

Édito **TF1 PUB**

Dans notre univers TV/Streaming ultra dynamique mais fragmenté, le reach est le facteur clé de succès pour assurer la performance des campagnes. Grâce aux audiences massives de TF1+, et à la solidité de nos chaînes linéaires, nous offrons, plus que jamais, des capacités de reach inégalées, quelles que soient vos cibles :

- En linéaire : les 8 chaînes du Groupe TF1 que complètent désormais les 2 nouvelles chaînes de la TNT gratuite T18 et Novo19, couvrent chaque semaine plus de 83% des 25-49 ans*
- En streaming : TF1+, qui a séduit jusqu'à 42,5 M de streamers mensuels cet été, offre également aux marques une adressabilité *at scale* pour leurs campagnes.

En 2026, TF1 PUB déploie son programme de transformation du trading publicitaire pour renforcer la lisibilité de ses inventaires, ainsi que l'accessibilité et l'achetabilité de son offre.

En linéaire, la nouvelle segmentation de nos inventaires reflète plus justement leurs attributs de performance pour les marques. **TF1 PRIME** regroupe les écrans du Prime-Time et certains écrans exceptionnels de TF1. Ces écrans sont les plus contributifs à l'efficacité et offrent le meilleur ROI du marché : 6.6€ pour 1€ investi, vs 5.5€ pour l'ensemble du média TV hors TF1. Ils seront désormais accessibles uniquement en achat Spot à Spot. Le segment **REACH**, regroupe tous les autres écrans des chaînes commercialisées par TF1 PUB, et ceux de TF1 hors TF1 PRIME. Une offre large aux profils d'audience complémentaires qui à elle seule peut fournir le socle de vos campagnes. Tous les modes d'achat, y compris l'achat en garantie MPI, sont activables sur cette offre pour un maximum de souplesse et de productivité.

La **stratégie digitale de la régie** s'accélère autour de la massification des audiences de TF1+. En 2026, son potentiel publicitaire va encore s'accroître, avec des formats toujours plus immersifs (Cover+ et Adpause animés, Habillage Content...) et le déploiement, courant 2026, des contenus du Groupe TF1 en linéaire et en streaming sur Netflix (abonnés avec et sans pub). Une stratégie d'hyper-reach dont bénéficieront naturellement les annonceurs actifs sur nos assets. Toutes les nouveautés TF1+ 2026 seront dévoilées le 12/11/2025, lors du second opus de l'Upfront TF1+ : *stay tuned!*

Ces évolutions s'accompagnent du lancement de **TF1 AdManager**, la nouvelle plateforme servicielle et transactionnelle de la régie, véritable trait d'union entre les environnements. Embarquant nativement l'IA, TF1 AdManager vise à offrir, pour tous les annonceurs et leurs mandataires, sur l'ensemble des supports et pour tous modes d'achat, une expérience d'achat fluide et performante facilitant le trading (simulation de campagne, achat en quelques clics, monitoring de la performance...).

Notre conviction : l'audiovisuel vit actuellement un nouvel âge d'or, porté par la solidité des performances audiences et business du linéaire et le développement rapide et massif du streaming gratuit.

Notre engagement : adapter nos offres, nos outils et notre trading pour pérenniser et rendre accessible à toutes les marques, la performance et l'efficacité de nos assets.

Belle saison 2026 à tous.

*Médiamétrie Mediamat – S1 2025



Ce qu'il faut retenir de la nouvelle segmentation TV linéaire de **TF1 PUB**

Meilleure lisibilité 2 inventaires distincts

TF1 PRIME

≈35% des GRP 25-49 ans*
Inventaires premium
Puissance instantanée
Achat en Spot à Spot uniquement



REACH

≈ 65% des GRP 25-49 ans*
Inventaires Multi-chaînes
Couverture maximisée
Achat en garantie et Spot à Spot



1 inventaire = 1 offre simplifiée

100%
Spot à Spot

Des écrans
EVENT

Arrêt
des VIP

1 seule
base 100
+ 1 seul
brief MPI

Achat
100%
Cours
d'Ordre

Arrêt
du
modulo

MPI
ouvert
à tous**

Modes d'achats et détails des offres ci-après

Nouvelle plateforme : **TF1 AdManager**

Une accessibilité renforcée avec de nouveaux parcours
d'achat en Self-served TV & Streaming

Des services pour faciliter votre quotidien

Identification distincte
des 2 inventaires dans les outils
de médiaplanning et de pige

TF1 AdManager

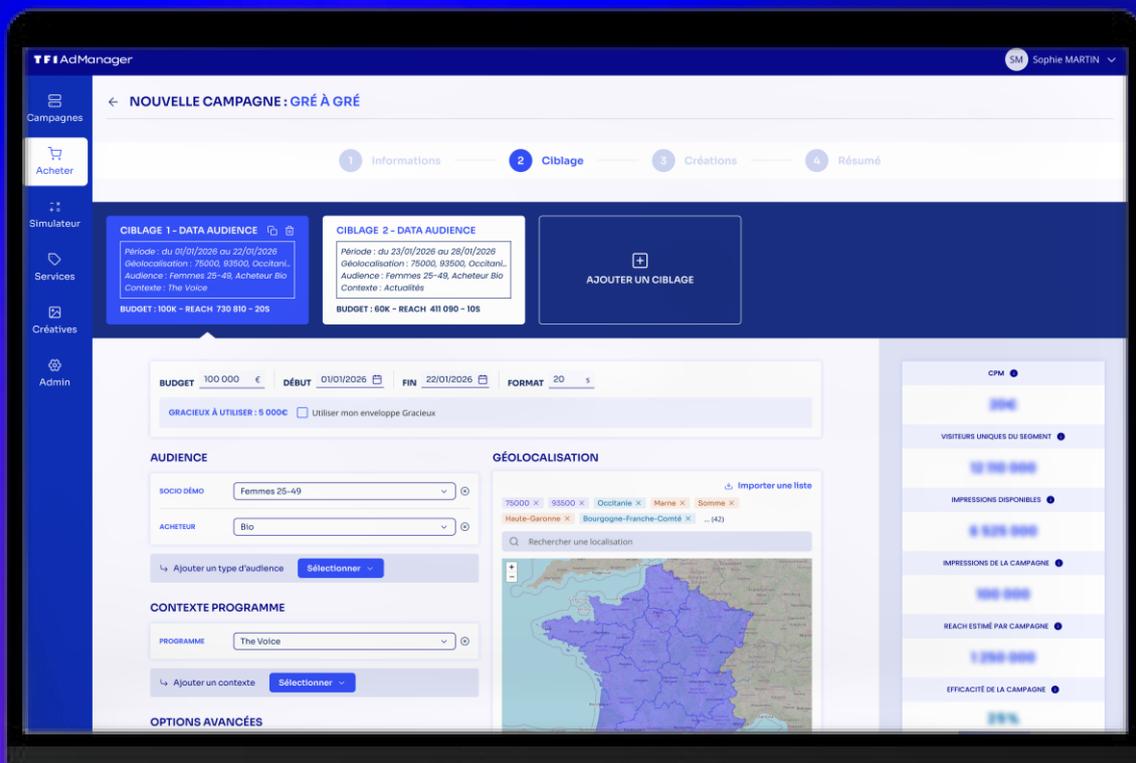
Création de nouvelles fonctionnalités :
Achats, programme de certification,
coffre-fort, bilans enrichis, FAQ...

*GRP écrans proposés par le groupe TF1, 25-49 ans, 1^{er} semestre 2025.

**Hors variété Films de cinéma hors films d'animation enfants (n°33010603) / Variété Films d'animation enfants (n°33010604) / Variété Spectacles vivants (n°32020301) / Famille Edition (n°16) / Secteur Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD (n°330108)

TF1 AdManager, nouvelle plateforme d'achat et de services pour toutes les marques

TF1 AdManager, qui allie nouvelles technologies et intégration native de l'IA, simplifie l'accès à l'ensemble de nos solutions publicitaires TV & Streaming et facilite le pilotage de vos campagnes en totale autonomie. C'est le point d'entrée unique pour acheter vos campagnes, accéder aux actualités de la régie et à vos services personnalisés.



1

AdManager

ACHETER
et **PILOTER**
vos campagnes

Parcours d'achat enrichis par l'IA
TV & Streaming
Suivis et bilans de campagne
Offres commerciales
Insights Graph ID

2

TF1 LeHub

CONSERVER
vos documents

Documents commerciaux
Études

3

TF1 Academy

SE FORMER
au quotidien

Programmes de certification
E-learning
et tutos

L'offre **TF1 PUB**, au cœur des usages des Français

9 FRANÇAIS SUR 10

en contact chaque semaine avec les contenus TF1 PUB



86%

de reach TV hebdomadaire des chaînes du groupe TF1 auprès des individus 15+ (83% auprès des individus 25-49)

37M

de streamers mensuels sur TF1+

60M

de reach mensuel sur les supports du Groupe TF1

Médiamétrie – Restit TV – couverture hebdomadaire et mensuelle – Moyenne 1^{er} semestre 2025

L'offre **TF1** PUB, le choix d'efficacité et de rentabilité pour vos campagnes



TF1

LE CHOIX DE L'EFFICACITÉ BUSINESS



6,3€

de CA incrémental pour 1€ investi sur la chaîne TF1.
+15% vs le global TV/BVOD hors TF1

**TF1
PRIME**

DES INVENTAIRES PREMIUMS PERFORMANTS



6,6€

de CA incrémental pour 1€ investi sur le Peak de TF1.
+20% vs le global TV/BVOD hors TF1

TF1 & SON OFFRE DE PARRAINAGE, DES COMMUNICATIONS DIFFÉRENCIANTES



6,8€

de CA incrémental pour 1€ investi en parrainage sur TF1.

Étude réalisée par Ekimetrics pour TF1 PUB, fondée sur plus d'une centaine de modèles économétriques soit plus de 30 annonceurs étudiés issus de 10 secteurs représentatifs du marché français sur une période de 3 années (2022 à 2024). Reposant à la fois sur un panel très large de campagnes TV (plus de 750 vagues) et sur une granularité très fine de données, l'étude a permis d'identifier avec robustesse des leviers tangibles de l'efficacité TV.

TF1+, la destination gratuite pour le divertissement familial et l'information

HPI
Haut Potentiel Informationnel

▶ **REPLAY**

▶ **PLUS D'INFO**

93M

D'HEURES CONSOMMÉES

MENSUELLEMENT soit
+37% vs 1^{er} challenger*

35%

DE PDA 25-49

MENSUELLEMENT soit
+12% vs 1^{er} challenger*

35M

DE VU

MENSUELS
Record en août
42,5M*

CONTENUS À FORTE VALEUR

TF1+, agrégateur de contenus à forte valeur

Reprenez **+30 000** heures de contenus
+300 séries, **200** films**
200 divertissements

Un partenariat avec

LE FIGARO **arte** **A&E** **L'EQUIPE**

ENVIRONNEMENT PUB PREMIUM

Taux de complétion à **98%**
Visibilité (norme MRC Vidéo) : **96%**
Brand safe : **100%*****

EXPERIENCE CROSS-DEVICE



+ de 25M de profils logués
+ de 6M de comptes appairés

OFFRE DATA PUISSANTE

+ DE 1 400 SEGMENTS
DATA DISPONIBLES

DONT + DE 500
SEGMENTS DATA RETAIL

3 FAI
& **8 DATA PROVIDERS**

NOUVEAU
LE CINÉ RÉCENT
À LA CARTE

Source : Restit TV Médiamétrie – 4 écrans – moyenne mensuelle S1 2025

** Films édités par TF1+ et éditeurs tiers

***Source : FW - Adserver Juin 2025 | IAS – données sur la période du 1er juin au 30 juin 2025. Visibilité MRC = 50% de surface visible pendant 2 secondes. TF1+ & TF1 INFO en OTT

Sommaire

01



**Espace
Classique**

Page 9

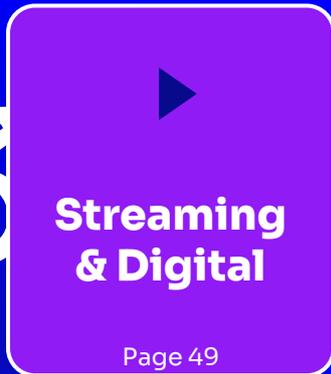
02



**Data &
Convergence**

Page 45

03



**Streaming
& Digital**

Page 49

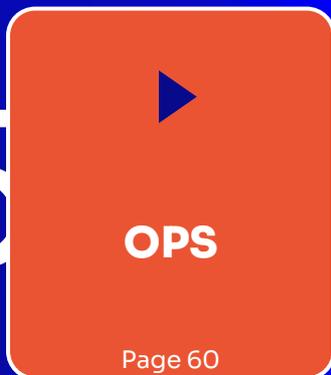
04



Parrainage

Page 51

05



OPS

Page 60

06



RSE

Page 69



Espace Classique

TF1 PRIME



Page 11

REACH



Page 14

TF1
AdManager



Page 28

Offres
catégorielles



Page 32

Conditions
tarifaires



Page 37

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

Espace Classique

Les offres commerciales permettant d'acheter de l'Espace Classique en 2026 sont les suivantes :

❑ **TF1 PRIME** qui regroupe les inventaires des écrans codés 2000 à 2199 de la chaîne TF1, ainsi que l'ensemble des écrans Event ayant pour terminaison 7 ou 8 quel que soit leur horaire de diffusion.

❑ **REACH** qui regroupe :

- les inventaires des écrans de la chaîne TF1, à l'exception des inventaires des écrans codés 2000 à 2199 et des écrans Event ayant pour terminaison 7 ou 8 quel que soit leur horaire de diffusion. Ci-après dénommés **TF1 REACH**.
- les inventaires des écrans des chaînes TNT et Thématiques : TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI, T18, Novo19, TV Breizh, Ushuaia, Histoire. Ci-après dénommés **TNT REACH**.

Il est rappelé que dans l'offre REACH, la chaîne TF1, les chaînes TNT et les chaînes Thématiques peuvent être achetées séparément en MPI ou en Spot à Spot. Les conditions commerciales des offres TF1 PRIME, d'une part, et REACH, d'autre part, sont indépendantes.

Quels modes d'achat ?

TF1 PUB propose plusieurs modes d'achat :

- ❑ Un achat sur-mesure sur les inventaires **TF1 PRIME** et **REACH**
 - Les offres en Spot à Spot
 - Les offres catégorielles
- ❑ Un achat clé en main sur les inventaires **REACH**
 - Les Packs Nets : Pour un engagement et un achat ferme d'au moins 3 packs nets, une remise de 10% sera appliquée sur chacun des packs. Les contenus et conditions des Packs Nets sont disponibles sur www.tfladmanager.fr.
 - Les offres MPI/MPI Priority : les campagnes MPI/MPI Priority éligibles peuvent être hybridées à hauteur de 12% maximum des GRP TV estimés de la campagne selon les conditions définies par TF1 PUB en page 47.



Espace Classique

TF1 PRIME



Page 12

REACH



Page 14

TF1
AdManager



Page 28

Offres
catégorielles



Page 32

Conditions
tarifaires



Page 37

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

Un inventaire offrant des performances d'audience rares et différenciantes

Capacité à fédérer tous les publics*



99% des 25-49 ans



45% des ICSP+



75% des 15-34 ans



65% des FRDA avec enfants

Puissance instantanée des écrans**

Un écran du Peak de TF1 c'est...

6,6x

plus puissant qu'un
écran de Peak
hors TF1

13x

plus puissant qu'un
écran moyen***
hors TF1

Champion de l'efficacité business****

6,6€

de retour sur investissement
pour le Peak de TF1



*Médiamétrie Mediamat, Couverture, période = septembre 2024 à juin 2025. **Médiamétrie Mediamat, GRP 25-49 ans, Part de GRP diffusés base TVG hors thématiques. ***Un écran de Peak de TF1 offre une audience moyenne 13 fois supérieure à l'audience moyenne des écrans de toutes les autres chaînes hors TF1 (périmètre TV Gratuite) ****Étude réalisée par Ekimetrics pour TF1 PUB, fondée sur plus d'une centaine de modèles économétriques soit plus de 30 annonceurs étudiés issus de 10 secteurs représentatifs du marché français sur une période de 3 années (2022 à 2024). Reposant à la fois sur un panel très large de campagnes TV (plus de 750 vagues) et sur une granularité très fine de données, l'étude a permis d'identifier avec robustesse des leviers tangibles de l'efficacité TV.

Les Offres Spot à Spot

EVENT

AVANTAGE : Les Event sont des écrans diffusés autour de programmes ou d'évènements exceptionnels à forte visibilité. Afin de favoriser la lisibilité de notre offre et l'anticipation de vos achats, ils ont une terminaison d'écran spécifique : 8 pour les événements sportifs et 7 pour les autres programmes. Les Event sont rattachés à l'offre TF1 PRIME quel que soit leur horaire de diffusion.

LES CONDITIONS : Les Event ne sont pas accessibles aux offres « PME-PMI & Nouvel Annonceur », « Entertainment », « Cinéma » et « Edition Littéraire ».

GOLDEN CONTEXT

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

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

LES CONDITIONS : Les écrans Golden Context ne sont pas accessibles aux offres « PME-PMI & Nouvel Annonceur », « Entertainment », « Cinéma » et « Edition Littéraire ».

L'ouverture et la commercialisation des écrans Golden Context se font via une offre spécifique envoyée au marché en amont de la diffusion. Les écrans Golden Context bénéficient d'un calendrier spécifique d'achat et de réservation précisé dans l'offre.

TF1 PUB se réserve le droit de vendre certains écrans Golden Context, les Golden Auction Spots, via un système d'enchère.

PREMIUM

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

LES CONDITIONS : Les Premium font l'objet de grilles tarifaires spécifiques, Tarif 1 et Tarif 2, et vous confèrent une priorité par rapport à toute autre offre, selon l'ordre décroissant des positions sur l'écran : 1 et 99, puis 2 et 98, ensuite 3 et 97.

PEAK HYBRIDE

AVANTAGE : Diffuser les écrans d'un même programme en télévision linéaire et en Streaming TV jusqu'à J+7 de la diffusion linéaire.

LES CONDITIONS : L'hybridation de l'écran sera également précisée dans Popcorn et Addside via EDI. Voir les modalités page 46.



Espace Classique

TF1 PRIME



Page 12

REACH



Page 14

TF1
AdManager



Page 28

Offres
catégorielles



Page 32

Conditions
tarifaires



Page 37

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

REACH

Un inventaire Multi-chaînes offrant une forte complémentarité de positionnement avec une structure d'audience large, socle essentiel pour la couverture de vos campagnes

Des audiences complémentaires



Généraliste de référence
Familial, tous publics



Smartainment
Urbains, actifs, 25-49 ans



Divertissements, GEN Z
Jeunes 15-34 ans, Femmes



L'info en continu sur le canal 15
Décideurs, CSP+



Séries et Cinéma
Femmes, 25-59 ans



Débats, documentaires, divertissements



Une chaîne nationale avec un ancrage territorial



Découverte & divertissement avec nos thématiques

Couverture large de l'offre

75%

DES 4+

76%

DES 25-49 ANS

75%

DES FRDA-50 ANS

en contact chaque semaine
avec les programmes constitutifs
du segment REACH

Médiamétrie Mediamat, couverture, septembre 2024 à juin 2025.
Hors T18, Novo19 et les chaînes thématiques.

Les Offres Spot à Spot

EMPLACEMENTS PREFERENTIELS

AVANTAGE

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

LES CONDITIONS

Une majoration est appliquée sur le CA brut Tarif des messages programmés en Emplacements Préférentiels :

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

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

Les Offres MPI



MPI, Mode de Programmation Internalisé, est un mode d'achat où votre campagne est construite automatiquement par TF1 PUB, à partir de critères de brief précis. Simple et rapide, il vous permet une maîtrise de vos coûts.

Vous pouvez personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères médiaplanning qui peuvent être complétés par des options si vous souhaitez avoir accès à plus de services.

Vous anticipez le coût de votre campagne, sachant qu'en fonction de vos choix (période de communication, pression par Day-Part souhaitée, ...), ce Coût au GRP référent MPI peut évoluer, à la baisse ou à la hausse.



Le MPI Priority reprend la même mécanique que le MPI et propose dès l'ouverture du planning :

- La garantie du respect du volume GRP global au moment de l'acceptation du brief. Le brief MPI Priority pourra être accepté dans sa globalité ou partiellement
- Des services supplémentaires :
 - A compter de la date de retour des ordres, réponse au brief annonceur en 8 jours ouvrables maximum et renvoi de la programmation dans ce même délai
 - Les options MPI sont incluses et activables sur demande
 - MPI accessible à des formats plus longs entre 31 et 45 secondes

Dans le cadre de l'offre REACH, les campagnes MPI/MPI Priority éligibles peuvent être hybridées à hauteur de 12% maximum des GRP TV estimés de la campagne selon les conditions définies par TF1 PUB en page 47.



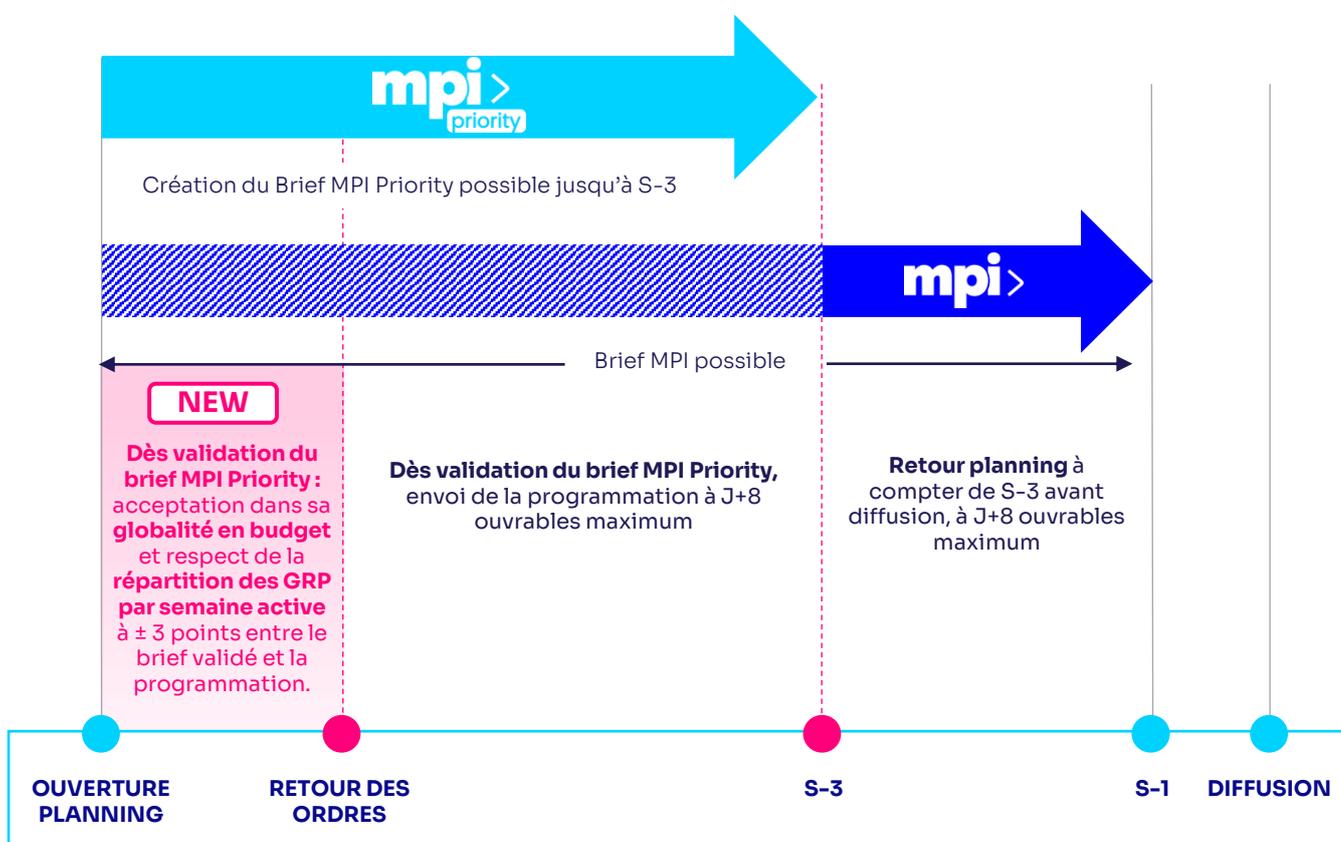
- Environnement de diffusion : catalogue diffusé en TV sur TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, T18*, Novo19*, les contenus AVOD (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) et Chaînes FAST thématiques (flux continus de contenus vidéos thématiques)
- Environnement « Brand Safe » quel que soit le périmètre de diffusion, la consommation Streaming sur le poste de TV est soumise à la même réglementation que celle présente en live TV
- Diffusion de vos campagnes dans un contexte de son « on » au lancement de la vidéo
- Conditions de visibilité et de prise en compte de la durée de visionnage comparables à celles de la TV
- Capacité à garantir une diffusion sur cible(s) achetée(s) en linéaire et non linéaire. Le cadre de diffusion en Streaming TV, AVOD et chaînes FAST thématiques, sera en affinité avec la cible TV achetée
- KPIs de restitution en GRP unifiés et standardisés, certifiés par Médiamétrie, mesureur tiers et garant de qualité des données communiquées en cours et fin de campagne

*Disponible courant 2026

Les Offres MPI

Process :

- 1 - Réception du brief
- 2 - Acceptation ou non du brief versus notre offre
- 3 - Si acceptation, envoi de la programmation

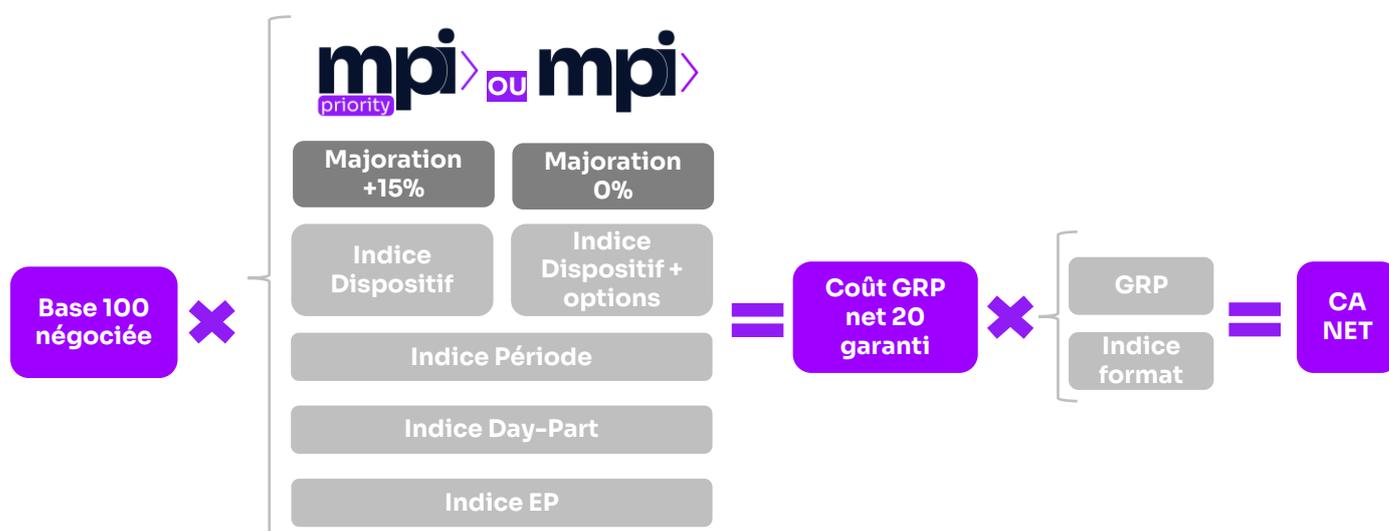


Les Offres MPI

LE COÛT

En amont de la première demande de programmation en MPI, en accord avec TF1 PUB, est définie **une « Base 100 » par cible, coût GRP net base 20 secondes non indicé**. Cette « Base 100 » évolue selon des grilles d'indices par cible. Les « Coûts GRP nets base 20 secondes » sont garantis sur la base d'un tarif standard, hors modulation et majoration applicables.

TF1 PUB s'engage à garantir le « Coût GRP net base 20 secondes » résultant de l'application sur chaque Base 100 des différents indices listés ci-dessous à concurrence du respect du budget net indiqué au sein du brief MPI accepté. En cas de dépassement, TF1 PUB appliquera un abattement complémentaire sur facture pour respecter cet engagement à l'euro près.



TF1 PUB pourra modifier les programmations des vagues MPI jusqu'à leur diffusion afin de respecter l'atteinte du « Coût GRP net base 20 secondes » par période et par Day-Part. Celui-ci sera ajusté par l'application d'une modulation complémentaire calculée par message.

LA PROGRAMMATION

Programmation des campagnes publicitaires assurée exclusivement par TF1 PUB dans le respect des modalités et au plus près des objectifs que vous avez définis dans le brief de programmation.

En cas d'hybridation de la vague, la programmation sera faite à la discrétion de TF1 PUB dans les conditions écrites en page 17.

La diffusion en Streaming sur écran de TV, AVOD et chaînes FAST thématiques exclut automatiquement l'Extra-night.

Pour les campagnes MPI/MPI Priority dont au moins un message a eu sa diffusion nationale impactée par une campagne TV segmentée d'un autre annonceur, l'audience diminuée du(des) message(s) concerné(s) de la campagne MPI est mesurée par Médiamétrie. L'audience ainsi corrigée est alors mise à disposition via les centres-serveurs (ex : Popcorn, Addside). Chaque semestre, TF1 PUB tient à la disposition de l'annonceur un bilan d'analyse des GRP servis de la campagne MPI incluant les éventuels impacts de l'audience diminuée.

TF1 PUB se réserve le droit d'exclure exceptionnellement certains écrans dans le cadre du mode d'achat en MPI.

Les Offres MPI

LA CRÉATION D'UN BRIEF MPI

Les demandes de programmation des vagues MPI sont à communiquer sous la forme d'un brief de programmation, disponible dans TFI AdManager, en indiquant :

- Les objectifs en nombre de GRP et en budget net maximum d'investissement
- La ventilation des GRP sur cible souhaitée :
 - par Day-Part*(Day, Access, Peak**, Night)
 - par semaine active***
 - par format sur chaque semaine active
- La (ou les) option(s) sélectionnée(s) pour ce brief au sein de l'offre MPI Priority

Et respectant les critères suivants :



Pas de choix contextuel	
Entre 2 et 6 semaines actives	
4 formats maximum de 45 secondes maximum	4 formats maximum de 30 secondes maximum
Au moins 3 Day-Parts avec 5% minimum de GRP par Day-Part	
Secteurs non éligibles : Variété Films de cinéma hors films d'animation enfants (n°33010603) / Variété Films d'animation enfants (n°33010604) / Variété Spectacles vivants (n°32020301) / Famille Edition (n°16) / Secteur Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD (n°330108)	
Combinable avec un achat en Spot à Spot	
EP 4 ou 6 positions au choix (Intégralement servi en TV linéaire en cas d'hybridation)	
Le budget net indiqué au sein du brief de programmation s'entend majoration MPI Priority incluse et hors toute autre majoration applicable	Le budget net indiqué au sein du brief de programmation s'entend hors modulation et majoration
Il n'est pas possible de programmer une offre Mono-chaîne et une offre Multi-chaînes pour un même produit et sur une même période	

**Il est rappelé que le respect de la répartition des GRP par Day-Part ne constitue pas un engagement ferme de TFI PUB qui n'est tenue qu'à une obligation de moyens à ce titre.*

*** Le Peak n'est pas accessible pour la chaîne TFI dans le cadre de l'offre REACH.*

**** Dans le cadre de la réception et de la validation du MPI Priority, entre les ouvertures de planning et le retour des ordres, la répartition des GRP par semaine active est garantie et pourra varier de ± 3 points entre la demande du brief et la programmation.*

Les Offres MPI



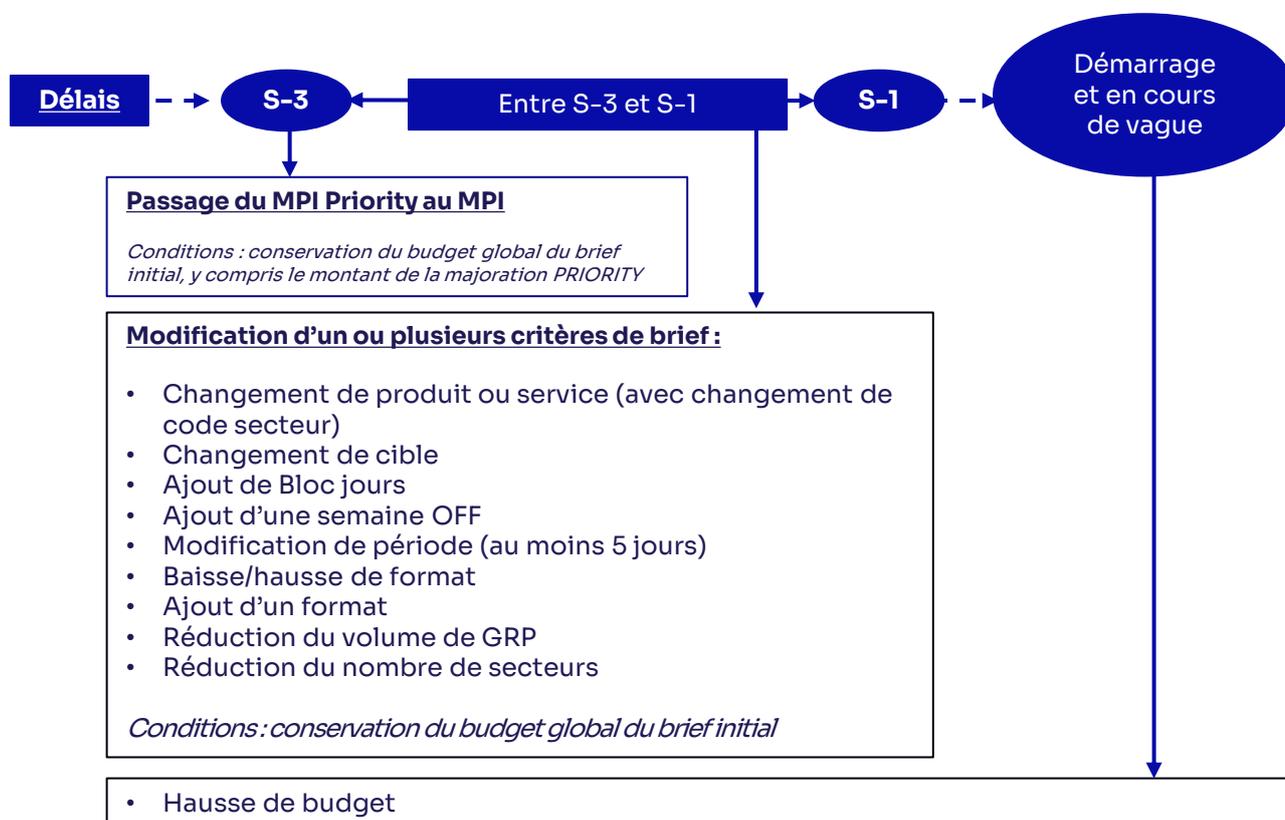
Envoi du brief à TF1 PUB	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-3	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-1
Acceptation du brief	TF1 PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 8 jours ouvrables *	A compter de S-3 avant diffusion,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

* Y compris sur la demande des Emplacements Préférentiels

** Ce plan est mis à disposition dans votre espace dédié TF1 AdManager.

MODIFICATION DU BRIEF***:

Toute demande de modification ci-dessous sera considérée comme un nouveau brief. Le cas échéant, TF1 PUB ne peut garantir l'acceptation du brief ni le maintien de l'offre MPI Priority.



***Détails des délais et conditions de modification disponibles dans les CGV Espace Classique 2026 de TF1 PUB

Les Offres MPI

Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes, les offres MPI 2026 vous permettent de personnaliser votre brief à partir d'un socle de critères mediaplanning. Le MPI Priority vous permet de compléter ce socle par quelques options incluses dans cette offre si vous souhaitez avoir accès à plus de services.



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

OPTIONS AU CHOIX PAR BRIEF

Exclusion de jour nommé (1 à 4 jours Maximum) ¹	Indice du Dispositif
	+1 pt
Période inactive d'au moins 5 jours consécutifs au sein de la vague ²	Incluses et activables sur demande
	+2 pts
Exclusion de l'Extra-Night (Ecrans >= 2400) ³	+2 pts
Mise en place d'un plan de roulement détaillé ⁴	+1 pt

*Dans le cadre de la réception et de la validation du MPI Priority, entre les ouvertures de planning et le retour des ordres, la répartition des GRP par semaine active est garantie et pourra varier de ± 3 points entre la demande du brief et la programmation.

** Pas plus de 3 codes secteurs et/ou 4 annonceurs en MPI. Application des majorations tarifaires correspondantes (p.42)

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

² Il vous est possible sur la période de votre campagne d'arrêter de communiquer au moins 5 jours consécutifs.

³ Vous pouvez exclure de votre programmation les écrans intitulés de 2400 à 2899. En conditions d'hybridation, la diffusion en Streaming sur écran de TV exclut automatiquement l'Extra-night.

⁴ Pour chacune des réservations de la campagne, possibilité d'affecter un film à un écran spécifique ou à un Day-Part spécifique. En condition d'hybridation, l'affectation à un Day-Part du ou des films diffusés en TV linéaire ne constitue pas un engagement ferme de TF1 PUB qui n'est tenue qu'à une obligation de moyens à ce titre.

Les Offres MPI

LES DISPOSITIFS ET LEURS INDICES

L'offre MPI se décline dans des dispositifs Mono-chaîne ou des dispositifs Multi-chaînes, ciblés et thématiques.

Deux types de MPI sont proposés :

- **MPI Standard** qui aura un poids de GRP TFI REACH plus modéré
- **MPI Boost** qui aura un poids de GRP TFI REACH plus important

Le poids des GRP TFI REACH au sein du MPI Standard et du MPI Boost pourra varier de + ou - 3 points. Les Thématiques seront servies à hauteur de 15 % maximum dans les packs.

GROUPES	Mono-chaîne		Multi-chaînes TV					
	CHAINE	INDICE	DISPOSITIF	CHAÎNES	MPI Standard		MPI Boost	
					INDICE	Poids TFI REACH	INDICE	Poids TFI REACH
FEMMES A	TF1	130	REACH WOMEN A	TF1 TMC TFX TF1 séries Films T18 Novo19 TV Breizh	95	20%	105	65%
	TMC	110						
	TFX	95						
	TF1 séries Films	90						
	T18	85						
	Novo19	85						
	TV Breizh	70						
FEMMES B	TF1	130	REACH WOMEN B	TF1 TMC TFX TF1 séries Films T18 Novo19 TV Breizh	100	35%	110	70%
	TMC	110						
	TFX	95						
	TF1 séries Films	90						
	T18	85						
	Novo19	85						
	TV Breizh	70						
MIXTES	TF1	130	REACH MIX	TF1 TMC TFX TF1 séries Films LCI T18 Novo19 TV Breizh Ushuaïa TV	95	25%	110	65%
	TMC	110						
	TFX	95						
	TF1 séries Films	90						
	LCI	85						
	T18	85						
	Novo19	85						
	TV Breizh	70						
	Ushuaïa TV	80						
Histoire	80							

Les Offres MPI

GROUPES	Mono-chaîne		Multi-chaînes TV					
	CHAINE	INDICE	DISPOSITIF	CHAÎNES	MPI Standard		MPI Boost	
					INDICE	Poids TF1 REACH	INDICE	Poids TF1 REACH
JEUNES	TFX	95	-	-	-	-	-	-
INDIVIDUS > 35ANS	TF1	130	REACH SILVER	TF1 TMC TF1 Séries Films LCI T18 Novo19 TV Breizh Ushuaïa TV Histoire	100	15%	110	80%
	TMC	110						
	TF1 séries Films	90						
	LCI	85						
	T18	85						
	Novo19	85						
	TV Breizh	70						
	Ushuaïa TV	80						
	Histoire	80						
HOMMES ACTIFS CSP+	TF1	150	REACH URBAN	TF1 TMC TFX* LCI T18 Novo19 Ushuaïa TV Histoire	85	10%	130	75%
	TMC	90						
	TFX*	90						
	LCI	85						
	T18	75						
	Novo19	75						
	Ushuaïa TV	60						
	Histoire	60						

*Uniquement les écrans codés 9 (sport)

Les Offres MPI

LES CIBLES PAR GROUPE

GROUPE FEMMES A	GROUPE FEMMES B	GROUPE MIXTES	GROUPE ENSEMBLE >35 ans	GROUPE JEUNES	GROUPES HOMMES ACTIFS & CSP+	GROUPE ENFANTS
Femmes RDA 15 - 49 ans* Femmes RDA avec enfants* Femmes 25 - 49 ans*	Femmes RDA 25 - 59 ans* Femmes 25 - 59 ans* Femmes 35 - 49 ans* Femmes 35 - 59 ans* Femmes RDA + enf. < 25 ans*	Individus 25 - 49 ans* Individus 25 - 59 ans* Individus 35 - 49 ans* Individus 35 - 59 ans* Individus 50 - 59 ans RDA < 60 ans*	Individus > 35 ans Individus > 50 ans Femmes > 50 ans Femmes > 35 ans	Femmes 25 - 34 ans ^{1*}	Hommes 25 - 49 ans Individus 25 - 49 ans CSP+* Individus CSP+* Actifs*	Enfants 4 - 10 ans

¹ Cible disponible uniquement sur TFX

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

INDICES PÉRIODES

Périodes	1/1 > 8/3	9/3 > 19/4	20/4 > 17/5	18/5 > 5/7	6/7 > 19/7	20/7 > 16/8	17/8 > 18/10	19/10 > 20/12	21/12 > 31/12
Indices hors cible Enfants 4-10 ans	95	120	105	145	95	75	170	145	95
Périodes	1/1 > 8/3	9/3 > 19/4	20/4 > 17/5	18/5 > 5/7	6/7 > 19/7	20/7 > 16/8	17/8 > 18/10	19/10 > 29/11	30/11 > 31/12
Indices Cible Enfants 4-10 ans	90	90	90	90	70	70	155	360	130

INDICES DAY-PARTS

Day-Part	Intitulés d'écran			Indices Hors cible Enfants 4-10 ans	Indices Enfants 4-10 ans
	TF1 REACH	TMC - TFX - TF1 Séries Films - T18 - Novo19 - TV Breizh - Histoire - Ushuaïa	LCI		
Day	0300 à 1799		0900 à 1799	90	100
Access	1800 à 1999			110	-
Peak	/	2000 à 2199	0600 à 0899 et 2000 à 2399	130	-
Night	2200 à 2899		2400 à 2899	70	-

INDICES EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

- Les Emplacements Préférentiels correspondent aux trois premières et trois dernières positions dans l'écran.
- Le choix d'EP sur 4 positions dans un brief entrainera un indice 115 sur l'ensemble des positions programmées
- Le choix d'EP sur 6 positions dans un brief entrainera un indice 110 sur l'ensemble des positions programmées

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

L'Offre MPI Jeunesse

UNE OFFRE ENFANTS



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

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

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

Cette offre pourra être achetée en **Multi-chaînes TF1-TFX** ou en **Mono-chaîne**

GROUPE	Mono-chaîne		Multi-chaînes TV		
	Chaîne	Indice	Dispositif	Chaînes	Indices
JEUNESSE	TF1*	100	TFOU JEUNESSE	88	TF1*
	TFX*	80			TFX*

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

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

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

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

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

Les spots seront programmés hors position préférentielle.

Pour la période allant du **5 octobre au 6 décembre 2026**, dans le cadre des ouvertures de planning pour la Jeunesse, toutes les demandes devront être envoyées à TF1 PUB au plus tard le **vendredi 5 juin 2026**. Les retours de négociations de la part de TF1 PUB s'effectueront une fois toutes ces demandes reçues, soit à partir du **8 juin 2026**.

Bilan MPI

NOUVEAUTÉS

LA FACTURATION :

En 2026, avec l'évolution de l'offre MPI, la méthode de facturation est homogénéisée.

La facturation de l'ensemble des briefs REACH se basera désormais sur les audiences consolidées pour les chaînes mesurées quotidiennement (Médiamat Quotidien de Médiamétrie). Selon la date de fin de campagne dans un mois M, des régularisations de facturation pourront exister en mois M+1.

Le bilan définitif de chaque brief MPI, incluant des chaînes mesurées quotidiennement, vous sera envoyé après la publication de l'ensemble des audiences consolidées, sachant que la facturation sera effectuée sur la base de ces audiences.

Exemple pour une diffusion le dimanche 29 mars 2026



LES ATERRISSAGES DES CAMPAGNES :

De même que ci-dessus, la méthode des atterrissages de l'ensemble des campagnes REACH est homogénéisée, en cas de dépassement de budget vs le Brief validé par TF1 PUB, un abattement complémentaire sera appliqué sur facture pour respecter ce budget validé à l'euro près (cf. page 19)

Espace Classique

TF1 PRIME



Page 12

REACH



Page 14

TF1
AdManager



Page 28

Offres
catégorielles



Page 32

Conditions
tarifaires



Page 37

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

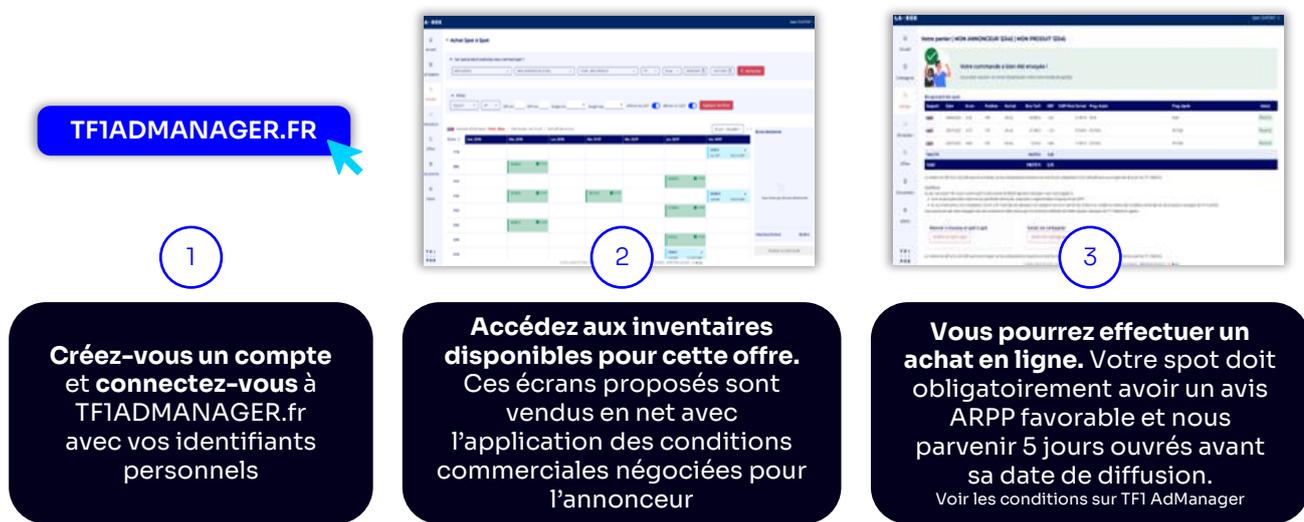
Parcours Spot à Spot dans TFI AdManager



PRINCIPE

TF1 PUB facilite l'accès au planning et maximise votre autonomie via **un nouveau parcours d'achat pour l'achat Spot à Spot**. Via TFI AdManager, vous pourrez sélectionner précisément vos écrans et réaliser vos achats avec l'application des conditions commerciales négociées pour l'annonceur si elles existent. Dans ce parcours, les tarifs des écrans sont soumis aux évolutions tarifaires effectuées lors du flash.

FONCTIONNEMENT



CONDITIONS

Quel inventaire ?	TFI PRIME REACH
Pour qui ?	Tous les annonceurs (client en direct ou via un mandataire) à l'exception des annonceurs du secteur Cinéma, Gouvernement et intérêt général, Collective et de l'ensemble de la famille édition.
Quels formats ?	Entre 5 et 45" inclus
Quel calendrier d'achat ?	Sur toute la période d'ouverture de planning Inventaire visible jusqu'à J-2 (jours ouvrés)
Ouverture du parcours	Du Lundi au Vendredi (hors jours fériés) de 8h30 à 19h00

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre contribueront à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Voir les conditions sur TFI AdManager.

Parcours All Buy Myself dans TFI AdManager

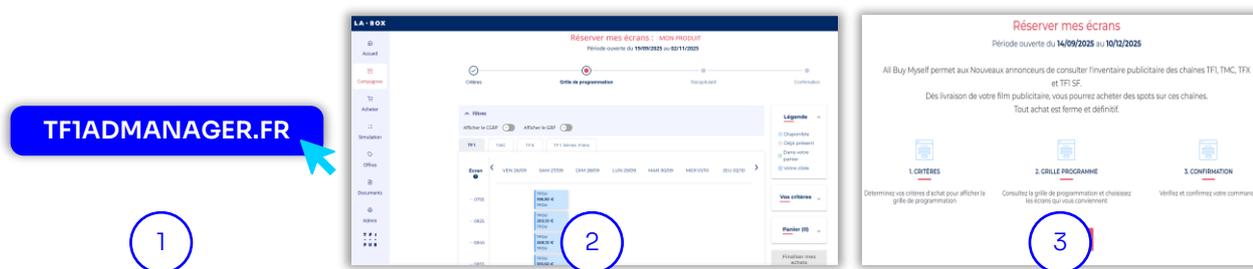


PRINCIPE

TF1 PUB facilite l'accès au planning et maximise votre autonomie via **un parcours d'achat en net** dans TFI AdManager : « All Buy Myself » pour TFI, TMC, TFX, LCI, TFI Séries Films, T18 et Novo19.

Les écrans sont proposés en **tarif net** et immédiatement achetable en ligne. Ces écrans sont commercialisés en net Fin d'Ordre. Les inventaires et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel. Une fois acheté le tarif ne peut évoluer.

FONCTIONNEMENT



Créez-vous un compte et connectez-vous à TFIADMANAGER.fr avec vos identifiants personnels

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

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

CONDITIONS

Quel inventaire ?	TF1 PRIME	REACH
Quel calendrier d'achat ?	Ouvert à S-3 (après publication du flash) - Inventaire visible jusqu'à J-2 (jours ouvrés)	Ouvert sur toute la période d'ouverture de planning - Inventaire visible jusqu'à J-2 (jours ouvrés)
Pour qui ?	Tous les annonceurs (client en direct ou via un mandataire) à l'exception des annonceurs du secteur Cinéma, Gouvernement, intérêt général, Collective et de l'ensemble de la famille édition et les annonceurs Pure Player.	
Quels formats ?	Entre 5 et 45" inclus	
Ouverture du parcours	Du Lundi au Vendredi (hors jours fériés) de 8h30 à 19h00	

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre ne contribueront pas à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Les tarifs nets associés à ces offres ne sont pas cumulables avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre. Votre achat est ferme après validation dans TFI AdManager. Voir les conditions sur TFI AdManager.

Parcours Pure Player dans TFI AdManager



PRINCIPE

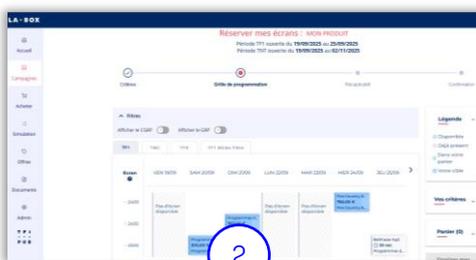
TF1 PUB met en place un parcours d'achat dédié pour les annonceurs Pure Player via TFI AdManager. Les écrans sont proposés en **tarif net** et immédiatement achetables en ligne. Ces écrans sont commercialisés en net Fin d'Ordre. Les inventaires et les prix sont susceptibles d'évoluer en temps réel. Une fois acheté le tarif ne peut évoluer.

FONCTIONNEMENT

TFIADMANAGER.FR

1

Créez-vous un compte et connectez-vous à TFIADMANAGER.fr avec vos identifiants personnels



2

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



3

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

CONDITIONS

Quel inventaire ?	TF1 PRIME	TF1 REACH
Quel calendrier d'achat ?	Ouvert à S-3 (après publication du flash) - Inventaire visible jusqu'à J-2 (jours ouvrés)	Sur une période pouvant aller de J-30 à J-2 (jours ouvrés)
Pour qui ?	Cette offre est éligible aux annonceurs qui ont initié, puis développé leur activité de vente à distance de produit(s) ou service(s), ou de comparateur, exclusivement sur internet et/ou via application mobile, et qui ne disposent pas de réseau de distribution physique (client en direct ou via un mandataire)	
Quels formats ?	Entre 5 et 45" inclus	
Ouverture du parcours	Du Lundi au Vendredi (hors jours fériés) de 8h30 à 19h00	

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre ne contribueront pas à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Les tarifs nets associés à ces offres ne sont pas cumulables avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre. Votre achat est ferme après validation dans TFI AdManager. Voir les conditions sur TFI AdManager. Offre non cumulable avec toute autre offre de TFI PUB.



Espace Classique

TF1 PRIME



Page 12

REACH



Page 14

TF1
AdManager



Page 28

Offres
Catégorielles



Page 32

Conditions
tarifaires



Page 37

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

Les Offres Catégorielles



ENTERTAINMENT

AVANTAGE

Abattement Cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires brut tarif :

Délai de programmation	TF1 PRIME	TF1 REACH	TNT REACH
J-5 avant diffusion*	65% ¹	65% ²	80%

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

¹Hors écrans EVENT

²Hors écrans jeunesse codés 5 sur la période octobre-novembre 2026

POUR QUI ?

Tout annonceur appartenant aux secteurs :

- Editions : F16 (hors V1602) et S 33010801
- Personnalisation du téléphone (V 49020801)
- Fournisseurs de contenus messagerie dialogue (S 490204) excepté le code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes
- Spectacles vivants (V32020301) : annonceur entrepreneur de spectacles au sens de la réglementation en vigueur ET disposant d'une billetterie propre au spectacle objet du message publicitaire.

LES CONDITIONS

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur (*Interdiction de toute promotion du média et de surimpression en gros caractère*). Voir modulation tarifaire page 42. Ces campagnes n'ont pas accès à l'offre « All Buy Myself » et au parcours Spot à Spot.

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

EDITION LITTERAIRE

AVANTAGE

Abattement Cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif différencié selon la typologie de livres promus.

Type de livre	TF1 PRIME	TF1 REACH	TNT REACH
Tous les livres	60% ¹	60% ²	80%
1er ou 2ème livre du même auteur	65% ¹	65% ²	85%

¹ Hors écrans EVENT

² Hors écrans jeunesse codés 5 sur la période octobre-novembre 2026

POUR QUI ?

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

LES CONDITIONS

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

Les Offres Catégorielles

GOUVERNEMENT ET INTÉRÊT GÉNÉRAL

AVANTAGE

Délai de diffusion	TF1 PRIME	REACH
Dès les ouvertures de planning	40%	40%

POUR QUI?

Campagnes gouvernementales et d'intérêt général au sens des usages en la matière. Dans les conditions du Contrat Climat signé par le Groupe TF1, les campagnes d'information sur les enjeux climatiques et en faveur de la sobriété énergétique des administrations et organisations caritatives bénéficieront d'un abattement supplémentaire de 10 points - soit un abattement total de 50%, au lieu de 40%, appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif.

LES CONDITIONS

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

COLLECTIVE

AVANTAGE

Délai de diffusion	TF1 PRIME	REACH
Dès les ouvertures de planning	40%	40%

QUELLE CAMPAGNE ?

Campagne « Collective » au sens des usages en la matière, visant à promouvoir collectivement la fourniture de biens et services qui sont présentés d'une manière générique, en excluant la promotion d'une marque particulière de ces biens ou services, incluant notamment les campagnes collectives pour les produits dont il faut augmenter la consommation conformément à la charte alimentaire en vigueur.

LES CONDITIONS

Validation de la qualification de Campagne Collective soumise à l'appréciation de TF1 PUB. Ces campagnes n'ont pas accès à l'offre « All Buy Myself » et au parcours Spot à Spot.

Les Offres Catégorielles



CINÉMA

AVANTAGE

Abattement Cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif différencié selon votre date d'entrée dans le planning, le support et la catégorie de films cinéma ou d'animation à laquelle vous appartenez.

Type de films	TFI PRIME		TFI REACH		TNT REACH	
	Ouverture de planning ¹	S-3 avant diffusion ²	Ouverture de planning*	S-3 avant diffusion ³	Ouverture de planning*	S-3 avant diffusion ^{*3}
Films > 7 M€	50 %	55 %	50 %	55 %	72 %	77%
Films > 5 M€ et < ou = 7 M€	55 %	60%	55 %	60%	75 %	80%
Films < ou = 5 M€	60%	65 %	60%	65 %	80%	85%

¹ : Hors écrans EVENT

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

³ : La programmation est faite chaque lundi pour une période d'une semaine du samedi au vendredi, offre ouverte jusqu'à 3 jours glissants avant diffusion

*Hors écrans jeunesse codés 5 sur la période octobre-novembre 2026.

POUR QUI ?

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

- Films de cinéma, hors films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V 33010603).
- Films d'animation Enfants, sans garantie d'exclusivité (V 33010604).

LES CONDITIONS

Nous distinguons 3 types de films :

- Les films à budget > 7 M€ agréés, ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien > 7 M€.
- Les films à budget > 5 M€ et < ou = 7 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien > 5 M€ et < ou = 7 M€.
- Les films à budget < ou = 5 M€ agréés ou non agréés CNC mais dans ce cas l'annonceur devra indiquer par courrier à TFI PUB que le montant du budget de production est bien < ou = 5 M€.

À défaut de communication du budget du film, l'annonceur se verra appliquer un abattement de 45% sur TFI PRIME et TFI REACH et 70% sur TNT REACH sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées à l'ouverture des plannings et un abattement de 50% sur TFI PRIME et TFI REACH et 75% sur TNT REACH appliqué sur le Chiffre d'Affaires Brut Tarif pour les programmations effectuées à S-3 avant diffusion*.

Une majoration peut être appliquée sur la campagne en cas de mise en avant d'un élément d'identité visuel et/ou sonore d'un autre annonceur* (voir modulation tarifaire page 42) excepté en cas de présence d'un logo d'une durée inférieure à 3 secondes, sans citation sonore, dont la taille ne doit pas dépasser un huitième de l'écran.

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

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

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

Les Offres Catégorielles



PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

AVANTAGE

Abattement Cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires brut tarif.

À partir des ouvertures de planning		TFI PRIME	TFI REACH	TNT REACH
Périodes pleines	Tous annonceurs	55% ¹	55%	70%
	Jeux-Jouets		45%	
Périodes creuses	Tous annonceurs	55% ¹	55%	75%
	Jeux-Jouets		55%	

Périodes pleines : octobre à novembre 2026

¹ : Hors écrans EVENT.

POUR QUI ?

PME-PMI : Annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2025 un Chiffre d'Affaires consolidé inférieur à 50 millions d'euros.

Nouvel annonceur TFI PRIME : Tout annonceur ou Groupe d'annonceurs absent de TFI PRIME en 2025.

Nouvel annonceur REACH : Tout annonceur ou Groupe d'annonceurs n'ayant pas communiqué sur une des chaînes du REACH en 2025.

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2026 ou qui communiquerait en 2026 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2025, ne sera pas considéré comme Nouvel annonceur.

LES CONDITIONS

Offre applicable uniquement en achat en Spot à Spot et non cumulable avec toute autre prime et/ou remise quelle qu'en soit sa nature.

©PIXELINE/TF1

UNE FAMILLE OR MASSIF



Espace Classique

TF1 PRIME



Page 12

REACH



Page 14

TF1
AdManager



Page 28

Offres
Catégorielles



Page 32

Conditions
tarifaires



Page 37

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

Indices tarifaires de format 2026

APPLICABLES À TOUTES LES CHAINES TV RÉGIES PAR TF1 PUB

Durée (en secondes)	Indice
3	35
4	39
5	43
6	49
7	54
8	57
9	59
10	62
11	65
12	69
13	74
14	77
15	81
16	84
17	90
18	93
19	95
20	100
21	103
22	104
23	105

Durée (en secondes)	Indice
24	106
25	107
26	109
27	111
28	112
29	113
30	115
31	135
32	139
33	146
34	157
35	162
36	167
37	172
38	178
39	186
40	192
45	217
50	244
55	274
60	300

Les indices des formats supérieurs à soixante (60) secondes sont fournis à la demande.

La programmation d'une campagne d'un format supérieur à soixante (60) secondes ne peut se faire qu'avec l'accord préalable de TF1 PUB et en fonction des disponibilités du planning.

Règle de calcul des arrondis après application des indices de formats, les tarifs sont arrondis à l'euro selon la règle suivante :

- à l'euro inférieur jusqu'à 0,49€
- à l'euro supérieur à partir de 0,50€

Les Majorations tarifaires



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

MULTI-SECTEURS

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

**Code(s) secteur(s) bloqué(s) uniquement pour les téléspectateurs exposés à une publicité nationale diffusée en intégral et simultanée en France.*

MULTI-ANNONCEURS

Mise en avant d'élément d'identité visuelle et/ou sonore dans un même message d'autres annonceurs, y compris un « réseau social »** :

> **Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes :**

+ **2%** sur le Brut Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

(Pour rappel, pas plus de 4 annonceurs présents dans une campagne MPI).

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

+ **5%** sur le Brut Tarif pour chaque annonceur supplémentaire.

***On entend par « réseau social » un service de communication en ligne permettant notamment la constitution d'un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles par la mise à disposition à leurs membres d'outils et d'interfaces d'interactions, de présentation et de communication.*

CO-BRANDING

Un message publicitaire partagé de manière identique en durée par deux annonceurs ou si la présence du 2ème annonceur est supérieure à 10" : + **12%** sur le Brut Tarif.

OPÉRATIONS SPÉCIALES

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

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

Dans le cadre de dispositifs spécifiques (« road block », « fils rouges », habillages, emplacements de rigueur...) ou d'opérations spéciales, l'annonceur indique à TF1 PUB les écrans et les positions impératifs à sa communication en termes de date, d'écran, de format et de tarif (Premium, Prio).

Ces dispositifs doivent faire l'objet d'un accord préalable de TF1 PUB et seront programmés sous réserve des disponibilités planning.

EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

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

Une majoration est appliquée sur le CA brut Tarif des messages programmés en Emplacements Préférentiels :

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

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

Dégressif de volume

Tout annonceur investissant sur TF1 dans l'offre TF1 PRIME en Espace Classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2026, bénéficie d'un dégressif de volume calculé au 1er euro, par tranche de Chiffre d'Affaires Brut Négocié réalisé sur l'offre TF1 PRIME en Espace Classique, selon le barème suivant :

Tranches de Chiffre d'Affaires brut négocié entre le 1 ^{er} janvier et le 31 décembre 2026	Taux applicable sur le Chiffre d'Affaires brut négocié de la tranche	A titre indicatif : taux résultant au 1 ^{er} euro sur le Chiffre d'Affaires brut négocié à la valeur maximale de la tranche
de 0 € à 240 000 €	21,00 %	21,00 %
de > 240 000 € à 600 000 €	22,00 %	21,60 %
de > 600 000 € à 1 200 000 €	23,00 %	22,30 %
de > 1 200 000 € à 1 800 000 €	24,00 %	22,87 %
de > 1 800 000 € à 3 000 000 €	25,00 %	23,72 %
de > 3 000 000 € à 5 000 000 €	26,00 %	24,63 %
de > 5 000 000 € à 7 000 000 €	27,00 %	25,31 %
de > 7 000 000 € à 10 000 000 €	28,00 %	26,12 %
de > 10 000 000 € à 15 000 000 €	28,50 %	26,91 %
de > 15 000 000 € à 20 000 000 €	29,00 %	27,43 %
de > 20 000 000 € à 25 000 000 €	29,50 %	27,85 %
> 25 000 000 €	30,00 %	28,21 %

ASSIETTE D'APPLICATION ET CALCUL DE LA PRIME

La base de calcul du dégressif de volume est le Chiffre d'Affaires Brut Négocié réalisé sur l'offre TF1 PRIME en Espace Classique. Le dégressif est calculé par annonceur, tous produits et tous modes d'achat confondus. Le calcul définitif du dégressif de volume sera effectué conformément aux présentes conditions commerciales 2026 au cours du 1er trimestre 2027.

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

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

TF1 PUB applique à tout annonceur présent sur TF1 dans l'offre TF1 PRIME en 2026 un acompte financier à valoir sur le dégressif de volume d'un taux de 18%.

Cet acompte est calculé sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié réalisé sur l'offre TF1 PRIME en Espace Classique en 2026.

CONDITIONS D'ATTRIBUTION ET DE VERSEMENT DE LA PRIME ET DE L'ACOMPTE SUR DEGRESSIF DE VOLUME

L'attribution de la prime et de l'acompte sur dégressif de volume est subordonnée au paiement à bonne date des sommes servant de base à leur calcul, conformément aux CGV de TF1 PUB applicables en 2026.

L'acompte financier à valoir sur le dégressif de volume sera restitué sur facture.

TF1 intégrera à l'avoir de Fin d'Ordre, le différentiel entre le montant du dégressif définitivement acquis et l'acompte attribué sur facture. Si le solde est en faveur de TF1 PUB, le montant sera déduit de l'avoir de Fin d'Ordre et une facture sera éventuellement émise. Ces éventuelles régularisations seront effectuées au moment de l'émission de l'avoir dû au titre de nos présentes conditions commerciales, au cours du 1er trimestre 2027.

Les conditions décrites ci-avant se verront appliquer les dispositions de l'article 7 "Conditions financières" des CGV Espace Classique TF1 PUB

À NOTER : Aucune publicité en faveur d'annonceurs faisant la promotion de produits ou services relevant du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques et du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera acceptée sur la Chaîne TF1.

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

La Cascade

Assiette de calcul

ESPACE CLASSIQUE			
Spot à Spot	PME-PMI & NA	Entertainment / Cinéma / Edition littéraire	Collective / Gouvernement & Intérêt Gal

TARIF PUBLIE (1)
Grilles Brut HT publiées au format 20"
selon secteur (Tarif 1 ou 2) et emplacement/priorité (Standard/Premium 1&99/ 2&98/3&97)

+/-	Mise au format	TARIF PUBLIE	1	1	1	1
BRUT TARIF						
-	Abattement campagne collective / gouvernement et intérêt général	en cascade				1
+	Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding	en cascade	1	1	1	1
+	Majoration opérations spéciales	en cascade	1	1	1	1
-	Abattement Entertainment, Cinéma, Edition littéraire	en cascade			1	
BRUT TARIF CORRIGE						
-	Abattements messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	1	1	1	1
BRUT FACTURE						
-	Abattement PME-PMI & nouvel annonceur	BRUT FACTURE		1		
-	Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	1			
BRUT NEGOCIE						
-	Acompte de dégressif de volume	BRUT NEGOCIE	1			
NET COURS D'ORDRE						
-	Solde de dégressif de volume*	BRUT NEGOCIE	1			
NET FIN D'ORDRE						

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

* Le solde de dégressif de volume sera intégré à l'avoir de Fin d'Ordre émis au 1er trimestre 2027 (Cf. page 40).

Les Modulations Tarifaires

REACH

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer dans les écrans publicitaires en télévision au 1er janvier 2026.

Pour l'application des conditions commerciales, le Chiffre d'Affaires de l'annonceur s'apprécie à périmètre constant de marques et de produits en cas de vente, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2026.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2026 bénéficie d'une remise de référence de 30% restituée sur facture et appliquée sur le Chiffre d'Affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le Chiffre d'Affaires Espace Classique brut négocié. Cette remise est restituée sur facture. Sont exclus du champ d'application de la remise de référence, les investissements bénéficiant de l'offre PME-PMI et Nouvel Annonceur et ceux bénéficiant des conditions spécifiques des campagnes « Entertainment », « Cinéma », « Edition littéraire », « Collective », « Gouvernement et Intérêt général » et les « Packs nets ».

À NOTER

Aucune publicité en faveur d'annonceurs faisant la promotion de produits ou services relevant du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques et du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera acceptée sur les Chaînes de l'offre REACH.

La Cascade

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

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

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

Les terminaisons d'écran

Terminaison	TF1 PRIME		REACH	
	TF1	Toutes les chaînes hors LCI	LCI	
0	Standard	Standard	Standard	
1	Inédit			
2	Inédit	Films		
3	Télé réalité	Télé réalité	Neutre	
4	Divertissement / Talk-show	Divertissement / Talk-show	Divertissement / Talk-show	
5		Jeunesse		
6	Exceptionnel	Exceptionnel	Exceptionnel	
7	EVENT			
8	EVENT Sport	Quotidien		
9	Sport	Sport	Sport	



Data & Convergence

Peak Hybride



Page 46

MPI Hybride



Page 47

TV
Segmentée



Page 48

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

Ecrans Peak Hybride

OBJECTIF

Diffuser les écrans d'un même programme en télévision linéaire et en TV Streaming jusqu'à J+7 de la diffusion linéaire.

QUELS ECRANS ?

Tous les écrans de l'offre TF1 PRIME sont éligibles. L'hybridation de ces écrans sera communiquée au plus tard à S-3 de la diffusion via le flash auprès du marché, les écrans concernés sont identifiés par un * dans le flash. L'hybridation concernera l'ensemble des spots de l'écran.

L'hybridation de l'écran sera également précisée dans Popcorn et Addside via EDI.

TV linéaire



Jour J

Streaming CTV – box FAI & Smart TV



Jusqu'à J+7

FONCTIONNEMENT

Les audiences réalisées en Streaming TV seront automatiquement intégrées aux GRP consolidés J+7 en Espace Classique disponibles à J+8.

Le MPI Hybride

Les campagnes MPI/MPI Priority éligibles peuvent être **hybridées à hauteur de 12% maximum** des GRP TV estimés de la campagne* selon les conditions définies par TFI PUB.

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

L'ENVIRONNEMENT DE DIFFUSION

Une campagne MPI sera complétée des programmes présents sur TF1+ (programmes TF1 (à l'exception des programmes faisant partie de l'offre Peak Hybride), TMC, TFX, TF1 Séries Films, T18** et Novo19**) en Streaming TV sur écran TV ainsi que des contenus AVOD (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) et de chaînes FAST thématiques sur écran TV (Connected TV***)

LES CIBLES ÉLIGIBLES

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

LES CONDITIONS D'ÉLIGIBILITÉ À L'HYBRIDATION

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

- Comprenant au moins 1 spot d'une durée minimum de 15 secondes
- Disposant d'un volume minimum de 15 GRP par campagne sur la cible d'achat

Une campagne MPI/MPI Priority regroupant l'ensemble de ces critères pourra être hybridée dans son intégralité.

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

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

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

Dans une volonté de faciliter la convergence du MPI, le parcours client est quasi identique et homogène : 1 seul brief, 1 facturation par support, l'intégration du suivi de campagne dans Popcorn et Addside, le GRP TV comme unique KPI.

Les investissements au titre des GRP hybridés diffusés contribuent à l'engagement d'investissement TV de l'annonceur à l'exclusion de tout autre engagement.

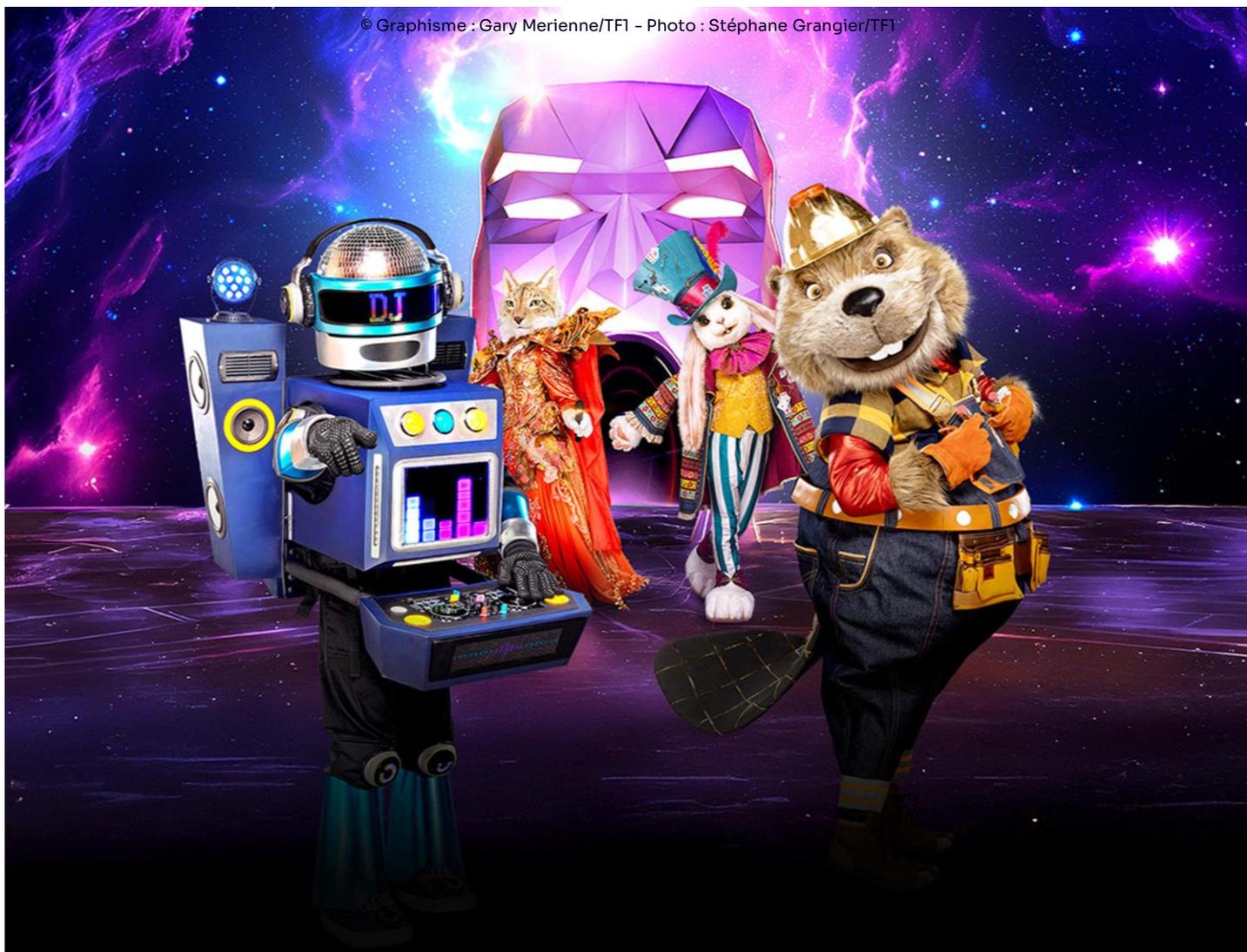
**Etant précisé que le taux d'hybridation s'apprécie au regard des GRP TV estimés sur la base des éléments du Brief validé par TFI PUB, et non sur les GRP TV réellement diffusés*

*** Disponible courant 2026*

**** Connected TV : téléviseur connecté*

La TV Segmentée

Les conditions commerciales applicables
aux offres TVS feront l'objet d'une publication
à venir au plus tard le **mardi 4 novembre 2025**



Streaming & Digital

La vidéo



Page 50

Activation
Data



Page 50

Audio Digital



Page 50

Tarifs



Page 50

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

Streaming & Digital

Les conditions commerciales applicables
aux offres Streaming & Digitales feront l'objet d'une publication
à venir au plus tard le **mardi 4 novembre 2025**



Parrainage

Les Offres



Page 52

Les Tarifs



Page 56

La Cascade



Page 59

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

Les Offres

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

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

Les dispositifs de parrainage proposés par TF1 PUB peuvent inclure un dispositif de parrainage digital vidéo sur TF1+ et/ou sur TF1 Info. Par ailleurs, en tout état de cause, TF1 PUB se réserve la possibilité de proposer aussi des dispositifs digitaux en *stand alone** autour des mêmes marques programmes – cf section Streaming & Digital / page 49)

Les offres de parrainage sont disponibles sur TF1 AdManager , par mail ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TF1 PUB LIVE (voir contacts sur le site de TF1 PUB www.tf1pub.fr).

OFFRES EVENT

L'AVANTAGE

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

LE DISPOSITIF

1 clé d'entrée : la marque programme

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

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

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

OFFRES CONTEXT

L'AVANTAGE

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

LE DISPOSITIF

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

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

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

Les Offres & les formats

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

LES FORMATS

Les formats des génériques de parrainage dépendent de la chaîne, du type d'émission parrainable et de la nature de l'élément diffusé (émission ou bande-annonce), selon les principes suivants (sous réserve d'évolution / modification) :

TFI	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
Evénements sportifs		Nous consulter		
Offres ouvertes à 4 parrains minimum	7"	7"	7"	7"
Offres ouvertes à 2 ou 3 parrains	7"	8"	8"	8"
Formats courts (hors météo)	-	8"	-	3"

TNT	Programmes	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
LCI	Toutes émissions (sauf journaux non parrainables)	8"	8"	8"	8"
TMC TFX TFI SÉRIES FILMS Breizh HISTOIRE TV Ushuaïa TV	Toutes émissions (hors événements sportifs)	6"	8"	8"	8"
T18 NOVO 19	Toutes émissions (hors événements sportifs)	Nous consulter			

L'Offre Easy Prod Sponso

POUR QUI ?

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

L'AVANTAGE

Vous faciliter la production de votre création publicitaire grâce à un service packagé de production de TF1 Factory.

LE DISPOSITIF

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

Set Billboard 1	Set Billboard 2	Set Billboard 3
<p>A PARTIR DE VOS IMAGES, RÉALISATION DE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Montage - Voix off - Musique de stock <p>à partir de 4 500 € HT</p>	<p>RÉALISATION COMPLÈTE DE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Production d'image en 2D - La voix off - La musique de stock <p>à partir de 5 500 € HT</p>	<p>RÉALISATION COMPLÈTE DE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Production d'image en 2D - La voix off - Musique originale avec une durée de 10 ans. Utilisable sur tous supports : musique d'attente téléphonique, musique sur leur site web, spot radio... <p>à partir de 7 000 € HT</p>

*Prix hors achat média – nous consulter
Ce service n'est pas disponible dans le cadre des Opérations Spéciales.*

CHARTRE ECO-PROD

Depuis 2014, le Groupe TF1 (dont TF1 Factory) est signataire de la « Charte ECOPROD pour l'entreprise de l'Audiovisuel ». Cette charte vise à engager les entreprises signataires dans une démarche d'amélioration continue d'information, de réflexion et de mise en œuvre, encadrée et aidée par les outils et services mis à disposition par le collectif :

- Impliquer le Groupe TF1 dans une démarche continue d'amélioration visant à diminuer son impact écologique,
- Inciter et accompagner tous nos clients, fournisseurs et partenaires,
- Communiquer sur l'utilisation de cette charte.

*Pour en savoir plus :
<https://www.ecoprod.com/fr/la-charte-ecoprod/charte-ecoprod.html>*



Le Parrainage, les Tarifs

DISPOSITIFS ET SUPPORTS

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

TARIFS DES OFFRES PARRAINAGE

Les offres de parrainage font l'objet d'un tarif à l'unité exprimé en brut ou en net, pour un dispositif donné. Les offres, les dispositifs et leurs tarifs sont disponibles sur TF1 AdManager , par mail ou sur simple demande auprès des équipes commerciales de TF1 PUB LIVE (voir contacts sur le site de TF1 PUB www.tf1pub.fr).

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

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-SECTEURS

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

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

MAJORATION TARIFAIRE MULTI-ANNONCEURS

Une majoration s'applique sur le Tarif Brut ou Net de l'offre parrainage pour chaque mise en avant d'éléments d'identité visuelle et/ou sonore d'un autre annonceur dans le dispositif de parrainage :

- Présence et citation d'une durée inférieure à 3 secondes : **majoration de +2%** du Tarif Brut** de l'offre pour chaque annonceur supplémentaire
- Présence et/ou citation d'une durée supérieure ou égale à 3 secondes : **majoration de +5%** du Tarif Brut** de l'offre pour chaque annonceur supplémentaire

Pour rappel, pas plus de 4 annonceurs présents.

***Code(s) secteur(s) bloqué(s) uniquement pour les téléspectateurs exposés à une publicité nationale diffusée en intégral et simultanée en France.*

Le Parrainage, les Offres

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer en parrainage en télévision au 1er janvier 2026.

Pour l'application des conditions commerciales, le Chiffre d'Affaires de l'annonceur s'apprécie à périmètre constant de marques et de produits en cas de vente, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2026.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2026 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le Chiffre d'Affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le Chiffre d'Affaires parrainage brut négocié.

PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en parrainage à un mandataire qui, en 2026, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

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

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

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié (hors frais techniques), diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2026 par TF1 PUB. Cette prime n'est accordée que si TF1 PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Parrainage TF1 PUB.

Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies, conformément aux conditions Générales de Vente Parrainage 2026 de TF1 PUB. Le non-respect de l'une ou quelconque des conditions indiquées fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire.

À NOTER

Aucun dispositif de parrainage en faveur d'un annonceur/parrain dont les produits ou services relèvent du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques ou du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera accepté sur les chaînes TF1 et TNT/Thématiques.

Le Parrainage, les Modulations tarifaires TFI & TNT/Thématiques

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer en parrainage en télévision au 1er janvier 2026.

Pour l'application des conditions commerciales, le Chiffre d'Affaires de l'annonceur s'apprécie à périmètre constant de marques et de produits en cas de vente, de rachat, de regroupement de sociétés, de changement de dénomination sociale ou d'identité de marques qui pourraient être réalisés par l'annonceur en 2026.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2026 bénéficie d'une remise de référence de 15 % restituée sur facture et appliquée sur le Chiffre d'Affaires brut négocié.

La base de calcul de la remise de référence est le Chiffre d'Affaires parrainage brut négocié.

PRIME DE CENTRALISATION

Tout annonceur qui confie la programmation et l'achat de ses campagnes en parrainage à un mandataire qui, en 2026, centralise plusieurs mandats et assure la totalité des missions suivantes :

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

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

ASSIETTE D'APPLICATION ET VERSEMENT DE LA PRIME

La prime de centralisation est calculée sur le Chiffre d'Affaires Brut Négocié (hors frais techniques), diminué de la remise de référence et de l'ensemble des primes et remises accordées sur l'année 2026 par TFI PUB. Cette prime n'est accordée que si TFI PUB est en possession d'une attestation de mandat conforme au modèle joint en annexe des CGV Parrainage TFI PUB.

Cette prime est versée sur facture dès que les conditions d'attribution sont remplies, conformément aux conditions Générales de Vente Parrainage 2026 de TFI PUB. Le non-respect de l'une ou quelconque des conditions indiquées fait perdre le bénéfice de cette prime, que ce non-respect soit de la responsabilité de l'annonceur ou de celle du mandataire.

À NOTER

Aucun dispositif de parrainage en faveur d'un annonceur/parrain dont les produits ou services relèvent du code secteur 17020122 : Produits et services érotiques ou du code secteur 49020401 : Fournisseurs de contenu destiné aux adultes ne sera accepté sur les chaînes TFI et TNT/Thématiques.

Le Parrainage, les Modulations tarifaires TFI & TNT/Thématiques

LA CASCADE PARRAINAGE SUR TFI PRIME & REACH

	Assiette de calcul	PARRAINAGE
BRUT TARIF (TARIF PUBLIE)		
+ Majoration(s) multi-secteurs, multi-annonceurs & co-branding *	BRUT TARIF	1
BRUT TARIF CORRIGE		
- Abattement messages gracieux	BRUT TARIF CORRIGE	1
BRUT FACTURE		
- Abattement conventionnel	BRUT FACTURE	1
BRUT NEGOCIE		
- Remise de référence	BRUT NEGOCIE	1
- Prime de centralisation	BRUT NEGOCIE	1
NET FIN D'ORDRE		

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



OPS

My[Screen]

Page 62

TF1 Stunt

Page 63

Habillage
écran

Page 64

Dual Screen

Page 65

Shoppable
Ads

Page 68

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

Les OPS 2026

Objectif de communication	Offres	Principe	Bénéfice
VISIBILITÉ	My[Screen] <ul style="list-style-type: none"> • My[Screen] • My[Screen] Habillage • My[Screen] Chrono • My[Screen] Thématisé • My[Screen] Meal Time 	Diffuser votre spot dans des conditions d'écran exclusif séparé du reste de l'écran par un jingle de 3".	Bénéficier d'un écran publicitaire pour émerger et vous démarquer des autres annonceurs présents dans l'écran.
VISIBILITÉ	<div style="background-color: #f44336; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">NEW</div> TF1 Stunt <ul style="list-style-type: none"> • TF1 Stunt chrono • TF1 Stunt show 	Événementialiser un spot : <ul style="list-style-type: none"> - TF1 Stunt Chrono : sur une soirée, en quasi simultané sur plusieurs chaînes (TF1, TMC, TFX, TF1 Série Film) et sur TF1+ - TF1 Stunt Show : lors d'un prime événement d'un programme (ex : 1^{er} prime d'une saison ou finale) 	Maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque et émerger au sein de l'écran publicitaire
VISIBILITÉ	Habillage écran <ul style="list-style-type: none"> • Habillage écran • Habillage écran contextuel • Habillage écran vertical 	Événementialiser votre spot via la création d'une séquence graphique qui lie la dernière image du jingle publicitaire à la 1 ^{ère} image de votre spot.	Capter l'attention du téléspectateur grâce à une transition visuelle originale et impactante pour maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque.
EXPÉRIENCE	Dual Screen <ul style="list-style-type: none"> • Dual Screen Gaming contextuel • Dual Screen Carrousel <ul style="list-style-type: none"> • Dual Screen Talk • Dual Screen AR • Dual Screen Celebrity • Dual Screen Social • Dual Screen Calendaire 	Enrichir la diffusion de votre spot avec du contenu supplémentaire (expérience shopping, offre promotionnelle, mini-jeu, expérience interactive, avis, etc.).	Prolonger l'expérience publicitaire avec du contenu additionnel pour renforcer l'impact de votre campagne.
CONTEXTE	Shoppable Ads <ul style="list-style-type: none"> • Shopping Ad 	Enrichir la diffusion de votre spot avec un format interactif pour faciliter la mise au panier.	Mettre en avant vos produits et inciter le public à l'achat.

My[Screen]

MY[SCREEN]

PRINCIPE

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

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

BÉNÉFICE

Le MY[SCREEN] permet de :

- Bénéficier d'un écran publicitaire pour la diffusion de votre spot
- Se démarquer des autres annonceurs présents dans l'écran
- Améliorer la mémorisation de votre campagne

MY[SCREEN] HABILLAGE

L'offre MY[SCREEN] HABILLAGE permet d'enrichir votre dispositif MY[SCREEN], avec l'habillage du jingle publicitaire en entrée d'écran si le MY[SCREEN] est en position 1 ou bien l'habillage du jingle de 3" si le MY[SCREEN] est en position 99, via la création d'une séquence graphique en rapport avec la marque.

MY[SCREEN] CHRONO

L'offre MY[SCREEN] CHRONO permet d'enrichir votre dispositif MY[SCREEN], avec un compte à rebours intégré dans le jingle de 3", pour indiquer aux téléspectateurs le décompte avant le début ou la reprise du programme.

Cette offre permet de booster l'attention des téléspectateurs.

Le spot doit être d'une durée minimum de 30" et maximum de 60" et positionné en dernière position de l'écran.

MY[SCREEN] THÉMATISÉ

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

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

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

MY[SCREEN] MEAL TIME

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

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

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

CONDITIONS

Dispositifs sur devis

Dispositifs sous réserve de l'accord de l'Antenne, de la Direction Artistique, du Planning, du Juridique et de la Conformité. Sous réserve des disponibilités planning. Pour optimiser votre présence événementielle en écran, nous vous recommandons d'être présent aux ouvertures de planning. Ces offres sont ouvertes à un spot maximum par écran. Les dispositifs MY[SCREEN] sont soumis à la tarification applicable aux EPI ou EP99. Ces offres sont accessibles uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation. Seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN]. Sous réserve de l'éligibilité des écrans. La production d'habillage écran est réalisée par TF1 Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne. Dans le cadre des MY[SCREEN], les messages sont majorés de **+10%** sur le Tarif Brut et **+12%** sur le Tarif Brut lorsqu'il s'agit d'un MY[SCREEN] CHRONO, d'un MY[SCREEN] THÉMATISÉ ou d'un MY[SCREEN] MEAL TIME.

TF1 Stunt

PRINCIPE

Événementialiser un spot :

- **TF1 Stunt Chrono** : sur une soirée, en quasi simultané sur plusieurs chaînes (TF1, TMC, TFX, TF1 Série Film) et sur TF1+
- **TF1 Stunt Show** : lors d'un prime événement d'un programme (ex : 1^{er} prime d'une saison ou finale)

BÉNÉFICE

L'offre 'TF1 Stunt' permet de :

- Maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque
- Se démarquer et émerger au sein de l'écran publicitaire

DISPOSITIF

- **TF1 Stunt Chrono** : Diffusion en TV en EP99, en amont des programmes du dimanche soir sur TF1, TFX, TMC et TF1 Série Film, et sur TF1+ en dernière position midroll de 21h à minuit.
- **TF1 Stunt Show** : Diffusion en TV en EP99, en amont du programme sur TF1, et sur TF1+ en dernière position midroll pendant 7 jours.



CONDITIONS

Dispositif sur devis.

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

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

Cette offre est accessible uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et n'est pas accessible aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation.

Majoration Opérations Spéciales en TV et majoration du CPM à prévoir.

Maquette non contractuelle.

Habillage écran

HABILLAGE ÉCRAN

PRINCIPE

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

BÉNÉFICE

L'habillage écran permet de :

- Surprendre le téléspectateur et capter son attention, grâce à une transition visuelle originale et impactante
- Maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque, systématiquement en 1^{ère} position, juste après le jingle publicitaire
- Se démarquer et émerger au sein de l'écran publicitaire

DISPOSITIF

Une transition visuelle de 3" à 5" fait le lien entre le jingle publicitaire de la chaîne et le début du spot publicitaire.

Cette transition et le spot TV constituent l'EP1.



Dans l'hypothèse où la marque ne dispose pas de spot TV, TF1 Factory peut produire l'intégralité de cet EP1 (transition + spot TV).

HABILLAGE ÉCRAN CONTEXTUEL

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

Exemple créatif de l'habillage écran contextuel :

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

HABILLAGE ÉCRAN VERTICAL

L'habillage écran vertical permet d'événementialiser le spot TV via une transition au format 9/16, pour susciter l'attention des téléspectateurs en reprenant les codes des plateformes sociales.

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

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

Sous réserve des disponibilités planning. Pour optimiser votre présence événementielle en écran, nous vous recommandons d'être présent aux ouvertures de planning.

Les dispositifs d'habillage écran sont soumis à la tarification applicable aux EP1.

Ces offres sont accessibles uniquement dans le cadre d'une réservation de vos espaces publicitaires en Spot à Spot en TV et ne sont pas accessibles aux programmations réalisées en MPI/MPI Priority, à l'offre All Buy Myself et en programmation. La production d'habillage écran est réalisée par TF1 Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne.

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

Dual Screen

PRINCIPE

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

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

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

BÉNÉFICE

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

DISPOSITIF

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

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



Dual Screen

DUAL SCREEN CARROUSEL

Mettre en avant votre sélection de produits

PRINCIPE

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

BÉNÉFICES

Visibilité des articles proposés, actualisation et rotation des produits

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile & Tablette



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

À droite :
Intégration des
produits dans un
carrousel

DUAL SCREEN TALK

Créer une conversation instantanée entre votre marque et le public

PRINCIPE

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

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

Sur PC : intégration du chatbot dans le player

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, préférence de marque

DEVICES

TV, CTV & PC



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

À droite :
Intégration de
l'expérience
Chatbot

DUAL SCREEN AR

Proposer une expérience en réalité augmentée

PRINCIPE

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

BÉNÉFICES

Interactivité, engagement, personnalisation, préférence de marque

DEVICES

TV, CTV & PC



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

À droite :
Intégration d'un QR
Code pour lancer
l'expérience AR

Dual Screen

DUAL SCREEN CELEBRITY

Recommander un produit ou service par une personnalité du groupe TF1

PRINCIPE

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

BÉNÉFICES

Crédibilité, caution, influence

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile et Tablette



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

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

DUAL SCREEN SOCIAL

Amplifiez la portée de vos posts en dehors des plateformes sociales

PRINCIPE

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

BÉNÉFICES

Amplification du message, engagement, visibilité

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile et Tablette



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

À droite :
Intégration des
posts sociaux

CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

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

Sous réserve de l'accord de l'Ayant Droit dans le cadre de l'exploitation d'une licence.

Sous réserve de l'accord des personnalités et de leurs disponibilités.

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

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

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

Dotations à définir par l'annonceur et à la charge de celui-ci, dans le cadre d'une mécanique de jeu-concours. Hors secteur Distribution en TV, dans le cadre d'une opération commerciale de promotion. Maquettes non contractuelles. Dual Screen Social : Il est rappelé que l'annonceur et/ou son mandataire devra s'assurer qu'il dispose de tous les droits et autorisations nécessaires sur les éléments de publicité et sur les posts des réseaux sociaux concernés. Les logos des plateformes sociales ne devront pas figurer dans les remontées du Dual Screen Social.

Shoppable Ads

SHOPPING AD

PRINCIPE

Un format enrichi pour mettre en avant vos produits et encourager l'acte d'achat en renvoyant directement vers la mise au panier de vos articles.

Sur PC, Mobile, Tablette : intégration d'un call to action

Sur TV/CTV : intégration d'un QR Code

BÉNÉFICES

Interactivité, visibilité des produits proposés, conversion

DEVICES

TV, CTV, PC, Mobile & Tablette



CONDITIONS

Dispositifs sur devis.

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

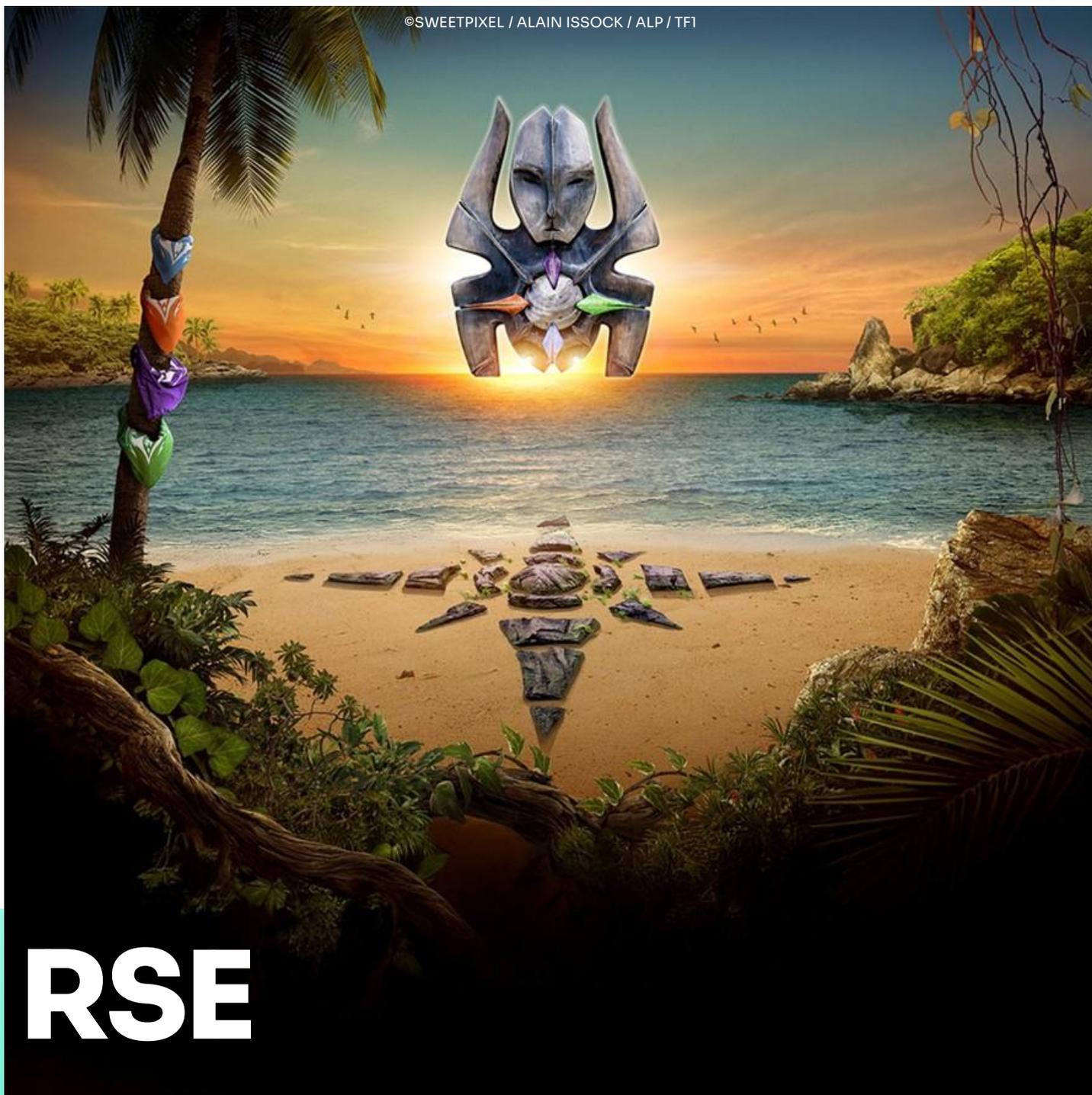
Sous réserve des disponibilités planning et de l'inventaire digital disponible.

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

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

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

Maquettes non contractuelles.



RSE

Ecofunding
Carbon



Page 71

Impact
Screens



Page 71

Vidéo
solidaire



Page 72

Offres Bas
Carbone



Page 73

MyScreen
Etiquetage
nutritionnel



Page 73

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

Offres	Principe	Bénéfice
<p>Ecofunding Carbon</p>	<p>Ce programme permet de diffuser des campagnes de sensibilisation pour inciter les Français à mesurer et réduire leur empreinte carbone individuelle.</p> <p>14 critères d'éligibilité permettent aux annonceurs de participer gratuitement au programme et de bénéficier d'une visibilité dans le film de sensibilisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contribution à la diffusion d'une campagne de sensibilisation prônant la durabilité et la consommation responsable • Visibilité dans le film de sensibilisation
<p>Impact Screens</p>	<p>Visibilité du produit/service au sein d'un écran publicitaire dédié précédé par un jingle spécifique thématique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bénéficier d'un écran publicitaire • Améliorer la mémorisation de la campagne • Renforcer la promesse de la marque sur l'engagement RSE du produit ou service
<p>Vidéo Solidaire</p>	<p>1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'un projet associatif</p>	<p>Mettre en valeur vos engagements environnementaux et sociétaux</p>
<p>Vidéo Solidaire « Grandes Causes »</p>	<p>1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'une Grande Cause</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faire rayonner vos engagements en lien avec une cause sans projet fléché • Soutenir différentes associations qui se battent pour une même cause
<p>Offre Bas Carbone</p>	<p>Des cadres de diffusion bas carbone sur TF1+</p>	<p>Réduire jusqu'à -50% l'empreinte carbone des campagnes *</p>
<p>MyScreen Etiquetage nutritionnel</p>	<p>Valoriser dans nos écrans des produits affichant un NutriScore A ou B</p>	<p>Interpeler le public et favoriser l'attention sur l'aspect nutritionnel de votre produit</p>

* Source : cabinet BL Evolution

Ecofunding Carbon

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

PRINCIPE

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

COMMENT PARTICIPER ?

Chaque campagne publicitaire d’un annonceur **affichant dans son spot** un des **critères d’éligibilité** du programme **déclenchera de la part du Groupe TFI un abondement** dans le programme Ecofunding Carbon, au prorata du budget média investi par l’annonceur.

En 2026, ce programme permettra de programmer des campagnes **jusqu’à un équivalent de 5M€ bruts**. Au départ, le Groupe TFI garantira un minimum de cette valeur afin d’assurer la diffusion d’une campagne forte. Ensuite, ce sont les campagnes des annonceurs sur des produits ou services éligibles qui **déclencheront un abondement supplémentaire** de notre part dans le programme, et permettront de multiplier les campagnes de sensibilisation.

BÉNÉFICES

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

Les conditions sont disponibles à la page 74.

Impact Screens

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

PRINCIPE

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

BÉNÉFICES

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

Les conditions sont disponibles à la page 74.

Vidéo Solidaire

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

PRINCIPE

1 diffusion de votre spot = 1 soutien en faveur d'un projet associatif.

À chaque diffusion de votre publicité sur nos supports médias éligibles avec le format solidaire Goodeed, une partie du budget média investi par l'annonceur est reversée à une des 300 associations partenaires de Goodeed.

SUPPORTS MÉDIAS

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

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

BÉNÉFICES

Booster l'agrément de votre campagne et **mettre en valeur vos engagements environnementaux et sociétaux**. Le format solidaire TF1 PUB x Goodeed permet aux marques de gagner en positivité et montrer leur engagement concret et leur solidarité sur un territoire **en affinité avec leur ADN et leur politique RSE** : environnement, santé, éducation, nutrition, etc.

Les conditions sont disponibles à la page 74.

Vidéo Solidaire

« Grandes Causes »

PRINCIPE

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

À chaque diffusion de votre publicité sur nos supports médias éligibles avec le format solidaire Goodeed, une partie du budget média investi par l'annonceur est reversée à **5 associations partenaires de Goodeed sur une cause solidaire commune**.

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

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

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

SUPPORTS MÉDIAS

Cette nouvelle offre solidaire « Grandes Causes » est disponible :

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

Les conditions sont disponibles à la page 74.

Offres Bas Carbone

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

PRINCIPE

En 2026, TF1 PUB propose aux annonceurs **2 offres « bas carbone » sur TF1+** dont l'objectif est **d'essayer de limiter les émissions carbone jusqu'à -51%*** par rapport à une campagne non optimisée.

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

*Mesure réalisée par DK, Cabinet BL Evolution

Les conditions sont disponibles à la page 74.

MyScreen

Etiquetage nutritionnel

PRINCIPE

En 2026, TF1 PUB propose aux annonceurs de valoriser dans nos écrans des produits affichant un NutriScore A ou B. Votre spot sera diffusé en dernière position (EP99) et séparé du reste de l'écran par un jingle thématique de 3" pour contextualiser votre produit.

Le NutriScore devra apparaître de manière lisible dans le spot de l'annonceur. Les équipes de TF1 PUB peuvent accompagner leurs partenaires pour mettre en valeur le NutriScore au sein du spot de l'annonceur via un format Dual Screens (soumis à des frais de production).

BENEFICES

Cette offre permet d'interpeller le public et de favoriser l'attention sur l'aspect nutritionnel de votre produit

Les conditions sont disponibles à la page 74.

Les conditions

CONDITIONS ECOFUNDING CARBON

Les critères d'éligibilité à Ecofunding Carbon par secteur d'activité sont disponibles sur <https://tfladmanager.fr>. Liste susceptible d'évoluer. L'ADEME pourra, à la demande de TF1 PUB, étudier au cas par cas les publicités proposées par les annonceurs pour valider leur éligibilité au programme EcoFunding Carbon. L'annonceur garantit que tous les produits ou services promus dans le spot répondent au cahier des charges en vigueur disponible sur <https://tfladmanager.fr>. Le critère d'éligibilité devra apparaître dans le spot en non défilant.

CONDITIONS IMPACT SCREEN

Les critères d'éligibilité à Impact Screens sont disponibles sur <https://tfladmanager.fr>. L'annonceur garantit que tous les produits et services promus dans le spot répondent aux critères d'éligibilité. Offre soumise aux Conditions Générales de Vente en vigueur applicables au support concerné et sous réserve de disponibilité planning et d'accord de l'éditeur. Les dispositifs sur TF1 d'une part et sur TF1+ et en Audio d'autre part, sont achetables séparément. Les conditions appliquées à chaque support seront définies en fonction du volume d'investissement réalisé sur le support concerné. Conditions tarifaires spécifiques pour chaque support.

CONDITIONS SPÉCIFIQUES À TF1

Offre accessible uniquement en Spot à Spot ou en MPI Priority (hors MPI, All Buy Myself, offres catégorielles). Spots d'une durée minimum de 20" et liste des écrans éligibles disponible sur <https://tfladmanager.fr>. En Spot à Spot uniquement, l'offre « Impact Screens » est également disponible en format « MY[SCREEN] IMPACT SCREENS » en dernière position d'écran uniquement (position 99 « MY[SCREEN] IMPACT SCREENS ») avec une majoration de +5 % sur le Tarif Brut. Seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN] IMPACT SCREENS.

CONDITIONS SPÉCIFIQUES À TF1+

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

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

- L'impact Screen « Audiodescription » n'est pas éligible sur les supports Audio.
- En Radio sur les Indés Radios, les écrans « Impact screens » seront diffusés aux horaires des écrans VIP existants, liste disponible dans les conditions commerciales audio 2026 disponible sur le site <http://tflpub.fr>. Spots d'une durée maximale de 55".
- En Audio Digital sur Les Indés Digital et/ou Podcasts TF1 spots d'une durée maximale de 25" et sous réserve de l'activation du dispositif en Radio.

CONDITIONS VIDEO SOLIDAIRE

Dispositif sur devis – Détail des conditions dans les Conditions Particulières de Vente de l'offre Vidéo Solidaire disponibles dans les CGV applicable à chaque support concerné.

- Sous réserve de l'accord de Goodeed et de l'association et de disponibilité planning.
- Spots d'une durée minimum de 20" sur TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et de 15" sur TF1+, TF1 Info et la page X (ex Twitter) de TF1.
- Accessible en Spot à Spot et MPI (hors All Buy Myself, offres catégorielles, MPI Priority et programmation).
- Le montant de l'enrichissement solidaire ne peut pas être comptabilisé dans les engagements annuels d'investissement de l'annonceur.
- Application des CGV de chaque support concerné. Conditions tarifaires spécifiques pour chaque support. • Toute communication de la part de l'annonceur sur le partenariat avec l'association ou diffusion du spot solidaire en dehors d'un support du Groupe TF1 est soumise à validation de TF1 PUB, Goodeed et l'association.

CONDITIONS VIDEO SOLIDAIRE « GRANDES CAUSES »

Dispositif sur devis – Détail des conditions dans les Conditions Particulières de Vente de l'offre Grandes Causes disponibles dans les CGV applicable à chaque support concerné.

- Sous réserve de l'accord de Goodeed et de l'association et de disponibilité planning.
- Spots d'une durée minimum de 20" sur TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et de 15" sur TF1+.
- Accessible en Spot à Spot et MPI (hors All Buy Myself, offres catégorielles, MPI Priority et programmation).
- Le montant de l'enrichissement solidaire ne peut pas être comptabilisé dans les engagements annuels d'investissement de l'annonceur.
- Application des CGV de chaque support concerné. Conditions tarifaires spécifiques pour chaque support.
- Toute communication de la part de l'annonceur sur le partenariat avec l'association ou diffusion du spot solidaire en dehors d'un support du Groupe TF1 est soumise à validation de TF1 PUB et Goodeed.

CONDITIONS OFFRE BAS CARBONE

- Les critères d'éligibilité aux offres bas carbone sont disponibles sur <https://tfladmanager.fr>.
- Offre accessible uniquement en gré à gré et programmation garantie.

CONDITIONS SPÉCIFIQUES À MYSCREEN ETIQUETAGE NUTRITIONNEL SUR TF1

Offre accessible uniquement en Spot à Spot ou en MPI Priority (hors MPI, All Buy Myself, offres catégorielles). Spots d'une durée minimum de 20". En Spot à Spot uniquement, l'offre « MY SCREEN ETIQUETAGE NUTRITIONNEL » est disponible en dernière position d'écran uniquement (position 99 « MY[SCREEN] ETIQUETAGE NUTRITIONNEL ») avec une majoration de +5 % sur le Tarif Brut. Seuls les jingles neutres ou les jingles éditorialisés programmes non incarnés pourront être utilisés dans le cadre d'un MY[SCREEN] ETIQUETAGE NUTRITIONNEL.



Conditions commerciales applicables sur la période
du 1^{er} janvier au 31 décembre 2026

TFI Publicité – SAS au capital de 2.400.000 € - 311 473 383 RCS NANTERRE
1 quai du Point du Jour – 92100 BOULOGNE BILLANCOURT – Tél. 01 41 41 30 30 – Fax. 01 41 41 34 00 –
www.tflpub.fr – <https://labox.tflpub.fr>