

### LA PUBLICITÉ SEGMENTÉE

#### CADRE RÉGLEMENTAIRE

La publicité segmentée a été autorisée par le décret N°2020-983 du 5 août 2020.

Elle permet aux annonceurs de communiquer en TV linéaire auprès de segments de population constitués de foyers ayant donné leur consentement (OPT-IN).

La commercialisation de la publicité segmentée est encadrée par le décret susmentionné :

1. Ne sont pas accessibles à la publicité segmentée :
  - « les messages publicitaires programmés dans les émissions pour enfants ainsi que ceux qui précèdent ou suivent immédiatement ces émissions » ;
  - sauf exceptions visées audit décret, « les messages publicitaires qui comportent l'indication par l'annonceur d'une adresse ou d'une identification locale explicite ».
2. « Lorsqu'ils ne sont pas diffusés simultanément dans l'ensemble de la zone de service, les messages publicitaires sont identifiés comme tels de manière appropriée ».
3. La durée consacrée à la diffusion de la publicité segmentée n'excède pas 2 minutes par heure en moyenne quotidienne pour les chaînes TV diffusées en TNT, 4 minutes par heure en moyenne quotidienne pour les chaînes du câble et du satellite sur l'ensemble des périodes de programmation au cours desquelles cette diffusion est autorisée, ni 6 minutes pour 1 heure d'horloge donnée.

#### M6 ADRESSABLE

La publicité segmentée est une nouvelle réponse à des problématiques marketing :



##### COMMUNICATION LOCALE

Adaptez votre plan média à votre réseau de distribution ou surpassez certaines zones géographiques.



##### PRIMO ACCÉDANT TV

Faites vos premiers pas en TV avec un ticket d'entrée optimisé.



##### DCO

(À VENIR COURANT 2021)

Adaptez vos créations publicitaires selon vos cibles et le lieu où elles se trouvent.



##### MOMENT MARKETING

Déclenchez une campagne dès que la température cible est atteinte dans une zone géographique.



##### COUVERTURE OPTIMISÉE

Boostez votre reach auprès de petits consommateurs TV. Complétez votre plan VOL avec la puissance du direct sur l'écran TV.

Avec M6 Adressable, M6 Publicité propose dès aujourd'hui l'accès à la publicité segmentée via 2 modes de diffusion :

- Sur les box opérateurs : diffusion d'un spot ciblé,
- Sur HbbTV : diffusion ciblée d'un habillage L Banner.



## AVENANT N°3 • 05/03/2021

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE TV 2021

### M6 ADRESSABLE SUR LES BOX OPÉRATEURS

#### PUBLICITÉ SEGMENTÉE EN LIVE VIA LES BOXS OPÉRATEURS : LE MVP

Les premières campagnes diffusées en publicité segmentée live inaugurent un Minimum Viable Product (MVP) pour une durée de 6 à 8 mois.

Cette durée théorique pourra varier en fonction de la date de signature des accords commerciaux avec les opérateurs.

Ce MVP est un standard marché, élaboré entre chaînes de télévision et opérateurs, qui permet le lancement de la publicité segmentée en TV.

À mars 2021, les conditions retenues pour ce MVP sont les suivantes :

- Toutes les tranches horaires sont accessibles hors prime-time (19h00-23h00) et hors tout événement à forte audience diffusé en dehors de cette tranche.
- Toutes les positions dans les écrans sont substituables excepté les positions diffusées dans les 120 premières secondes de l'écran.
- 1 seul spot pourra être substitué par écran.
- 3 formats de spot sont éligibles : 15" / 20" / 30".

Les conditions listées ci-dessous pourront évoluer dans le courant de l'année 2021.

### L'OFFRE M6 ADRESSABLE SUR LES BOXS OPÉRATEURS

Dans le cadre de l'achat de campagnes en publicité segmentée, M6 Publicité commercialise l'inventaire des chaînes sur l'écran de TV en live et en replay. Le périmètre retenu pour diffuser les impressions, et notamment les chaînes accessibles, sera précisé lors des demandes de réservation.

La programmation des spots se fera à la discrétion de M6 Publicité parmi les emplacements disponibles lors de la demande de réservation. Conformément à l'article 2.2.1 «Conformité des messages», M6 Publicité se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre s'il lui apparaît notamment contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.

L'offre de segments proposés par M6 Publicité pendant la phase de MVP est la suivante :

- **Géolocalisation** : région, département, code postal  
> Ciblez votre zone commerciale ou surpassez une zone spécifique
- **Typologie de foyer** : composition du foyer, CSP, profil socio-démo\*  
> Touchez des foyers qualifiés
- **Données d'usage TV** : petit, moyen, gros téléspectateur TV, contexte programme thématique groupe M6\*\* (ex : immobilier, ...), affinité centres d'intérêts toutes chaînes (ex : intérêt cuisine)\*\*  
> Communiquez sur une audience en affinité.

- **Moment marketing** : météo, pics de pollution, seuils d'épidémie  
> Activez votre communication selon des critères spécifiques

### CONDITIONS DE PROGRAMMATION

Au-delà des spécificités détaillées pour le MVP, les conditions suivantes s'appliquent pour la programmation des spots achetés en publicité segmentée :

- tous les spots achetés en TV linéaire peuvent être susceptibles d'être remplacés par un spot acheté en publicité segmentée sur un segment donné,
- l'exclusivité sectorielle n'est pas assurée.

### CONDITIONS D'ACHAT

La réservation d'une campagne en TV segmentée s'opère via la réservation d'un nombre d'impressions sur un segment déterminé parmi ceux proposés dans le présent document. Les tarifs sont exprimés en CPM base 20 secondes.

Le budget minimum investi est de 5 000€ net.



### INDICES FORMATS

DURÉE (SEC)	INDICE FORMAT	DURÉE (SEC)	INDICE FORMAT	DURÉE (SEC)	INDICE FORMAT
3	33	17	80	31	112
4	37	18	83	32	116
5	41	19	87	33	121
6	45	20	90	34	128
7	50	21	91	35	133
8	52	22	92	36	138
9	54	23	93	37	143
10	57	24	94	38	148
11	60	25	95	39	153
12	64	26	96	40	159
13	68	27	97	45	181
14	71	28	98	50	205
15	75	29	99	55	230
16	76	30	100	60	260

Pour tout format supérieur à 40 secondes non mentionné ci-dessus, contactez M6 Publicité

### LA MESURE D'AUDIENCE

Dans le cadre de la publicité segmentée, les performances des campagnes dont certains spots seraient substitués seront recalculées.

Pour ce faire, les régies enverront à Médiamétrie le détail des impressions diffusées en publicité segmentée. Sur cette base, et en fonction du profil des écrans concernés par une substitution, des GRP corrigés seront estimés pour les annonceurs concernés.

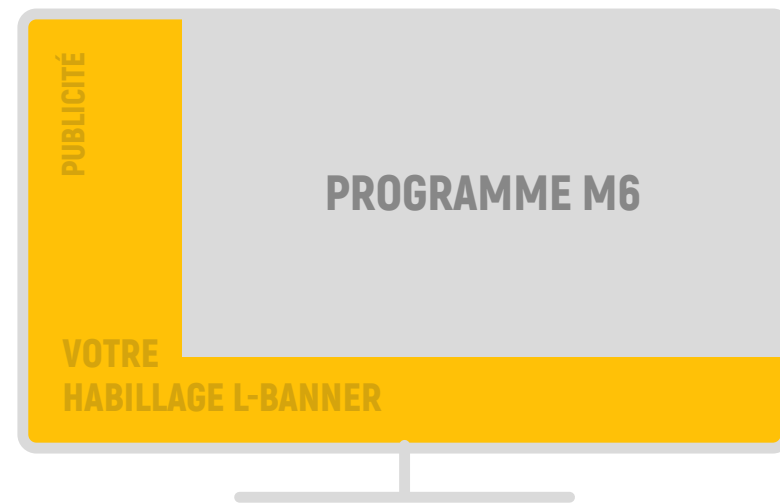
Ils seront ensuite mis à disposition du marché, notamment via les centres-serveurs comme Popcorn.

Ce process sera mis en place avant la fin du T1 2021. Ses détails pourront être amenés à évoluer dans le cadre du déploiement des offres.

### M6 ADRESSABLE SUR HBBTV

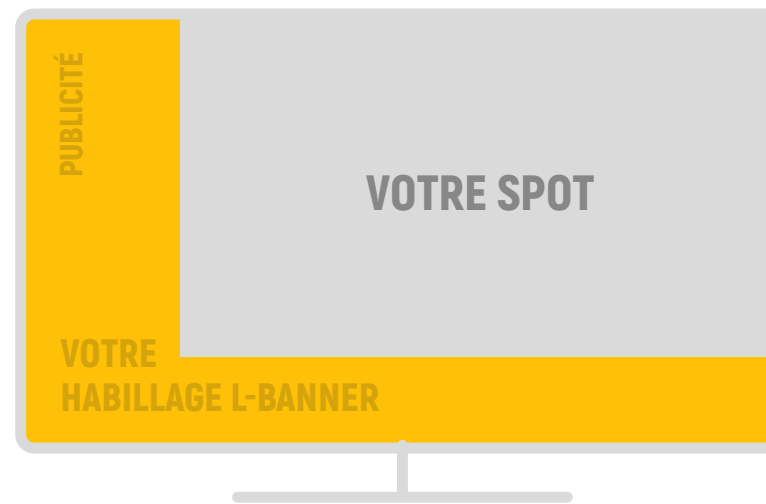
M6 Publicité propose 2 types d'intégration via HbbTV.

- **En parallèle du programme** pour une émergence publicitaire en dehors des écrans de publicité classique.



- Disponible sur tous les téléviseurs connectés,
- Affichage display : 10 secondes (minimum 1h entre 2 expositions au format),
- Programme M6 redimensionné : format 100% visible,
- Diffusion possible sur les cases après-midi, access et prime.

- **En enrichissement du spot de l'annonceur**, pour une personnalisation du message publicitaire au niveau du foyer.



- Affichage display : 10 secondes (affichage entre la 5<sup>e</sup> et la 15<sup>e</sup> seconde du spot),
- Durée du spot concerné par l'enrichissement : 20 secondes minimum,
- Spot redimensionné : format 100% visible,

### SEGMENTS

L'offre de segments proposés par M6 Publicité est la suivante :

- Géolocalisation : région, département, code postal
- Typologie de foyer : Foyer avec enfants
- Données d'usage TV : petit, moyen, gros téléspectateur TV / contexte programme thématique groupe M6 (ex : séries, divertissement, information, magazines).
- Acheteurs : data Relevanc

### CONDITIONS D'ACHAT

Les impressions seront achetées en CPM.