



CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE 2023



01

MARQUES ET CONTENUS

02

OFFRE PUBLICITAIRE ET TARIFICATION

6play et TV segmentée
Audio
Pure players
Pour aller plus loin

03

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

04

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

05

CHARTES, QUALITÉ PROTECTION ET DÉONTOLOGIE

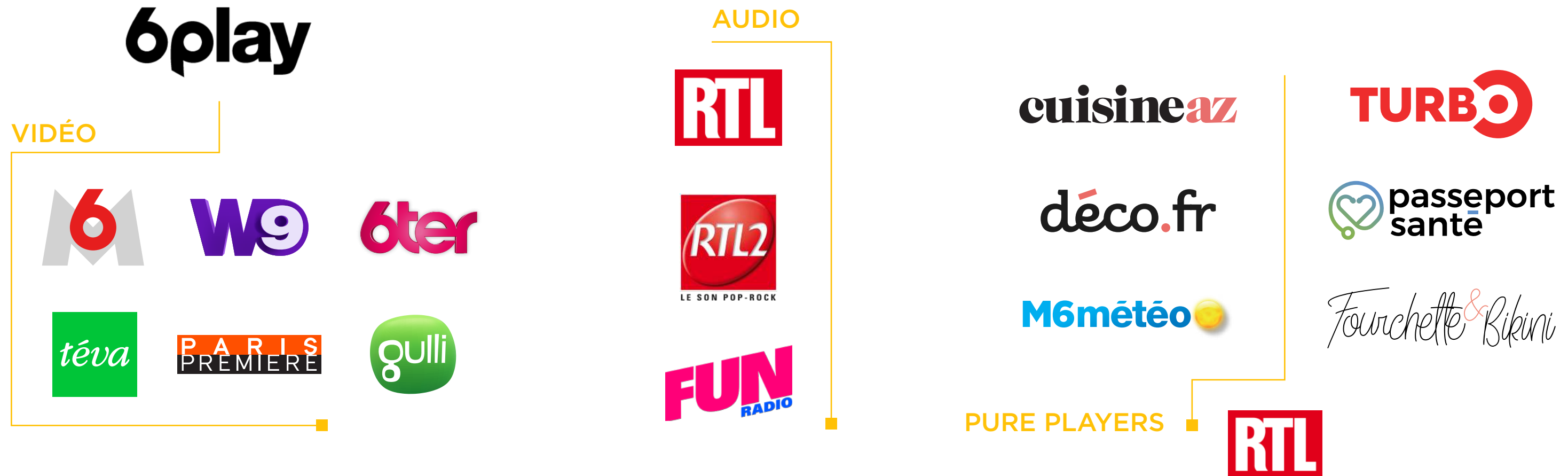


01

MARQUES ET CONTENUS

Un éventail de marques

COMPLÉMENTAIRES ET RÉFÉRENTES



A decorative graphic on the left side of the page consists of a series of parallel yellow chevrons pointing to the right. These chevrons are set against a solid orange background. The chevrons vary in length and are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, receding towards the right.

02

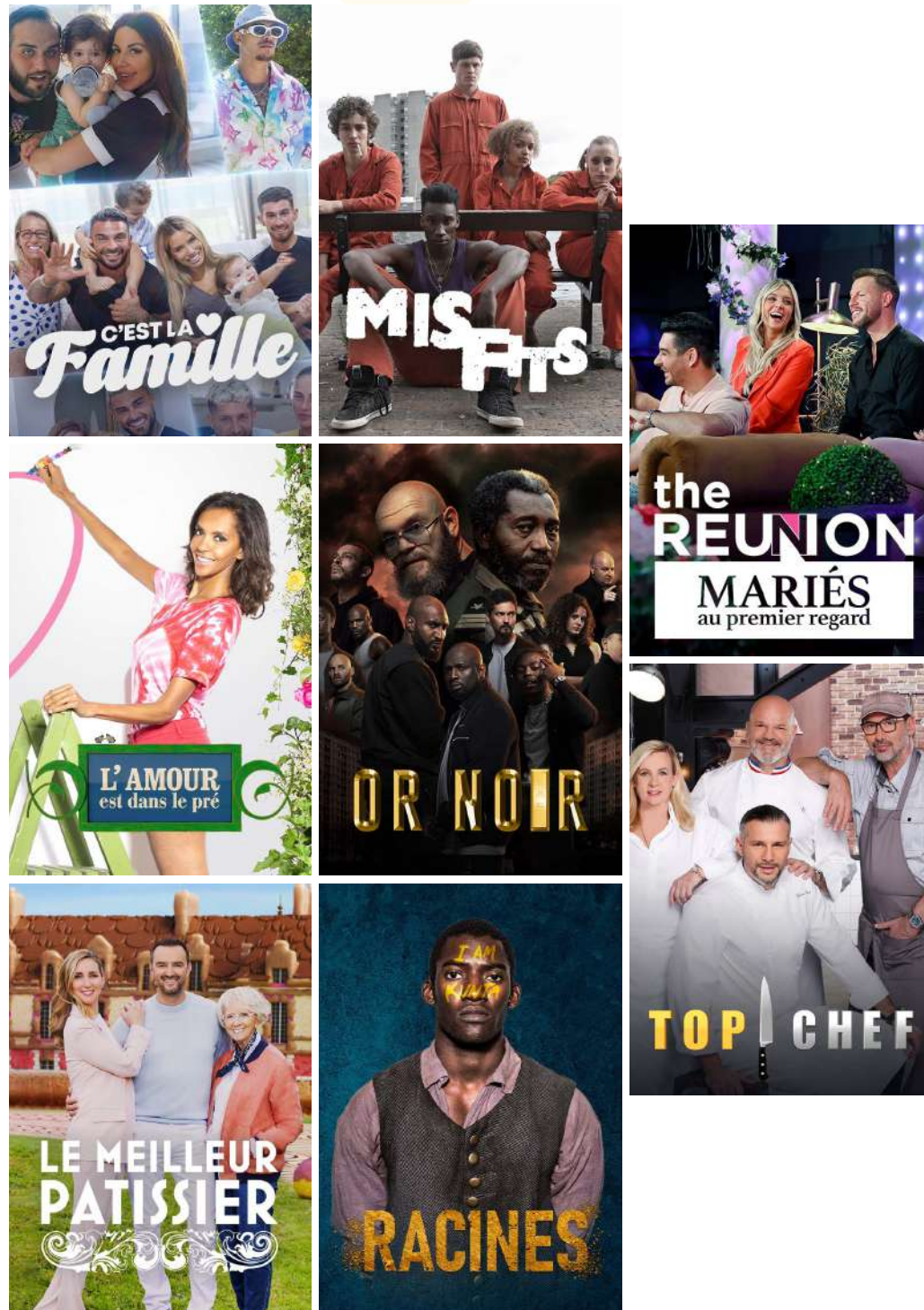
**OFFRE
PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION**



02

OFFRE
PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

6Play et TV segmentée



126,5 MILLIONS
DE VIDÉOS VUES PAR MOIS

6play + **gulli**

26 MILLIONS
d'actifs

5,3 MILLIONS
d'actifs entre 25 et 49 ans



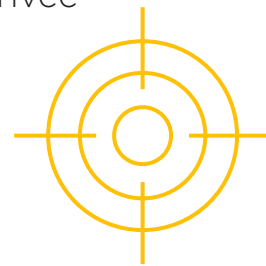
LES MODES D'ACHAT

GRÉ À GRÉ

- Achat en direct

ACCESSIBLE À TRAVERS LES PRINCIPAUX DSP

- Via une place de marché privée
- Disponible dans les DSP



LE CIBLAGE

CIBLAGE CONTEXTUEL

Le choix du contexte de diffusion

- Les packs
- Un contexte de diffusion assuré

CIBLAGE DATA

Le choix d'une audience ciblée

- Des retombées sur cible maximisées



CIBLAGES



SOCIO-DÉMO

Âge et
genre

Composition
du foyer

Niveau
de revenus

Catégorie
socio-professionnelle

*Plateforme 6play interdite
au moins de 16 ans*



COMPORTEMENTAUX

Thématiques
affinitaires

Acheteurs
et personae

Intentionnistes
et moments de vie

Fan de
programme TV



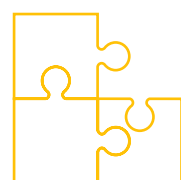
GÉOLOCALISÉS

Géolocalisation
sur les 4 écrans

Zone de chalandise
sur les 4 écrans

Géotypes
sur les 4 écrans

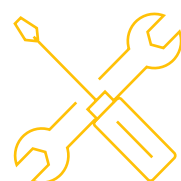
Type
d'habitat



COMPLÉMENTAIRES

Petits consommateurs
TV

Non équipés
TV



SUR MESURE

CRM
onboarding

Smart Custom
sur les 4 écrans

Reach +

*Une cible créée
à partir de vos
clients*

*Une cible
exclusive
selon vos besoins*

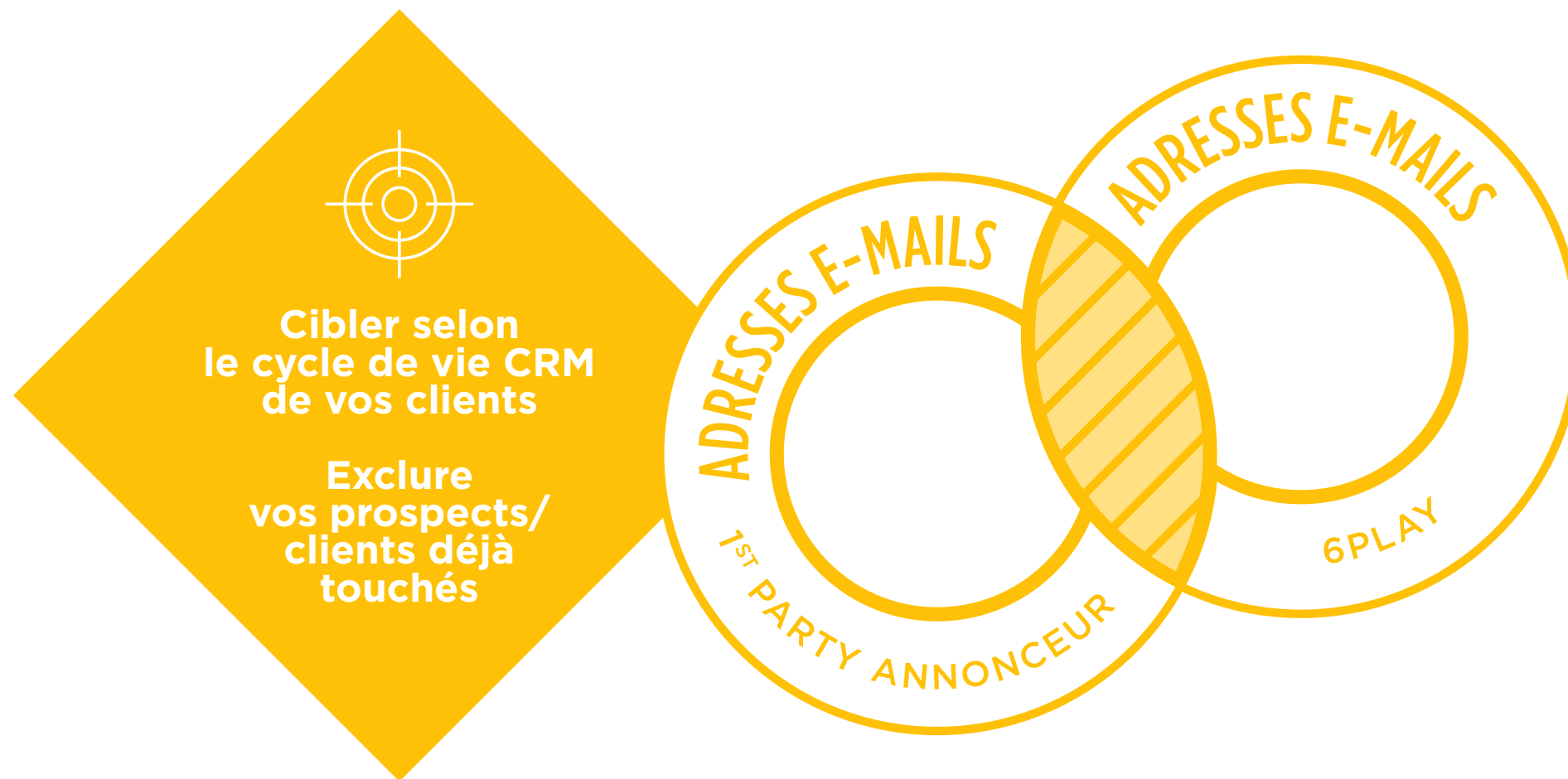
*Retargeting des
non-exposés à votre
campagne TV linéaire*

Tarification 6play data

		MAJORATION VS. TARIF PACK (NET)		
TYPE	CIBLAGE DATA	MAJORATION	+ 1 CRITÈRE SOCIO-DÉMO	+ 2 CRITÈRES SOCIO-DÉMO
SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE	âge ou genre	2,5€	4,0€	6,0€
	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€
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
	reach +	sur demande	sur demande	sur demande
	smart custom	sur demande	sur demande	sur demande

Vidéo. CRM onboarding

RETROUVEZ VOS CLIENTS ET PROSPECTS SUR 6PLAY



Identification des clients communs et création d'une cible déterministe activable 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



Data. Smart Custom

CRÉÉZ VOTRE SEGMENT SUR-MESURE



COLLECTE ET ANALYSE DE DATA

6play

VOTRE AVIS NOUS INTÉRESSE

**Quel est votre style
au quotidien ?**

Barbe de 3 jours	Rasé de près
Barbe ou moustache	Aucune de ces réponses

Valider

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

Vidéo. Nos solutions innovantes pour émerger



CONCEPT

Concept : Privatisation de 6play sur la tranche horaire où sa consommation est la plus forte (21h00-22h59)

ACTIVABLE

■ IPTV

6PLAY SOLO

6SELECTOR



CONCEPT

6play invite l'utilisateur à choisir quelle publicité il souhaite visionner parmi plusieurs spots d'un même annonceur.

ACTIVABLE

■ PC & Web Mobile
(Pre & Mid roll)



CONCEPT

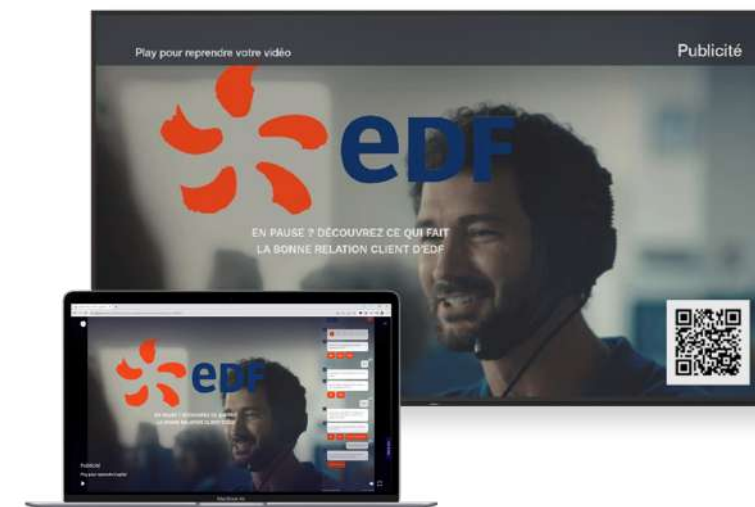
Diffusion de votre spot précédé par un carton d'entrée contextualisé et enrichi de l'habillage vidéo de Goodeed pour une meilleure contextualisation de votre démarche solidaire.

ACTIVABLE

■ 4 écrans

S6LIDAIRE

6BREAK BOT



CONCEPT

Fort de son succès sur 6play, le format 6break se décline et offre à l'annonceur un nouveau moyen de communiquer grâce à l'interactivité conversationnelle.

ACTIVABLE

■ PC & Web Mobile
(Pre & Mid roll)
■ IPTV (via un QR Code)

Vidéo. AD Survey

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



6play

VOTRE AVIS NOUS INTÉRESSE

Vous souvenez-vous avoir vu une publicité pour un de ces parfums?

Parfum 1 Parfum 2

Parfum 3 Aucune de ces réponses

Valider

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 €*

Tarification 6play

TARIFICATION GRÉ À GRÉ

CPM
NET HT
(BASE
20 SEC)

Rotation générale	Multiécran par chaîne ou toutes chaînes (PC+IPTV+mobile+tablette)	6play TV (contenus longs)	12,2 €
Contexte	Packs cibles et thématiques hors kids, hors jeunes • Multiécran (PC+IPTV+mobile+tablette)	6play TV (affectation des programmes et des sites selon l’affinité avec la cible. Liste sur demande)	14,4 €
	Pack jeunes • Multiécran (PC+IPTV+mobile+tablette)		10,8€
	RG Kids 4-14 ans • Multiécran (PC+IPTV+mobile+tablette) +10% de majoration si ciblage âge/genre	JANVIER-SEPTEMBRE 6play TV (affectation des programmes et des sites selon l’affinité avec la cible. Liste sur demande)	14,4 €
		OCTOBRE DÉCEMBRE 6play TV (affectation des programmes et des sites selon l’affinité avec la cible. Liste sur demande)	19,8 €
Parrainage	Achat au site ou au programme	Liste des programmes et des sites sur demande	-

TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

FLOOR PRICE (NET)			
Durée du spot	Moins de 20 secondes	De 21 à 30 secondes	De 31 à 40 secondes*
Ciblage contextuel Packs	15 €	17 €	19 €
6play Ron	13 €	15 €	17 €



PROGRAMMATIQUE
GARANTI
MINIMUM
DE 25 000 EUROS
PAR VAGUE

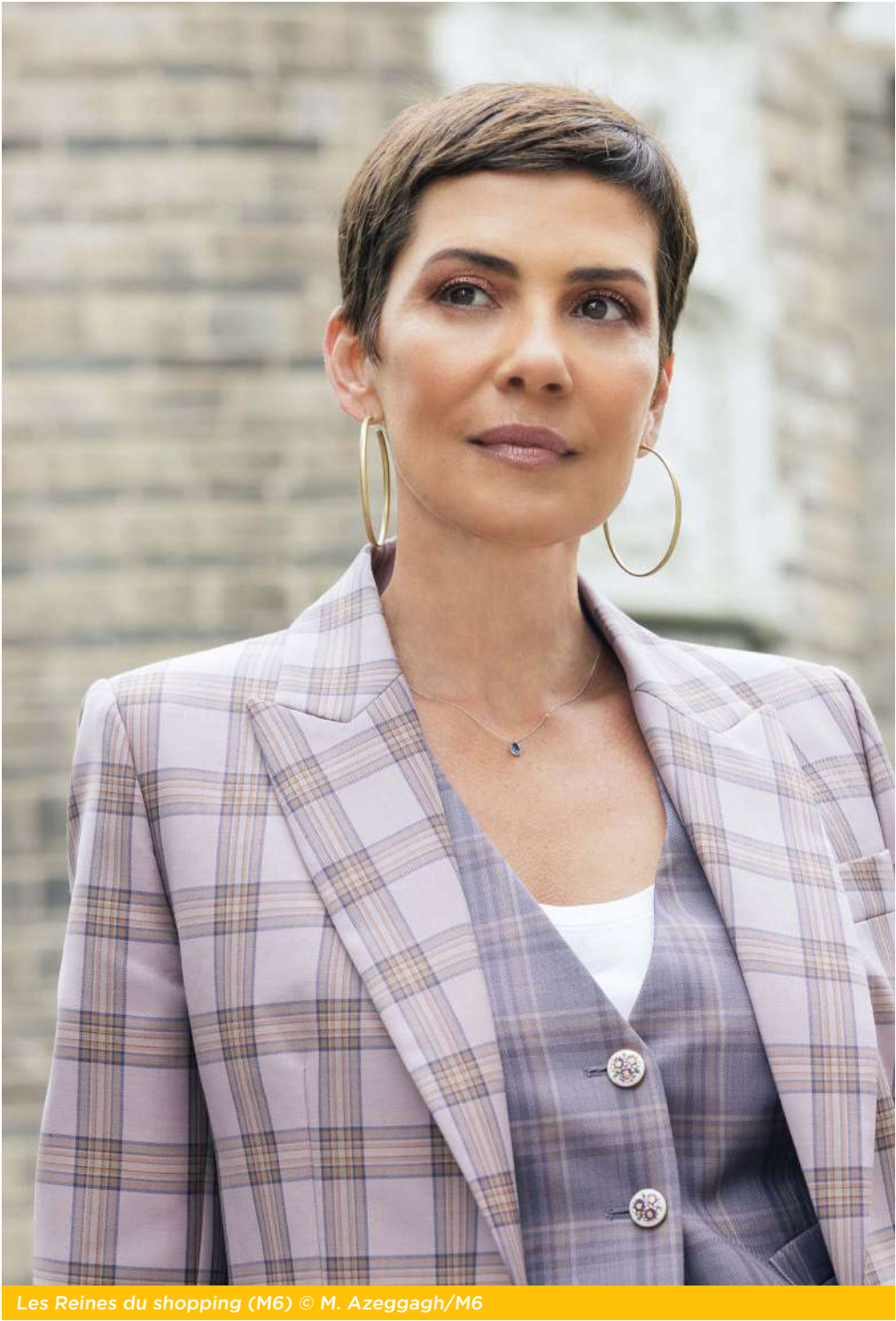
Tarification

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	+15%
Message multiproduit	+15%
Ciblage jour	+15%
Ciblage horaire	+15%
Ciblage position écran*	+15%
Exclusivité du spot dans l'écran	sur demande
Ciblage exclusion mobile ou tablette	+10%
Exclusion IPTV	+20%
100% IPTV	-10%
Exclusion sectorielle	+15%



Les Reines du shopping (M6) © M. Azeggagh/M6



M6 adressable

NOS SOLUTIONS DISPONIBLES EN TV SEGMENTÉE

ACHAT D'ESPACE EN PUBLICITÉ SEGMENTÉE M6 ADRESSABLE

La publicité segmentée est une réponse innovante à vos problématiques marketing les plus diverses.



COMMUNICATION LOCALE

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



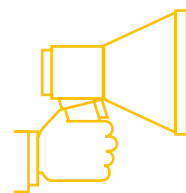
PRIMO ACCÉDANT TV

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



COUVERTURE OPTIMISÉE

Boostez votre reach auprès des petits consommateurs TV, ou auprès des foyers non exposés à votre campagne en linéaire.



AUDIENCE SUR-MESURE

Communiquez directement auprès de vos clients ou prospects (activation de data annonceurs ou tierces).



DCO (SUR DEMANDE)

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



MOMENT MARKETING

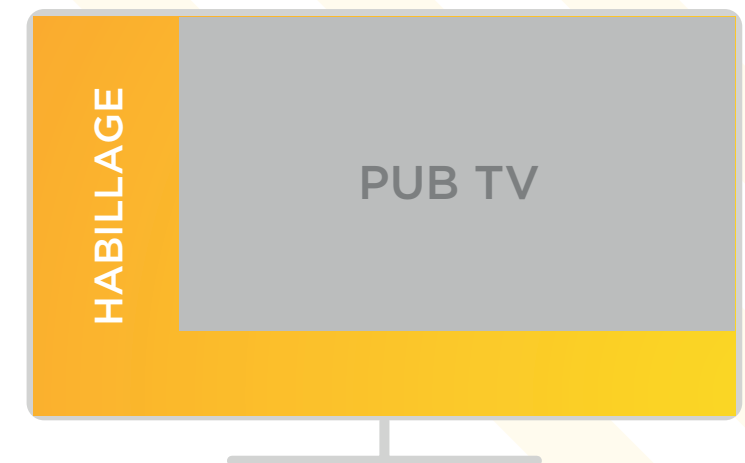
Déclenchez une campagne dès que la température cible est atteinte dans une zone géographique.

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

■ Sur les box opérateurs : diffusion ciblée d'un spot au sein d'un écran en lieu et place d'un autre spot



■ Sur HbbTV : diffusion ciblée d'un habillage L Banner



M6 adressable

TV SEGMENTÉE / BOX OPÉRATEUR



COMBINEZ

**LA TV SEGMENTÉE EST AUSSI ACTIVABLE
EN PROGRAMMATIQUE GARANTI À
TRAVERS 3 DSP (TTD / XANDR / HAWK)**



GÉOLOCALISATION

**CIBLEZ VOTRE ZONE COMMERCIALE
OU SURPRESSEZ UNE ZONE
SPÉCIFIQUE**

- Région
- Département
- Zone IRIS
- Zone de chalandise
- Agglomération/Zones urbaines



CONSOMMATION TV

**COMMUNIQUEZ SUR UNE AUDIENCE
EN AFFINITÉ**

- Petits/moyens/gros consommateurs TV
- Affinité centres d'intérêts toutes chaînes
- Watchers Groupe M6
(Top Chef/LMP/Gulli)



PROFILS

TOUCHEZ DES FOYERS QUALIFIÉS

- CSP-, CSP+, CSP++, hauts revenus
- Composition du foyer
- Type d'habitat/Profil socio-démo*
- Géotype
- CRM Onboarding

*porteur du contrat



MOMENT MARKETING

**ADAPTEZ VOS CRÉATIONS
PUBLICITAIRES SELON VOS CIBLES
OU LE LIEU OÙ ELLES SE TROUVENT**

- Météo
- Pic de pollution
- Seuil épidémique

M6 adressable

TV SEGMENTÉE / HBBTV



EN ENRICHISSEMENT DU SPOT

Affichage display. 10 secondes

Durée du spot. 20 secondes

Bénéfices. Personnalisation du message au niveau du foyer

EN PARALLÈLE DU PROGRAMME

Affichage display. 10 secondes

Périodes de diffusion possibles. Après-midi, access et prime time

Bénéfices. Émergence dans un environnement contextualisé

Tarification

TV SEGMENTÉE

ACTIVATION
GRÉ À GRÉ OU
PROGRAMMATIQUE

SUR LES BOX OPÉRATEURS. CPM BASE 20 SECONDES				DE DEUX CRITÈRES DATA	DE TROIS CRITÈRES DATA
	Ciblage Géolocalisation	Région	22 €	+3 €	+6 €
		Département	22 €		
		Zone urbaine/agglomération/chalandise/cp	28 €		
	Ciblage Profils	Socio-démo	22 €		
		Composition du foyer/csp/habitat/géotypes	27 €		
	Ciblage Consommation TV	Petits/moyens/gros consommateurs TV	32 €		
		Affinité/centres d'intérêts toutes chaînes	22 €		
		Watchers Groupe M6 (Top Chef/LMP/Gulli)	22 €		
	Ciblage Sur-mesure	CRM onboarding	32 €		
		DCO météo	32 €		
		Scénarisation : dco/reach +/storytelling	32 €		
SUR HBBTV					
		M6 adressable programme	30 €		
		M6 adressable spot	15 €		



02

OFFRE
PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

Audio

Audio

GROUPE M6 : UNE OFFRE D'AUDIO DIGITAL PUISSANTE

RTL

FUN
RADIO

RTL2

CGV
DIGITAL
2023

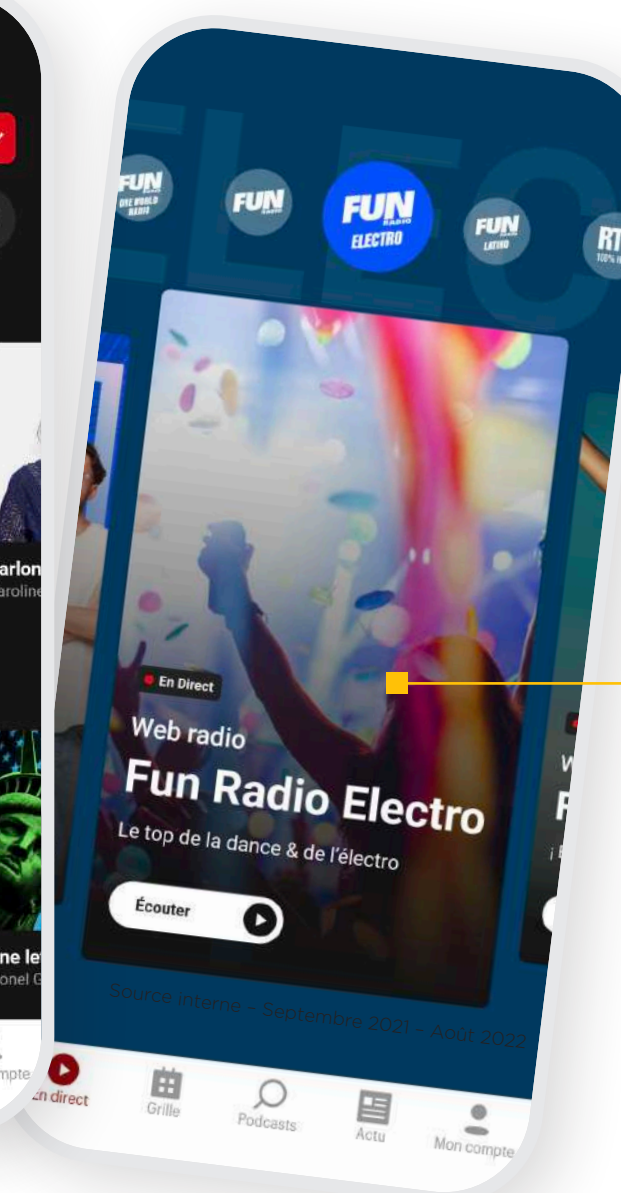
22

LIVE
25 MILLIONS
de streams/mois

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

ON DEMAND
33 MILLIONS
de téléchargements /mois

60M
CONTACTS
PAR MOIS
EN AUDIO
DIGITAL



WEB RADIOS
2 MILLIONS
de streams/mois

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

03
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

04
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

05
CHARTRE, QUALITÉ
PROTECTION ET DÉONTOLOGIE

Source : ACPM (player live) / Mediamétrie estat Podcast / Médiamétrie estat streaming (webradio)
Janvier-Juin 2022



Smart audio

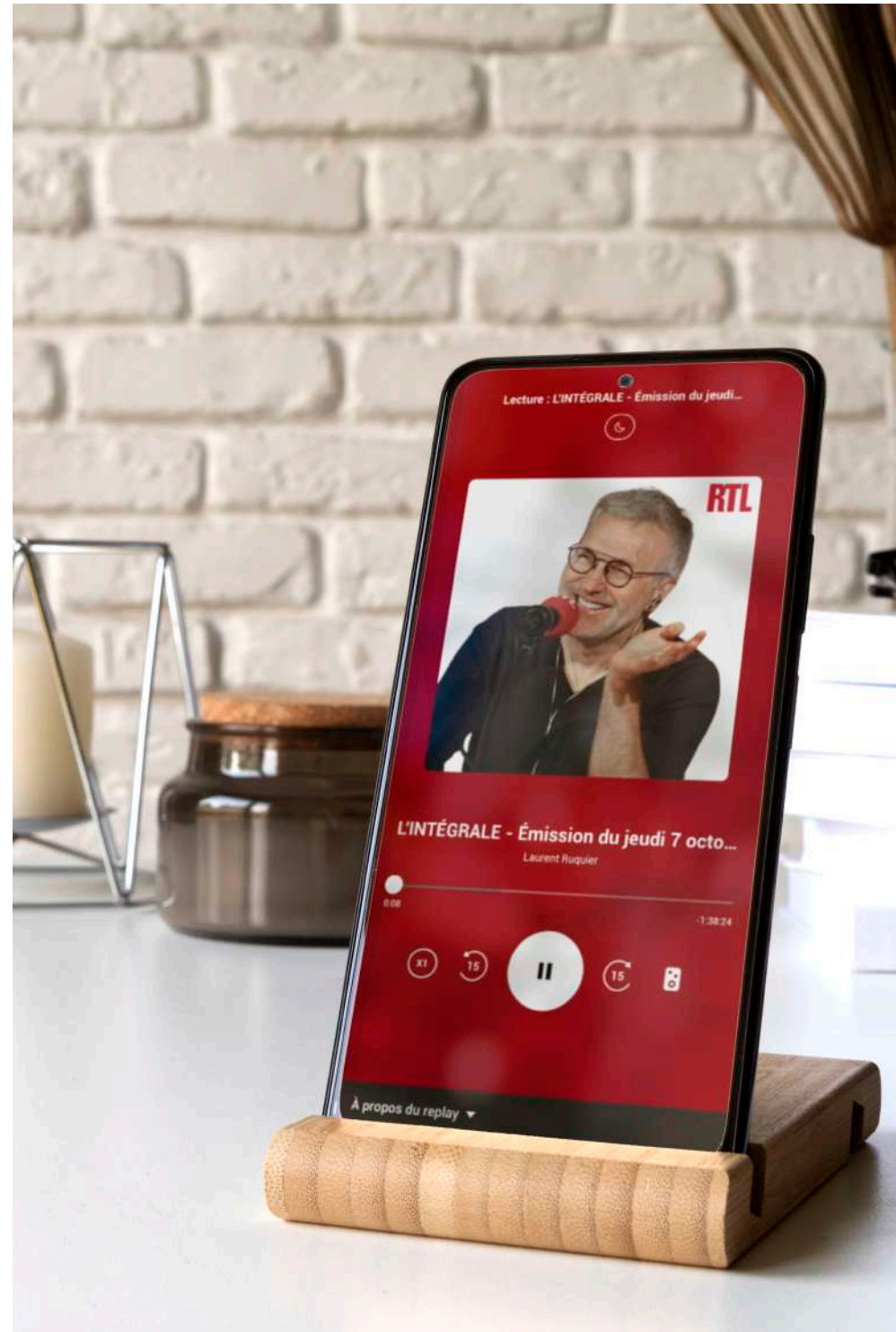
LA DATA AU CŒUR DE L'OFFRE AUDIO DIGITAL M6

CONCEPT

Profitez d'une 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.

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

Nos sites et applications RTL, RTL2 et Fun Radio sont certifiés par la mesure «Digital Ad Ratings», 1ère application éditeur à être certifiée par Nielsen.



Mesurez l'efficacité de vos campagnes audio

MÉTHODOLOGIE

- 300 interviews : 150 individus exposés en audio/ 150 individus non exposés
- L'étude se fait à travers les devices ID avec retargeting et envoi du questionnaire en display sur applications
- Nombreux critères de mesure : notoriété, mémorisation, considération, intention d'achat...

RETROPLANNING

- J-15 : prise de décision de faire un post-test
- J-5 : proposition de questionnaire
- J-2 : validation du questionnaire
- Réalisation de l'étude
 - ◆ Début de campagne +7
 - ◆ Fin de campagne +7
- J +10 : résultats du post-test

ACCESSIBILITÉ

- Solution de mesure activable à partir de **10 K€** d'achat média



Démarquez-vous en audio digital



L'INTERACTIVITÉ

Shake me

- Stimuler vos audiences en secouant le téléphone



LA VALORISATION DE VOTRE ENGAGEMENT

Tremplin green et Offre S6lidaire

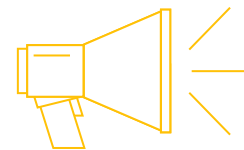
- Engagez votre marque grâce à nos écrans responsables



LE WAITMARKETING

6break audio

- Profitez d'une pause pour attirer l'attention



L'AMPLIFICATION

Audio + display

- Amplifiez votre message audio



LA CONTEXTUALISATION

Tremplin audio et Voix antenne

- Contextualisez votre spot audio

Tarification

LIVE ET WEB RADIOS : TARIFICATION GRÉ À GRÉ

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	CONTENUS	TARIF NET
PACKS (pré-roll)	Puissance	0-30»	RTL + RTL2 + Fun Radio	12,5 €
	Station		RTL ou RTL2 ou Fun Radio	
	Thématique		News business Entertainment Musique	13,5 €

AU PLUS PRÈS DU FLUX

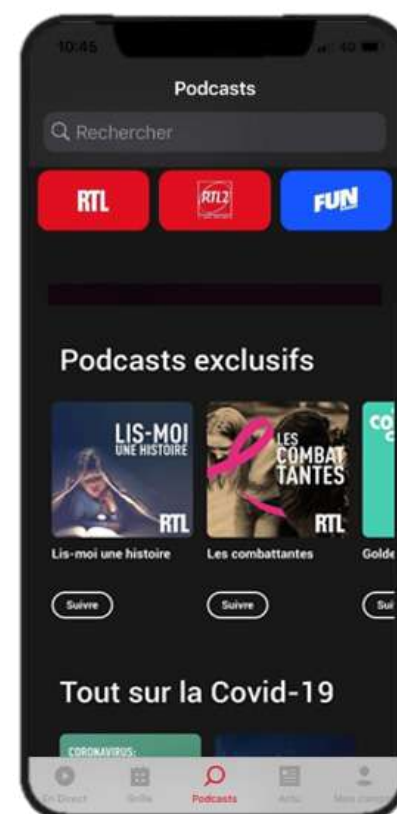


SPONSORING DE PODCAST



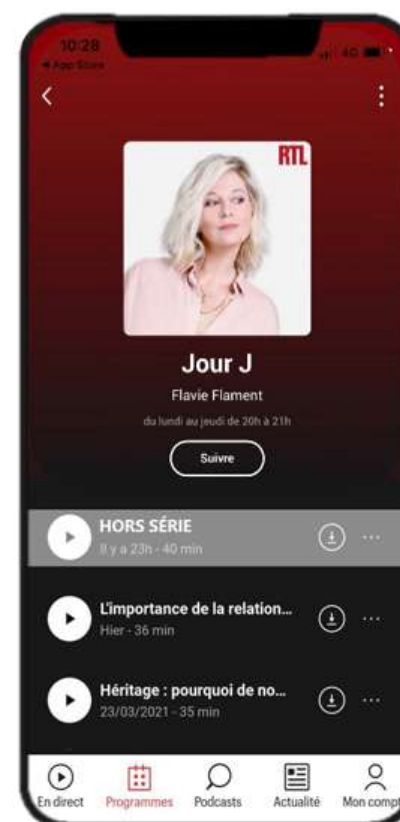
Bénéficiez d'un transfert de valeurs avec une présence de votre marque en 100% de part de voix sur le ou les podcasts de votre choix.

ÉPISODE HORS SÉRIE



Capitalisez sur l'audience fidèle d'un programme et proposez un contenu inédit autour d'un épisode hors-série.

CO PRODUCTION



En co-production avec RTL et 100% éditorialisée, créez une série de podcasts en lien avec la thématique que vous souhaitez mettre en lumière.

PODCAST DE MARQUE



Développez votre propre storytelling audio sur-mesure en vous appuyant sur le savoir-faire éditorial et technique de M6 Unlimited.

Tarification

PODCAST : TARIFICATION GRÉ À GRÉ

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



Tarification

PODCAST ET STREAMING : TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

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

PROGRAMMATIQUE
GARANTI : MINIMUM
DE 5 000 EUROS



02

OFFRE
PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

Pure players

Pure players

DES MARQUES RÉFÉRENTES DANS LEURS UNIVERS



8 millions de visiteurs
uniques par mois



Mixte
25-49 ans



7 millions de visiteurs
uniques par mois



Femmes
-35 ans



2,1 millions de visiteurs
uniques par mois



Femmes
25-49 ans



3,5 millions de visiteurs
uniques par mois



Hommes
35-49 ans



10 millions de visiteurs
uniques par mois



Femmes
25-49 ans



2,3 millions de visiteurs
uniques par mois



Femmes
25-59 ans



1,3 million de visiteurs
uniques par mois



Femmes
35-49 ans



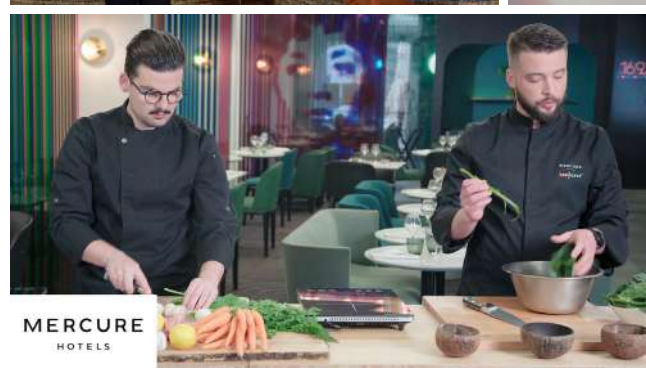
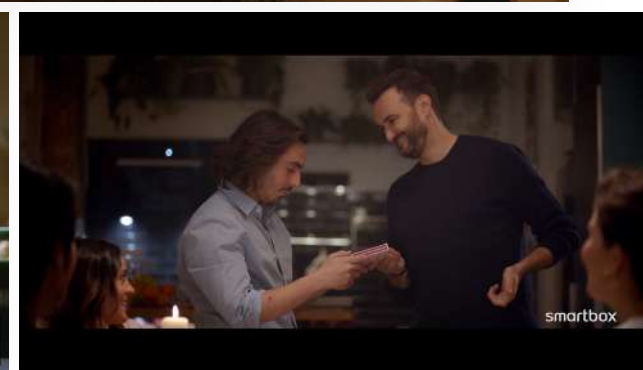
02

OFFRE
PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

Pour aller plus loin

Offre M6 Unlimited

L'AGENCE CRÉATIVE DÉDIÉE À L'ÉMERGENCE DE VOS MARQUES



VOIR LE
SHOWREEL

Partenaire des agences et des annonceurs, M6 Unlimited imagine des solutions originales, puissantes et engageantes sur tous les médias. De la télévision à la radio en passant par le digital, le social et l'influence, jusqu'à l'expérience terrain.

Riche d'un large catalogue de licences d'émissions phares et de personnalités influentes, M6 Unlimited repousse sans cesse les limites de son terrain de jeu afin d'offrir au public des dispositifs aussi engageants que divertissants!

Films publicitaires et institutionnels, formats médias événementiels, programmes courts, podcasts, social content, conventions d'entreprise... M6 Unlimited est le partenaire privilégié des marques qui souhaitent émerger.

M6 Unlimited: un peu, beaucoup, passionnément... vers l'infini!

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

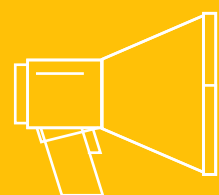
03
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

04
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

05
CHARTRE, QUALITÉ
PROTECTION ET DÉONTOLOGIE

L'offre Snapchat

EXPLOREZ DE NOUVELLES FRONTIÈRES ET
BÉNÉFICIEZ D'UNE EXTENSION D'AUDIENCE
SUR VOS COMMUNICATIONS AU SEIN DES
PROGRAMMES DU GROUPE M6



COMMUNIQUEZ
EN EXCLUSIVITÉ
AU COEUR DU
PROGRAMME DE
VOTRE CHOIX



1^{RE} OFFRE TV SUR
SNAPCHAT



puissance
contexte
AFFINITÉ
brand safety



01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE PUBLICITAIRE
ET TARIFICATION

03
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

04
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

05
CHARTRE, QUALITÉ
PROTECTION ET DÉONTOLOGIE

Nos offres RSE

PLAN D'ACTION RSE DU GROUPE M6

Depuis de nombreuses années, le Groupe M6 s'engage à travers de nombreuses initiatives portées sur ses antennes, les actions de sa Fondation et la Mission Handicap. Depuis 2021, la direction de l'Engagement anime la politique RSE (responsabilité sociétale de l'entreprise) du Groupe M6, en coordination avec les autres directions.

Grâce à une consultation de nos partenaires institutionnels, producteurs, distributeurs, commerciaux, du grand public et des collaborateurs, des enjeux RSE prioritaires ont été identifiés et constituent le socle du plan d'action RSE.

Composé de 6 feuilles de route, ce plan d'action n'est pas seulement le reflet du chemin à parcourir, il s'appuie également sur les atouts du Groupe M6, afin d'étendre les bonnes pratiques existantes à l'ensemble du Groupe.



Nos offres RSE

LA RSE, AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

Consommer plus responsable est devenu une véritable nécessité pour notre société. Aujourd'hui, plus d'1 français sur 2 fait en sorte de limiter son impact sur l'environnement (55 %) (Sociovision « *Les Français dans la société de l'après-covid* » Octobre 2021).

Ce qui amène vers de nouveaux comportements de consommation que M6 Publicité souhaite valoriser au travers de ces offres RSE :

PRIVILÉGIER LES CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX AVEC L'OFFRE 6GREEN

M6 Publicité souhaite soutenir et favoriser les marques faisant la promotion de **produits** (biens ou services) à **moindre impact sur l'environnement** au travers de sa gamme « **6green** », composée de nombreux écrans et formats publicitaires et disponibles en AVOD et en Audio Digital (mais également en TV Linéaire et Radio Linéaire). Cette offre a été développée **en collaboration** avec l'**ADEME** (Agence de la Transition Écologique). Les critères d'éligibilité à cette offre reposent sur le **cahier des charges*** de l'ADEME « Publicité, offre consommation responsable » et le spot de l'annonceur devra respecter les critères fixés par l'ADEME**.

6green

QUESTIONNER SA CONSOMMATION AVEC L'OFFRE 6SCAN NUTRISCORE

Le format 6scan se décline pour valoriser la **qualité nutritionnelle** des produits alimentaires et donne l'opportunité d'émerger grâce à la mise en valeur du nutri-score. Soutenue par une **explication complète** et **fiable** sur la signification du nutri-score, le 6scan nutriscore a pour objectif de **sensibiliser** nos audiences au **mieux consommer**. Cette offre interactive, disponible en IPTV (mais également en **TV**), met en avant le spot publicitaire au cœur d'un **habillage contextualisé** avec intégration d'un **QR Code**, redirigeant vers un **document officiel** disponible depuis le site de **Santé Publique France**.



ADOPTER DE NOUVELLES PRATIQUES AVEC L'OFFRE « COMPORTEMENTS RESPONSABLES »

Inspiré par son étude « Le Temps des Marques Responsables », M6 Publicité lance l'offre « Comportements Responsables ». Celle-ci a pour objectif de mettre en valeur via des boards dédiés d'entrée et de sortie les spots faisant la promotion de comportements plus responsables au sein d'écrans publicitaires disponibles en TV Radio et AVOD.

Accompagné par l'ADEME, M6 Publicité a retenu 8 comportements qui devront être au cœur du message publicitaire pour profiter de ce nouveau format : achat en vrac, de produits reconditionnés ou de seconde main,

louer plutôt que d'acheter, lutte contre le gaspillage alimentaire, répétabilité, recyclage, sobriété énergétique. »

COMPOTEMENTS
RESPONSABLES

L'ALTERNATIVE SOLIDAIRE DE LA PUBLICITÉ S6LIDAIRE

À l'heure où 9 Français sur 10 ne savent pas reconnaître une marque responsable (*Le Temps des Marques Responsables – M6 Publicité*), M6 Publicité s'associe à Goodeed et lance une offre solidaire cross-média inédite. Lors de sa diffusion, le spot de l'annonceur est enrichi d'un élément créatif « solidaire » pour concrétiser l'engagement de l'annonceur auprès du grand public (Ex AVOD : ajout d'un habillage contextualisé solidaire). Disponible en AVOD et en audio Digital (mais également en TV Linéaire et Radio Linéaire).

S6LIDAIRE

* Ce cahier des charges permet à M6 Publicité de définir si le spot de l'annonceur et tous les produits mis en avant dans le spot sont éligibles aux offres 6green

** 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.

Nos offres RSE

5 NOUVELLES CIBLES « ENGAGEMENT » DISPONIBLES EN TV SEGMENTÉE ET EN AVOD

- Transition écologique
- Mieux consommer
- Égalité entre les femmes et les hommes
- Diversité et solidarité
- Recherche médicale et sensibilisation du grand public

LE GUIDE DES BONNES PRATIQUES D'ÉCO-PRODUCTION DE M6 UNLIMITED

Dans le cadre des engagements RSE de M6 Publicité, M6 Unlimited accompagne ses partenaires et annonceurs vers l'organisation de tournages plus responsables.

Pour sensibiliser et encourager nos producteurs internes, nos prestataires et nos clients à adopter des actions ecoprod, M6 Unlimited a mis en place un guide de bonnes pratiques des productions. À travers ce guide, des conseils utiles et de bon sens.

Quelques exemples :

- En préparation, penser dès l'écriture du projet aux impacts RSE sur la production et les optimiser.
- En production, mettre en place une régie éco-responsable, privilégier le co-voiturage, optimiser le traitement des déchets et le recyclage des décors. Sensibiliser chaque corps de métier à la démarche.
- En postproduction, privilégier le travail en basse résolution et l'archivage dès que possible.





03

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Espace classique

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION DIGITAL



Les Cinquante (W9) © J-P. Baltel/W9

ENVOI DES CRÉATIONS

Les créations doivent impérativement être envoyées 3 à 5 jours ouvrés à l'avance à l'équipe Adops :

adops@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.

Téléchargez le document complet des spécifications techniques sur le site de M6 Publicité.

1. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

1.1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1.1 Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les instructions de diffusion (plans de roulement, Pub ID, ...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent impérativement et exclusivement être communiquées via MyDiffTV, la plateforme en ligne dédiée à l'échange de ces informations et commune à l'ensemble des régies souscriptrices, accessible à l'adresse **mydiff.tv**. Cette plateforme est accessible gratuitement. Afin de sécuriser la diffusion et garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'annonceur ou son mandataire : agence média, agence conseil en charge de la création, de la production et déclarée à l'ARPP.

Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra pas être pris en compte par M6 Publicité.

Au-delà de l'envoi des instructions de diffusion, toute question liée au éléments de diffusion doit être adressée à **diffusion-publicitaire@m6.fr**.

1.1.2 Les fichiers de diffusion doivent impérativement être livrés au format de diffusion 16/9 et en Haute Définition (HD). L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à remettre un fichier numérique à M6 Publicité.

1.1.3 La livraison des fichiers numériques de diffusion devra être effectuée par l'une des sociétés tierces autorisées, Peach ou Adstream.

Le matériel livré doit respecter intégralement la dernière version des recommandations techniques élaborées par les groupes de travail conjoints CST/FICAM/HD Forum et publiées sur le site ficam.fr.

Les fichiers devront notamment respecter la recommandation CST - RT - 017 - TV - v3.0 - 2011.

Chaque envoi de fichier numérique de diffusion doit être accompagné des renseignements suivants :

- Annonceur
- Nom du Produit / Ciblage
- Pub ID
- Titre du film identique à celui déclaré à l'ARPP
- Durée
- Version identique à celle déclarée à l'ARPP
- Dans le cadre d'un film comportant une mention légale pouvant faire l'objet d'alternance (notamment : mention sanitaire, automobile, ...), préciser la mention concernée par le film (exemple : « Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour »)
- Date d'envoi des éléments à M6 Publicité

1.1.4 Pour améliorer le confort d'écoute du téléspectateur et pour répondre d'une part aux exigences légales et réglementaires et d'autre part à la délibération n°2011-29 de l'ARCOM du 19 juillet 2011, obligeant les chaînes à diffuser le son de chaque élément de programmes sur leurs antennes à une intensité sonore moyenne de -23 LUFS, les films doivent être livrés en conformité avec la version 3.0 de la **recommandation PAD éditeurs RT017**

- Si un film ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Publicité pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) film(s) fourni(s) sans que l'annonceur puisse s'y opposer, ce que l'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production reconnaissent et acceptent expressément.
- L'annonceur et ses prestataires dûment habilités devront se conformer à la charte d'engagement de livraison dématérialisée des films publicitaires, disponible sur le site du SNPTV et **m6pub.fr**.

1.1.5 La livraison des fichiers de diffusion à M6 Publicité doit intervenir au plus tard 5 jours ouvrés avant la première diffusion.

En cas de retard dans la remise du matériel ou de remise non-conforme aux exigences énoncées aux présentes CGV entraînant une non diffusion, le prix du message programmé sera intégralement dû par l'annonceur à M6 Publicité.

Si le délai de remise des éléments n'est pas respecté et si les instructions de diffusion n'ont pas été communiquées via **mydiff.tv**, toute erreur ou omission dans la diffusion d'un film publicitaire engageront la seule responsabilité de l'annonceur, ainsi que de son mandataire (agence, TV Production) en charge de l'envoi du film et des instructions de diffusion

1.1.6 Au cas où, pour des raisons techniques, juridiques, de contexte programme, d'horaire de diffusion, etc..., le message publicitaire se révèle impropre à la diffusion et que l'annonceur ne peut pas fournir de nouveaux éléments dans les délais requis, le prix reste dû intégralement par l'annonceur comme si la diffusion avait eu lieu.

1.1.7 Toute réclamation concernant la programmation et/ou la diffusion d'un message et/ou la qualité technique d'un message doit être impérativement formulée, à peine de déchéance, dans les 3 jours après diffusion dudit message. Si l'annonceur, son mandataire ou la société en charge de la production, après accord de M6 Publicité, souhaitent apporter des modifications d'ordre technique au message diffusé, les frais occasionnés par ces opérations seront entièrement supportés par le demandeur.

1.1.8 Afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, M6 Publicité pourra demander en cours de campagne et si nécessaire de nouveaux éléments techniques.

1.1.9 Passé un délai d'un an après la date de la dernière diffusion d'une campagne, les supports de diffusion pourront être détruits à l'initiative de M6 Publicité qui pourra alors demander une nouvelle livraison des fichiers de diffusion en cas de rediffusion.

1.1.10 L'achat d'espace publicitaire est indépendant de l'achat d'opération de parrainage et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents :

- sur les émissions parrainées dans ou autour desquelles les écrans publicitaires sont diffusés,
- sur les bandes-annonces de l'émission parrainée situées avant ou après les écrans publicitaires.

2. CONFORMITÉ DES MESSAGES

2.1 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, usages, recommandations et/ou chartes et autres

engagements régissant la publicité et la communication audiovisuelle ou contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.

- si l'ARCOM juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du film publicitaire à l'antenne. M6 Publicité, dans ce cas, n'est redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

2.2 M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur ou son 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 ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

2.3 Rôle de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité - **arpp.org**): 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 publicité et de la communication audiovisuelle, aux recommandations de l'ARPP et plus particulièrement à la recommandation «Développement durable». Les annonceurs ou leurs prestataires mandatés (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) doivent soumettre à l'ARPP les films publicitaires (dans toutes leurs versions) ainsi que tous les documents afférents avant la première diffusion, en spécifiant le mode de diffusion Segmenté

Ces éléments reçus par l'ARPP se voient attribuer un numéro d'identification Pub ID qui doit être impérativement communiqué à M6 Publicité conjointement à l'envoi du film et au sein des instructions de diffusion envoyées via **MyDiffTV**. Sur la base des éléments reçus,

l'ARPP rend un avis définitif relatif à la diffusion du film publicitaire. Cet avis doit être favorable et remis à M6 Publicité au plus tard 2 jours ouvrés avant diffusion. Pour plus d'informations : **arpp.org**.

3. RESPONSABILITÉS

3.1 Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaître et respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la réglementation.

3.2 L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production 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. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 Publicité et l'éditeur contre toute réclamation et tout recours, 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.

3.3 L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à ce que le nom de campagne associé au film et indiqué au sein des instructions de diffusion soit le même que celui de l'ordre

d'achat d'espace effectué. Toute diffusion d'un film publicitaire en lieu et place d'un autre film publicitaire, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur. Dans le cas de campagnes portant des noms provisoires, M6 Publicité s'engage à ce que toute confidentialité imposée par l'annonceur, ses mandataires ainsi que la société en charge de la production soit respectée par tous ses collaborateurs. Dans tous les cas, il est impératif qu'au plus tard 10 jours avant diffusion, le nom de campagne associé aux films publicitaires fournis et celui de l'ordre d'achat soient rigoureusement identiques. À défaut, la responsabilité de M6 Publicité ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

5. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

5.1 Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité télévisée et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire ou déontologique. Dans ce cadre, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (informations à caractère sanitaire, domaine de l'énergie, crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.).

5.2 Notamment, en ce qui concerne les vidéos, films, DVD, jeux vidéo, services téléphoniques, SMS, ou sites Internet, le message publicitaire ne doit pas comporter des scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public.

CONCERNANT

- Les vidéos, films, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 12 ans, le film doit :
 - ♦ être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 12 ans »
 - ♦ ne pas être diffusé dans les émissions destinées à la jeunesse, ni à proximité (dans les 10 minutes qui précèdent ou suivent ces émissions)
- Les vidéos, films, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 16 ans, le film doit :
 - ♦ être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 16 ans »
 - ♦ ne pas être diffusé dans les écrans dont l'intitulé est inférieur à 2030
- les vidéos, films, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 18 ans sans caractère pornographique, le film doit :
 - ♦ être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 18 ans »
 - ♦ ne pas être diffusé dans les écrans portant un intitulé inférieur à 2230.
- les services téléphoniques, télématiques, sites Internet ou produits réservés ou destinés aux adultes, d'une part; les services SMS susceptibles d'exploiter l'inexpérience et la crédulité des mineurs, d'autre part, le film doit être exclusivement diffusé dans les écrans portant les intitulés 2340 à 2699 inclus. M6 Publicité se réserve le droit dans tous les cas de refuser ou d'interrompre la diffusion de ces messages publicitaires selon le contexte émission dans lequel les écrans publicitaires sont programmés. Ces restrictions sont susceptibles d'adaptation selon les chaînes et contextes programmes.

5.3 Pour plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés (notamment en TV Segmentée) et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif,

règlementaire ou déontologique, contactez M6 Publicité.

6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS ÉLÉMENTS À FOURNIR :

- 1 fichier HD, envoyé à M6 Publicité - Chaîne M6
- Livraison dématérialisée
- Prestataires de livraison autorisés :
 - Peach
 - Adstream

DELAIS DE REMISE DES ÉLÉMENTS
5 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

OBTENTION DE L'AVIS FAVORABLE DE L'ARPP (OU N° AGRÉMENT)

2 jours ouvrés avant la 1re diffusion

INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les instructions de diffusion (Pub ID, rotation des films...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent impérativement et exclusivement être communiquées via **MyDiffTV**, la plateforme en ligne dédiée à l'échange de ces informations et commune à l'ensemble des régies.

Cette plateforme est accessible gratuitement. Afin de sécuriser la diffusion et garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'annonceur ou son mandataire: agence média, agence conseil en charge de la création et/ou de la production et déclarée à l'ARPP. Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra plus être pris en compte par M6 Publicité.



04

**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 :

- Reconnassent 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 des Sites M6 (ensemble « l'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 internet, sites mobiles et applications des éditeurs du Groupe M6 (ensemble les « Sites M6 »). Dans l'ensemble du document, M6 Publicité Digital est compris sous la dénomination M6 Publicité.

3. ATTESTATION DE MANDAT

3.1 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**) 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.

Toute autre disposition présente dans l'attestation de mandat ne pourra en aucun cas être opposable à M6 Publicité.

Les attestations de mandat valables pour l'année 2023 doivent être adressées 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

3.2 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.

3.3 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.

3.4 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.

3.5 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, dans des conditions spécifiquement mentionnées dans l'ordre d'insertion signé entre les parties.

5. SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

Tout document contractuel, notamment les bons de commande (ordres d'insertion) et les attestations de mandat, pourra dans le cadre d'achat d'espace, être signé par voie électronique avec l'annonceur et/ou son mandataire. À 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 documents contractuels par voie électronique via le prestataire agréé de M6 Publicité «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.

6. REPORT OU ANNULATION D'ORDRE

Tout report d'ordre de publicité 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 30 % 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 de publicité doit impérativement être adressée à M6 Publicité au moins 7 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 :

- 50% 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 la 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.

7. CONFORMITÉ DES MESSAGES PUBLICITAIRES

7.1 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.

7.2 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.

7.3 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

8. RESPONSABILITÉ DE L'ANNONCEUR

Pour les besoins du présent article :

- l'annonceur s'engage autant en son nom qu'au nom de ses prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur du film publicitaire, etc), ci-après les « mandataires », à respecter les obligations et garanties prévus, ceux-ci étant conjointement et solidairement responsables et ci-après désignés ensemble « l'annonceur » ;
- M6 Publicité et l'annonceur sont ci-après désignés ensemble ou séparément « une/la(la/les) partie(s) ».

8.1 TOUT MESSAGE PUBLICITAIRE EST MIS EN LIGNE SOUS LA SEULE RESPONSABILITÉ DE L'ANNONCEUR.

L'annonceur déclare que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle et digitale. Il garantit 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 s'engage 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.

8.2 RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION APPLICABLE À LA PROTECTION DES DONNÉES ET AUX COOKIES

8.2.1 RÈGLES DATA APPLICABLES.

L'annonceur s'engage 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 »), et toutes autres dispositions légales, réglementaires et interprofessionnelles applicables aux traitements de données personnelles; ces textes étant ensemble désignés

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.

8.2.2 PRINCIPE D'INTERDICTIONS

L'annonceur est pleinement informé, qu'à moins d'obtenir l'autorisation préalable de M6 Publicité et de conclure un accord spécifique tel que prévu au paragraphe ci-après, sont interdit(e)s :

- toute collecte ou récupération de données personnelles par quelque moyen que ce soit sur les Sites M6;
- toute lecture et/ou écriture de cookies sur les terminaux des utilisateurs des Sites M6 (désignés les « utilisateurs » ou les « personnes concernées »), ou utilisation de toute technique permettant d'inscrire des informations dans les terminaux des utilisateurs et,
- tout traitement de données personnelles issues de ces cookies, destinés notamment à alimenter ses bases de données propres 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 cookie non conforme aux règles data applicables ne soit déposé sur les Sites M6.

8.2.3 EXCEPTIONS

A. Collecte et traitements de données par les annonceurs autorisé par le biais d'un accord spécifique

En cas d'accord de M6 Publicité pour que l'annonceur puisse effectuer une des opérations susvisées, 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 M6 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.

En particulier, l'annonceur ne pourra en aucun cas collecter et/ou traiter de données relatives aux utilisateurs des Sites M6 dites « sensibles » au sens des règles data applicables, ni de données concernant des enfants de moins de 16 ans.

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,
- 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),
- aux lieux d'hébergement et de stockage des données.

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'annonceur s'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 dans l'accord data spécifique, 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 règles data applicables, 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 tout tiers 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.

B. On-boarding de données annonceurs

> a. Description de l'offre

Dans l'hypothèse où l'annonceur souhaiterait souscrire à une offre M6 PUBLICITÉ impliquant un ciblage publicitaire sur la base de segments combinant les données fournies

par l'annonceur et les données à disposition de M6 Publicité (« offre on-boarding »), pour une diffusion sur 6PLAY (« offre on-boarding classique ») et/ou en TV SEGMENTÉE (« offre data tierce TV segmentée »), via M6 ADRESSABLE ou une autre solution permettant le ciblage des publicités, les conditions de traitements sont définies au présent article.

i) Le principe de fonctionnement de l'offre on-boarding classique est le suivant :

- Un annonceur envoie à M6 PUBLICITÉ par un mode sécurisé une base de données clients via un fichier contenant des adresses emails hashées/cryptées; cela peut être une liste d'emails clients à cibler ou à exclure (« base annonceur »);
- Les données reçues sont intégrées dans la DMP de M6 PUBLICITÉ contenant des adresses emails des utilisateurs des sites M6 également hashées/cryptées (« base M6 »);
- M6 PUBLICITÉ identifie au sein de sa DMP les emails communs entre la base annonceur et la base M6 et crée un segment avec les contacts communs;
- La campagne de l'annonceur X est diffusée sur ce segment spécifiquement via l'ad server de M6 PUBLICITÉ sur le site 6PLAY;
- Le segment est ensuite supprimé de la DMP de M6 PUBLICITÉ à la fin de la campagne.

Le principe de fonctionnement de l'offre data tierce TV segmentée est le suivant :

- Un annonceur Y envoie à un tiers de confiance partenaire de M6 PUBLICITÉ et/ou de l'opérateur box partenaire (le « tiers de confiance ») par un mode sécurisé une base de données clients via un fichier contenant des adresses emails hashées/cryptées; cela peut être une liste d'emails clients à cibler ou à exclure (« base annonceur »);
- En parallèle l'opérateur box partenaire de M6 PUBLICITÉ envoie au même tiers de confiance par un mode sécurisé sa base de données clients box via un fichier contenant des adresses emails hashées/cryptées (« base opérateur »);
- Le tiers de confiance identifie au sein de sa base (la « base du tiers de confiance ») les emails communs entre la base annonceur et la base opérateur et crée un segment avec les contacts communs;
- Ce segment est transféré à M6 PUBLICITÉ vers son adserver;
- La campagne de l'annonceur Y est diffusée sur ce segment spécifiquement via l'adserver de M6 PUBLICITÉ en TV segmentée;
- Le segment peut ensuite être supprimé de la base de données de l'adserver de M6 PUBLICITÉ à la fin de la campagne.

> b. Obligations de l'annonceur

À ce titre l'annonceur s'engage à, conformément aux exigences des règles data applicable :

- avoir informé les personnes concernées relativement aux traitements effectués par l'annonceur et M6 Publicité prévus dans cet article ;
- collecter le consentement valide des personnes concernées à des fins de segmentation et de publicité

ciblée par l'annonceur, via une Consent Management Platform conforme aux exigences des règles data applicable ;

- ce que chaque adresse email soit cryptée par l'annonceur avant d'être mis à disposition de M6 Publicité (mode de cryptage universel « MD5 » ou « SHA256 ») ;
- tenir à disposition de M6 Publicité, et à lui communiquer à première demande écrite, tout document ou preuve nécessaire pour démontrer son respect de la présente clause ainsi que des règles data applicables ;
- répercuter les signaux de non-consentement à M6 Publicité en temps réel (car 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 et/ou le traitement de ses données personnelles (« opt-out »), ce que l'annonceur reconnaît et accepte expressément) ;
- respecter strictement les obligations mises à charge dans le cadre de cet article et des règles data applicables.

> c. Obligations de M6 PUBLICITÉ

M6 PUBLICITÉ s'engage à:

- n'utiliser les données des personnes concernées que pour l'annonceur en question, à des fins de segmentation et de publicité ciblée sur les Sites M6 ;
- ne pas utiliser les données concernées à des fins d'enrichissement de la base M6 ;
- ne pas monétiser les données auprès de tiers ;
- ce que les données concernées soient supprimées dès la fin de la campagne ou conservées pour une vague de campagne ultérieure uniquement sur demande et avec accord de l'annonceur en question.

> d. Clauses communes

Chaque partie est seule responsable de procéder aux modifications et suppressions nécessaires sur ses propres bases de données, systèmes d'information et fichiers de toute nature pour donner effet aux droits que tiennent les personnes concernées en application des règles data applicables, lorsque les conditions d'exercice de ces droits sont remplies.

Chaque partie pourra être point de contact pour la réception et le traitement des demandes d'exercice des droits des personnes concernées. Chaque partie s'engage à ce titre à publier une adresse électronique de contact à destination des personnes concernées pour l'exercice de leurs droits, à assurer le suivi et le traitement des demandes reçues à cette adresse électronique ainsi que par toute autre voie, et à informer l'autre partie dans les meilleurs délais, des actions à mener pour faire droit à ces demandes, le cas échéant.

L'autre partie pourra, sans y être jamais obligée, participer à l'examen et au traitement des demandes reçues par la partie contactée en premier lieu et ladite partie pourra en retour solliciter son aide ou son avis dans le cadre de cet examen et de ce traitement, lorsque cela apparaîtra pertinent.

Les parties s'engagent à assurer à tout moment un niveau adéquat de sécurité des traitements et de confidentialité des données des personnes concernées, pour autant que et dans la mesure où leurs infrastructures, systèmes d'information, personnels, documentations, bases de données ou sous-traitants respectifs sont impliqués dans les traitements concernés.

L'annonceur garantit M6 Publicité des préjudices résultant pour cette autre partie d'un manquement de sa part à ses obligations propres prévues par ou découlant de la présente clause et/ou des règles data applicables. A ce titre, l'annonceur s'engage en particulier à tenir M6 Publicité indemne de toute action, contestation, réclamation ou plainte d'un quelconque tiers, ainsi que de toute sanction ou condamnation d'une quelconque autorité ou juridiction, qui aurait pour origine, cause ou fondement un tel manquement de sa part à ses obligations propres prévues par la présente clause et/ou des règles data applicable.

8.3 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.

Ces informations pourront contenir des données personnelles. Pour savoir quelles données sont collectées, 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.



Objectif Top Chef, Saison 8 (M6) © P. Robert/M6

9. MATÉRIEL

9.1 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.

9.2 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 totalement 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.

9.3 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 ci-avant.

10. EMBLEMES 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.

11. PARRAINAGE DE RUBRIQUES

11.1 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.

11.2 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.

12. FACTURATION

12.1 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 originale est adressée à l'annonceur conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993, un double de cette facture étant adressé à son mandataire dans l'hypothèse où celui-ci est en charge de la partie facturation ou paiement.

12.2 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.

12.3 La facturation des messages publicitaires est établie mensuellement.

12.4 Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. À 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.

13. 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 de paiement et des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire par l'annonceur ne libère pas ce dernier 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.

14. TARIFS

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

14.2 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.

15. RÉFÉRENCES COMMERCIALES

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

16. 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.

17. COMPÉTENCE

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^{er} janvier 2023. 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

18. 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 fixés 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).



Zone Interdite Spéciale Lady Di (M6) © S. Arnal/M6

19. M6 ADRESSABLE

19.1 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 2023.

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 pour l'offre M6 ADRESSABLE SUR LES BOX OPERATEURS 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'intérêt 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 2023. 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 2023.

19.2 M6 ADRESSABLE SUR HBBTV SEGMENTS

L'offre de segments proposés par M6 Publicité pour l'offre M6 ADRESSABLE SUR HBBTV 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 au CPM.

19.3 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. Les conditions juridiques principales en sont les suivantes :

- 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 ;
 - ♦ les messages publicitaires qui comportent l'indication par l'annonceur d'une adresse ou d'une identification locale explicite (sauf exceptions visées au décret susvisé).
- Lorsqu'ils ne sont pas diffusés simultanément dans l'ensemble de la zone de service, les messages publicitaires doivent être identifiés comme tels de manière appropriée.
- La durée consacrée à la diffusion de la publicité segmentée ne doit pas excéder 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.



Lego Masters (M6) © W. Simitch/M6



05

**CHARTE,
QUALITÉ
PROTECTION
ET DÉONTOLOGIE**

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**).

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 système de « spyware » (logiciel espion) permettant la diffusion de publicité hors des environnements

M6 Publicité s'engage notamment à pratiquer une publicité numérique responsable, comme en témoigne l'obtention du **label Digital Ad Trust** par **6play**, **RTL.fr**, **déco.fr** et **passeportsante.net**.

Ce label est en cours de refonte pour 2023 et M6 Publicité suit de près la mise à jour de ces engagements.

M6 Publicité implémente également le **Transparency and Consent Framework** de l'IAB sur tous les sites internet du Groupe M6 au côté de l'ensemble des acteurs de la publicité digitale, dans une démarche de conformité au 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 produits et services tels que sites de rencontres, hygiène-beauté (ex : produits liés à la sexualité), paris sportifs, etc. ; à ce titre, il est précisé aux annonceurs que l'inscription au site 6play n'est plus accessible aux moins de 16 ans ;
- 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.
- ♦ assurent une livraison des impressions publicitaires réparties au mieux sur l'ensemble de la période de campagne réservée
- ♦ participent 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 garantissant 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 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 dans le cadre de l'exécution des présentes CGV 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 »).

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 complémentaire sur simple demande de M6 Publicité (attestations, questionnaires, etc.).



Or Noir, saison 3 (6play) © Fifou/Nazhachi/Black Vision/Studios Lamy/6play

CONTACT

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

pubdigital@m6.fr

+33 (0)1 41 92 66 66
m6pub.fr

