



CONDITIONS  
GÉNÉRALES  
DE VENTE  
2022

**DIGITAL**

SOMMAIRE

**PRÉAMBULE**

•03•

03 • Charte qualité et protection

**MARQUES ET CONTENUS** •05•

06 • KPIs de référence

07 • Éventail de marques

08 • Vidéo

09 • Audio

11 • Pure players

**OFFRE PUBLICITAIRE**

•12•

13 • Des solutions pour chaque objectif

15 • TV segmentée et 6play

28 • Audio

30 • Pure players

**TARIFICATION**

•33•

33 • TV segmentée et 6play

38 • Pure players

42 • Audio

**SPÉCIFICATIONS  
TECHNIQUES**

•45•

**CONDITIONS  
GÉNÉRALES  
DE VENTE**

•42•

M6 Publicité respecte la charte qualité des membres du syndicat des régies internet (SRI) comprenant 11 engagements et 4 recommandations techniques (voir [sri-france.org](http://sri-france.org)).

Elle garantit aux partenaires des régies membres des consignes claires et strictes en matière de qualité de service, de déontologie et de confort d'utilisation pour les internautes.

## M6 PUBLICITÉ S'ENGAGE À

- adhérer à l'ARPP et à en respecter les recommandations déontologiques
- diffuser la publicité uniquement sur des sites clairement et nommément identifiés par l'annonceur grâce à leur nom de domaine
- ne pas accepter d'annonceurs issus des secteurs interdits de publicité
- ne pas diffuser de la publicité sur des sites illicites
- informer les annonceurs lorsque les publicités sont diffusées sur des pages dont le contenu est autoproduit par les internautes, sans modération a priori (ex : blogs, forums, chats, pages personnelles...)
- informer l'agence ou l'annonceur de la mise en ligne de sa campagne
- veiller à la bonne livraison des pages durant la campagne
- mettre à disposition de l'agence ou de l'annonceur un rapport statistique sur les résultats de sa campagne
- n'utiliser les résultats de la campagne qu'avec l'accord exprès de l'annonceur concerné

- ne pas exploiter de systèmes de « spyware » (logiciel espion) permettant la diffusion de publicité hors des environnements dont elle a un mandat de commercialisation

M6 Publicité s'engage notamment à pratiquer une publicité numérique responsable, comme en témoigne l'obtention du **label Digital Ad Trust** par [6play](http://6play), [RTL.fr](http://RTL.fr), [deco.fr](http://deco.fr) et [passeportsante.net](http://passeportsante.net).

M6 Publicité implémente le **Transparency and Consent Framework** de l'IAB et participe ainsi, au côté de l'ensemble des acteurs de la publicité digitale, à garantir le respect du RGPD.

## PAR AILLEURS, M6 PUBLICITÉ S'IMPOSE LES POINTS DE VIGILANCE SUIVANTS

- veiller à tenir les contenus jeunesse exempts de publicités au contenu inapproprié, aux mineurs, en particulier pour les secteurs du divertissement (ex : cinéma, jeu vidéo), des services tels que sites de rencontres, paris sportifs, etc. et de l'hygiène-beauté (ex : produits liés à la sexualité)
- veiller dans le cadre d'une démarche volontaire à appliquer la charte visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités (2020-2024), aux termes de laquelle il est prévu que les régies publicitaires des acteurs du numérique volontaires :
  - proposent des conditions tarifaires adaptées aux campagnes collectives faisant la promotion des produits dont il convient d'augmenter la consommation (produits hors champ de l'article

29 de la loi n° 2004-806 du 9 août 2004), afin de leur permettre l'accès aux inventaires publicitaires disponibles ;

- s'engagent à faire leurs meilleurs efforts pour accorder aux messages sanitaires de Santé Publique France, délivrés via des campagnes d'intérêt général visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé, une négociation forfaitaire spécifique et adaptée toute l'année en fonction des inventaires disponibles.

- assurer une livraison des impressions publicitaires réparties au mieux sur l'ensemble de la période de campagne réservée
- participer activement à la lutte contre le piratage et les sites illicites (notamment en tant que signataire de la « Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins » de 2015) et garantir ainsi aux annonceurs le maintien d'un niveau optimal de sécurité.



## SMART 6TEM SÉCURE : LA CHARTE QUI GARANTIT LA TRANSPARENCE, LE CONTRÔLE, L'INTÉGRITÉ ET LA SÉCURITÉ DE VOS DONNÉES

Dans le cadre de la relation de confiance qu'elle entretient avec les internautes, M6 Publicité s'engage tout particulièrement dans la protection de leurs données, notamment par le biais des actions suivantes :

- en les informant, de manière claire et en permanence, sur l'utilisation de leurs données et en recueillant leur consentement si nécessaire dans le cadre de la réglementation applicable.
- en leur laissant la possibilité, à tout moment, de les supprimer de manière définitive, en sécurisant leurs données à l'occasion de toutes leurs étapes d'exploitation et en ne collectant que des données utiles et pertinentes.

## CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE

M6 Publicité déclare adhérer aux principes du **code d'éthique et de déontologie** par lequel le groupe M6 déclare respecter et faire respecter l'ensemble des dispositions légales et réglementaires françaises qui lui sont applicables en matière notamment de lutte contre la fraude, contre les manquements à la probité et contre la corruption et le trafic d'influence (en particulier la Loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte anti-corruption et à la modernisation de la vie économique dite loi «Sapin II») dans le cadre de l'exécution des présentes CGV. Au sein du code d'éthique et de déontologie figurent la description du dispositif d'alerte en place dans le groupe M6, ainsi que les nom et coordonnées du responsable de l'éthique et de la déontologie, à qui les alertes peuvent être adressées. De la même manière, l'annonceur et/ou son mandataire s'engagent à adhérer aux mêmes principes et au respect des réglementations applicables en la matière, étant précisé que l'annonceur et/ou son mandataire pourra être amené à fournir tout élément complémentaires sur simple demande de M6 Publicité (attestations, questionnaires, etc.)

# 01 MARQUES ET CONTENUS



## M6 PUBLICITÉ INVESTIT LES KPI DE RÉFÉRENCE DU MARCHÉ



### BRAND SAFETY

Par la maîtrise de son environnement de diffusion et des contenus diffusés sur ses supports éditoriaux, la régie M6 Publicité garantit à ses annonceurs un environnement premium et brand safe.

Dans un souci de confiance et de transparence, lorsqu'un annonceur réserve une campagne via la régie M6 Publicité, il sait dans quel contexte, à quel moment et sur quelle période il sera diffusé.



### VISIBILITÉ

M6 Publicité optimise son offre pour répondre aux attentes des annonceurs et des agences en terme de visibilité. Ainsi, 6play déploie de nouveaux players sur tous les écrans, pour une expérience utilisateur plus immersive, un meilleur confort de visionnage, et une qualité de diffusion publicitaire optimisée.

La publicité mérite d'être vue sur de grands players. C'est pour cette raison que 6play privilégie nativement la lecture en plein écran.

Fort de contextes premium et d'une ergonomie très favorable aux formats instream et display, 6play atteint des niveaux de visibilité très élevés.



### AUDIBILITÉ

Puisque les programmes sur 6play sont systématiquement proposés avec du son, celui-ci est activé par défaut au sein du player. Cette action rend les publicités 100% audibles.

Parce qu'il a un impact sur la perception et la compréhension du message, le son contribue à l'amélioration de la notoriété, favorise une meilleure attention et améliore l'appréciation publicitaire.



### COMPLÉTION

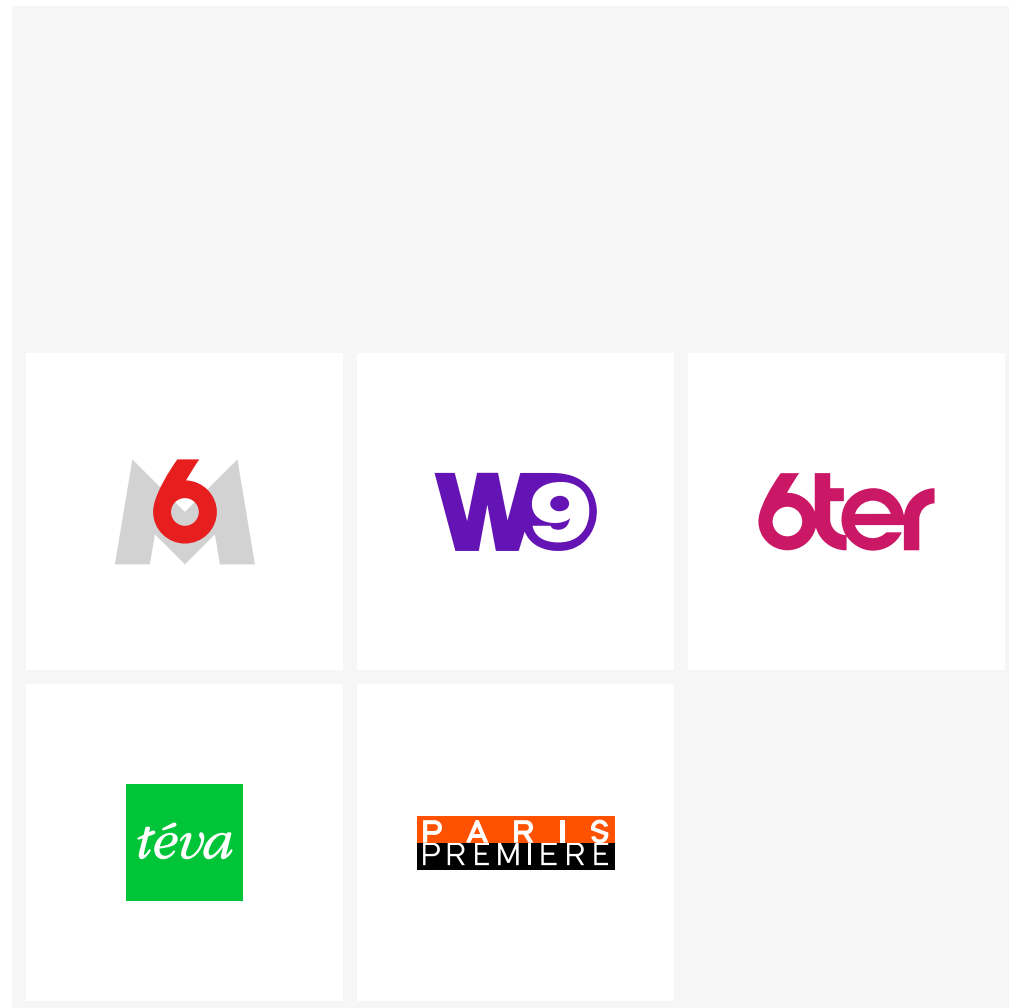
Parce qu'un spot doit être vu pour être efficace, M6 Publicité a mis en place la fonctionnalité Full View qui permet l'obtention de taux de complétion élevés et la meilleure exposition possible des spots des annonceurs.

Lorsqu'un spot est diffusé sur 6play, il n'est jamais skippé, sa complétion est maximale et son visionnage est optimisé.

# 01 . MARQUES ET CONTENUS

UN ÉVENTAIL DE MARQUES COMPLÉMENTAIRES ET RÉFÉRENTES

## VIDÉO



## AUDIO

## PURE PLAYERS

6PLAY ET GULLI.FR

6PLAY + GULLI:

**110 MILLIONS**

DE VIDÉOS VUES PAR MOIS

**31,2 MILLIONS**

DE LOGUÉS 6PLAY

**57% DES 25-49 ANS**

ONT UN COMPTE 6PLAY

**TOUS USAGES**

LIVE, CATCH-UP, CONTENUS  
EXCLUSIFS



# 01 • MARQUES ET CONTENUS AUDIO

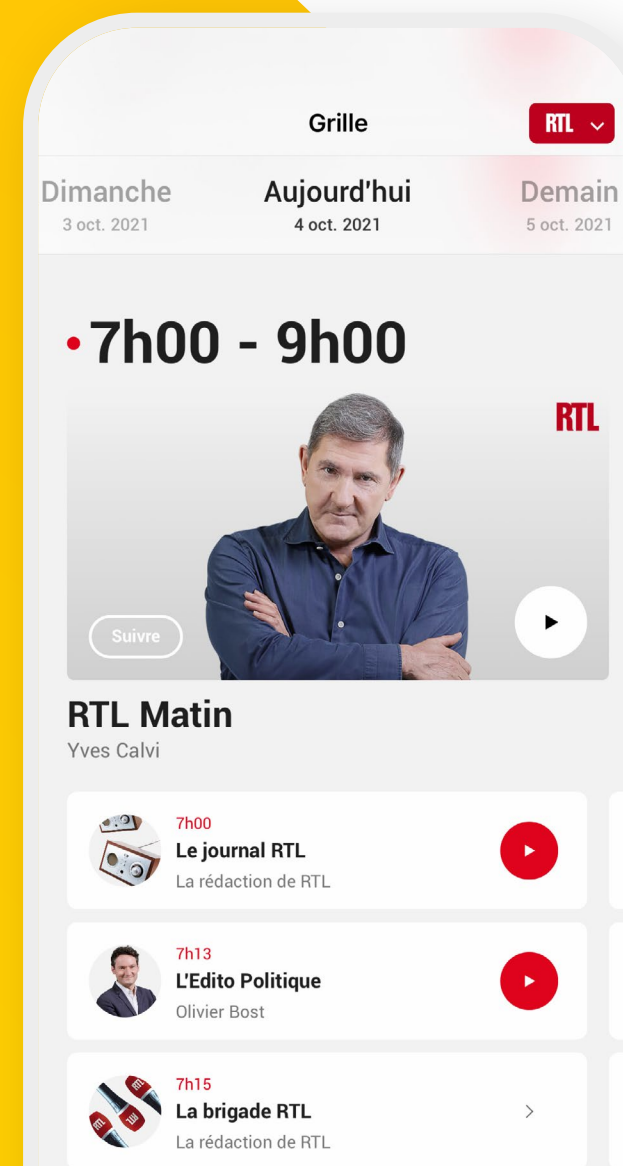


## GROUPE M6: UNE OFFRE D'AUDIO DIGITAL PUISSANTE

**60M**  
CONTACTS  
PAR MOIS  
EN AUDIO  
DIGITAL

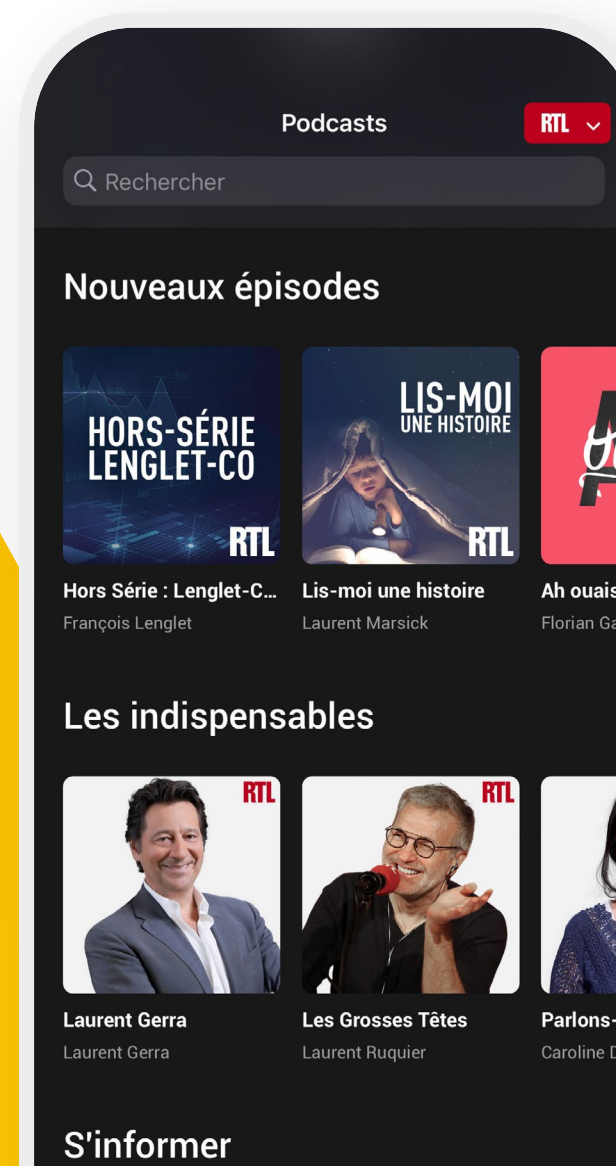
### LIVE

39 MILLIONS  
DE STREAMS



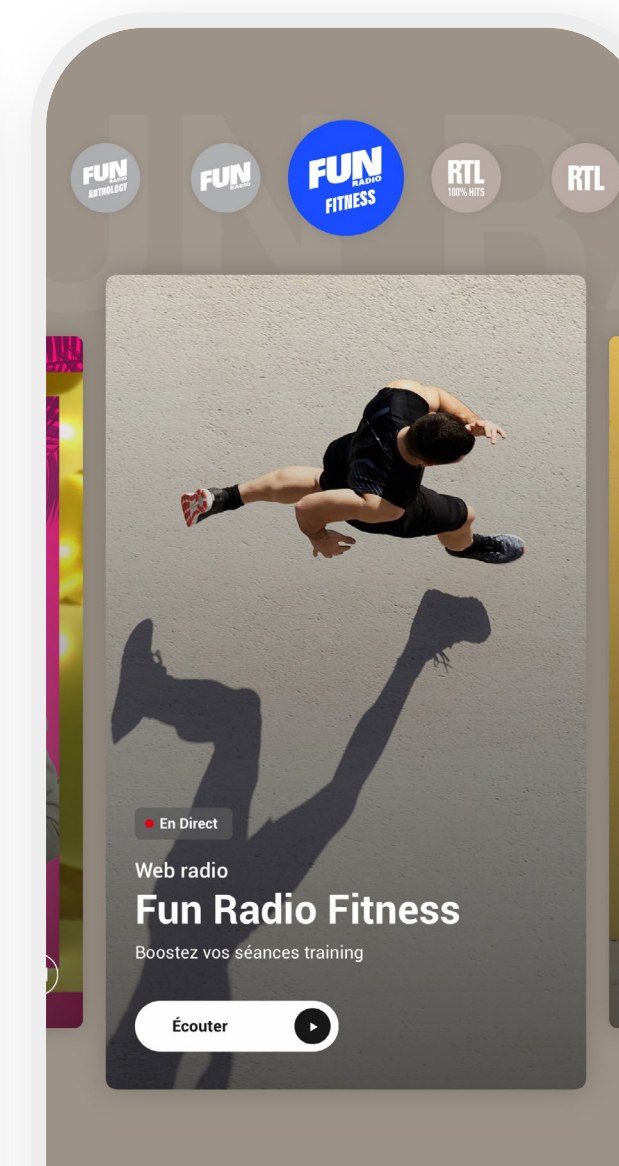
### ON DEMAND

23 MILLIONS  
DE SESSIONS



### WEB RADIOS

1,3 MILLION  
DE STREAMS / MOIS

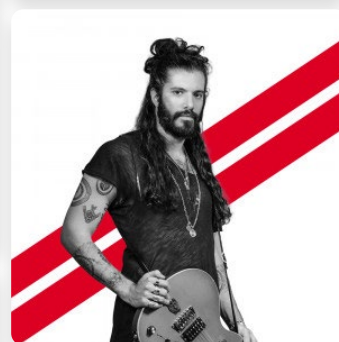


# 01 • MARQUES ET CONTENUS AUDIO

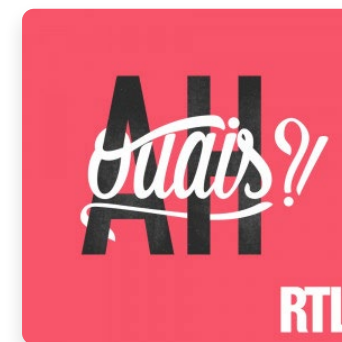
## ÉMISSIONS PHARES ET CONTENUS EXCLUSIFS



### REPLAY



### PODCASTS ORIGINAUX



# 01 • MARQUES ET CONTENUS PURE PLAYERS

## DES MARQUES RÉFÉRENTES DANS LEURS UNIVERS

### RTL.FR

516 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Hommes 35-59 ans  
Affinité : 122

### CUISINEAZ

436 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Femmes 25-49 ans  
Affinité : 174

### PASSEPORT SANTÉ

150 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Femmes 25-49 ans  
Affinité : 182

### M6 MÉTÉO

132 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Femmes 25-59 ans  
Affinité : 138

### FOURCHETTE & BIKINI

81 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Femmes 25-49 ans  
Affinité : 229

### DÉCO.FR

34 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Femmes 35-49 ans  
Affinité : 172

### TURBO.FR

112 millions de vidéos vues  
Cœur de cible : Hommes 35-49 ans  
Affinité : 207

# 02 OFFRE PUBLICITAIRE



6play propose désormais gratuitement une sélection de 25 longs métrages internationaux et francophones.

## 02 . OFFRE PUBLICITAIRE

DES SOLUTIONS POUR CHAQUE OBJECTIF



**RACONTER**

NOTORIÉTÉ



**AUGMENTER**

ENGAGEMENT



**CONVERTIR**

TRANSFORMATION



**CIBLER**

SEGMENTATION



**MESURER**

EFFICACITÉ



## 02 . OFFRE PUBLICITAIRE

SMART 6TEM, UNE DATA D'AVANCE



**SMART**  
**6TEM**

NOUVEAU

**TOUS LES MÉDIAS**

**COOKIE-LESS**

**BRAND SAFE**

**TOUS LES ÉCRANS**

02

# OFFRE PUBLICITAIRE

TV SEGMENTÉE  
ET 6PLAY

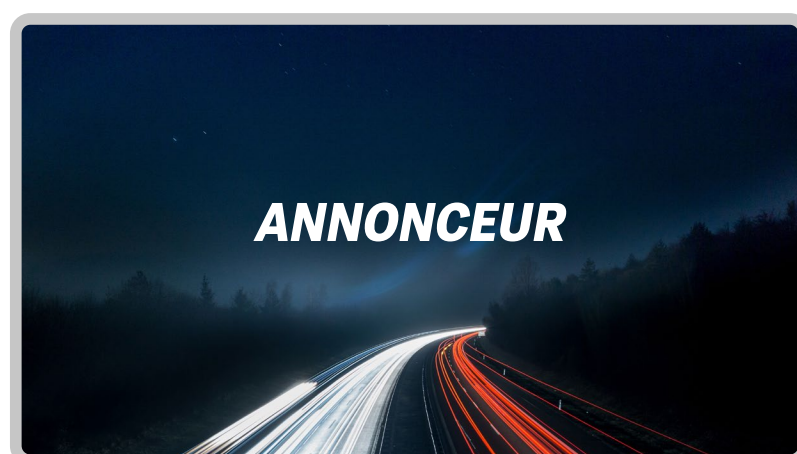


IPTV

## M6 ADRESSABLE SUR LES BOX OPÉRATEURS

NOTRE OFFRE DE PUBLICITÉ SEGMENTÉE POUR CIBLER LES AUDIENCES TV AUTREMENT

### CIBLER UNE ZONE GÉOGRAPHIQUE SPÉCIFIQUE



#### CONTEXTE

Arrivée de nouveaux tarifs autoroutiers sur des portions spécifiques

#### SOLUTION

Ciblage géographique par code postal

### À CHAQUE RÉGION SA CRÉATION



#### CONTEXTE

Présentation de l'ensemble de la gamme de voitures de manière adaptée aux clients potentiels

#### SOLUTION

Ciblage DCO avec découpage de la France en 5 territoires

### TOUCHER LES FOYERS PERTINENTS



#### CONTEXTE

Proposer une communication spécifique pour des produits à destination des enfants

#### SOLUTION

Ciblage socio-démo sur la cible foyer avec enfants



IPTV

## M6 ADRESSABLE SUR LES BOX OPÉRATEURS

NOTRE OFFRE DE PUBLICITÉ SEGMENTÉE POUR CIBLER LES AUDIENCES TV AUTREMENT



### GÉOLOCALISATION

CIBLEZ VOTRE ZONE COMMERCIALE OU SURPRESSEZ UNE ZONE SPÉCIFIQUE

- Région
- Département
- Code postal
- Zone IRIS
- Zone de chalandise



### PROFILS

TOUCHEZ DES FOYERS QUALIFIÉS

- CSP-, CSP+, CSP++, hauts revenus
- Composition du foyer : célibataire, famille nombreuse, famille avec enfant, âge des enfants...
- Type d'habitat : propriétaire, en maison...
- Profil socio-démo
- Géotype



### CONSOMMATION TV

COMMUNIQUEZ SUR UNE AUDIENCE EN AFFINITÉ

- Petits/moyens/gros consommateurs TV
- Affinité et centres d'intérêts :
  - Bricolage/décoration
  - Sport
  - Environnement
  - Automobile
  - Santé
  - Cuisine
  - Cinéma
  - Série



### MOMENT MARKETING

ACTIVEZ VOTRE COMMUNICATION SELON DES CRITÈRES SPÉCIFIQUES

- Météo
- Pic de pollution
- Seuil épidémique

HBBTV

## M6 ADRESSABLE HBBTV

NOTRE OFFRE DE PUBLICITÉ SEGMENTÉE SUR LES TÉLÉVISEURS CONNECTÉS

### EN PARALLÈLE DU PROGRAMME



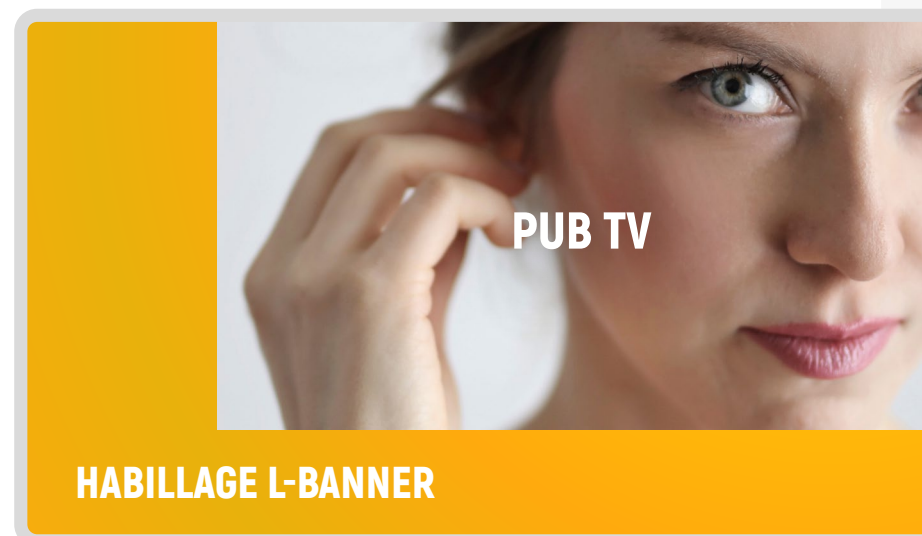
**AFFICHAGE DISPLAY**  
10 secondes

**PÉRIODES DE DIFFUSION POSSIBLES**  
Après-midi, access et prime time

#### BÉNÉFICES

- Émergence dans un environnement contextualisé

### EN ENRICHISSEMENT DU SPOT



**AFFICHAGE DISPLAY**  
10 sec

**DURÉE DU SPOT**  
20 sec

#### BÉNÉFICES

- Personnalisation du message au niveau du foyer

HBBTV

## M6 ADRESSABLE HBBTV

NOTRE OFFRE DE PUBLICITÉ SEGMENTÉE SUR LES TÉLÉVISEURS CONNECTÉS



### GÉOLOCALISATION

CIBLEZ VOTRE ZONE  
COMMERCIALE OU SURPRESSEZ  
UNE ZONE SPÉCIFIQUE

- Région
- Département
- Code postal



### PROFILS

TOUCHEZ DES FOYERS  
QUALIFIÉS

- Foyer avec enfant(s)
- Foyer avec enfant(s) 0-4 ans
- Foyer avec enfant(s) 5-10 ans
- CSP+



### CONSOMMATION TV

COMMUNIQUEZ SUR UNE  
AUDIENCE EN AFFINITÉ

- Petits/moyens/gros consommateurs TV
- Thématiques programmes Groupe M6 :

Auto / Bons plans / Brico/jardin /  
Éco-citoyenneté / Cuisine / Déco / Foot /  
Mode-beauté / Nutrition / Santé

IPTV

## 6PLAY SOLO

6PLAY PRIVATISÉ PENDANT 2 HEURES !

### CONCEPT

Privatisation de 6play sur une tranche horaire donnée (21h-23h).  
Pré-spot contextualisant la présence d'un seul annonceur suivi du pré-roll annonceur.

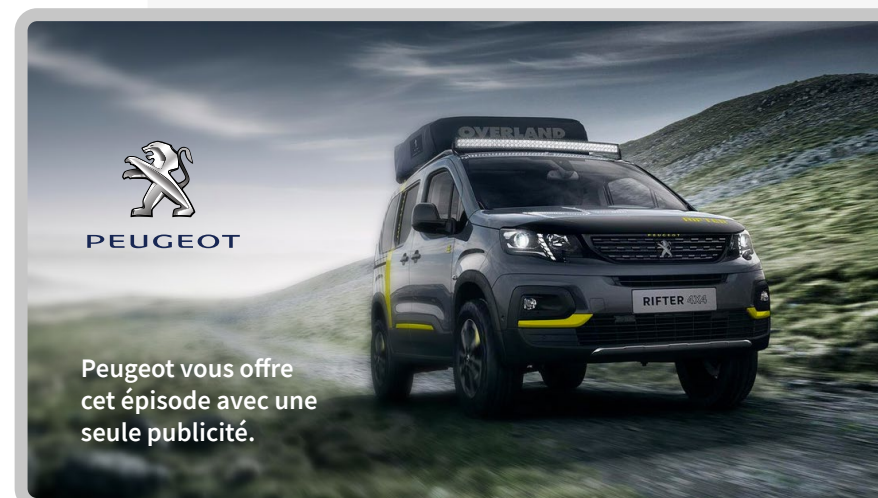
### BÉNÉFICES

- Exclusivité de l'écran publicitaire
- Contact privilégié avec le téléspectateur
- Visibilité
- Puissance d'impact

### TARIF

- Forfait

Pré-spot en pré-roll



Assemblage du pré-spot et du spot



2 heures de présence exclusive sur 6play

4 ÉCRANS

IPTV

MOBILE

TABLETTE

PC

## 6BREAK

L'OFFRE DE WAIT MARKETING DE 6PLAY

### CONCEPT

Utilisez l'écran de pause comme un nouvel espace publicitaire pour délivrer un message publicitaire contextualisé au moment de pause.

### BÉNÉFICES

- Cliquable
- Intégré à l'expérience utilisateur
- Disponible sur l'ensemble des segments 6play

### PERFORMANCES

- Taux clic X5
- Mémorisation X5

### TARIF

- CPM



VOIR LA DÉMO

TV

IPTV

## S6LIDAIRE

L'OFFRE INTERACTIVE RESPONSABLE TV/DIGITAL

### CONCEPT

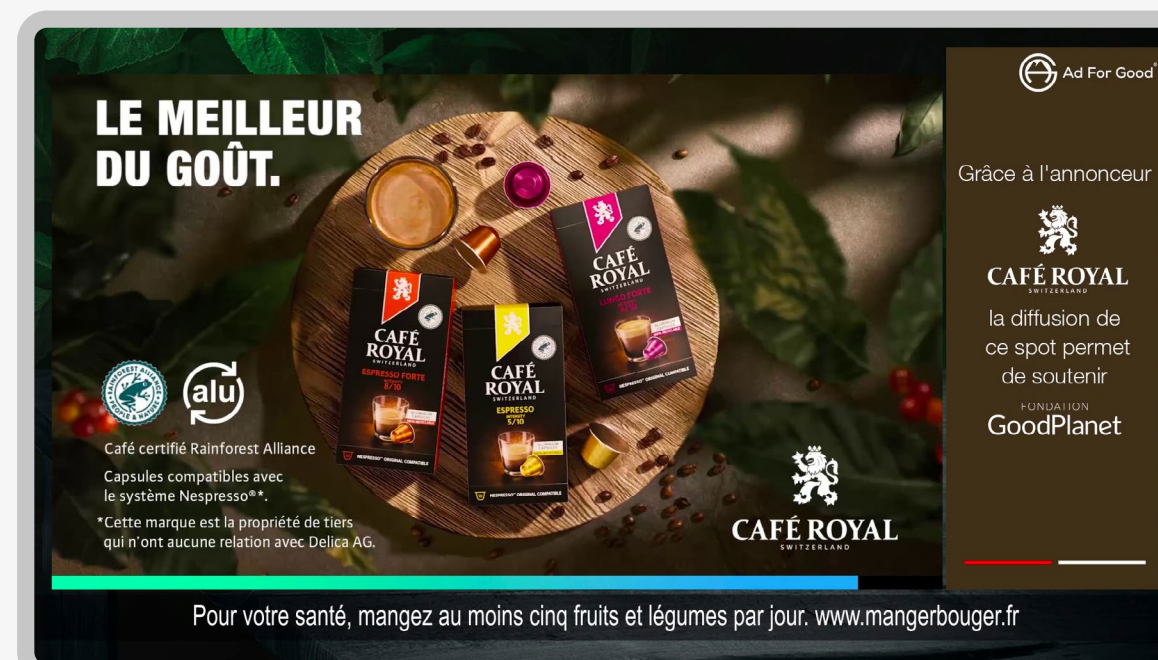
Valorisez votre engagement auprès du grand public en reversant 1% de votre budget média à l'association de votre choix.

### MÉCANIQUE

- Enrichissement de votre spot par un QR Code en TV linéaire et catch-up IPTV
- Renvoi vers une plateforme de marque « M6 » ou l'internaute peut effectuer une action « solidaire »
- Don effectif dès visionnage de votre vidéo corporate à complétion ou consultation de votre site web

### BÉNÉFICES

- Renforcement de l'image et de la confiance de marque
- Défiscalisation du don



Engagement solidaire

PC

## SHOPPING ROLL

GUIDEZ L'UTILISATEUR VERS L'ACHAT DEPUIS VOTRE SPOT

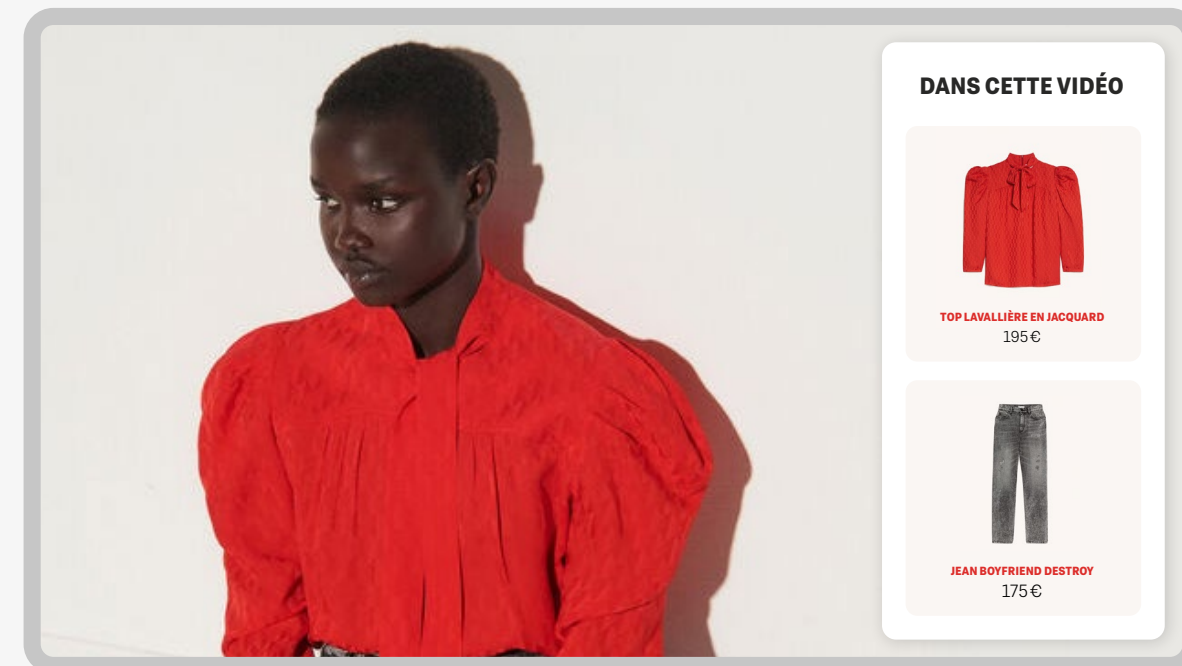
### CONCEPT

Pendant la diffusion de votre spot, indiquez à l'utilisateur vos produits mis en scène et laissez lui la possibilité de les acheter.

### BÉNÉFICES

- Intégré à l'expérience utilisateur
- Incite à l'achat
- Interactif

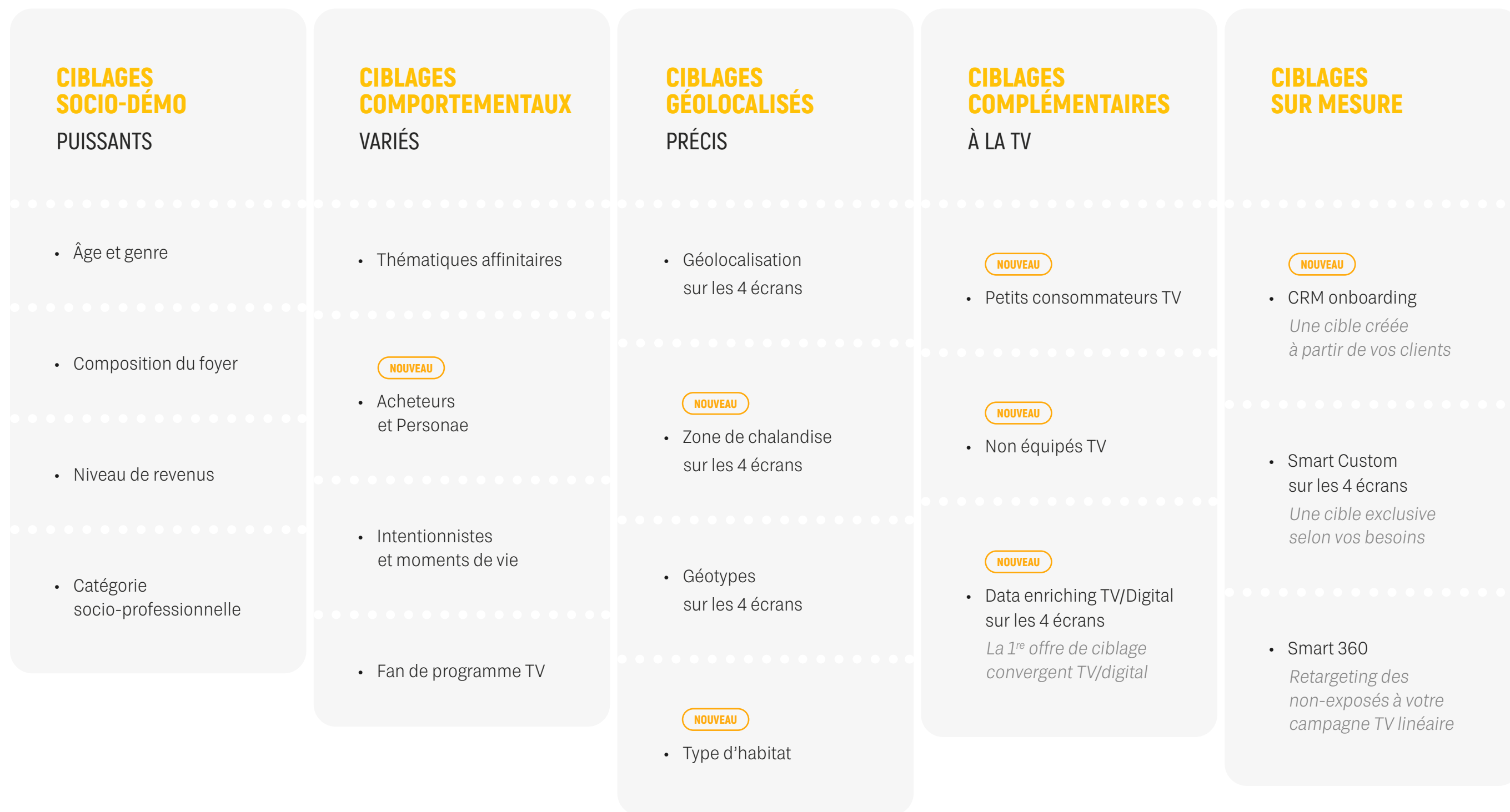
Maquette non contractuelle



Drive to web



## CIBLAGE DATA: UNE SOLUTION QUI RÉPOND À L'ENSEMBLE DE VOS ENJEUX





4 ÉCRANS

IPTV

MOBILE

TABLETTE

PC

## CRM ONBOARDING

RETROUVEZ VOS CLIENTS ET PROSPECTS SUR 6PLAY

### CONCEPT

Retrouvez vos clients / prospects sur 6play via une solution industrielle\* en partenariat stratégique avec LiveRamp.

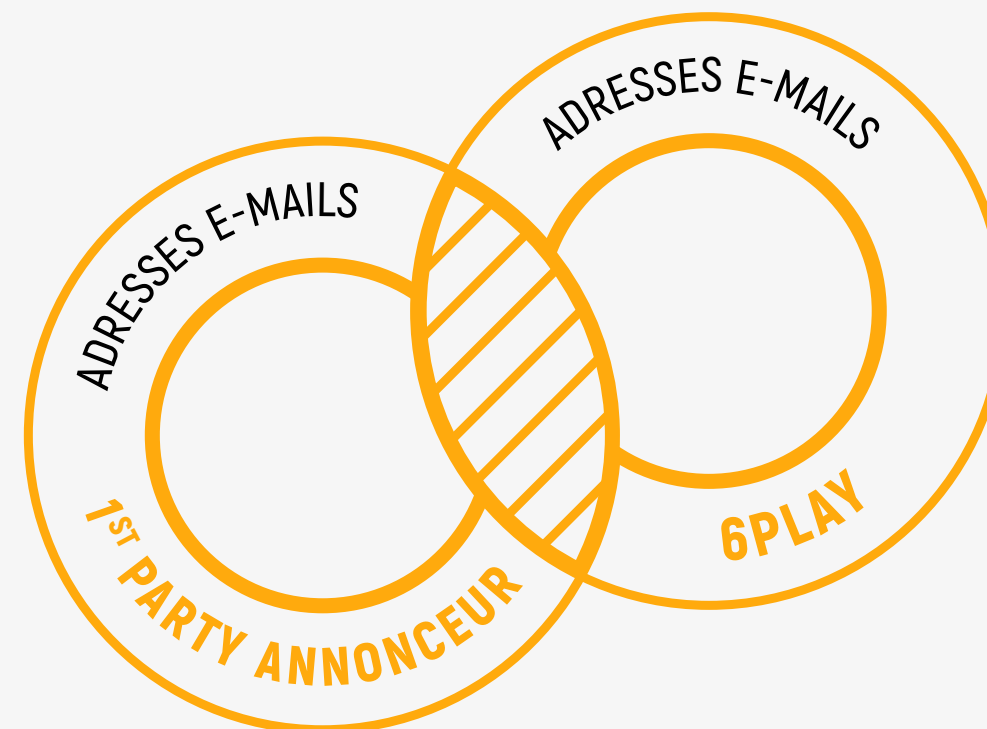
### BÉNÉFICES

- Sécurité
- Efficacité
- Simplicité

### TARIF

Sur demande

### PARTENAIRE



IDENTIFICATION DES CLIENTS COMMUNS ET CRÉATION D'UNE CIBLE DÉTERMINISTE ACTIVABLE SUR 6PLAY

- ✓ Cibler selon le cycle de vie CRM de vos clients
- ✓ Exclure vos prospects / clients déjà touchés

IPTV

PC

## SMART CUSTOM

CRÉEZ VOTRE SEGMENT SUR-MESURE

### CONCEPT

- Diffusez auprès des utilisateurs 6play un questionnaire sur la thématique de votre choix.
- Créez un segment sur mesure pour votre campagne.

### BÉNÉFICES

- Customisation : choix libre de la question et des réponses
- Activation sur PC et IPTV
- Facilité de mise en œuvre
- Précision

### TARIF

- Sur demande

6play  
VOTRE AVIS NOUS INTÉRESSE

Quel est votre style au quotidien ?

Barbe de 3 jours    Rasé de près

Barbe ou moustache    Pas de barbe

Valider



Collecte et analyse de data

PC

## AD SURVEY

LA MESURE DE L'EFFICACITÉ SUR 6PLAY,  
SOLUTION DE POST TEST INTÉGRÉE

### CONCEPT

6play vous permet de diffuser une étude post-test publicitaire en ligne pour tester l'efficacité de la campagne en cours de diffusion.

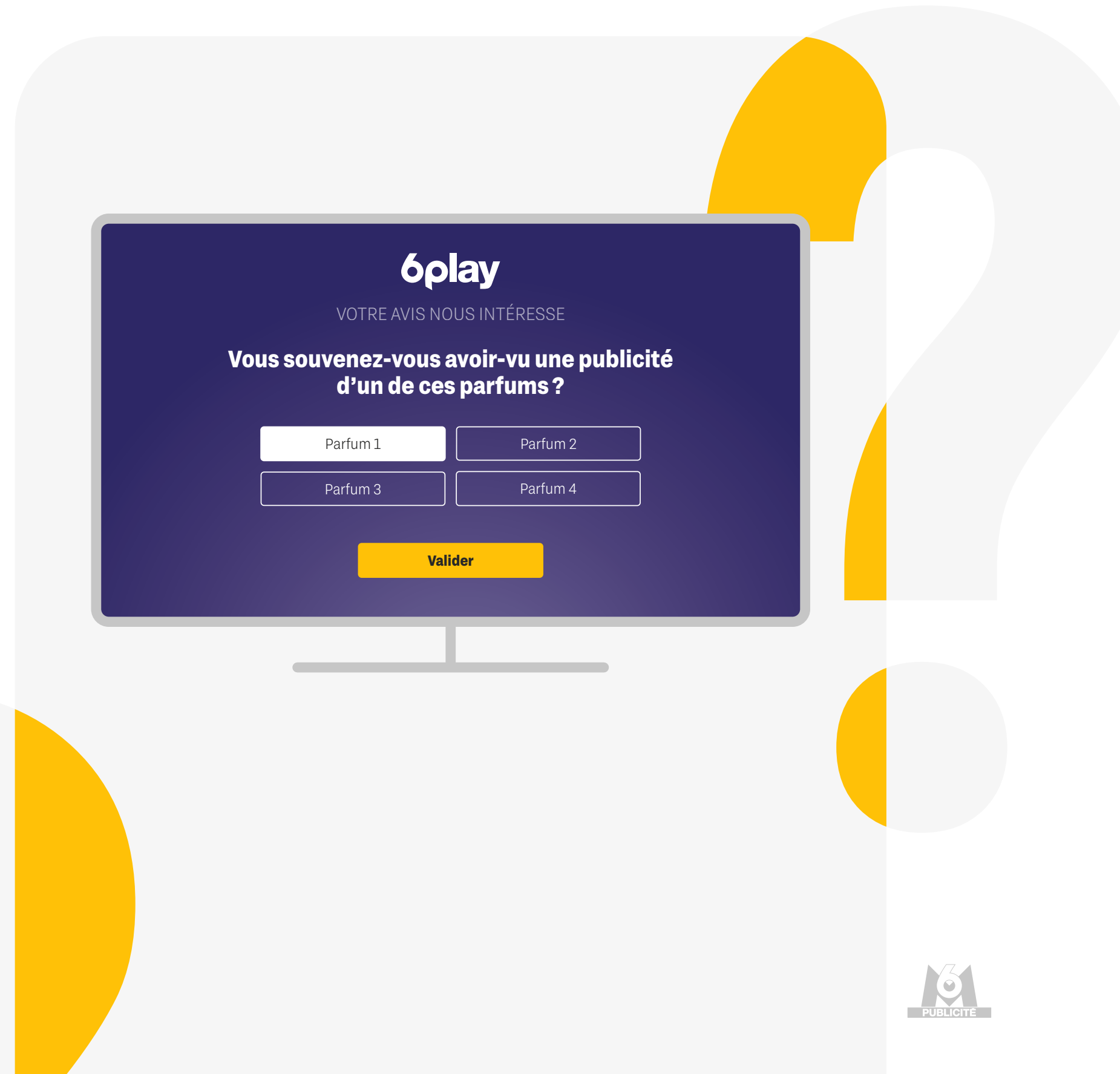
### BÉNÉFICES

- Format interactif
- Intégré à l'expérience utilisateur
- Bilan de l'efficacité de la campagne avec l'analyse des résultats obtenus
- Résultats sur cibles exposés / non-exposés
- Capping maîtrisé

### TARIF

- Pack de 2 questions : 3 000 €\*

\*sous réserve d'un montant minimum de campagne



02

**OFFRE  
PUBLICITAIRE**

AUDIO



MOBILE

TABLETTE

PC

## SMART AUDIO

LA DATA AU CŒUR DE L'OFFRE AUDIO DIGITAL M6

### CONCEPT

Profitez d'une nouvelle offre de ciblage pour répondre à l'ensemble de vos objectifs de campagne en audio : maximisez vos retombées sur cibles, touchez une audience avec de fortes affinités, géolocalisez vos prises de parole.

### BÉNÉFICES

- Variétés de ciblage
  - socio-démo
  - composition du foyer
  - niveaux de revenus
  - géolocalisation
  - géotypes
  - affinitaires
  - DCO (météo)
- Qualité de données: ciblage 1<sup>st</sup> party via la DMP 360° du groupe M6 (complété via de la 3<sup>rd</sup> party sur les supports externes)
- Inventaires puissants : tous les formats et supports



02

**OFFRE  
PUBLICITAIRE**

PURE PLAYERS



BRANDING

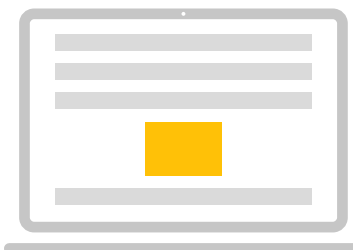
## NOS FORMATS

Formats recommandés par 

### VIDÉO



**INSTREAM**



**OUTSTREAM**  
(Teads)

### DISPLAY



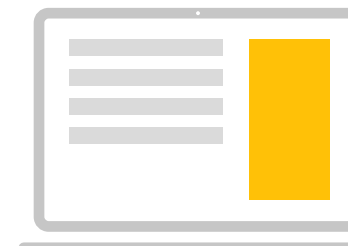
**HABILLAGE**



**ENTRÉE DE SITE**  
Disponible également  
sur mobile et tablette



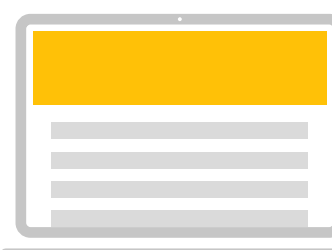
**INTERSTITIEL**



**GRAND ANGLE**  
300x600



**BANNIÈRE**  
728x90



**MASTHEAD**  
1000x250



**LONG BOARD**  
1000x90

PC

MOBILE

TABLETTE

## PURE PLAYERS

UNE NOUVELLE OFFRE DE CIBLAGE DISPLAY SUR LES MÉDIAS PURE PLAYERS, CONÇUE POUR RÉPONDRE À L'ENJEU DU COOKIE-LESS

### AUDIENCE TARGETING

**pour un ciblage data via des segments 1<sup>st</sup> party**

Une segmentation propriétaire via tracking des internautes sur l'ensemble des médias du groupe M6. Profitez de notre data et de notre savoir-faire pour identifier et toucher votre cible.



### COOKIE-LESS TARGETING

**pour une diffusion hyper contextualisée des campagnes**

Une analyse sémantique intelligente par machine learning qui évalue précisément les signaux d'intention et d'affinité pour chaque URL.



03

# TARIFICATION

TV SEGMENTÉE  
ET 6PLAY



## TV SEGMENTÉE TARIFICATION GRÉ À GRÉ

CIBLAGE	SEGMENTS	CPM NET BASE 20
GÉOLOCALISATION	Région	<b>22€</b>
	Département	<b>27€</b>
	Code postal	<b>32€</b>
	Zone Iris	<b>SD</b>
SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE	Composition du foyer	<b>27€</b>
	CSP	<b>27€</b>
	Habitat	<b>27€</b>
	Géotype	<b>27€</b>
	Socio-démo	<b>22€</b>
CONSOMMATION TV	PMG TV	<b>32€</b>
	Affinité / centres d'intérêt	<b>22€</b>
MOMENT MARKETING		<b>SD</b>
COMBINAISON DE PLUSIEURS CRITÈRES		<b>+5€</b>

## TV SEGMENTÉE TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

CIBLAGE	SEGMENTS	CPM NET BASE 20
GÉOLOCALISATION	Région	<b>22€</b>
	Département	<b>27€</b>
	Code postal	<b>32€</b>
PROFILS	Foyer avec enfants	<b>27€</b>
CONSOMMATION TV	Petit consommateur TV	<b>32€</b>

BRANDING

VIDÉO INSTREAM

## 6PLAY

### TARIFICATION GRÉ À GRÉ

			<b>CPM NET HT</b> (base 20 sec)
<b>ROTATION GÉNÉRALE</b>	Multiécran par chaîne ou toutes chaînes (PC+IPTV+mobile+tablette)	6play TV (contenus longs)	<b>12,2€</b>
<b>CONTEXTE</b>	Packs cibles et thématiques <u>hors kids, hors jeunes</u> · Multiécran (PC+IPTV+mobile+tablette)	6play TV (affectation des programmes et des sites selon l'affinité avec la cible. Liste sur demande)	<b>14,4€</b>
	Pack jeunes · Multiécran (PC+IPTV+mobile+tablette)		<b>10,8€</b>
	RG Kids <u>4-14 ans</u> · Multiécran (PC+IPTV+mobile+tablette) +10% de majoration si ciblage âge/genre	<b>JANVIER-SEPTEMBRE</b> 6play TV (affectation des programmes et des sites selon l'affinité avec la cible. Liste sur demande)	<b>14,4€</b>
		<b>OCTOBRE DÉCEMBRE</b> 6play TV (affectation des programmes et des sites selon l'affinité avec la cible. Liste sur demande)	<b>19,8€</b>
<b>PARRAINAGE</b>	Achat au site ou au programme	Liste des programmes et des sites sur demande	-

### TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

<b>FLOOR PRICE (NET)</b>			
<b>DURÉE DU SPOT</b>	<b>MOINS DE 20 SECONDES</b>	<b>DE 21 À 30 SECONDES</b>	<b>DE 31 À 40 SECONDES*</b>
Ciblage contextuel Packs : Femmes, Hommes, Millennials, CSP+, Kids, Entertainment, Gaming, Lifestyle	15€	17€	19€
<b>6PLAY RON</b>	13€	15€	17€

BRANDING

VIDÉO INSTREAM

## MODULATION TARIFAIRE : AJUSTEZ VOTRE COMMUNICATION

Le format référent est le format 20 secondes (indice 100).

Les indices des autres formats seront publiés prochainement dans le cadre d'un avenant.

### AJUSTEMENTS FORMATS

OPTIONS AJUSTEMENTS	MODULATION
Capping	<b>+15%</b>
Message multiproduit	<b>+15%</b>
Ciblage jour	<b>+15%</b>
Ciblage horaire	<b>+15%</b>
Ciblage position écran*	<b>+15%</b>
Exclusivité du spot dans l'écran	<b>SUR DEMANDE</b>
Ciblage exclusion mobile ou tablette	<b>+10%</b>
Exclusion IPTV	<b>+20%</b>
100% IPTV	<b>-10%</b>
Exclusion sectorielle	<b>+15%</b>

## SMART 6TEM : 6PLAY 4 ÉCRANS, CIBLAGE DATA GRÉ À GRÉ + PROGRAMMATIQUE

TYPE	CIBLAGE DATA	MAJORATION VS. RON (NET)		
		MAJORATION	+ 1 CRITÈRE SOCIO-DÉMO	+2 CRITÈRES SOCIO-DÉMO
SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE	ÂGE OU GENRE	2,5€	4,0€	6,0€
	ENSEMBLE 15-34 ANS	1,5€	-	-
	FOYER	2,5€	4,0€	6,0€
	CSP	2,5€	4,0€	6,0€
NIVEAU DE REVENUS	HAUTS REVENUS · REVENUS MODESTES	2,5€	4,0€	6,0€
GÉOTYPE	ULTRAS URBAINS · CITADINS · DYNAMIQUES · PETITS RURAUX · GRAND AIR	2,5€	4,0€	6,0€
CENTRES D'INTÉRÊT	AFFINITAIRE	2,5€	4,0€	6,0€
	INTENTIONNISTE / MOMENT DE VIE	3,5€	5,0€	6,0€
	FAN DE PROGRAMMES	2,5€	4,0€	6,0€
CONSOMMATION	ACHETEURS	3,5€	5,0€	6,0€
GÉOLOCALISATION	RÉGION	2,5€	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
	DÉPARTEMENT	5,0€	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
	CODE POSTAL	8,0€	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
	ZONE IRIS	10€	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
	ZONE DE CHALANDISE	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
SUR-MESURE	CRM ONBOARDING	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
	SMART 360°	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE
	SMART CUSTOM	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE	SUR DEMANDE

03

# TARIFICATION

PURE PLAYERS

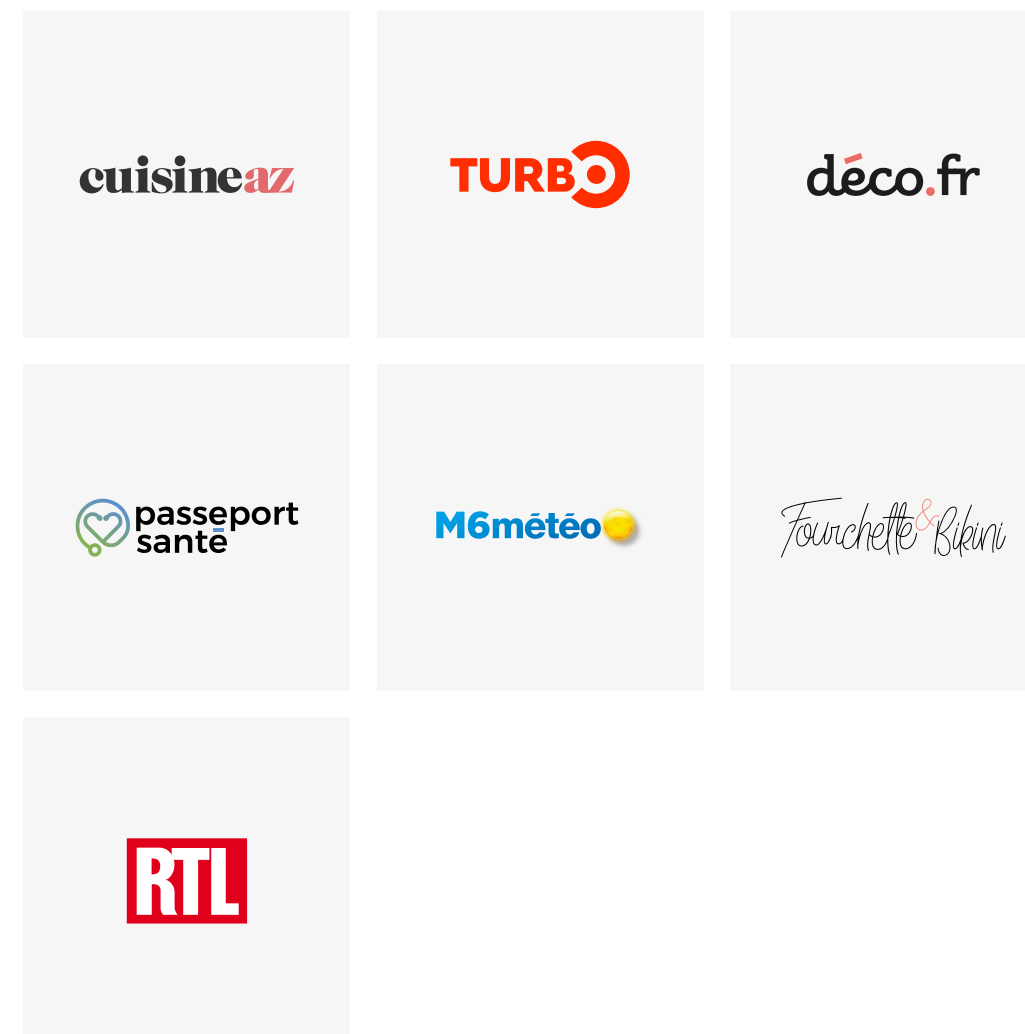


DISPLAY

## PURE PLAYERS : TARIFICATION GRÉ À GRÉ

FORMAT*	TARIF GRÉ À GRÉ NET Rotation site multidevice
Habillage + format de droite	13,5€
Habillage	11,0€
Masthead	7,50€
Native Ad	5,50€
300X600	7,00€
728X90	4,50€
300X250	5,50€
Longboard 1000X90	5,50€
Interstitial / Positif	9,50€
Pré-roll	11,0€
Inread	8,00€
Sponsoring newsletter (habillage + native ad)	5,50€
Option ciblage data	1 segment (+1€ sur le CPM ou fixed price)

\*hors ciblage contextuel ou mots clefs et data



DISPLAY

## PURE PLAYERS : TARIFICATION HABILLAGES

TARIFS	HABILLAGE HOMEPAGE	HABILLAGE RG
Tarifs net HT hors frais techniques	Standard	Standard
	Forfait 1 jour	Tarif au CPM
Deco.fr	1000€	14€
Turbo.fr	500€	14€
CuisineAZ.com	1000€	14€
M6 Météo	500€	14€
Passeport-sante.net	1000€	16€
Fourchette-et-bikini.fr	500€	14€
RTL.fr	1000€	14€

## OPTIONS

AJUSTEMENT FORMAT	MAJORATION
Message multiproduit	15%
Capping	15%
Géolocalisation	15%
Formats liés	15%
Exclusion formats ou produits	15%
Ciblage jour	15%
Ciblage horaire	15%
Ciblage home/rubrique	20%
Exclusivité format	30%
1st look	SUR DEMANDE
Ciblage Smart 6tem	1€



DISPLAY

## PURE PLAYERS : TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

PROGRAMMATIQUE	CPM NET HT, HORS FRAIS TECHNIQUES	OPEN AUCTION	DEAL ID
<b>PURE PLAYERS</b>	Skin	-	6,0€
	Native	1,5€	3,0€
	1000X300	2,3€	3,0€
	970X250	3,0€	3,0€
	300X600	1,4€	3,0€
	120X600	0,7€	1,5€
	300X250	0,7€	1,5€
	728X90	0,7€	1,5€
	970X90	0,7€	1,5€
	1000X90	0,7€	1,5€

03

# TARIFICATION

AUDIO DIGITAL



## LIVE ET WEB RADIOS: TARIFICATION GRÉ À GRÉ

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	CONTENUS	TARIF NET
<b>PACKS</b> (pré-roll)	Puissance	0-30»	RTL + RTL2 + Fun Radio	12,5€
	Station		RTL + RTL2 + Fun Radio	
	Thématique		<ul style="list-style-type: none"> <li>• News business</li> <li>• Entertainment</li> <li>• Musique</li> </ul>	13,5€

AU PLUS PRÈS DU FLUX



## PODCAST : TARIFICATION GRÉ À GRÉ

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	TARIF NET
<b>PACKS</b> (pré-roll)	Puissance	0-30»	13€
	Culture, divertissement		14€
	Conseil, bien-être		
	News, business		
<b>SUR MESURE</b>	À la carte		15€
<b>CIBLAGE DATA</b>	1 segment	+1€ sur le CPM	

UN FORMAT UNIQUE  
ET EXCLUSIF EN  
MID-ROLL



UN CONTENU ÉDITORIAL  
SANS INTERRUPTION  
PUBLICITAIRE

## PODCAST : TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

PROGRAMMATIQUE	FORMAT	FLOOR CPM PODCAST	FLOOR CPM STREAMING
Ciblage Puissance / Station	0-30»	10€	
Ciblage Pack thématiques		11€	

04

# SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

## ENVOI DES CRÉATIONS

Les créations doivent impérativement être envoyées 3 à 5 jours ouvrés à l'avance à l'équipe Traffic : [traffic@m6.fr](mailto:traffic@m6.fr)

Pour les formats spécifiques (prestataire externe à la régie, opérations spéciales...), les éléments techniques devront être envoyés au maximum **10 jours** ouvrés avant le début de la campagne.

En cas de retard de livraison des éléments, M6 Publicité ne peut s'engager à ce que la campagne puisse débuter selon les dates prévues initialement et seul l'annonceur en supportera les conséquences en cas de décalage de la date de début de la campagne.

L'avis ARPP pour les campagnes TV segmentée doit être envoyé **5 jours** minimum avant le démarrage de la campagne.

Téléchargez le document complet des spécifications techniques sur [le site de M6 Publicité](#).

05

**CONDITIONS  
GÉNÉRALES  
DE VENTE**

## 1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Par la souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte, ces derniers :

- reconnaissent avoir pris connaissance des CGV énoncées
- ci-après, en accepter les termes et leur application
- s'engagent à respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication commerciale audiovisuelle.

Un ordre de publicité peut être indifféremment appelé ordre d'achat d'espace, ODP, ordre d'insertion, OI, ou bon de commande. Ce terme aura la même signification dans toutes les CGV.

## 2. EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

M6 Publicité, via son département M6 Publicité Digital, est régisseur de chaque éditeur. Elle est donc seule habilitée dans le cadre de sa mission à prospecter directement ou indirectement la clientèle et à commercialiser l'espace publicitaire sur les sites des éditeurs. Dans la suite du document, M6 Publicité Digital est compris sous la dénomination M6 Publicité.

## 3. ATTESTATION DE MANDAT

Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à M6 Publicité par un mandataire, l'annonceur doit faire parvenir à M6 Publicité, avant le début de la campagne publicitaire, une attestation de mandat (dont le modèle est disponible sur [m6pub.fr](http://m6pub.fr)) accréditant la société intermédiaire, et précisant si celle-ci agit pour l'année en cours ou pour une

période déterminée et pour quel(le)s produits et missions déterminé(e)s. Les attestations de mandat valables pour l'année 2021 doivent être adressées :

- Par fax : 01 41 92 23 68
- Par e-mail : au format PDF auprès du contact commercial en relation avec l'annonceur ou le mandataire et dans tous les cas à l'adresse [adv@m6.fr](mailto:adv@m6.fr)

M6 Publicité n'accepte les ordres d'achat d'espaces passés par un sous mandataire que si l'annonceur a expressément autorisé par écrit la substitution de mandat. Dans tous les cas, l'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire (ou par son sous mandataire) conformément au pouvoir qui lui a été donné.

L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable écrit de M6 Publicité. En particulier lorsque l'annonceur change de mandataire, l'espace ayant fait l'objet d'une option ou d'un achat ferme par le précédent mandataire ne peut être transféré à un autre annonceur.

En cas de modification ou de résiliation du mandat en cours d'année, l'annonceur doit en informer aussitôt M6 Publicité par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris antérieurement à ladite notification par son mandataire.

## 4. MODALITÉS D'ACHAT D'ESPACE

Tout ordre doit faire l'objet d'un bon de commande (ordre d'insertion) souscrit ou d'un contrat de parrainage signé par l'annonceur ou son mandataire. Ce bon de commande ou contrat de parrainage doit être renvoyé à M6 Publicité au plus tard 10 jours avant la date de début de mise en ligne de la campagne publicitaire sur les sites concernés.

Il est précisé que M6 Publicité n'offre aucune exclusivité aux annonceurs ou leur mandataire, à l'exception d'offres spéciales ponctuelles limitées à un nombre restreint d'Insertion signé feront foi pour l'attribution prioritaire d'une telle offre limitée.

Il est entendu que les bons de commande (ordres d'insertion) pourront être signés par voie électronique. A ce titre, les annonceurs et leurs mandataires reconnaissent et acceptent l'effet juridique et la recevabilité du procédé de signature électronique et conviennent de procéder à la signature des bons de commande (ordres d'insertion) par voie électronique via le prestataire agréé «DocuSign»\*.

\*DocuSign est placé sous la supervision de l'agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) et est un prestataire de services de confiance (PSCE). DocuSign est certifié par la réglementation eIDAS 2014/910 et listé en tant que tel dans la liste des PSCE, disponible sur le site de l'ANSSI. En partenariat avec DocuSign, CDC Arkhinéo assure le stockage à valeur probante des documents signés pour chaque partie signataire. Les contrats sont automatiquement archivés dans ce coffre électronique garantissant ainsi la conservation et l'intégrité des documents durant 10 ans renouvelables.

## 5. REPORT OU ANNULATION D'ORDRE

Tout report d'ordre de publicité (messages publicitaires - parrainage de rubriques) doit impérativement être adressé à M6 Publicité au moins 5 jours ouvrés avant la date de début de la campagne. Force majeure désigne tout événement imprévisible, irrésistible et extérieur à l'annonceur et plus généralement tout événement remplissant les critères fixés par le Code civil.



Si ce préavis n'est pas respecté et hors cas de force majeure, une pénalité de 20% du montant net reporté sera applicable de plein droit pour une notification faite moins de 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion.

Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par le client à M6 Publicité si le retard du début de la campagne est imputable à un retard de livraison de création par le client.

Toute annulation d'ordre (messages publicitaire - parrainage de rubriques) doit impérativement être adressée à M6 Publicité au moins 5 jours ouvrés avant la date de début de la campagne.

Si ce préavis n'est pas respecté et hors cas de force majeure, les pénalités suivantes seront applicables de plein droit :

- 30% du montant annulé pour une notification faite moins de 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion
- 100% du montant annulé restant à diffuser pour une notification faite après le date de première diffusion.

L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de M6 Publicité.

Toute modification d'Ordre Insertion, concernant les éléments publicitaires de l'annonceur à diffuser, en cours de campagne publicitaire, impactant le plan de diffusion d'origine sera susceptible d'une mise à jour, par le biais d'un nouvel Ordre d'Insertion, des conditions commerciales (CPM, délai livraison, linéarité de diffusion, répartition par device...) tenant compte de la nature et de la complexité de ces modifications.

Ces modifications pourront nécessiter un délai d'actualisation technique entraînant un décalage de tout ou partie de la campagne, et ce sans que l'annonceur et/ou le mandataire puisse(nt) s'y opposer. Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par le client à M6 Publicité à ce titre.

## 6. CONFORMITÉ DES MESSAGES PUBLICITAIRES

**6.1.** M6 Publicité se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre :

- s'il lui apparaît non-conforme aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication digitale (notamment relatifs aux secteurs interdits, aux services de média audiovisuels à la demande) ainsi qu'aux intérêts de l'éditeur ou de son groupe
- si une autorité compétente juge a posteriori un message non conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande son retrait.

Dans ce cas ainsi que dans tous les cas de non conformité d'un message publicitaire, l'annonceur sera tenu au paiement de la totalité de la campagne ainsi que, le cas échéant, des frais techniques et de tout dédommagement lié à la mise en ligne et à la diffusion de ce message publicitaire, tant vis-à-vis de M6 Publicité que des tiers, M6 Publicité n'étant redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

**6.2.** M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur et/ou au mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'annonceur et/ou son mandataire s'engagent à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

**6.3.** Rôle de l'ARPP : en vertu d'un accord interprofessionnel, l'ARPP s'est vu confier un rôle de conseil préalable afin de s'assurer de la conformité des messages aux règles générales de la Communication publicitaire digitale sur les SMAD. Les

annonceurs ou leurs prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) doivent soumettre à l'ARPP les éléments publicitaires et documents afférents avant la première diffusion sur un SMAD.

Ces éléments reçus par l'ARPP se voient attribuer un numéro d'ordre Pub ID qui doit être impérativement communiqué à M6 Publicité avant diffusion. Sur la base des éléments reçus, l'ARPP rend un avis définitif relatif à la diffusion de l'élément publicitaire.

Cet avis doit être remis à M6 Publicité au plus tard 2 jours ouvrés avant mise en ligne de l'élément publicitaire concerné.

Pour plus d'informations : [arpp.org](http://arpp.org)

## 7. RESPONSABILITÉ DE L'ANNONCEUR

**7.1.** Tout message publicitaire est mis en ligne sous la seule responsabilité de l'annonceur.

L'annonceur, ses prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur du film publicitaire) déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle et digitale. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 Publicité et l'éditeur contre toute réclamation et tout recours de toutes personnes, et tout particulièrement de la part des auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, interprètes et de toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée par la diffusion du message. En particulier, l'annonceur garantit M6 Publicité et l'éditeur contre tout recours que la société tierce en charge de la création pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire. L'annonceur et/ou le mandataire s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation

et/ou la réglementation et/ou à l'interprétation des autorités administratives ou judiciaires et ayant une incidence sur la publicité et/ou la communication audiovisuelle et/ou digitale.

## 7.2. RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION APPLICABLE À LA PROTECTION DES DONNÉES ET AUX COOKIES

L'annonceur s'engage tant en son nom et pour son compte qu'au nom et pour le compte de tout éventuel prestataire et/ou mandataire, partenaire et/ou sous-traitant (ensemble désignés «l'annonceur» pour les besoins du présent article) à respecter l'ensemble des dispositions légales, réglementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables relatives à la protection des données des utilisateurs, au traitement de données de communications électroniques et à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies, et à la prospection directe, notamment le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (le «RGDP»), la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles, ainsi que les délibérations et recommandations de la Commission nationale informatique et libertés (CNIL), notamment la délibération n° 2020-091 du 17 septembre 2020 portant adoption de lignes directrices relatives à l'application de l'article 82 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée aux opérations de lecture ou écriture dans le terminal d'un utilisateur (notamment aux «cookies et autres traceurs»)(ensemble désignées dans les présentes CGV «les règles data applicables»).

En outre, en cas de modification des règles data applicables en cours d'année, l'annonceur s'engage à s'y conformer.

L'annonceur s'engage également tant en son nom et pour son compte qu'au nom et pour le compte de tout éventuel prestataire et/ou mandataire, partenaire et/ou sous-traitant à respecter strictement les dispositions du présent article 7.2.

L'annonceur est pleinement informé :

i) qu'aucune collecte ou récupération de données personnelles par quelque moyen que ce soit ne pourra être effectué sur les sites internet et applications ou services digitaux du groupe M6 («les sites M6»), ni ii) aucune lecture et/ou écriture de cookies sur les terminaux des utilisateurs, ou l'utilisation de toute technique permettant d'inscrire des informations dans les terminaux des utilisateurs, ni iii) aucun traitement de données personnelles issues de ces cookies, destinés notamment à alimenter ses bases de données ou celles de tout éventuel prestataire et/ou mandataire, partenaire et/ou sous-traitant, ne pourra être effectué, sans autorisation préalable de M6 Publicité.

En particulier, l'annonceur est informé que toute insertion ou dépôt de cookies, tags, pixels, codes, ou tout autre traceur (désignés ensemble les «cookies») sur les terminaux des utilisateurs à l'occasion de toute campagne publicitaire confiée à M6 Publicité (notamment lors de l'exécution des ordres de publicité), pour quelque raison et quelque finalité que ce soit, est strictement interdite.

Dans ce cadre, l'annonceur est considéré comme étant solidairement responsable, même dans l'hypothèse où l'opération concernée (dépôt, collecte, traitement quel qu'il soit) serait effectuée par un de ses sous-traitants de l'annonceur ou tout tiers mandaté pour se faire.

M6 aura la possibilité de vérifier à tout moment le respect de ces obligations, et de s'assurer, par tout moyen ou solutions techniques, ou technologiques qu'aucun cookies non confirme aux règles data applicables ne soient déposés.

Il est précisé que si une des opérations susvisées venait à être acceptée par M6 Publicité, les parties devront le contractualiser spécifiquement par le biais d'un accord spécifique («l'accord data spécifique »). A ce titre, les seules données qui pourront être collectées par le biais des cookies par l'annonceur (ou dans ce cadre désigné ci-après «le déposant ») sont des informations de navigation des utilisateurs non directement identifiantes ou identifiables concernant les contenus consultés sur les sites internet ou sur les services sur lesquels est diffusée la campagne concernée, à des fins de mesure (statistiques analyses, bilans, comptage, etc.) et/ou afin de permettre à l'annonceur d'adapter ses messages publicitaires (en fonction de la localisation ou de critères socio-démographiques notamment), ou toute autre finalité prévue dans l'accord data spécifique, dans le respect des règles data applicables.

Ainsi, avant tout dépôt de cookies, et pour permettre l'établissement éventuel d'un accord data spécifique, le déposant devra porter à la connaissance de M6 Publicité tout élément utile relatif :

- aux caractéristiques techniques des cookies déposés,
- au type d'informations collectées par l'intermédiaire des cookies,
- à la finalité de la collecte d'information effectuée par l'intermédiaire des cookies,
- au(x) destinataire(s) des informations collectées par

l'intermédiaire des cookies,

- à la durée de vie des cookies sur le terminal des utilisateurs (étant précisé que les cookies déposés ne devront pas pouvoir être conservés sur les terminaux des utilisateurs au-delà de la durée légale de vie des cookies conformément aux règles data applicables),
- au lieux d'hébergement et de stockage des données.

L'annonceur est d'ores et déjà informé qu'il ne pourra collecter et/ou traiter de données relatives aux utilisateurs des sites du groupe M6 dites «sensibles» au sens des règles data applicables, ni de données concernant des enfants de moins de 15 ans.

Il est rappelé que, dans le cadre des règles data applicables, l'utilisateur doit pouvoir à tout moment, simplement et gratuitement, choisir de refuser l'enregistrement de cookies sur son terminal, ce que l'annonceur, son prestataire et/ou son mandataire reconnaissent et acceptent expressément.

En tout état de cause, en cas d'accord data spécifique signé, l'annonceurs'engage à respecter les signaux de consentement ou de non-consentement envoyés par M6 Publicité et à respecter strictement les obligations mises à charge dans le cadre de cet accord data spécifique.

L'annonceur devra notamment garantir, conformément aux règles data applicables relatives à la protection des données, la sécurité des informations collectées suite au dépôt et/ou au traitement des cookies, le respect de la finalité des informations collectées, la non-utilisation des informations collectées par des tiers autres que le(les) destinataire(s) mentionnés, la suppression des cookies au-delà de leur durée de vie, etc.

En cas de manquement par l'annonceur à l'une ou l'autre des obligations susvisées et/ou à toutes dispositions légales, réglementaires et interprofessionnelles, M6 Publicité sollicitera de l'annonceur la mise en conformité, la désactivation ou le retrait des cookies déposés à l'occasion de l'exécution d'une campagne confiée à M6 Publicité, ou refusera l'exécution de l'ordre de publicité portant sur la campagne concernée ou l'interrompra, si un cookie utilisé dans le cadre de ladite campagne n'a pas été déposé ou exploité en conformité avec les règles susvisées.

Dans cette hypothèse, l'annonceur sera tenu au paiement de la totalité de la campagne ainsi que, le cas échéant, des frais techniques et de tout dédommagement éventuel lié au dépôt ou au traitement du cookie concerné, sans préjudice de tous dommages et intérêts et frais d'avocats dont le remboursement pourrait être réclamé en justice par M6 Publicité du fait de tout manquement par l'annonceur à ses obligations.

En tout état de cause, M6 Publicité ne sera redevable d'aucune compensation ou indemnité quelconque envers l'annonceur ou les tiers de manière générale en cas de tout dysfonctionnement liés aux cookies placés par le déposant et/ou en cas de retard ou annulation de la campagne imputable au manquement par l'annonceur à l'une quelconque des obligations susvisées ou à toutes règles data applicables. »

## 7.3. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

Toutes les informations qui peuvent être fournies par les personnes physiques travaillant pour l'annonceur et/ou son mandataire dans le cadre de leurs échanges avec M6 Publicité font l'objet de traitements par M6 Publicité, qui sont nécessaires dans le cadre de ses activités commerciales, notamment ses actions de prospection commerciale et de ventes d'espaces publicitaires en digital.

Pour savoir quelles données sont collectées et pourquoi et comment elles sont utilisées et connaître vos droits, nous vous invitons à prendre connaissance de la **politique de protection des données personnelles** relative à la collecte et au traitement des données à caractère personnel concernant les partenaires commerciaux et visiteurs du groupe M6.

## 8. MATÉRIEL

**8.1.** L'annonceur devra respecter les prescriptions techniques de M6 Publicité concernant la fourniture du matériel (ex : format des bandeaux publicitaire, etc.). Des prestations techniques complémentaires pourront être nécessaires et facturées à l'annonceur sur devis préalablement accepté par celui-ci. Si, pour des raisons techniques le matériel publicitaire se révèle impropre à la diffusion et/ou l'annonceur ne peut fournir un autre format publicitaire dans les délais impartis avant la mise en ligne prévue, le prix de la campagne reste intégralement dû par l'annonceur comme si la diffusion avait effectivement eu lieu.

En cours de campagne, M6 Publicité ne peut être tenue pour responsable du changement du contenu du matériel publicitaire effectué par l'annonceur ni des pertes et dommages subis par le matériel. Néanmoins et afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, M6 Publicité pourra demander à recevoir de nouveaux éléments techniques en cours de campagne. La livraison des créations sous forme de spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur à M6 Publicité le cas échéant, devra obligatoirement avoir lieu au plus tard 5 jours ouvrés avant le premier jour de la campagne. La livraison des créations «classiques» (c'est-à-dire des créations qui ne sont pas sous forme de spots vidéo et/ ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur) devra avoir lieu de préférence 5 jours ouvrés avant le début de la campagne et en tout état de cause au plus tard 3 jours ouvrés avant le début de la campagne.

**8.2.** Si le délai de remise du matériel n'est pas respecté, les erreurs ou omissions éventuelles dans la mise en ligne de cette campagne engageraient la seule responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire. Ce retard libèrera

totalemment M6 Publicité de l'engagement de volume sur la période contractuelle et du respect du calendrier prévu contractuellement initialement mais M6 Publicité facturera la totalité du volume réservé sur l'ordre d'insertion.

**8.3.** Par ailleurs en sus de ce qui précède et en fonction du retard pris par le client dans la livraison des créations, M6 Publicité se réserve le droit d'appliquer au client des pénalités journalières variables selon les cas suivants :

- en cas de livraison des créations «classiques» entre 3 jours ouvrés et 24h ouvrées avant le début de la campagne, M6 Publicité n'appliquera pas de pénalités journalières au client ;
- en cas de livraison des créations spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur à M6 Publicité le cas échéant, entre 5 jours ouvrés et 24h ouvrées avant le début de la campagne, M6 Publicité n'appliquera pas de pénalités journalières au client ;
- en cas de livraison des créations quelles qu'elles soient à moins de 24h ouvrées avant le début de la campagne, M6 Publicité appliquera des pénalités journalières d'un montant de 200 €. Toute réclamation concernant la mise en ligne d'un message publicitaire doit être impérativement faite par écrit, à peine de déchéance dans les 4 jours après diffusion dudit message.

En tout état de cause les retards seront traités conformément aux dispositions du paragraphe 8.2 ci-avant.

## 9. EMPLACEMENTS PUBLICITAIRES

M6 Publicité pourrait être amenée à déplacer ou à supprimer une publicité pour toute raison indépendante de sa volonté, et notamment en cas de difficulté technique, et de façon générale, en cas de force majeure. M6 Publicité en informera l'annonceur concerné et/ou son mandataire. Il est expressément convenu que la responsabilité de M6 Publicité est, en toute hypothèse, toujours limitée à la valeur de l'espace publicitaire facturé.

## 10. PARRAINAGE DE RUBRIQUES

### CONCURRENCE

Le contrat de parrainage est indépendant de l'achat d'espace publicitaire et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents dans les emplacements publicitaires situés en périphérie de la rubrique parrainée et/ ou sur le site sur lequel est accessible la rubrique parrainée, ainsi que la présence d'annonceurs concurrents dans le contenu éditorial du site et/ou de la rubrique concernés.

### MODIFICATION / ANNULATION DE LA RUBRIQUE

En cas de modification ayant une incidence sur l'opération de parrainage et/ou en cas d'annulation de la rubrique concernée par l'opération de parrainage pour un fait imputable à l'éditeur du site concerné, M6 Publicité pourra proposer à l'annonceur et/ou à son mandataire un principe de compensation et le cas échéant facturera l'annonceur au prorata des éléments décrits au contrat de parrainage effectivement mis en ligne, et ce sans qu'aucune indemnité puisse être réclamée de ce fait par l'annonceur.

## 11. FACTURATION

**11.1.** M6 Publicité se conforme pour la facturation aux instructions données par l'annonceur ou sur l'attestation de mandat dans le cadre de l'intervention d'une société tierce habilitée. En tout état de cause, la facture est adressée à l'annonceur conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993.

**11.2.** Les prix sont indiqués hors taxes: les impôts et taxes afférents à l'ordre de publicité au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur.

**11.3.** La facturation des messages publicitaires est établie mensuellement.

**11.4.** Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. A défaut, les pénalités et sanctions prévues à l'article 12 ci-après s'appliqueront de plein droit. M6 Publicité se réserve le droit de demander avant toute exécution de l'ordre de publicité le règlement d'avance ou une caution bancaire ou toute autre garantie dans notamment les cas suivants:

- pour tout annonceur n'apportant pas de garanties satisfaisantes à M6 Publicité sur sa solvabilité,
- pour tout annonceur avec qui M6 Publicité a été précédemment confronté à des retards et/ou défauts de paiement des sommes dues par lui dans le cadre de ses achats d'espaces publicitaires effectués auprès de M6 Publicité.

L'annonceur pour lequel M6 Publicité aura formulé de telles demandes devra fournir lesdites garanties et/ou le règlement d'avance au plus tard 10 jours ouvrés avant la première exécution de l'ordre de publicité.

M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.

## 12. PAIEMENT

Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire (hormis pour les échanges). L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire ne libère pas dans l'hypothèse où M6 Publicité serait amenée à émettre un avoir qui sera imputé:

- sur la facture concernée par ledit avoir ou
- si ladite facture a d'ores et déjà été réglée, sur la facture la plus ancienne de l'annonceur.

Cet avoir pourra être adressé au mandataire dans l'hypothèse où l'annonceur a chargé celui-ci par attestation de mandat d'encaisser le dit avoir.

Dans ce cas, le paiement effectué dans ce cadre au mandataire libère M6 Publicité vis à vis de l'annonceur.

Aux fins de réceptions des paiements, M6 Publicité fournira à l'annonceur et/ou son mandataire ses coordonnées bancaires (soit relevé d'identité bancaire - RIB).

Au cas où une demande de modification du RIB de M6 Publicité serait reçue par l'annonceur et/ou son mandataire, ce dernier devra s'assurer que cette demande émane réellement de M6 Publicité en envoyant un courrier électronique à **validation.coordonnees.bancaires@m6pub.fr** afin de confirmer cette demande. Seules ces 2 personnes sont habilitées à confirmer de nouvelles coordonnées bancaires ou tout changement dans les coordonnées bancaires de M6 Publicité.

## 13. TARIFS

**13.1.** Les tarifs, sauf stipulation expresse et écrite d'une modification par M6 Publicité, sont ceux mentionnés sur le bon de commande signé par l'annonceur ou son mandataire.

**13.2.** M6 Publicité se réserve le droit de modifier les tarifs

des formats publicitaires, notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement exceptionnel ou dans le cas de modification(s) des supports et/ou formats proposés par la régie. Dans ce cas, M6 Publicité informera l'annonceur ou son mandataire de ladite modification du support et/ou format publicitaire et du tarif applicable. L'annonceur ayant réservé ces espaces avant modification de leurs tarifs les conservera aux tarifs initialement proposés. M6 Publicité n'enverra pas à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

## 14. RÉFÉRENCES COMMERCIALES

Au terme des présentes, l'annonceur autorise expressément M6 Publicité à le citer à titre de référence commerciale.

## 15. CONFIDENTIALITÉ

L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Publicité s'engagent à observer toute confidentialité sur toutes les informations écrites ou orales ainsi que sur les dispositions figurant dans tous les documents contractuels échangés entre les parties.

## 16. COMPÉTENCES

Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application de l'ordre de publicité et des CGV exprimées ci-dessus, est de la compétence des tribunaux de Paris, même en cas de connexité, appel en garantie ou pluralité des défenseurs.

Les CGV prennent effet à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2021.

M6 Publicité et l'éditeur se réservent le droit de modifier tout ou partie de ces CGV en cours d'année, en particulier en fonction de la législation. Ces modifications seront publiées sur **m6pub.fr**

## 17. DISPOSITIONS DIVERSES

Les statistiques de livraison des campagnes fournies par M6 Publicité à l'annonceur et/ou au mandataire feront foi et ce, quel que soit le support de livraison des publicités (PC, IPTV, mobile, tablette, etc.) et ne pourront en aucun cas et en aucune manière être contestées par l'annonceur et/ou le mandataire.

Le mandataire et/ou l'annonceur s'engage à ne pas utiliser d'outils dits de tracking visant à réaliser des mesures spécifiques de performances de leur(s) campagne(s), à l'exception des outils de tracking classiques de comptage d'impressions (pixel de comptage), sans autorisation préalable expresse de M6 Publicité.

Dans l'hypothèse où M6 Publicité donnerait son autorisation pour l'utilisation exceptionnelle de tels outils, le mandataire et/ou l'annonceur et/ou l'éventuel prestataire tiers autorisé en charge de la mise en place et de l'utilisation desdits outils, s'engage à transmettre à M6 Publicité l'intégralité des résultats et analyses de performance obtenus dans le cadre des campagnes délivrées par M6 Publicité.

Le cas échéant, le nom et type d'outil concerné, les modalités d'utilisation desdits outils ainsi que les finalités de ces outils et les usages envisagés des rapports et données fournies par ces outils seront fixées par écrit et d'un commun accord entre les parties, étant précisé que l'annonceur et/ou le mandataire ou tout prestataire autorisé en charge de ces outils devra en tout état de cause respecter la réglementation applicable dans le domaine concerné (gestion des données publicitaires).

## 18. M6 ADRESSABLE SUR LES BOX OPÉRATEURS

Depuis fin 2020, les campagnes en publicité segmentée ont été diffusées dans le cadre de « Minimum Viable Products » (MVP) développés entre chaînes de télévision et opérateurs.

La date de fin des MVP dépend de la date de signature des accords commerciaux avec les opérateurs. Ces périodes servant de tests et permettant de travailler à la montée en puissance de la commercialisation s'arrêteront de manière échelonnée à partir de fin 2021..

Les principales évolutions en sortie de MVP sont les suivantes\* :

- Toutes les tranches horaires seront disponibles.
- Plusieurs spots pourront être substitués dans un même écran.

Ces évolutions ne seront pas disponibles aux mêmes échéances pour tous les opérateurs et des différences pourront encore exister en 2022.

En fonction des opérateurs, toutes les positions dans les écrans ne sont pas substituables. C'est notamment le cas des premiers spots d'un écran.

De manière à assurer un inventaire suffisamment large pour effectuer les substitutions, seuls les formats de spot de 15, 20 et 30 secondes sont éligibles.

## SEGMENTS

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

- **Géolocalisation** : ciblez votre zone commerciale ou surpassez une zone spécifique.
  - Région
  - Département
  - Grande agglomération
  - Code postal
  - Zone de chalandise
- **Profils** : touchez des foyers qualifiés.
  - Composition du foyer (célibataire, famille nombreuse, famille avec enfant, tranche d'âge des enfants)
  - CSP (CSP-, CSP+, CSP++, hauts revenus, très hauts revenus)
  - Type d'habitat (propriétaire, maison, appartement)
  - Profil socio-démo\* (âge et genre)
  - Géolife
- **Consommation TV** : communiquez sur une audience en affinité.
  - PMG TV (petit, moyen, gros téléspectateur TV)
  - Centres d'intérêts toutes chaînes\*\* (20 segments disponibles: cuisine, brico/déco, football, mode, animaux, voyages etc.)
  - Consommateurs SVOD
- **Moment marketing** : activez votre communication selon des critères spécifiques.
  - Météo
  - Pics de pollution
  - Seuil épidémique

Cette offre pourra évoluer dans le courant de l'année 2022. Une harmonisation est prévue pour que l'ensemble des segments soit accessible chez tous les opérateurs. Certains segments propriétaires peuvent néanmoins rester propres à chaque opérateur (ex : géolife)



## 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.

Les indices formats sont identiques à ceux inclus dans les présentes CGV (cf partie conditions tarifaires).

## LA MESURE D'AUDIENCE

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

Pour ce faire, les régies envoient à Médiamétrie le détail des impressions diffusées en publicité segmentée.

Sur cette base, et en fonction du profil des écrans où se sont déroulées des substitutions, des GRP corrigés sont estimés pour les annonceurs concernés.

Ces GRP sont ensuite mis à disposition du marché, notamment via les centres-serveurs comme Popcorn.

A fin 2021, les GRP corrigés sont livrés pour une semaine complète le jeudi suivant ladite semaine.

Les conditions de livraison des GRP corrigés pourront être amenées à évoluer courant 2022.

## 19. M6 ADRESSABLE SUR HBBTV

### SEGMENTS

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

- Géolocalisation : région, département, code postal,
- Profils : Foyer avec enfants
- Consommation TV : petit, moyen, gros téléspectateur, contexte programme thématique groupe M6 (ex : séries, divertissement, information, magazines).

### CONDITIONS D'ACHAT

Les impressions seront achetées en CPM.





## RAPPEL DU CADRE RÉGLEMENTAIRE DE LA PUBLICITÉ SEGMENTÉE

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.

Toutes les conditions listées ci-dessus concernant la publicité segmentée pourront évoluer dans le courant de l'année 2022.

## 20. CAMPAGNE VISANT À PROMOUVOIR DES PRODUITS ÉCO-RESPONSABLES

### 20.1. CADRE

M6 Publicité souhaite valoriser les efforts des annonceurs les plus engagés en favorisant la visibilité de leurs produits à moindre impact sur l'environnement, en collaboration avec l'ADEME (agence de la transition écologique).

M6 Publicité s'appuie exclusivement sur le cahier des charges « Publicité, offre consommation responsable » établi par l'ADEME.

Dans le cadre du développement de nouvelles offres publicitaires visant à distinguer les produits (biens et services) à moindre impact sur l'environnement, l'ADEME a développé une grille de positionnement afin d'éclairer les annonceurs sur les produits qui pourraient bénéficier de ces offres spécifiques.

Ce cahier des charges permet à M6 Publicité de définir si le spot de l'annonceur est éligible aux offres Green.

### 20.2 CONDITIONS D'ACCÈS

Les annonceurs devront intégrer dans le spot, de façon distincte et visible, l'information environnementale sélectionnée par l'ADEME (labels, étiquettes, indices...) autour du produit ou service mis en avant.

Tous les produits mis en avant dans le spot devront répondre au cahier des charges et être porteurs d'une ou des informations environnementales sélectionnées par l'ADEME.

## CONTACT

M6 Publicité  
107 avenue Charles de Gaulle  
92200 Neuilly-sur-Seine

**[pubdigital@m6.fr](mailto:pubdigital@m6.fr)**

+33 (0)1 41 92 38 88  
**[m6pub.fr](http://m6pub.fr)**