est appropriée pour les annonceurs souhaitant par exemple surprendre certains territoires français, couvrir des réseaux de vente... A noter : ces zones peuvent être activées sur la base des stations commercialisées à date**.

- L'offre « **CUSTOM** » permettant à l'annonceur de constituer son périmètre de communication spécifique, non présent dans les offres ci-dessus ou issu de leur combinaison (ex. constitution d'une zone de chalandise spécifique composée de villes, sélection spécifique de supports digitaux, etc...).

(*) Périmètre des stations en vigueur au 1/1/2019. Source : Médiamétrie 126 000 Janvier-Mars 2020 – PDAC 25-49 ans calculée sur la base des 16 offres commerciales privées / Lundi-Vendredi 5h-24h.

Liste des stations des Indés Digital** au 20/02/2020					
100%	Darling FM	Grand Sud FM	M Radio	Radio Cristal	SWIGG
Activ Radio	Delta FM	Hit West	Mistral FM	Radio Espace	TFM
Africa Radio	Dici Radio	Impact FM	Mixx FM	Radio Isa	Tonic Radio
Alouette	Direct FM	Jaime Radio	Mona FM	Radio Liberté	Totem
Alpes 1	DKL Dreyeckland	Jazz Radio	Montagne FM	Radio Menergy	Urban Hit
ARL	Durance FM	K6 FM	MTI	Radio Mont-Blanc	Vibration
Beur FM	Echo FM	Kiss FM	N'Radio	Radio Numéro Un	Virage Radio
BlackBox	FC Radio	La Radio Plus	Oceane FM	Radio One	Voltage
Cannes Radio	Forum	Latina	ODS Radio	Radio Scoop	Wit FM
Cerise FM	France Maghreb 2	Latitude	Plein Cœur	Radio Star	
Champagne FM	Fréquence Plus	Lor'FM	Radio 6	Radio Studio 1	
Collines La Radio	Fusion FM	Lovely	Radio 8	RDL Radio	
Contact FM	Générations	Lyon 1ère	Radio Bonheur	RVA	

** Sous réserve de l'activation de chacune des stations par les auditeurs. Retrouvez ci-dessus la liste des stations composant le produit publicitaire les Indés Digital au 20/02/2020 (À titre indicatif).

■ 2. OFFRES PODCASTS DU GROUPE TFI

NEW

TFI PUB propose une offre de préroll, midroll et postroll audio, avec une présence annonceur exclusive par format, d'une durée maximum de 30 secondes.

La publicité sera diffusée en France Métropolitaine (avec possibilité d'extension aux territoires d'outremer)**, de manière multidevice (PC, Mobile, Tablette et Enceintes connectées) et sur l'ensemble des plateformes d'hébergement des podcast : Deezer, Spotify, Apple podcast; google podcast, podcast addict et audiomeans.

Les campagnes Audio Digital seront diffusées via l'adserver déployé par Soundcast.

Les offres AUDIO DIGITAL sont :

- **L'offre « ALL IN PODCAST »**, permettant de communiquer sur l'ensemble de l'offre adservable des podcasts du groupe TFI***. Ce dispositif est idéal pour les annonceurs radio souhaitant élargir leur communication ou les annonceurs digitaux souhaitant renforcer leur exposition digitale.
- **L'offre « VERTICALE PODCAST »**, permettant de communiquer sur une ou plusieurs thématique(s) spécifique(s) : Nous consulter.

***Ces offres sont susceptibles d'évoluer en cours d'année.

DISPLAY

EXPAND BANNER IPTV

LE DISPOSITIF

1 journée en format Expand Banner sur MYTF1 pour 1M d'impressions*

LES ÉCRANS

Dispositif exclusivement disponible en IPTV, réservé au secteur Entertainment uniquement



FORMATS DISPLAY

Disponibilité de l'intégralité des formats display IAB sur le site et applications LCI

LE CIBLAGE



■ DATA : NOS 4 PILIERS

SOCIO-DÉMO

Le ciblage socio-demo est maintenant disponible sur tous les écrans pour une efficacité inégalée (plus de 70% * de taux d'atteinte sur cible sur les principales cibles marché)

RETAIL & E-COMMERCE

Grâce à notre partenariat avec 3w.RelevanC, ciblez en fonction des achats réels remontés via les cartes de fidélité. Nouveauté : ciblez plus de 25 Millions ** d'acheteurs e-commerce grâce à nos partenariats avec La Redoute et Rakuten

COMPORTEMENTAL

Ciblez les visiteurs des sites Doctissimo, Marmiton, Au Feminin, Les Numériques ou Gamekult....

COMPLÉMENTARITÉ TV

Profitez de nos accords avec les opérateurs pour cibler les petits consommateurs de Télévision et augmenter le reach de vos campagnes multiscreen via un ciblage de zones géographiques opportunes.

* Médiamétrie. DAR. Susceptible de varier suivant la période.

** Médiamétrie NetRatings. Susceptible de varier suivant la période

LE CIBLAGE

■ LA PUISSANCE DE NOTRE DATA



Source éditeur // Médiamétrie NetRatings

■ UNE VISION HOLISTIQUE DE NOS UTILISATEURS

DATA SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



DATA CONSOMMATION MÉDIA



DATA BEAUTÉ



DATA RETAIL, FOOD ET E-COMMERCE



DATA HIGH-TECH ET GAMING



DATA PROVIDERS



DATA GÉOLOCALISATION



DATA BIEN-ÊTRE



LE CIBLAGE

■ LES OFFRES COMPORTEMENTALES NEW

LE DISPOSITIF

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

LES PARTENAIRES

De nouvelles typologie de ciblage grâce à la data **unify** : **marmiton**, **aufeminin**

NUMERIQUE **Doctissimo** **gamekult** **Net.fr** NEW

Toujours plus de data Shoppers avec la data La Redoute et la Data Rakuten. Profitez de nos accords avec les FAI pour cibler en IPTV

■ ONE DATA 4 ÉCRANS NEW

LE DISPOSITIF

Diffusez votre spot auprès de nos 25 Millions *de loggués en OTT et sur plusieurs dizaines de millions d'adeptes de l'IPTV grâce à nos travaux de data science avec Médiamétrie et nos accords FAI NEW

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans (MY TFI & LCI), avec des taux d'atteintes sur cibles dépassant 70% sur les principales cibles marché

■ SHOPPER & E-COMMERCE NEW

LE DISPOSITIF

Ciblez grâce aux données de nos partenaires 3w.RelevanC et maintenant La Redoute et Rakuten NEW

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans disponible sur MYTFI et LCI avec la possibilité de cibler les acheteurs et intentionnistes

■ CIBLAGE PETITS CONSOMMATEURS TV NEW

LE DISPOSITIF

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

LA MÉTHODOLOGIE

Ciblage par zone géographique sur la base d'extrapolation de données statistiques fournies par Bouygues Telecom.

* Données internes éditeur à septembre 2019

LE CIBLAGE

■ CIBLAGE GÉOGRAPHIE

LE DISPOSITIF

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

LA MÉTHODOLOGIE

Diffusion de la campagne en 4 écrans dans des zones géographiques définies en amont : région, département pour IPTV / Région, Département, Code Postal pour PC/Mobile/Tablette.

■ CIBLAGE OPTICIBLE

LE DISPOSITIF

Offre avec garantie de ciblage exclusivement en IPTV. Ne payez que les contacts qui vous intéressent !

LES ÉCRANS

Offre avec garantie de ciblage sur 4 cibles : 25-49 // F 25-49 // 15-34 // CSP+.

Un bilan Médiamétrie pourra être proposé en supplément.

■ CIBLAGE PROGRAMME

LE DISPOSITIF

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

LES ÉCRANS

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

■ CIBLAGE THÉMATIQUE

LE DISPOSITIF

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

LA MÉTHODOLOGIE

4 écrans sur une sélection de packs : sport, jeunesse, divertissement, news. Programmation d'une campagne autour de tous les programmes qui composent un pack contextuel.

LE CIBLAGE

■ CIBLAGE AFFINITAIRE

LE DISPOSITIF

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

LA MÉTHODOLOGIE

Une offre multisites en 4 écrans : MYTFI, LCI... et multiopérateurs : MyCanal, Orange, Bouygues ... éligible sur une quinzaine de cibles masculines, féminines et mixtes.

■ CIBLAGE A LA CARTE

LE DISPOSITIF

Ciblez les contextes programmes que vous souhaitez.

LA MÉTHODOLOGIE

Programmation d'une campagne en 4 écrans autour d'un pack customisé sur mesure par le client. C'est vous qui créez votre propre pack.

L'AUTOMATISATION

■ ONE EXCHANGE

LE DISPOSITIF

TF1 PUB vous offre la possibilité d'opérer vos campagnes vidéos en programmation via sa place de marché privée.

Brand Safety, Visibilité, complétion... toute l'offre de TF1 PUB est disponible en programmation

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans. L'achat d'espace se fait via notre SSP



■ SYGMA DATA VIDEO ACCESS



L'AVANTAGE

Lancement de Sygma Data Video Access, un accès standardisé et sécurisé à la donnée logguée en programmation auprès des DSP partenaires. **NEW**

LE DISPOSITIF

Sygma - Data Video Access devient le premier standard technologique à conjuguer inventaire vidéo premium et données logguées de TF1 pour répondre aux attentes du marché :

- ciblage performant,
- qualité des inventaires,
- simplification du parcours d'achat,
- protection des données utilisateurs

■ PROGRAMMATIQUE GARANTIE SUR S7I

L'AVANTAGE

Diffusez vos campagnes programmation dans un environnement puissant et 100% Brand Safety auprès des chaînes Youtube de TF1 et des influenceurs.

LE DISPOSITIF

Via DV 360 vous pouvez diffuser ces impressions en programmation garanti. Vous profitez des avantages du canal automatisé mais également d'un prix fixe et d'une diffusion garantie. Pour améliorer vos retombées sur cible, TF1 PUB peut également activer des critères de ciblage socio-démographique. Nous consulter.

TARIFS

■ CPM (BRUT TARIF) – BASE SPOT 20 SECONDES

CPM brut tout écran

Ciblage ONE DATA :	165 €
Catch-up programme :	150 €
Rotation générale catch up :	110 €
Rotation générale vidéo :	100 €
Vidéo Studio 71 :	110 €

■ MODULATIONS TARIFAIRES

L'indice s'applique sur le brut tarif.

Capping :	+15%
Ciblage jour/horaire :	+15%
Ciblage pre-roll only :	+25%
Ciblage mono-device (desktop ou mobile ou tablette) :	+25%
Format vidéo enrichi / interactif :	+15%
Emplacement préférentiel (première ou dernière position des écrans) :	+35%
Campagne multi-spots (plus de 2 films) :	+15%

■ MODULATIONS TARIFAIRES / CIBLAGE

La modulation s'applique sur le brut tarif rotation générale catch-up.

Ciblage packs affinitaires cible ou thématique :	+10%
Pack ciblage à la carte :	+30%
Diffusion sur un pack de programmes personnalisés. Soumis à conditions. Nous consulter	
Ciblage sur mesure :	+50% par segment
Uniquement activable sur les rotations générales catch-up, vidéo et Display. Combinaison critères sociodémographiques + comportementaux à la demande (sus réserve de volume disponible)	
Ciblage géolocalisation	+30% à +300% *
Applicable sur IPTV, PC, mobile et tablette. *+30% = granularité région ; +60% = granularité département ; +300% = granularité code postal et IRIS	
Ciblage retargeting / scénarisation	+25%
Applicable sur PC, mobile, tablette (hors applicatif)	
DCO	+20€
Applicable sur PC, mobile et tablette	
RELEVANC	+20€
Applicable sur IPTV, PC, mobile et tablette	

TARIFS

■ OPTICIBLE *

CPM brut HT

25-49 ans :	210 €
Femmes 25-49 ans :	250 €
15-34 ans :	270 €
CSP+ :	270 €

* TFI PUB se réserve la possibilité de diffuser un volume d'impressions supérieur à ce qui est indiqué dans l'ODP. En cas de sur-diffusion, l'annonceur ne sera pas facturé du montant des impressions sur-délivrées.

■ PRIX BRUT DISPLAY | MY TFI |

CPM BRUT

Expand banner IPTV	120 €
--------------------	-------

■ FORFAIT PRÉ-SITE

Tarif brut HT (1 jour)

PC :	60 000 €
Mobile :	40 000 €
Tablette :	20 000 €

■ FORFAIT HABILLAGE HOMEPAGE



Tarif brut HT

Environnement	PC	MOBILE	TABLETTE
HOMEPAGE (1 jour)	30 000 €	25 000 €	15 000 €
COVER AUGMENTE (1 jour)	30 000 €	20 000 €	10 000 €

TARIFS

■ CPM (BRUT TARIF) HT BASE RECTANGLE

	PC	MOBILE	TABLETTE	MULTI-ECRANS
MARQUE MEDIA	60 €	70 €	75 €	70 €
Rotation générale réseau	25 €	29 €	31 €	29 €

Autres formats, nous consulter

■ MAJORATIONS APPLICABLES SUR LE INBANNER

Brut tarif

Ciblage personnalisé *	+15 % (1 ^{er} critère) // +10% (le critère supplémentaire)
Ciblage expand	+10 %
Ciblage rubrique	+15 %
Ciblage géolocalisation	+10 %
Ciblage terminal ou OS	+20 %

Activable uniquement en RG réseau sur PC.

■ GRILLES DES INDICES TARIFAIRES DE FORMAT

L'indice s'applique sur le brut tarif

Bouton	50
Bannière	60
Overlay simple	70
Méga -bannière	85
Rectangle	100
Overlay interactif	100
Giga-bannière	105
Native	120
Méga-rectangle	125
Rectangle vidéo interactif	130
Film Strip	130
Pavé player	130
Masthead	130
Flash-transparent / Interstitiel	140
Pré-home / Pré-site	200

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

TARIFS

■ REMISES TARIFAIRES

Prime de volume

Investissement brut HT sur une campagne sur un ou plusieurs médias de TFI PUB digital, application de la remise au 1^{er} euro investi sur le CA brut tarif investi :

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

Prime nouvel annonceur digital * :

-15 %

Prime nouvel annonceur digital pour les annonceur TFI PUB * : -20 %

Prime campagne collectives, SIG & grandes causes :

-30 %

Remise de référence :

-15 %

Prime de mandat :

-1,5 %

* Primes non cumulables entre elles, disponibles sur la première campagne de l'année // Les remises s'appliquent sur le CPM Brut des offres achetées.

■ APPLICATION CUMULATIVE SUR LE BRUT PAR ORDRE DE PUBLICITÉ PAR SUPPORT

PRIME NOUVEL ANNONCEUR DIGITAL

Annonceur absent du support digital concerné chez TFI PUB en 2019 (non cumulable avec la « prime nouvel annonceur digital pour les annonceurs TFI PUB »)

PRIME NOUVEL ANNONCEUR DIGITAL TFI PUB

Annonceur ayant communiqué sur les supports TV et/ou Radio chez TFI PUB en 2019 et absent du support digital concerné chez TFI PUB en 2019 (non cumulable avec la « prime nouvel annonceur digital »)

CRÉATIVE FACTORY

Tout format publicitaire non conforme devra être adapté dans les plus brefs délais par l'annonceur. Si elle le souhaite, TFI PUB pourra procéder à la mise en conformité dudit format (grille des frais d'adaptation disponible sur demande).

TARIFS SPÉCIFIQUES À L'AUDIO DIGITAL

■ MODALITÉS D'ACHAT

Les offres Les Indés Audio Digital et Podcasts du groupe TFI sont soumises aux Conditions Générales de Vente 2020 TFI PUB du media Digital :

De même, les offres Les Indés Digital et Podcasts du groupe TFI sont soumis aux conditions de remises tarifaires et primes prévues dans les Conditions Commerciales 2020 du media Digital, aux spécificités Audio Digital mentionnées ci-dessous :

- Durée du préroll :

Pour l'Audio Digital, le format du préroll est limité à 30 secondes maximum. La durée du message publicitaire livré doit correspondre impérativement à la durée réservée commercialement. Aucune différence ne sera acceptée.

- Modes de vente :

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

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

■ CPM (BRUT TARIF TOUS DEVICE)

CPM (Brut tarif) des offres Les Indés Digital

Offre ALL IN	48 €
Offre GEOLOC	67 €
Offre CUSTOM	pour la tarification d'une demande ad hoc, nous consulter

Tous les tarifs sont exprimés en euros Hors Taxe.

CPM (Brut tarif) des offres Podcasts TFI

Offre ALL IN PODCAST	130 €
Offre VERTICALE PODCAST	160 €

Tous les tarifs sont exprimés en euros Hors Taxe.

La tarification de l'offre numérique audio de TFI PUB ne comprend pas les frais de production du (des) message(s) publicitaire(s).

CONDITIONS COMMERCIALES COMMUNES

TF1
PUB

■ Indices tarifaires de formats 2020	page 103
■ TF1	page 104
■ La TNT et les chaînes thématiques	page 107
■ L'offre vidéo & les autres formats digitaux	page 110



INDICES TARIFAIRES DE FORMATS 2020

APPLICABLES A TOUTES LES CHAINES TV RÉGIES PAR TFI PUB

Durée (en secondes)	Indice
3	33
4	37
5	41
6	45
7	50
8	52
9	54
10	57
11	60
12	64
13	68
14	71
15	75
16	76
17	80
18	83
19	87
20	90
21	91
22	92
23	93

Durée (en secondes)	Indice
24	94
25	95
26	96
27	97
28	98
29	99
30	100
31	112
32	116
33	121
34	128
35	133
36	138
37	143
38	148
39	153
40	159
45	181
50	205
55	230
60	260

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€

CONDITIONS COMMERCIALES COMMUNES

TF1

TF1
PUB



LES MODULATIONS TARIFAIRES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires ou en parrainage en télévision au 1er janvier 2020. 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 2020.

■ REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent sur TFI en 2020 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le chiffre d'affaires espace classique ou parrainage 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 », « Pure Player » et le « Pack net ».

■ PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en espace classique ou en parrainage à un mandataire qui, en 2020, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

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

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

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié, diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2020 par TFI PUB. Cette prime sera intégrée à l'avoir de fin d'ordre émis au 1er trimestre 2021. (Cf. Conditions Financières: article 7 des CGV Espace Classique TFI PUB). Cette prime n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Espace Classique TFI PUB. Le non-respect de l'une 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. Sont exclus du champ d'application de la prime de centralisation, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et nouvel annonceur et ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Pure Player » et le « Pack net ».

A NOTER

Les Conditions Commerciales TFI 2020 excluent toute pratique de couplage (remise/offre) avec les espaces publicitaires des chaînes TNT & Thématiques et/ou des supports digitaux de sorte que l'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements publicitaires sur TFI pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur ses investissements publicitaires sur les supports autres que TFI et inversement.

LA CASCADE

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

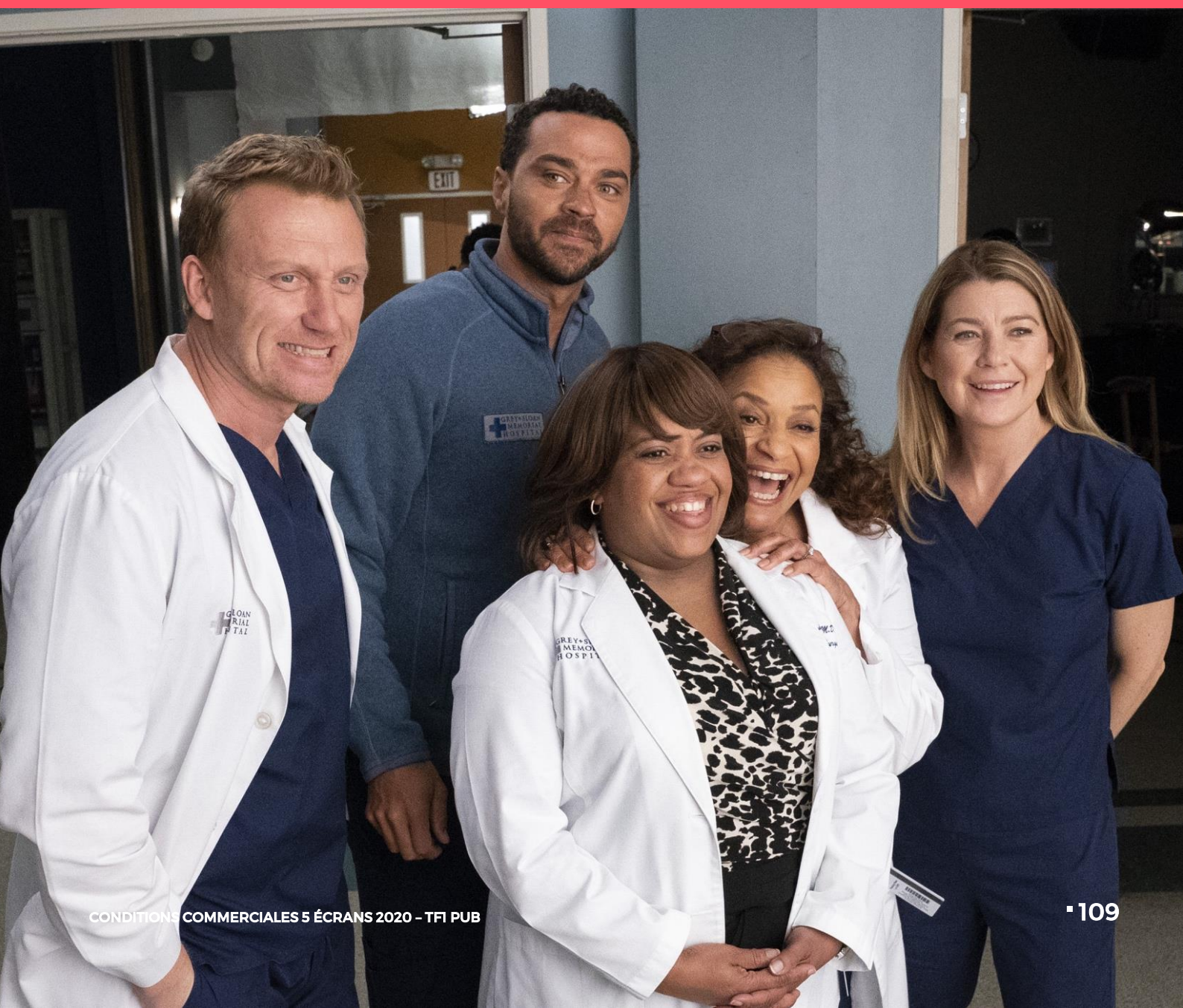
A noter : Les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion

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

CONDITIONS COMMERCIALES COMMUNES

TNT & CHÂÎNES THÉMATIQUES

TF1
PUB



LES MODULATIONS TARIFAIRES

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires ou en parrainage en télévision au 1er janvier 2020. 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 2020.

■ REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2020 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le chiffre d'affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le chiffre d'affaires espace classique ou parrainage 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 », « Pure Player » et les « Packs nets ».

■ PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en espace classique ou en parrainage à un mandataire qui, en 2020, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

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

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

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié, diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2020 par TFI PUB. Cette prime n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Espace Classique ou Espace Parrainage TFI PUB.

POUR L'ACHAT DE PARRAINAGE :

- Les frais techniques ne bénéficient pas de la prime de centralisation (Cf. Conditions financières : article 7 des CGV Parrainage TFI PUB).
- Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies (Cf. Conditions financières : article 7 des CGV Parrainage TFI PUB).

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

A NOTER

Les Conditions Commerciales 2020 excluent toute pratique de couplage (remise/offre) avec les espaces publicitaires de TFI de sorte que l'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements publicitaires sur les chaînes TNT & Thématiques pour prétendre à un quelconque avantage tarifaire sur ses investissements publicitaires sur les supports sur TFI et inversement. Tout produit de la famille Distribution dont le contenu du spot nécessite le blocage du secteur 17010301 - GMS, Hard discount doit le renseigner comme secteur principal en cas de multisectorisation.

LA CASCADE TNT

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

A noter : Les libellés des écrans n'impliquent pas des horaires de diffusion

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

CONDITIONS COMMERCIALES COMMUNES

L'OFFRE VIDÉO
& LES AUTRES FORMATS DIGITAUX

TF1
PUB



LES MODULATIONS TARIFAIRES

■ GRILLES DES INDICES TARIFAIRES DE DURÉE VIDÉO (EXTRAIT)

DURÉE (en sec)	0 - 10'	15'	20'	25'	30'
INDICE	60	82	100	123	130

L'indice s'applique sur le brut tarif. Extrait pour la vidéo.

INFORMATION : En cas de livraison à TFI PUB d'un spot d'une durée différente à celle indiquée dans l'ODP, le volume à diffuser sera modifié. Pour les formats supérieurs à 30" : nous consulter.

■ INDICE SAISONNALITÉ

PÉRIODE	01/01 01/03	02/03 10/05	11/05 28/06	29/06 30/08	31/08 18/10	19/10 31/12
INDICE	85	100	110	85	100	110

L'indice s'applique sur le brut tarif. Hors jeunesse

■ INDICE DE PÉRIODE JEUNESSE

PÉRIODE	01/01 au 30/08	31/08 au 31/12
INDICE	90	120

Indices applicables aux dispositifs 4 écrans pour les programmes Jeunesse disponibles sur MyTFI

ANNEXE



OFFRE CPM DATA 5 ECRANS

TARIFS NET HT PAR CATEGORIE



CPM pondérés par l'indice format 20"	CPM Data TFI	CPM Data TNTI	CPM My TFI	CPM moyen Total groupe TFI	10M Impressions Tarif 2020	CPM pondérés par l'indice format 20"	CPM Data TFI	CPM Data TNTI	CPM My TFI	CPM moyen Total groupe TFI	10M Impressions Tarif 2020
Air care	22	14	18	19	191 100	Glaces	15	9	18	14	136 100
Assouplisseurs	22	14	18	19	190 400	Huiles	16	11	18	14	143 200
Barres céréalières	51	28	18	41	405 200	Hygiène féminine	26	15	18	22	217 000
Biscuit sucrés pâtisseries	13	8	18	12	121 800	Jus de fruits et légumes	18	10	18	16	155 300
Biscuit sucrés non pâtisseries	14	8	18	12	123 400	Légumes en conserve	14	9	18	13	127 900
BRSA eaux gazeuses	14	8	18	12	124 200	Lessives	13	8	18	12	123 500
BRSA Plantes	18	10	18	16	157 800	Liquides vaisselles	17	11	18	15	149 800
Café torréfiés	14	9	18	13	126 900	Margarines	18	12	18	16	162 600
Céréales	27	13	18	22	217 200	Nettoyants ménagers	14	9	18	13	126 600
Chocolat tablette	15	9	18	14	136 100	Panification fraîche	16	9	18	14	139 800
Coloration	50	33	18	42	421 400	Pâtes sèches	13	8	18	12	122 000
Confiserie de chocolat	13	8	18	12	119 200	Petfood	24	13	18	20	200 900
Dentifrice	14	9	18	13	128 000	Plats cuisinés appertisés	16	9	18	14	139 800
Déodorant	17	10	18	15	147 400	Produits apéritifs	13	8	18	12	122 200
Dessert frais	14	8	18	13	125 100	Produits cuisinés surgelés	23	14	18	20	202 000
Eaux gazeuses	18	12	18	16	159 800	Produits lave vaisselle	21	15	18	19	191 200
Eaux plates	13	9	18	12	123 300	Shampooings	16	9	18	14	140 600
Entretien du linge	22	14	18	19	194 500	Crèmes et soins du visage	23	15	18	20	201 800
Fromage pâte persillée	21	14	18	19	187 900	Toilet care	16	11	18	15	147 700
Fromage pâte pressée cuite	14	9	18	13	129 000	Traiteur frais	13	7	18	12	116 900
Fromage pâte pressée non cult	15	10	18	14	136 100	Yaourts	13	8	18	12	119 800
Fromage pâte molle	13	9	18	12	121 000	Int. CHGT ASSURANCE	43	24	18	35	347 000
Gel douche	15	9	18	14	136 800	Int. CHGT BANQUE	49	25	18	39	387 400

CPM net moyen base 20 secondes indicatif sur base de répartition par support de l'offre 5 écrans

SOURCES

- TV : Media Way – Kantar Worldpanel
- PC, Mobile, Tablette : 3W RelevanC
- IPTV : Création avec RelevanC de segments de cibles d'acheteurs réguliers de catégories PGC en fonction de leur comportement de consommation de MyTF1 sur PC-Mobile-Tablette (Exemple fictif : tel individu a une forte probabilité d'être gros acheteur de chocolat en tablette car il est un téléspectateur régulier de The Voice et DALS - Fourniture à RelevanC des mails des loggués MyTF1 et de l'information concernant leur consommation programmes) qui seront déclinés en IPTV.

VALORISATION DE L'OFFRE CPM DATA 5 ÉCRANS

- Valorisation du dispositif = (CPM TFI x nombre de contacts x indice format 20 secondes) + (CPM TNTI x nombre de contacts x indice format 20 secondes) + (CPM Digital x nombre d'impressions).
- Possibilité d'achat de chaque élément de l'offre (TFI, TNTI, MyTFI) séparément et aux mêmes conditions de CPM. L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur la chaîne TFI pour prétendre à un quelconque avantage sur ses investissements sur les autres supports et inversement.
- CPM net base 20 secondes ; non cumulable avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre.

ECO RESPONS'AD

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES PRODUITS POUR LA PÉRIODE 2020

POUR LES CATÉGORIES SUIVANTES :

alimentaire / ameublement / vêtements et chaussures / textile de maison / hébergement touristique / multimédia / jouets / produits de construction et de décoration / produits d'entretien / hygiène beauté / édition et papeterie / literie

Sont éligibles les produits porteurs d'un des labels identifiés et validés par l'ADEME, recensés sur le site de l'ADEME à l'adresse suivante : [HTTPS://WWW.ADEME.FR/LABELS-ENVIRONNEMENTAUX](https://www.ademe.fr/labels-environnementaux)

Pour les autres catégories, nous consulter.

T F 1
■ ■ ■
P U B

TF1

TMC

TFX

TF1 SÉRIES
FILMS

LCI

| MY TF1 |

TV Breizh

UshuaïaTV

h *histoire*