

TF1PUB

LE BOOK 2027

VIDÉO | TV | STREAMING | ADRESSABLE



H-LANTA



▶ STAR ACADEMY



▶ COUPE DU MONDE
DE RUGBY 2027



▶ ROBIN



▶ THE VOICE

CONDITIONS COMMERCIALES 2027



Edito TF1 PUB

SYLVIA TASSAN TOFFOLA

DIRECTRICE GÉNÉRALE DE TF1 PUB

Pour un trading vidéo unifié, plus simple et plus performant

Face à la fragmentation des usages, TF1 PUB accompagne la convergence entre TV Linéaire, Streaming et Adressable pour offrir aux annonceurs et agences une réponse unifiée, flexible et mesurable à chaque étape de leurs campagnes.

Alors que les usages vidéo ne sont pas encore stabilisés et que la technologie et l'IA continuent de transformer nos métiers, les annonceurs sont confrontés à une équation complexe : appréhender un écosystème vidéo global tout en rationalisant leurs investissements.

Pour la résoudre, ils réclament légitimement **davantage d'unification**, tandis qu'à leurs côtés, les agences ont **besoin de lisibilité, de flexibilité et d'automatisation**, pour opérer des campagnes efficaces dans un univers vaste et morcelé.

Pour rester votre partenaire prioritaire dans ce contexte, **le Groupe TF1 et sa régie misent toujours sur un investissement ambitieux dans les contenus**, contenus désormais exposés sur Netflix et bénéficiant d'une dynamique d'audience spectaculaire¹.

“ **SUR LE LINÉAIRE, NOUS POURSUIVONS LA SIMPLIFICATION DE LA SEGMENTATION INITIÉE EN 2026.** ”

TF1 Pub aborde aussi un nouveau cycle d'évolutions pour **consolider sa position de première régie vidéo du marché français²**, à même de proposer la meilleure combinaison d'inventaires linéaires et streaming, offrant à la fois couverture massive et adressabilité.

Sur le linéaire, nous poursuivons la simplification de la segmentation initiée en 2026 avec plus de flexibilité, et élargissons notre gamme d'opportunités en self-service avec **All Buy Myself Garantie et Sponso**.

Sur l'adressable, nous changeons d'échelle. Les inventaires publicitaires ont doublé en deux ans avec le succès de TF1+, et un nouveau cycle de croissance s'ouvre avec **le succès de nos contenus sur Netflix**.

Nos formats, toujours plus immersifs, interactifs et performants, ainsi que nos capacités d'adressage data renforcées³, vous permettront de profiter pleinement de cette dynamique.

“ **POUR TOUJOURS PLUS DE SIMPLICITÉ ET DE SERVICES, NOUS DÉVELOPPONS NOTRE GAMME AGENTIQUE AUTOPILOT.** ”

Nous créons **TF1 Efficiency Framework** pour regrouper toutes les solutions de mesure d'efficacité à votre disposition, du haut de funnel aux mesures comportementales⁴.

Point d'orgue de cette saison : **le lancement du Brand Simulator**, déjà disponible dans TF1 AdManager, car la performance commence par la préférence de marque.

Pour toujours plus de simplicité et de services, nous développons notre **gamme agentique Autopilot avec ses déclinaisons Sponso et Explorer**. À moyen terme, nous mettrons en chantier Autopilot Trading.

Les briques d'un trading vidéo unifié se renforcent par la **mise en place de la mesure d'audience MediaReach** de Médiamétrie, d'agents IA facilitateurs et de mesures d'outcomes plus systématiques.

C'est dans cet esprit que nous lançons **Puissance Max** : TV Linéaire + Streaming + Live Adressable activés sur une journée en quatre écrans, pour une émergence maximale au sein de contenus fédérateurs.

Je vous souhaite à tous une excellente saison, riche d'avancées consensuelles vers le trading de demain !

Sylvia Tassan Toffola

1. + 30 % d'heures vues en moyenne sur TF1+ entre l'été 2025 et l'été 2026 (Données site centric)

2. 60 millions de Français au contact de nos contenus chaque mois, 52 millions chaque semaine (Médiamétrie Médiamat)

3. 1 500 segments disponibles, avec un renfort significatif sur les services et les biens d'équipement grâce à l'intégration de Valiuz et de LBC.

4. Drive to web, to app et to store avec nos offres « SMART ».

L'offre **TF1 PUB** : la puissance au millimètre près pour un maximum d'efficacité...



Sources : Médiamétrie Médiamat S1 2026 : *Couverture hebdomadaire 4+ (seuil 10s)

10 chaînes live

TF1

TMC TFX LCI TFI SERIES FILMS T18 NEVO 19

Ushuaïa TV Breizh HISTOIRE TV

+

1 plateforme Streaming

TF1+

1 plateforme d'info digitale

TF1 INFO

Nos éditeurs partenaires



Samsung TV Plus

bouygues **T18 NEVO 19**

L'offre TF1 PUB, c'est la combinaison :

d'une offre full vidéo puissante pour maximiser votre reach

&

d'une offre 100% adressable d'envergure aux multiples capacités de ciblage

83 %

de reach hebdomadaire sur nos contenus auprès des Français.*

42 M

de streamers mensuels sur **TF1+****

335 M

d'heures consommées chaque semaine (linéaire + Streaming).***

1 500

segments data activables pour adresser toutes vos cibles.

Sources : Médiamétrie Médiamat S1 2026 : *Couverture hebdomadaire 4+ (seuil 10s) / ** Moyenne mensuelle 4 écrans / ***Heures consommées chaque semaine sur TF1+

Pour une efficacité démontrée au service de vos campagnes

6,5 € **TF1 GROUPE**

de CA incrémental pour 1€ investi sur les chaînes du Groupe TF1.

+14% vs le global TV hors Groupe TF1.

6,4 € **TF1**

de CA incrémental pour 1€ investi sur la chaîne TF1.

+12% vs le global TV hors chaîne TF1.

Sources : Étude réalisée par Ekimetrics pour TF1 PUB, fondée sur plus d'une centaine de modèles économétriques soit +50 annonceurs étudiés issus de 10 secteurs représentatifs du marché français sur une période de 3 années (2023 à 2025). Reposant à la fois sur un panel très large de campagnes TV (+300 modèles économétriques, +700 vagues) et sur une granularité très fine de données, l'étude a permis d'identifier avec robustesse des leviers tangibles de l'efficacité TV.

Une nouvelle étape franchie pour **TF1+**

Un partenariat inédit de distribution de **TF1+** sur **NETFLIX**
depuis le 19 juin 2026



Mise à disposition de la **quasi-intégralité** du catalogue TF1+ sur Netflix (Streaming + Live)

Diffusion auprès de **tous les abonnés de Netflix**

Une intégration exclusive : hub et rails dédiés, algorithme de recommandation de TF1+ sur Netflix

De nouveaux **records d'audience** pour TF1+ dès juin 2026 grâce au succès de nos programmes et au partenariat Netflix

SECRET STORY

44M
de VU

en juin 2026
sur cible 4+*

8,3M
de VU

sur la journée du
25/06/2026*

+30%

d'heures vues¹
vs n-1

98%

de taux de
complétion²

+15%

de reach incrémental³
vs n-1



“ Nos objectifs d'audience, fixés à horizon 18 mois, ont été atteints en moins de trois semaines. Ce démarrage confirme la pertinence de ce partenariat inédit et l'appétence du public pour nos contenus. ”

Rodolphe Belmer – Président Directeur Général du Groupe TF1

*Médiamétrie Restit TV : Accu TSP

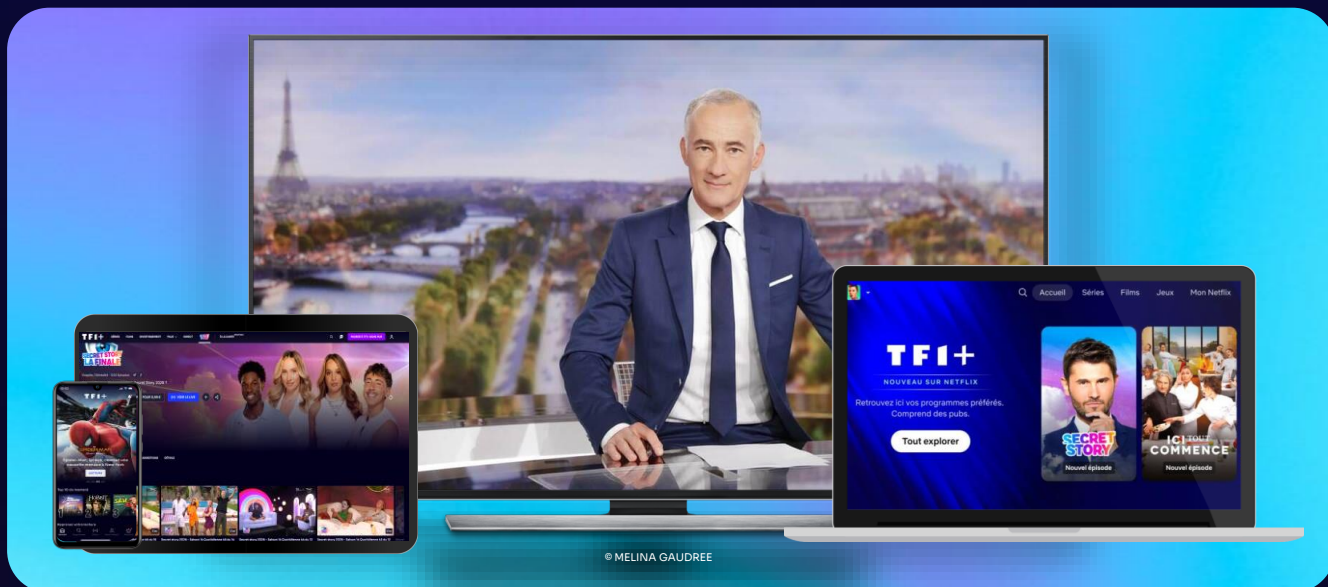
¹Heures vues : données internes été 2025 (TF1+ uniquement) vs été 2026 (TF1+ et TF1+ sur Netflix)

²Taux de complétion : Freewheel été 2026

³Reach incrémental : réalité sur la base d'abaques de campagnes Freewheel depuis le lancement le 19 juin 2026 vs n-1

L'offre qui concrétise l'unification du marché vidéo

Maximisez votre couverture sur **une journée et émergez grâce à la combinaison de positions premium sur nos inventaires linéaires et adressables.**



**1 journée
(10h - 00h)**



4 écrans



**6M de contacts
estimés ***



1 forfait jour

Un dispositif full vidéo

TV Linéaire



**Ecran 2030
EP1 **
(Sortie JT)**



Streaming



Pré-roll
(1^{ère} connexion ***
de la journée,
y compris sur
TF1+ sur **NETFLIX**)



**Live
Adressable**



**1^{er} spot
décrochable
de la journée**

3 formats de spots disponibles au choix :
15s / 20s / 30s

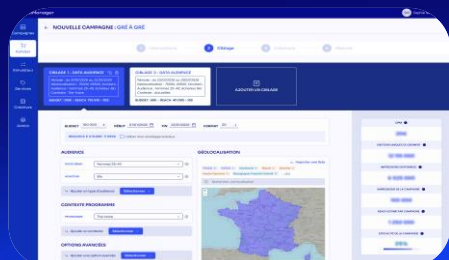
80 K€ Net (format 15s)

100 K€ Net (format 20s) / 110 K€ Net (format 30s)

Le Tarif Net non cumulable avec toute remise ou avantage tarifaire auquel l'annonceur pourrait prétendre.

* Performances estimées données à titre indicatif, sans valeur contractuelle. / ** Les publicités comparatives sont exclues des emplacements préférentiels / *** Pilotage grâce à l'identification login ou ID Box / Chaque offre est soumise à des conditions spécifiques (OGV), en fonction du support.

TF1 AdManager



La plateforme qui renforce l'accès à nos offres et services TF1 PUB

- ✓ Créez des campagnes à fort impact en TV et Digital
- ✓ Suivez les performances de vos campagnes
- ✓ Simulez et achetez en toute autonomie
- ✓ Avec intégration native de l'IA

TV

La gamme All Buy Myself s'élargit avec **All Buy Myself Garantie** et **All Buy Myself Sponso**, directement accessibles dans TF1 AdManager.

Parcours TV	TV Classique		Parrainage TV
	Achat Contextuel	Achat en Garantie	
Achat aux conditions négociées pour l'annonceur	Spot à Spot Sélectionnez vos contextes et choisissez vos écrans.	MPI Confiez votre brief à la régie et nous construisons votre campagne.	-
Achat d'opportunité en Net	All Buy Myself Spot à Spot Achetez en Spot à Spot en tarif Net.	All Buy Myself Garantie NEW Achetez en CGRP Net garanti à partir du T1 2027* .	All Buy Myself Sponso NEW Achetez votre dispositif en tarif Net à partir du T1 2027* .

Les premières fonctionnalités concerneront l'accès aux disponibilités de nos offres

Digital

TF1 AdManager vous permet de simuler et programmer vos campagnes selon vos objectifs de communication.

Nouveautés 2027 : un parcours d'achat enrichi de 3 objectifs : trafic sur site, génération de leads et téléchargements d'applications.

Streaming / Adressable	Notoriété	Visites en magasin	Trafic sur site	Génération de leads
			Téléchargements d'apps	
Achat gré à gré	✓	✓	✓	✓
Achat programmatique	✓	-	-	-

*Période estimée donnée à titre indicatif, sans valeur contractuelle.

TF1 PUB accompagne ses partenaires avec des programmes dédiés



TF1 Academy

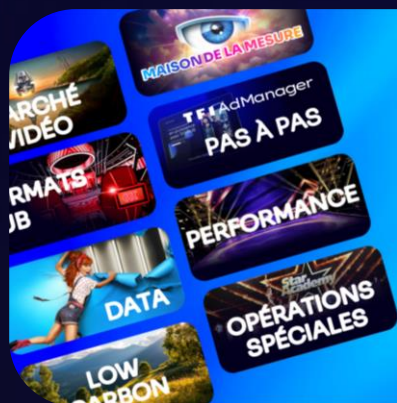
Un programme de formations et de certifications en ligne gratuit pour gagner en maîtrise et en autonomie

Les thèmes essentiels de l'écosystème TV & Digital

👥 850 utilisateurs

🎓 ~ 500 certifiés

🕒 2 600 modules terminés



Déjà 10 modules disponibles et plus à venir

Plusieurs plans de formation et certifications



Validez votre **montée en compétence** et **valorisez cette expertise**, notamment via l'obtention d'un badge LinkedIn

Sources : données internes TF1 PUB

TF1 Business Partners

Le programme dédié aux partenaires accompagnant les PME et entreprises locales

Ce nouveau programme fédère un réseau de partenaires certifiés (prestataires, consultants et experts locaux), chargés d'accompagner PME et entreprises locales dans la création, le pilotage et l'optimisation de leurs campagnes vidéo sur TF1+.



Possibilité d'activer un nouveau levier média avec l'offre TV Connectée de TF1

Un accès privilégié à **TF1 AdManager** & gestion simple de **plusieurs comptes**

Une formation certifiante via la **TF1 Academy**

Une **visibilité renforcée** via un **annuaire dédié**

L'Intelligence Artificielle, booster de performance de vos campagnes



✓ TFI AdManager

Une nouvelle gamme d'agents **IA**

- + de performance
- + de recommandations
- + de fluidité et d'autonomie sur tout le cycle de vie de vos campagnes

autopilot **NEW**
sponso

Votre agent IA pour planifier votre **campagne de parrainage TV**

à partir de novembre 2026*

1

Transmettez votre brief
via un simple prompt à l'agent
Autopilot Sponso.

Autopilot Sponso : sur TF1 au démarrage

2

Il vous fournit une recommandation
sur-mesure en fonction
des disponibilités planning.**

Des solutions IA à **chaque étape de votre campagne digitale**

CRÉATION

**Créez vos spots vidéo
et voix-off avec l'IA**

Avec un accompagnement de nos experts.

CIBLAGE

autopilot
explorer

**Optimisez votre ciblage
avec l'agent Autopilot Explorer (T1 2027)***

Pour vous guider dans le choix de vos cibles selon
votre secteur et historique etc.

NEW

PLANNING

**Simulez votre campagne
en temps réel**

À tout moment, les inventaires disponibles
et le reach de vos campagnes sur TF1+.

REPORTING

autopilot
explorer

**Bénéficiez d'un reporting enrichi
avec l'agent Autopilot Explorer (S2 2027)***

Bilans enrichis et recommandations
personnalisées.

NEW

Toutes nos solutions accessibles via ✓ TFI AdManager

*Période estimée donnée à titre indicatif, sans valeur contractuelle.

**Les informations fournies sont générées automatiquement et sont données à titre indicatif sans garantie de TF1 PUB.

Efficacité de vos campagnes vidéo : nos solutions de mesure et de pilotage avec...

NEW

**TF1 EFFICIENCY⁷
FRAMEWORK**

Mesurez l'impact de vos campagnes

En TV Linéaire & Streaming TF1+

De la notoriété au business

Pour chaque étape du funnel : **1 framework, 4 solutions**

**HAUT
DE FUNNEL**

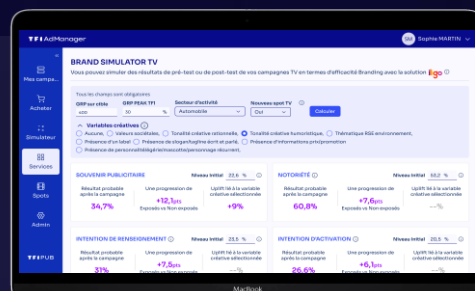
Brand Simulator

– TV Classique

Anticipez, optimisez et
mesurez l'impact branding
de vos campagnes TV.

COMING NEXT

Brand Simulator Sponso



✓ TFI AdManager

**MID
FUNNEL**

Ad Impact Streaming

Mesurez l'impact branding de vos campagnes TF1+
sur les 4 écrans.

✓ TFI AdManager

**BAS
DE FUNNEL**

MMM Data Factory – TV & Streaming

Alimentez vos modèles économétriques avec une donnée TV,
Parrainage et TF1+, historisée sur 3 ans.

Bilans Visites en Magasin & E-commerce – Streaming

Mesurez l'impact business de vos campagnes TF1+. ✓ TFI AdManager



► Sommaire

ESPACE CLASSIQUE

Page 11

STREAMING & DIGITAL

Page 48

PARRAINAGE

Page 60

OPÉRATIONS SPECIALES

Page 68

RSE

Page 74

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

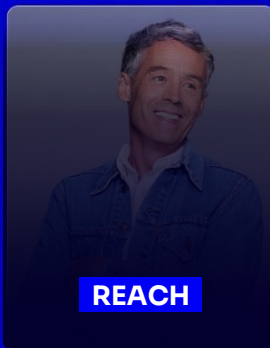


Espace **Classique**



TFI PRIME

© LP/FRED DUGIT



REACH

© ORALPH WENIG/BANGUMI/TFI



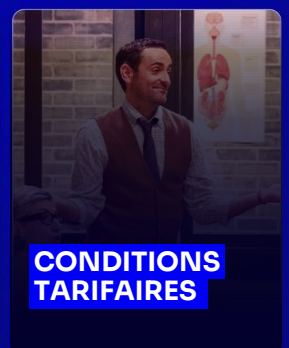
TFI AdManager

© CHRISTOPHE CHEVALIN /TFI



**OFFRES
CATÉGORIELLES**

© GRAPHISME: EWAN PECRIAUX/TFI -
PHOTO: LAURENT VU / ALP/TFI



**CONDITIONS
TARIFAIRES**

© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TFI

Page 13

Page 16

Page 31

Page 36

Page 40

**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 2027 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, Ushuaïa, 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
 - Le parcours « Spot à Spot »
 - Le parcours « All Buy Myself Spot à Spot » (appelé « All Buy Myself » en 2026)
 - Le parcours Pure Player (uniquement accessible sur TF1 PRIME et TF1 REACH)
 - ❑ 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 <https://admanager.tf1pub.fr>.
 - Les offres MPI/MPI Priority : en 2027, plus qu'un seul brief Multi-chaînes avec le MPI FLEX (suppression du MPI Standard et MPI Boost et maintien des MPI Mono-chaîne).
 - 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 28.
- NEW**

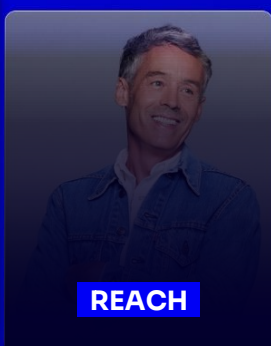
 - Le parcours « All Buy Myself Garantie » : un achat en Garantie en toute autonomie via **un parcours d'achat en CGRP net** dans TF1 AdManager (T1 2027)*.

*Période estimée donnée à titre indicatif, sans valeur contractuelle.

Espace **Classique**



© LP/FRED DUGIT



© ORALPH WENIG/BANGUMI/TF1



© CHRISTOPHE CHEVALIN /TF1



© GRAPHISME: EWAN PECRIAUX/TF1 -
PHOTO: LAURENT VU / ALP/TF1



© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TF1

Page 13

Page 16

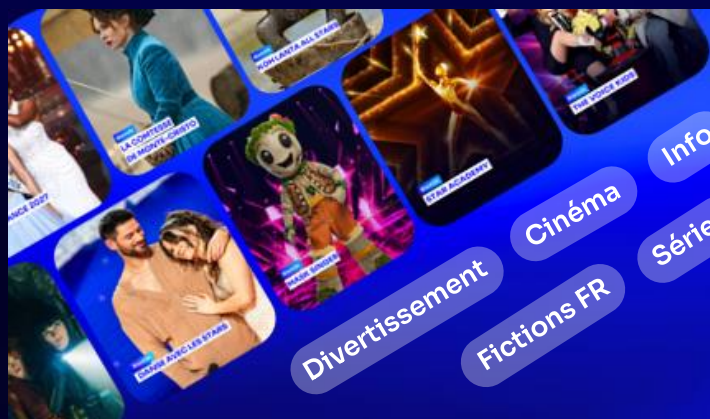
Page 31

Page 36

Page 40

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

Le meilleur allié de vos performances



TF1 PRIME

L'offre d'émergence instantanée de référence

Une **couverture massive**

34 M

de Français en contact
chaque semaine
en Prime sur TF1

10 M de 25-49 ans | **6 M** de 15-34 ans

Sources : Médiamétrie Médiamat S1 2026 : couverture hebdomadaire (seuil 10s) sur cibles, TF1 Linéaire (20h-23h30)

Des **écrans puissants** sur cible 25-49 ans

6,7x

plus puissant
qu'un écran de Peak
hors TF1

14,5x

plus puissant
qu'un écran moyen
hors TF1 ¹

Sources : Médiamétrie Médiamat S1 2026 : GRP 25-49 ans.
¹ Un écran de Peak de TF1 offre une audience moyenne 14,5 fois supérieure à l'audience moyenne des écrans de toutes les autres chaînes hors TF1 (périmètre TV Gratuite)

L'efficacité **business démontrée**

ENGAGEMENT ²

69 %

des programmes en Peak de TF1
sont engageants

+18 pts vs TTV (hors TF1)

+ mémorisation + image + attractivité

EFFICACITÉ ³

6,7 €

ROI TF1 PRIME

**+18% vs ROI TTV
(hors Groupe TF1)**

26 %

de contribution
aux ventes
pour TF1 PRIME **vs 24%**
d'investissements

Sources : ² Etude engagement 2024 OpinionWay - 283 programmes toutes chaînes confondues - Score d'engagement = modélisation sur la base de 7 dimensions (fidélité, plaisir, attention, attachement, rdv, recommandation & partage)

³ Etude réalisée par Ekimetrics pour TF1 PUB, fondée sur plus d'une centaine de modèles économétriques soit +50 annonceurs étudiés issus de 10 secteurs représentatifs du marché français sur une période de 3 années (2023 à 2025). Reposant à la fois sur un panel très large de campagnes TV (+300 modèles économétriques, +700 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

SPOT À SPOT

AVANTAGE : L'achat au Spot à Spot offre à l'annonceur, ou à son mandataire, la possibilité de sélectionner et réserver des emplacements publicitaires dans les programmes de son choix, selon les disponibilités et dans le respect des règles professionnelles en vigueur. Ces achats sont commercialisés en taux.

EVENT

AVANTAGE : Les Event sont des écrans diffusés autour de programmes ou d'événements 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 » et « Cinéma ».

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.

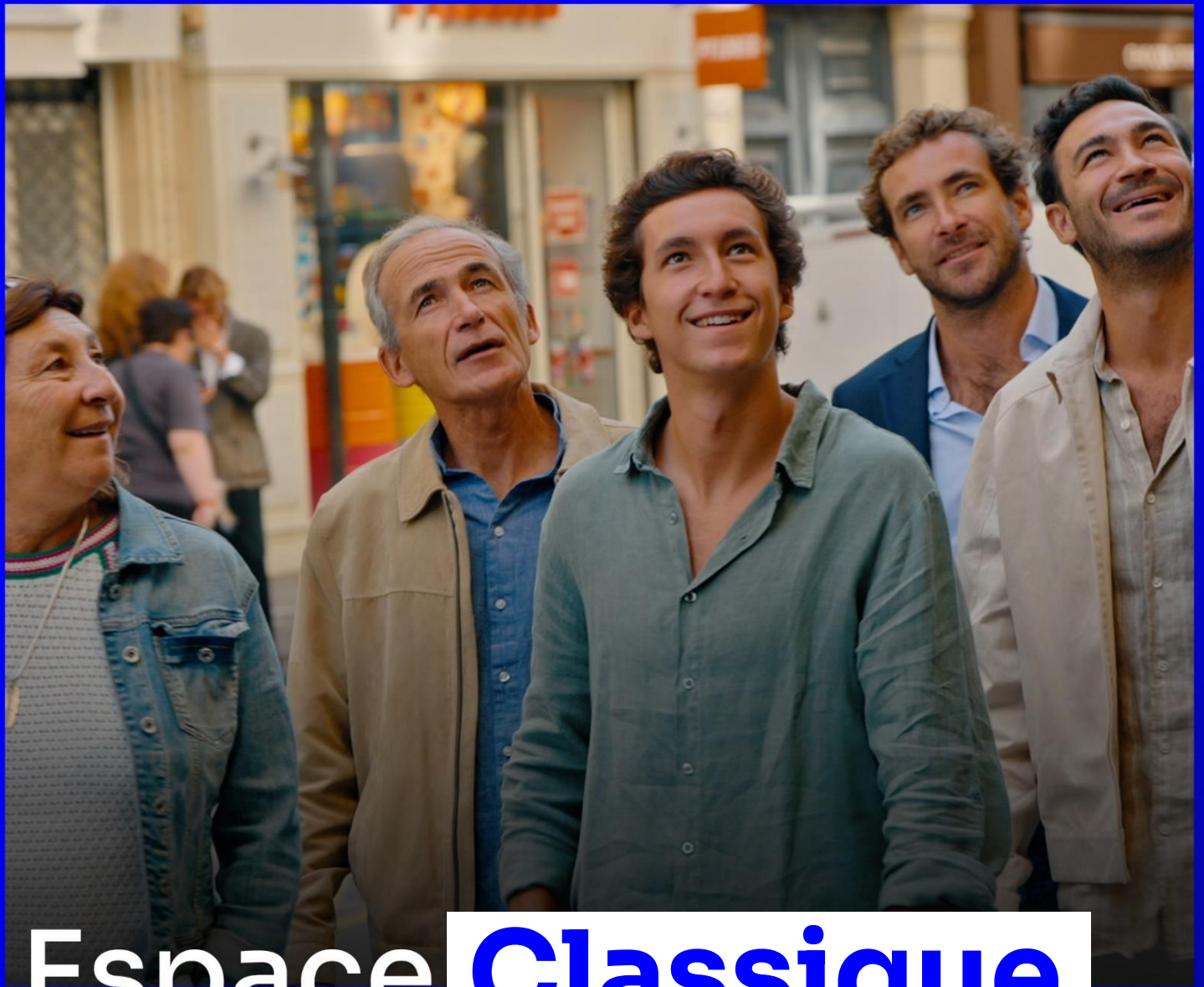
LES CONDITIONS : Les Premium font l'objet de grilles tarifaires spécifiques, Tarif 1 et Tarif 2, et vous confèrent une priorité par rapport à toute autre offre, selon l'ordre décroissant des positions sur l'écran : 1 et 99, puis 2 et 98, ensuite 3 et 97.

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 : 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 Tarifs auprès du marché, les écrans concernés sont identifiés par un * dans le flash Tarifs. L'hybridation de l'écran sera également précisée dans Addside et Popcorn via EDI.

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



Espace **Classique**



TF1 PRIME

© LP/FRED DUGIT



REACH

© ORALPH WENIG/BANGUMI/TF1



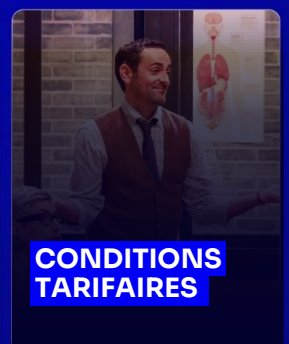
TF1 AdManager

© CHRISTOPHE CHEVALIN /TF1



**OFFRES
CATEGORIELLES**

© GRAPHISME: EWAN PECRIAUX/TF1 -
PHOTO: LAURENT VU / ALP/TF1



**CONDITIONS
TARIFAIRES**

© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TF1

Page 13

Page 16

Page 31

Page 36

Page 40

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

REACH

L'offre Multi-chaînes pour maximiser la couverture



10 chaînes complémentaires pour une large couverture hebdo

74 %

des 4+

73 %

des 25-49 ans

71 %

des FRDA 15-49 ans

en contact avec les programmes constitutifs du segment REACH

Sources : Médiamétrie Médiamat S1 2026 : Couverture hebdomadaire (seul 10s) sur cible de l'offre REACH, hors T18, Novo19 et les chaînes thématiques.

En adressant toutes vos cibles



Familial, tous publics
Généraliste de référence



Urbains, Actifs, 25-49 ans
Smartainment



Jeunes 15-34 ans, Femmes
Divertissements / GEN Z



Décideurs, CSP+
L'info en continu



Femmes, 25-59 ans
Séries et Cinéma



Débats, documentaires, divertissements



Chaîne nationale avec un ancrage territorial



Découvertes & divertissements

REACH Booster d'efficacité de vos campagnes

6,3 €

de **CA incrémental** pour 1€ investi **sur l'offre REACH.**
+11% vs la moyenne TV hors Groupe TF1.

28 %

de **contribution aux ventes** pour **27%** des investissements TV.

Sources : Étude réalisée par Ekimetrics pour TF1 PUB, fondée sur plus d'une centaine de modèles économétriques soit +50 annonceurs étudiés issus de 10 secteurs représentatifs du marché français sur une période de 3 années (2023 à 2025). Reposant à la fois sur un panel très large de campagnes TV (+300 modèles économétriques, +700 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

SPOT À SPOT

AVANTAGE : L'achat au Spot à Spot offre à l'annonceur, ou à son mandataire, la possibilité de sélectionner et réserver des emplacements publicitaires dans les programmes de son choix, selon les disponibilités et dans le respect des règles professionnelles en vigueur.

Ces achats sont commercialisés en taux, traités en priorité par rapport aux campagnes achetées en Coût GRP net garanti et sont proposés sur l'ensemble des chaînes commercialisées par TFI Publicité.

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 messages publicitaires répondant à la définition des publicités comparatives, au sens du Code de la consommation, n'ont pas accès aux Emplacements Préférentiels au sein d'un écran d'un support.

Les Offres MPI



MPI, Mode de Programmation Internalisé, est un mode d'achat où votre campagne est construite automatiquement par TFI 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 GRP 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 budget 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 et jusqu'à S-3, 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 TFI PUB en page 28.

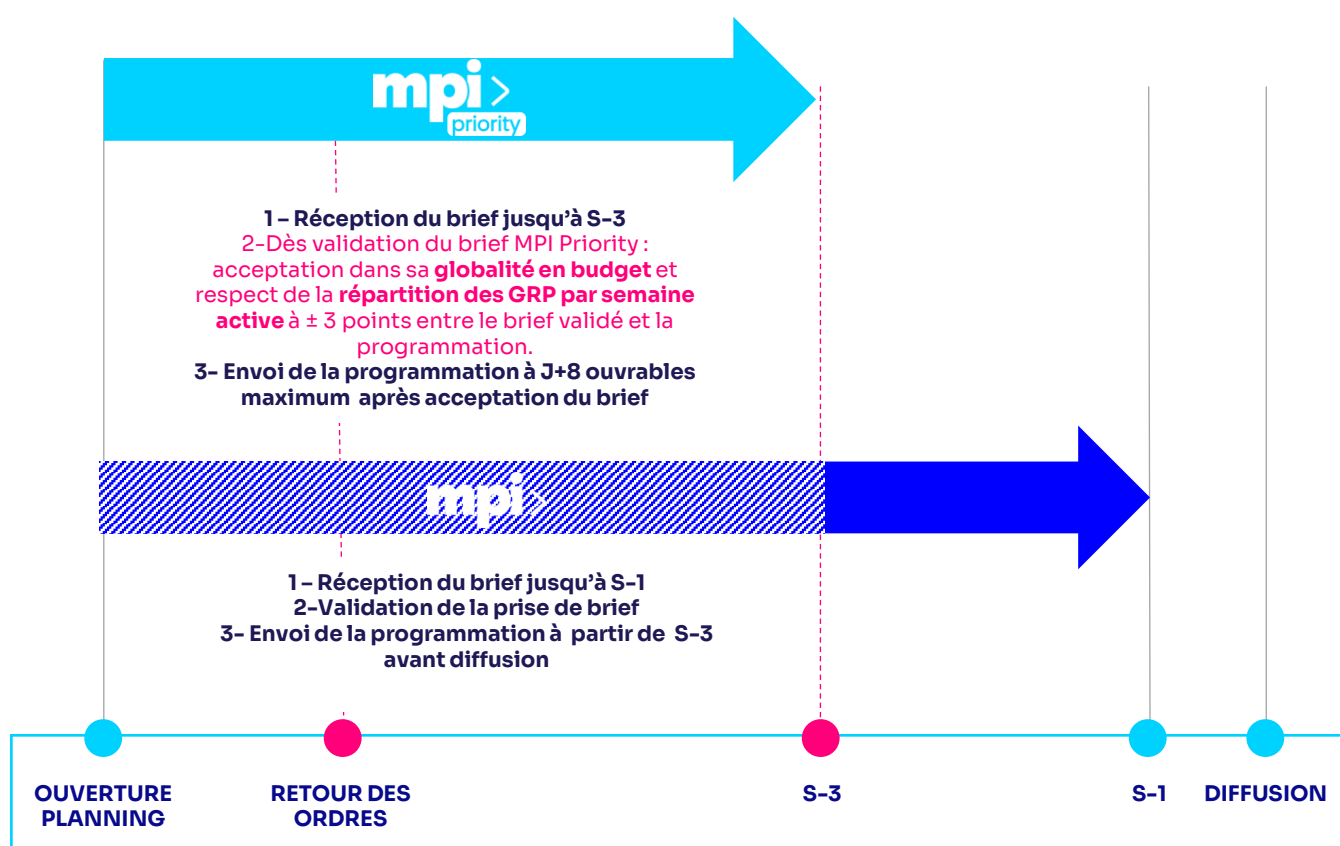


- Environnement de diffusion : catalogue diffusé en TV sur TFI, TMC, TFX, TFI Séries Films, T18, Novo19, les contenus AVOD (exclusivités digitales et/ou contenus non diffusés à l'antenne) et Chaînes FAST thématiques (flux continus de contenus vidéos thématiques)
- Environnement « Brand Safe » quel que 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 la qualité des données communiquées en cours et fin de campagne

Les Offres MPI

Process :

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

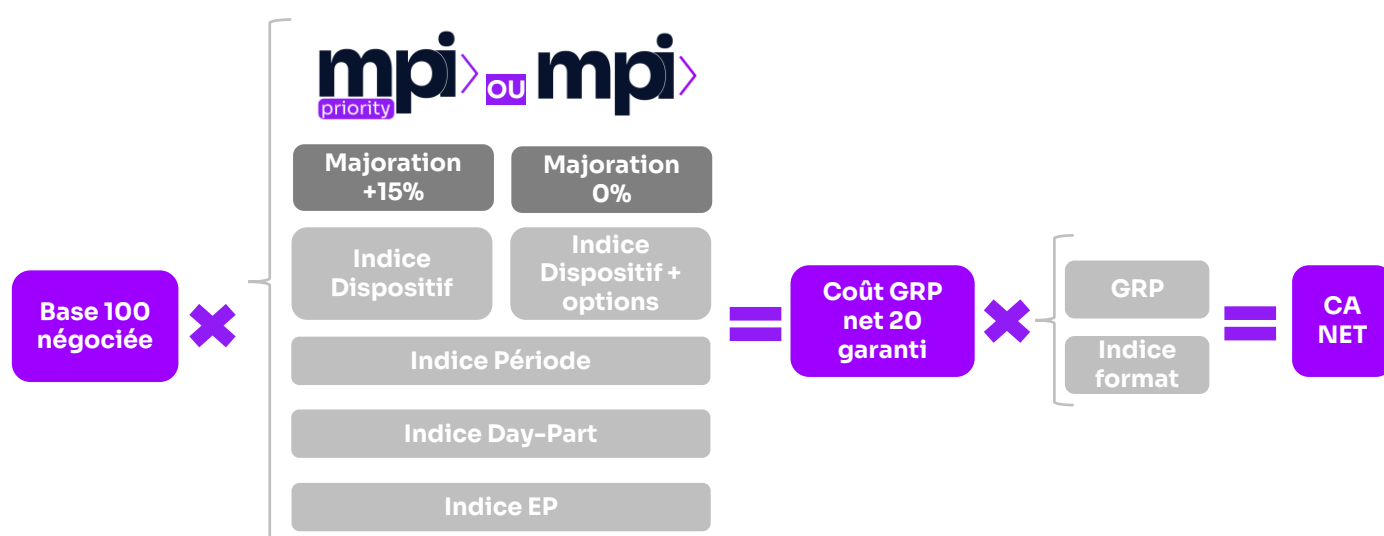


Les Offres MPI

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**. La grille d'indices par cible s'applique sur la Base 100 pour calculer la valeur du Coût GRP Net. 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 19.

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 Live Adressable 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 : Addside, Popcorn). 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	
Un minimum de 10 GRP par semaine active	
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) Les campagnes du Gouvernement et d'Intérêt Général n'ont pas accès au MPI sur TFI REACH.	
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 est possible de programmer une offre Mono-chaîne et une offre Multi-chaînes pour un même produit, 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 jusqu'à S-3, 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

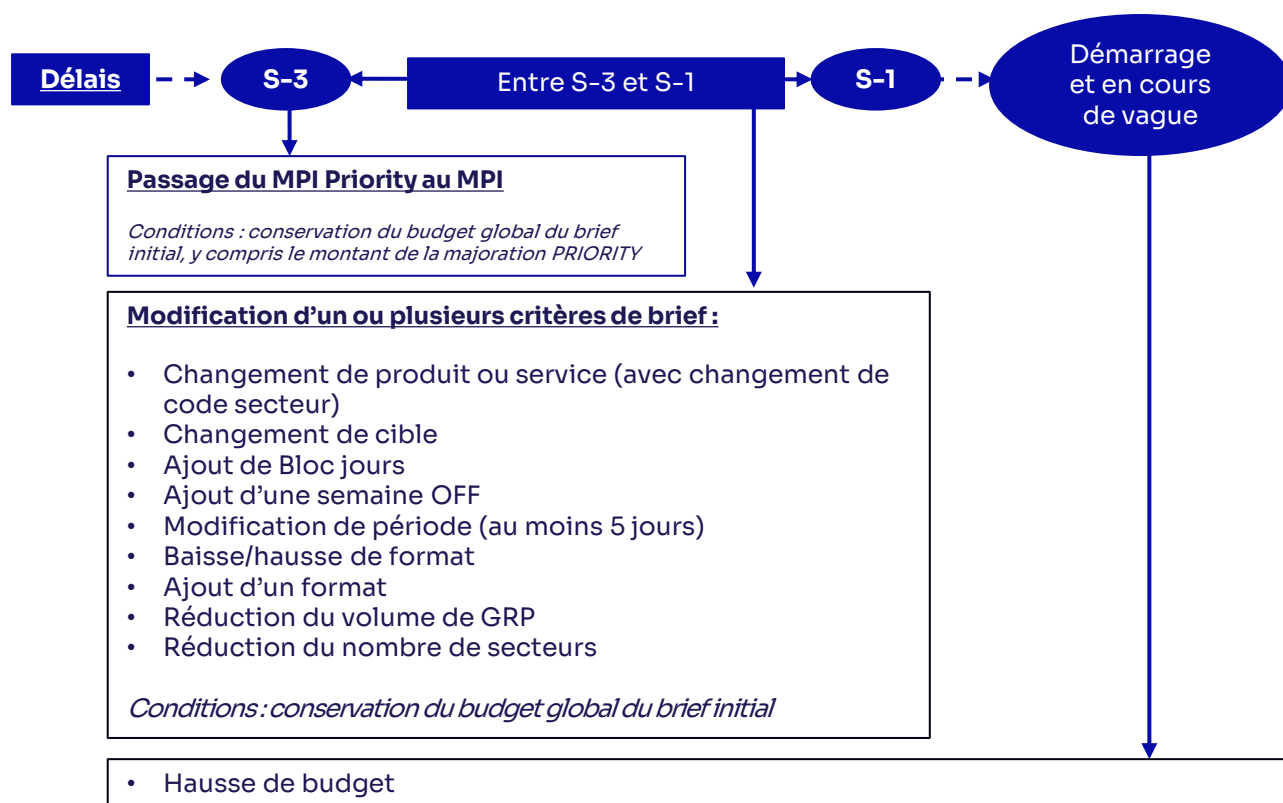
	mpi> priority	mpi>
<u>Envoi du brief à TF1 PUB</u>	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-3	Aux ouvertures de planning et au plus tard à S-1
<u>Acceptation du brief</u>	TF1 PUB s'engage à vous faire part de son acceptation/refus du brief de programmation dans un délai maximum de 8 jours ouvrables *	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 *
<u>Retour des plans**</u>	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 2027 de TF1 PUB

Les Offres MPI

Pour répondre au mieux à votre exigence dans la construction de vos campagnes, les offres MPI 2027 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	●	●
OPTIONS AU CHOIX PAR BRIEF		
Exclusion de jour nommé (1 à 4 jours Maximum) ¹	Incluses et activables sur demande	Indice du Dispositif +1 pt
Période inactive d'au moins 5 jours consécutifs au sein de la vague ²		+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 jusqu'à S-3, 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.45)

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 Multi-chaînes, ciblés et thématisés.

Le dispositif Multi-chaînes, MPI Flex, sera composé d'un dispositif Multi-chaînes TNT REACH et d'un dispositif TF1 REACH avec un investissement minimum de 5 % des GRP de la vague sur TNT REACH sur le même produit et la même période que celui de TF1 REACH.

La répartition des GRP entre TF1 REACH et TNT REACH pourra varier de $\pm 5\%$ vs la répartition demandée dans le brief.

L'indice TNT REACH du MPI Flex est une moyenne des indices différenciés par chaînes présentes dans le dispositif.

Vous avez accès au montant Net par chaîne dans les rapports financiers de TF1 AdManager et en facturation.

Les Thématiques seront servies à hauteur de 15 % maximum dans les packs.

GROUPES	Mono-chaîne		Multi-chaînes TV		
	Chaînes	Indice	Dispositif	Chaînes	Indice MPI Flex – Poids de TF1 REACH au choix*
FEMMES A	TF1	140	REACH WOMEN A	TNT REACH TMC TFX TF1 Séries Films T18 Novo19 TV Breizh + TF1 REACH TF1	Indice TNT REACH 90 + Indice TF1 REACH 135
	TMC	110			
	TFX	95			
	TF1 Séries Films	90			
	T18	85			
	Novo19	85			
	TV Breizh	70			
FEMMES B	TF1	140	REACH WOMEN B	TNT REACH TMC TFX TF1 Séries Films T18 Novo19 TV Breizh + TF1 REACH TF1	Indice TNT REACH 90 + Indice TF1 REACH 135
	TMC	110			
	TFX	95			
	TF1 Séries Films	90			
	T18	85			
	Novo19	85			
	TV Breizh	70			
MIXTES	TF1	140	REACH MIX	TNT REACH TMC TFX TF1 Séries Films LCI T18 Novo19 TV Breizh Ushuaïa TV Histoire + TF1 REACH TF1	Indice TNT REACH 90 + Indice TF1 REACH 135
	TMC	110			
	TFX	95			
	TF1 Séries Films	90			
	LCI	85			
	T18	85			
	Novo19	85			
	TV Breizh	70			
	Ushuaïa TV	80			
	Histoire	80			

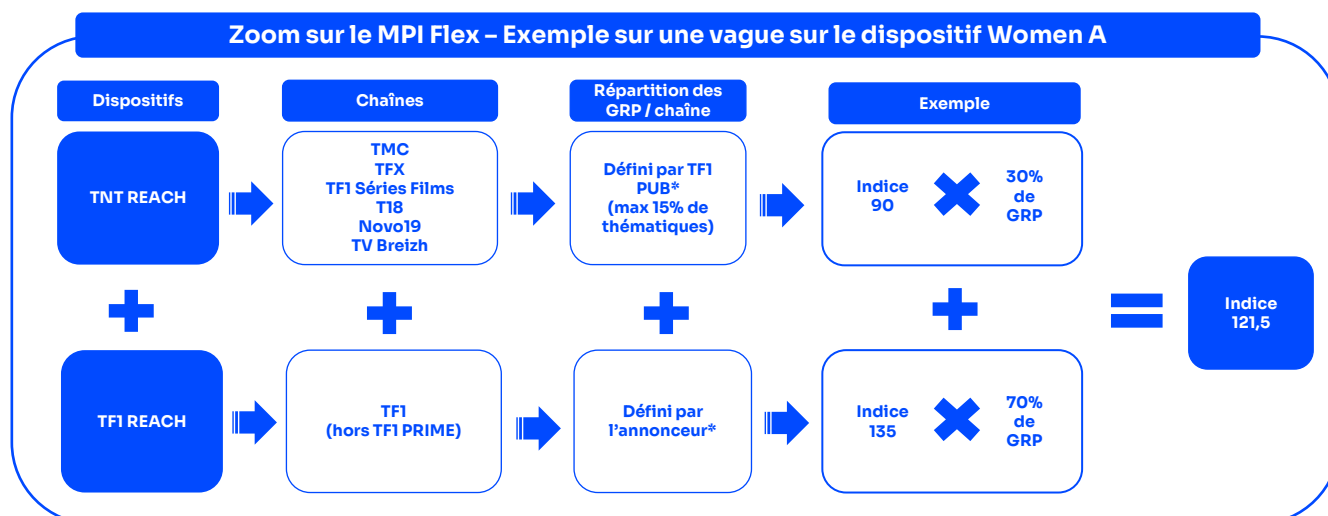
* Sous réserve d'un investissement minimum de 5 % des GRP de la vague sur TNT REACH sur le même produit et la même période que celui de TF1 REACH.

Les Offres MPI

GROUPES	Mono-chaîne		Multi-chaînes TV		
	Chaînes	Indice	Dispositif	Chaînes	Indice MPI Flex – Poids de TF1 REACH au choix*
JEUNES	TFX	95	-	-	-
INDIVIDUS > 35ANS	TF1	140	REACH SILVER	TNT REACH TMC TF1 Séries Films LCI T18 Novo19 TV Breizh Ushuaïa TV Histoire + TF1 REACH TF1	Indice TNT REACH 90 + Indice TF1 REACH 135
	TMC	110			
	TF1 Séries Films	90			
	LCI	85			
	T18	85			
	Novo19	85			
	TV Breizh	70			
	Ushuaïa TV	80			
	Histoire	80			
HOMMES ACTIFS CSP+	TF1	170	REACH URBAN	TNT REACH TMC TFX** LCI T18 Novo19 Ushuaïa TV Histoire + TF1 REACH TF1	Indice TNT REACH 80 + Indice TF1 REACH 165
	TMC	90			
	TFX**	90			
	LCI	85			
	T18	75			
	Novo19	75			
	Ushuaïa TV	60			
	Histoire	60			

* Sous réserve d'un investissement minimum de 5 % des GRP de la vague sur TNT REACH sur le même produit et la même période que celui de TF1 REACH.

**Uniquement les écrans codés 9 (sport)



* Sous réserve d'un investissement minimum de 5 % des GRP de la vague sur TNT REACH sur le même produit et la même période que celui de TF1 REACH.

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 > 28/2	1/3 > 4/4	5/4 > 16/5	17/5 > 4/7	5/7 > 25/7	26/7 > 22/8	23/8 > 24/10	25/10 > 19/12	20/12 > 31/12
Indices hors Cible Enfants 4-10 ans	95	125	105	145	95	80	165	145	95

Périodes	1/1 > 28/2	1/3 > 4/4	5/4 > 16/5	17/5 > 4/7	5/7 > 25/7	26/7 > 22/8	23/8 > 24/10	25/10 > 5/12	6/12 > 31/12
Indices Cible Enfants 4-10 ans	90	90	90	90	70	70	155	350	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	95	100
Access	1800 à 1999				115	-
Peak	/	2000 à 2199		0600 à 0899 et 2000 à 2399	135	-
Night	2200 à 2899			2400 à 2899	70	-
Ecrans sport	Les écrans sport du REACH, codés 9, de TF1, TMC et TFX sont valorisés à l'indice du Peak*.		/	/	135	-

*quelle que soit leur heure de diffusion tout en conservant leur Day-Part en GRP.

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
- Les messages publicitaires répondant à la définition des publicités comparatives, au sens du Code de la consommation, n'ont pas accès aux Emplacements Préférentiels au sein d'un écran d'un support.

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

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 TF1 PUB.

Le support d'hybridation est nommé « TF1+ Reach TF1 » dans les centres serveurs et dans nos reportings.

L'hybridation d'une campagne MPI/MPI Priority n'est pas systématique et la décision d'hybridation de la campagne appartient à TF1 PUB.

L'ENVIRONNEMENT DE DIFFUSION

Une campagne MPI sera complétée par une diffusion sur le support « TF1+ Reach TF1 » entendu comme une diffusion sur TF1 + de façon majoritaire autour de programmes de la chaîne TF1 (à l'exception des programmes faisant partie de l'offre Peak Hybride) ainsi que de façon minoritaire autour des programmes des chaînes TMC, TFX, TF1 Séries Films, 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**), ainsi qu'autour des programmes des chaînes T18 et Novo19 en Streaming TV sur écran 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 informé 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 TF1 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 Addside et Popcorn, 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 TF1 PUB, et non sur les GRP TV réellement diffusés*

*** Connected TV : téléviseur connecté*

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	Chaîne	Indice
JEUNESSE	TF1*	100	TFOU JEUNESSE	TF1*	88
	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 la cible des 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 : 5 GRP

Les spots seront programmés hors Emplacement Préférentiel.

Bilan MPI

LA FACTURATION :

La facturation de l'ensemble des briefs REACH est basée 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 28 mars 2027



LES ATERRISSAGES DES CAMPAGNES :

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 21).

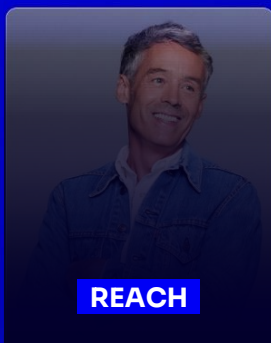


Espace Classique



TF1 PRIME

© LP/FRED DUGIT



REACH

© ORALPH WENIG/BANGUMI/TF1



**TF1
AdManager**

© CHRISTOPHE CHEVALIN / TF1



**OFFRES
CATÉGORIELLES**

© GRAPHISME: EWAN PECRIAUX/TF1 -
PHOTO: LAURENT VU / ALP/TF1



**CONDITIONS
TARIFAIRES**

© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TF1

Page 13

Page 16

Page 31

Page 36

Page 40

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

Achat Spot à Spot dans TFI AdManager

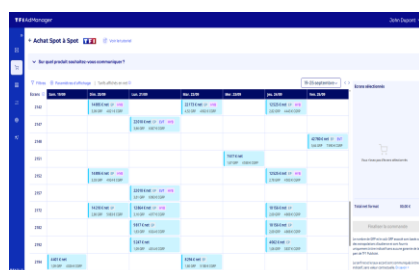


PRINCIPE

TF1 PUB facilite l'accès au planning et maximise votre autonomie via **un parcours d'achat pour l'achat Spot à Spot**. Avec 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

TFIADMANAGER.FR



①

Créez votre 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 avec l'application des conditions commerciales négociées pour l'annonceur

③

Vous pourrez effectuer un achat en ligne. 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 ?	TFI PRIME	REACH
Pour qui ?	Tous les annonceurs (client en direct ou via un mandataire) à l'exception des annonceurs des secteurs Cinéma et de l'ensemble de la famille Edition, les campagnes du Gouvernement et Intérêt Général et Collectives. Les annonceurs achetant via des offres Pure Player n'ont pas accès à ce parcours.	
Quels formats ?	Entre 5 et 45" inclus	
Quel calendrier d'achat ?	Ouvert 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 19h30	

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.

All Buy Myself Spot à Spot dans TFI AdManager



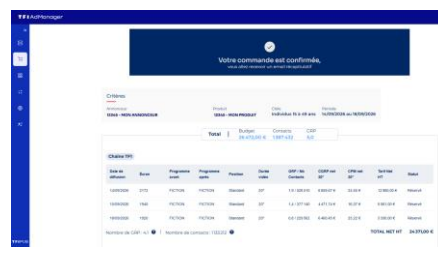
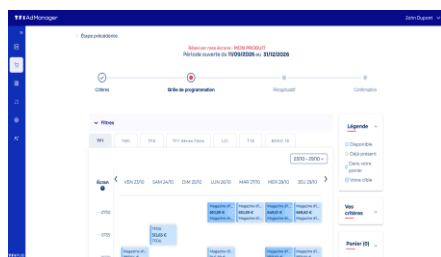
PRINCIPE

TF1 PUB propose un **parcours d'achat en Spot à Spot en net dans TFI AdManager** pour TFI, TMC, TFX, LCI, TFI Séries Films, T18 et Novo19,

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 le spot acheté, son tarif ne peut évoluer.

FONCTIONNEMENT

TFIADMANAGER.FR



1

Créez votre 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 ?	TFI 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 une semaine après le retour des ordres et achetable 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, les campagnes du Gouvernement et Intérêt Général ainsi que les annonceurs Pure Player. Les campagnes Collectives et les annonceurs de l'ensemble de la famille Edition (hors Edition Littéraire) ont accès à ce parcours mais sans condition commerciale spécifique.	
Quels formats ?	Entre 5 et 45" inclus	
Ouverture du parcours	Du Lundi au Vendredi (hors jours fériés) de 8h30 à 19h30	

* Les écrans jeunesse, codés 5, ne seront pas accessibles sur la période octobre-novembre 2027. **Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre contribueront 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.

All Buy Myself Garantie dans TF1 AdManager

NEW

TF1

TMC

TFX

LCI

TF1

SÉRIES

T18

NOVO¹⁹

TV Breizh

Ushuaïa TV

HISTOIRE TV

PRINCIPE

TF1 PUB propose **un nouveau parcours d'achat en CGRP net pour les achats en Garantie** dans TF1 AdManager, sur les supports de l'Offre REACH.

Les inventaires et les **CGRP nets évoluent en temps réel**. Une fois le brief validé, le CGRP net est garanti au moment de l'achat. Comme pour les achats en MPI, le Médiaplanning pourra évoluer.

FONCTIONNEMENT

TFIADMANAGER.FR



1

2

3

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

Créez et simulez votre brief pour obtenir une proposition de dispositif par chaîne et day-part hors TF1 PRIME, avec un CGRP net associé

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 TF1 AdManager

CONDITIONS

Quel inventaire ?	REACH
Quel calendrier d'achat ?	Ouvert sur toute la période d'ouverture de planning - Inventaire visible une semaine après le retour des ordres et achetable 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, de l'ensemble de la famille Edition, du secteur Editions audiovisuelles tous supports : DVD, VOD (n°330108), des annonceurs Pure Player ainsi que des campagnes du Gouvernement et Intérêt Général.
Quels formats ?	Entre 5 et 30" inclus
Ouverture du parcours	Du Lundi au Vendredi (hors jours fériés) de 8h30 à 19h30

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre contribueront à l'atteinte de l'engagement annuel éventuellement souscrit par l'annonceur. Cette offre n'est pas cumulable avec tout avantage ou remise auquel l'annonceur pourrait prétendre. Votre achat est ferme après validation dans TF1 AdManager. Voir les conditions sur TF1 AdManager.

Parcours d'achat pour Pure Player dans TF1 AdManager

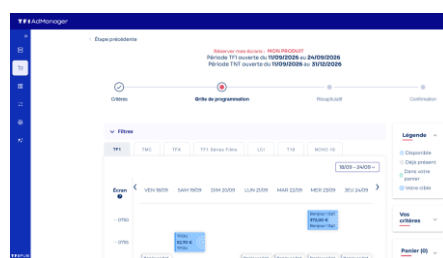


PRINCIPE

TF1 PUB met en place un parcours d'achat dédié pour les annonceurs **Pure Player** via TF1 AdManager. 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 le spot acheté, son tarif ne peut évoluer.

FONCTIONNEMENT

TFIADMANAGER.FR



1

Créez votre 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 TF1 AdManager

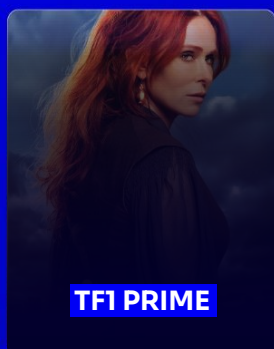
CONDITIONS

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 19h30	

Les investissements réalisés dans le cadre de cette offre contribueront 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 TF1 AdManager. Voir les conditions sur TF1 AdManager. Offre non cumulable avec toute autre offre de TF1 PUB.



Espace **Classique**



TF1 PRIME

© LP/FRED DUGIT



REACH

© ORALPH WENIG/BANGUMI/TF1



TF1 AdManager

© CHRISTOPHE CHEVALIN / TF1



**OFFRES
CATÉGORIELLES**

© GRAPHISME: EWAN PECRIAUX/TF1 -
PHOTO: LAURENT VU / ALP/TF1



**CONDITIONS
TARIFAIRES**

© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TF1

Page 13

Page 16

Page 31

Page 36

Page 40

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

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% ²

*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 2027

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

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

PME-PMI & NOUVEL ANNONCEUR

AVANTAGE

Abattement Cours d'Ordre sur le Chiffre d'Affaires Brut facturé.

À partir des ouvertures de planning		TF1 PRIME	TF1 REACH	TNT REACH
Périodes pleines	Tous annonceurs Jeux-Jouets	55% ¹	55% 45%	70%
Périodes creuses	Tous annonceurs Jeux-Jouets	55% ¹	55% 55%	75%

Périodes pleines : Octobre à Novembre 2027

¹Hors écrans EVENT

POUR QUI ?

PME-PMI : Annonceurs ou Groupe d'annonceurs ayant réalisé en 2026 un Chiffre d'Affaires consolidé inférieur à 50 millions d'Euros.

Nouvel annonceur TF1 PRIME : Tout annonceur ou Groupe d'annonceurs absent de TF1 PRIME en 2026.

Nouvel annonceur REACH : Tout annonceur ou Groupe d'annonceurs n'ayant pas communiqué sur une des chaînes de l'offre REACH en 2026.

Non éligible : tout annonceur qui changerait de dénomination sociale en 2027 ou qui communiquerait en 2027 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication en 2026, 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.

GOVERNEMENT 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 aux offres « All Buy Myself Spot à Spot », « All Buy Myself Garantie », au parcours Spot à Spot et à l'achat en Coût GRP garanti (MPI) sur TF1 REACH.

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 au parcours Spot à Spot.

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.

	TF1 PRIME		TF1 REACH		TNT REACH	
Type de films	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€	55 %	60 %	55 %	60 %	72 %	77 %
Films > 5 M€ et < ou = 7 M€	60 %	65 %	60 %	65 %	75 %	80 %
Films < ou = 5 M€	65 %	70 %	65 %	70 %	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 2027.

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 TF1 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 TF1 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 TF1 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 TF1 PRIME et TF1 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 TF1 PRIME et TF1 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 45) 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 aux offres « All Buy Myself Spot à Spot », « All Buy Myself Garantie », au parcours Spot à Spot.

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

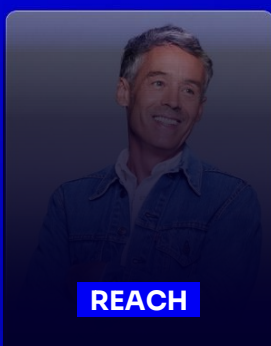


Espace **Classique**



TF1 PRIME

© LP/FRED DUGIT



REACH

© ORALPH WENIG/BANGUMI/TF1



TF1 AdManager

© CHRISTOPHE CHEVALIN /TF1



**OFFRES
CATÉGORIELLES**

© GRAPHISME: EWAN PECRIAUX/TF1 -
PHOTO: LAURENT VU / ALP/TF1



**CONDITIONS
TARIFAIRES**

© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TF1

Page 13

Page 16

Page 31

Page 36

Page 40

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

Indices tarifaires de format 2027

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	102
22	103
23	104

Durée (en secondes)	Indice
24	105
25	106
26	107
27	108
28	109
29	109
30	110
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

TF1 PRIME
REACH

TF1 PRIME REACH

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.

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

REACH

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

Tout annonceur investissant sur TF1 dans l'offre TF1 PRIME en Espace Classique, entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027, 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 2027	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 2027 au cours du 1er trimestre 2028.

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", les campagnes collectives et les campagnes du Gouvernement 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 2027 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 2027.

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 2027.

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 2028.

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 <https://admanager.tflpub.fr>

Assiette de calcul			ESPACE CLASSIQUE			
			Spot à Spot	PME-PMI & NA	Entertainment / Cinéma	Collective / Gouvernement & Intérêt Gal
TARIF PUBLIE (1) <i>Grilles Brut HT publiées au format 20"</i> <i>selon secteur (Tarif 1 ou 2) et emplacement/priorité (Standard/Premium 1&99/ 2&98/3&97)</i>						
+/-	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	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 2028 (Cf. page 43).

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 2027.

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 2027.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2027 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 », « 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.

			ESPACE CLASSIQUE						
			Spot à spot	MPI	MPI Jeunesse / MPI Goodeed	PME - PMI & NA	Packs nets	Entertainment / Cinéma	Collective / Gouvernement et Intérêt Gal
Assiette de calcul									
TARIF PUBLIE (1)									
Grilles Brut HT publiées au format 20"									
+/-	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	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+ Reach TF1 publiés au titre de la diffusion sur TF1+ Reach TF1.

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

Les terminaisons d'écran

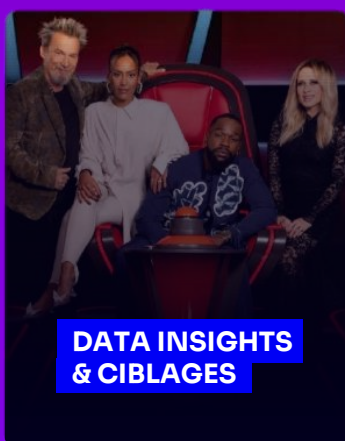
Terminaison	TF1 PRIME	REACH	
	TF1	Toutes les chaînes hors LCI	LCI
0	Standard	Standard	Standard
1	Inédit		
2	Inédit/ case ciné dimanche	Films	
3	Télé réalité	Télé réalité	Neutre
4	Divertissement / Talk- show	Divertissement / Talk- show	Divertissement / Talk- show
5		Jeunesse	
6	Exceptionnel	Exceptionnel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

Streaming & Digital



© ELOISE LEGAY / DEMD PROD / TF1

Page 51



© LAURENT VU

Page 54



© OHPÉLIE VINOT / BIG BAND STORY

Page 56



© LUCIE COSNIER

Page 57

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

Modalités vidéo susceptibles d'évolution.

L'écosystème **digital TF1 PUB**

Au-delà de TF1+*, TF1 PUB commercialise les inventaires digitaux des supports suivants :

- TF1 Info
- Live Adressable : disponible sur les 5 chaînes du Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI.
- Samsung TV+
- Studio TF1
- Les plateformes Streaming de T18 et Novo 19

Une offre publicitaire globale et efficace pour répondre à l'ensemble de vos enjeux.

LES SUPPORTS DE DIFFUSION DE NOTRE OFFRE PUBLICITAIRE DIGITALE

Notre offre comprend :

Les contenus du Groupe TF1



STUDIO TF1
Chaînes FAST et contenus
AVOD sur Smart TV

Les contenus de nos partenaires

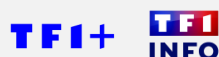


Notre offre Live Adressable



Nos offres peuvent intégrer l'ensemble des contenus (contenus du Groupe TF1 et contenus de nos partenaires) et sont disponibles au sein d'un écosystème puissant et diversifié :

Sur nos plateformes :



Nouvelle distribution :



Chez notre partenaire vidéo :



*TF1+ désigne la plateforme de Streaming dans toutes ses présentations et dénominations commerciales, en ce compris MyTF1

L'écosystème **digital TF1 PUB**

TF1 PUB commercialise les inventaires display et vidéos de la plateforme Streaming gratuite TF1+* qui propose plusieurs dizaines de milliers d'heures de programmes disponibles en 4 écrans.

CONTENUS À FORTE VALEUR

TF1+, agrégateur de contenus à forte valeur

+40 000 heures de contenus

25 chaînes FAST

+400 séries, **500** films**

200 divertissements

Un partenariat avec

LE FIGARO

arte L'EQUIPE

ina

NEW

Red Bull
TV

LCP
ALBERT ROBERT

NEVO¹⁹

DES AUDIENCES PERFORMANTES

41,8M
STREAMERS
UNIQUES

+18% vs n-1¹
S1 2026 vs S1 2025

+14%
15-34
ANS

de streamers uniques
S1 2026 vs S1 2025¹

+23%
HEURES
VUES

sur SMART TV
S1 2026 vs S1 2025²

ENVIRONNEMENT PUB PREMIUM³

Taux de complétion à **98%**

Visibilité (norme MRC Vidéo) : **96%**

Brand safe : **100%**

EXPERIENCE CROSS-DEVICE



+ de 26M de profils logués

OFFRE DATA PUISSANTE⁴

+ DE 1 500 SEGMENTS
DATA DISPONIBLES

DONT + DE 400
SEGMENTS DATA RETAIL

3 FAI
& 8 DATA PROVIDERS

* TF1+ désigne la plateforme de streaming dans toutes ses présentations et dénominations commerciales, en ce compris MyTF1

** Films édités par TF1+ et des éditeurs tiers

¹ Médiamétrie Médiamat ACCU TSP S1 2026 vs 2025

² Site centric nombre d'heures vues en Smart TV

³ FW - Adserver Juin 2026 | IAS - données sur la période du 1er juin au 30 juin 2026. Visibilité MRC = 50% de surface visible pendant 2 secondes. TF1+ & TF1 INFO en OTT

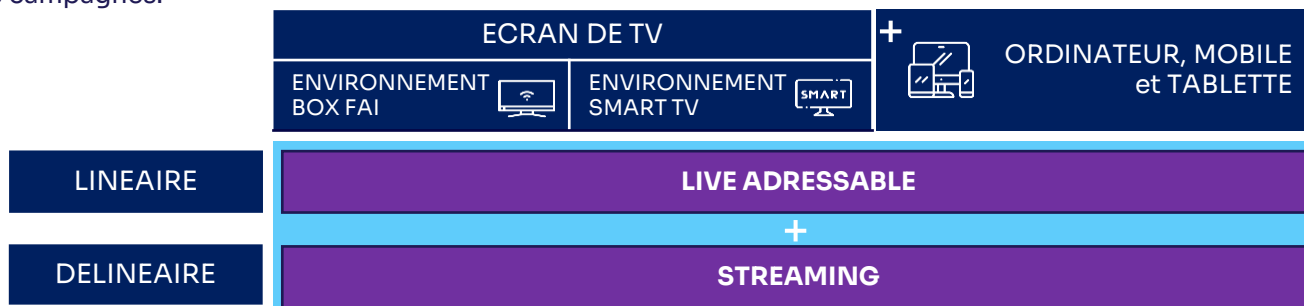
⁴ Données internes TF1 PUB

Structuration de notre offre vidéo

Bénéficiez d'une activation vidéo quel que soit le mode de consommation (Live Adressable et délinéaire) et quel que soit l'écran de consommation (écran de TV, ordinateur, smartphone et tablette).

Grâce à la montée rapide en couverture de la consommation linéaire et à la complémentarité d'usage et de device, maximisez ainsi le reach et le poids de CTV de vos campagnes.

La mise en place d'identifiant commun entre flux linéaire et délinéaire sur l'environnement des box FAI, l'identification via le login ainsi que l'appairage permettent de mieux piloter les niveaux de répétition des campagnes.



Vidéo Adressable* (Streaming + Live Adressable)

DISPOSITIF

Une diffusion sur l'ensemble des flux vidéo du Groupe TF1, en Live Adressable et en Streaming à la discrétion de TF1 PUB.

MODE D'ACHAT

- Gré à gré
- Programmatique

CAMPAGNES ELIGIBLES à une diffusion en Live Adressable

Seuls les formats de **10, 12, 15, 20, 25 et 30 secondes** sont acceptés.

Les messages créatifs faisant la mention d'opérations commerciales de promotion en faveur d'un distributeur et/ou d'une adresse ou d'une identification locale explicite ne sont pas éligibles à une diffusion en Live Adressable.

PÉRIMÈTRE DE DIFFUSION du Live Adressable

Chaînes éligibles : TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI

Day-Part : tous les Day-Parts sont éligibles à l'exception des écrans de TF1 PRIME

Supports de diffusion : flux linéaires depuis une box FAI (Live Adressable), les sites/applications TF1+ et les sites/applications diffusant les chaînes du Groupe TF1

Contexte programmes : pas de diffusion au sein ou à proximité des programmes Jeunesse.

DIFFUSION en Live Adressable uniquement

Diffusion en Live Adressable uniquement possible avec application d'une majoration du CPM VIDEO et d'une majoration pour le choix du device (CTV/OTT). Pour les autres offres (retargeting sponso/programme, des non exposés à la campagne TV linéaire...), nous consulter.

MANDAT Nécessaire pour le Live Adressable

A défaut de mandat spécifique valable pour les supports de l'offre, le Live Adressable est accessible au mandataire disposant d'un mandat digital.

Inventaire & exclusivité : Tout spot acheté dans le cadre des offres MPI REACH (MPI & MPI Priority), peut être remplacé par des spots de Live Adressable. TF1 PUB se réserve le droit de modifier l'inventaire mis à disposition pour la Live Adressable. Les spots achetés en Spot à Spot ne seront pas remplacés par des spots de Live Adressable. Les exclusivités sectorielles ne seront pas assurées en Live Adressable.

* Diffusion non garantie sur le Live Adressable et le Streaming.

Offres Vidéo

Les offres Streaming Only

Signature*

LE DISPOSITIF

Une présence exclusive en mono pré-roll sur les contenus longs** de TF1+.

L'offre Signature se décline autour de 3 gammes :

- Signature Top 15 : le meilleur de nos programmes en digital
- Signature ALL IN : l'ensemble des contenus sur TF1+ (hors jeunesse et live)
- Signature CTV : Ciblage sur l'écran TV et ciblage horaire

Ciblages data et géolocalisation disponibles sur les contenus.

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur TF1+, sous réserve du nombre de dispositifs disponibles par mois. Nous contacter.

Coview+

LE DISPOSITIF

Optimisation de la diffusion de votre campagne afin de maximiser le coviewing à partir de plusieurs critères déterminants tels que la tranche horaire, le device ou le jour nommé.

Cette option vous permet d'atteindre +25% de coviewing par rapport à une campagne classique 4 écrans non optimisée.

La mesure se base sur les données Médiamétrie.

LES ÉCRANS

Dispositif en 4 écrans sur TF1+.

Midroll Exclusif*

LE DISPOSITIF

Privatisation de l'intégralité d'un écran de coupure (mid-roll) afin d'exposer votre marque en exclusivité au cœur d'un contexte de diffusion premium sur l'écran de TV (Box et Smart TV).

LES ÉCRANS

Dispositif disponible également en 4 écrans pour les formats allant jusqu'à 150 secondes maximum. Valorisation sur mesure, nous contacter.

Disponible uniquement en gré à gré.

* Offre non accessible aux annonceurs du secteur jeux d'argent et de hasard

** Contenus de plus de 15 minutes

Offres Vidéo

Les offres Sponso

Expand Sponso

LE DISPOSITIF

Complétez votre présence en Parrainage TV par la diffusion en Streaming d'un billboard*, accolé au contenu** programme et séparé des spots par un jingle TF1+ en pré-roll et/ou mid-roll.

LES ÉCRANS

Dispositif 4 écrans.

Disponible uniquement en gré à gré.

Streaming Sponso

LE DISPOSITIF

Emergez sur nos programmes uniquement en Streaming via la diffusion d'un billboard* accolé au contenu programme** et séparé des spots par un jingle TF1+ en pré-roll et/ou mid-roll. Sous-réserve d'exclusivité sectorielle aux parrains antennes*** présents en Expand Sponso.

LES ÉCRANS

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

Disponible en gré à gré et en **programmatisation** ^{NEW} (uniquement sur une sélection de programmes).

* Format billboard de 8 secondes. Pour toutes autres demandes inférieures ou supérieures, nous contacter. (jusqu'à 12 secondes maximum)

** Programme et/ou bandes annonces programme

*** Parrain antenne : annonceur ayant souscrit à une offre de parrainage auprès de TF1 PUB pour la diffusion LIVE TV

Data Insights & ciblage

Data Insights

Nos offres vidéo adressables s'appuient sur notre capacité de ciblage reposant sur notre solution Graph ID.

Graph : ID

GRAPH:ID

Solution de données propriétaire développée par TF1, le Graph ID est une vision 360 des utilisateurs de TF1+ et de TF1 INFO avec plus de 100 critères à disposition. C'est un accès unique et facilité à l'ensemble des données des utilisateurs du Groupe TF1 (TF1+, TF1 Info).

Graph ID Custom Target* :

Créez des segments publicitaires personnalisés avec le Graph ID. Segmentez vos audiences en posant vos questions aux utilisateurs TF1+ (maximum 3) et adaptez/ciblez vos créations publicitaires en fonction de leurs réponses.

Data Clean Room

TF1 PUB offre la possibilité aux annonceurs & partenaires de matcher leur data first party à la base CRM de TF1+ & TF1 INFO grâce à nos partenaires techniques : Data Clean Room Liveramp; Mediarithmics Clean Room et la Data Clean Room Snowflake.

Une gamme technologique large pour répondre à l'ensemble de vos use cases data* : insights, **measurement et activation**; en toute sécurité et dans le respect de la réglementation sur les données personnelles.

DIFFUSION DE CAMPAGNE

Dispositif disponible en Streaming 4 écrans.

Sous conditions d'éligibilité liées à un volume d'investissement minimum dans le cadre de l'offre – nous consulter.

Ciblages 1/2

Les non-équipés TV

LE DISPOSITIF

Communiquer auprès d'une population unique de non-équipés TV. Ce segment inédit a été entièrement conçu à travers la qualification de nos utilisateurs sur nos inventaires TF1+ via une technique de data science afin de maximiser sa diffusion.

LES ÉCRANS

OTT: PC, mobile et tablette.

**Détails et conditions d'éligibilité sur demande*

Ciblage Programme(s)

LE DISPOSITIF

Programmation d'une campagne mid-roll autour d'un programme ou d'une sélection de programmes sur-mesure.

LES ÉCRANS

Dispositif disponible en 4 écrans sur TF1+ et sur les chaînes programmes du Groupe TF1 sur YouTube.

Ciblage Affinitaire

LE DISPOSITIF

Diffuser une campagne sur les programmes avec un indice d'affinité supérieur à 100 sur la cible (âge et sexe) de votre choix.

LES ÉCRANS

Une offre éligible sur une quinzaine de cibles masculines, féminines et mixtes :

- Multi-écrans : PC, Mobile, Tablette, CTV (Box et Smart TV)
- Multi-environnements : TF1+, TF1 INFO, Contenus du Groupe TF1 disponibles sur l'ensemble des apps opérateurs OTT partenaires*, chaînes programmes du Groupe TF1 sur Youtube, chaînes FAST accessibles via Samsung TV Plus, T18, NOVO19

Ciblage Thématique

LE DISPOSITIF

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

LA MÉTHODOLOGIE

Une offre éligible sur une sélection de packs : sport, jeunesse, divertissement, news.

- Multi-écrans : PC, Mobile, Tablette, CTV (Box et Smart TV)
- Multi-environnements : TF1+, TF1 INFO, Contenus du Groupe TF1 disponibles sur l'ensemble des app opérateurs OTT partenaires*, chaînes programmes du Groupe TF1 sur Youtube, chaînes FAST accessibles via Samsung TV Plus, T18, NOVO19

Se décline également sur TF1 INFO avec la possibilité de cibler un contexte éditorial (Au cœur des régions, Impact positif...) ou une thématique (tourisme, écologie, finances personnelles...).

** Incluant BTV/BTV+, la TV d'Orange, MyCanal, Oqee, SFR TV, Molotov*

Thématik By IA

LE DISPOSITIF

Notre offre thématique boostée par l'IA offre un contexte de diffusion conçu pour votre univers de marques.

Exemples de contextes : Animaux, Banque et investissement, Bien-être, Cuisine, Culture, Déménagement, Divertissement, Education, Jardinage, Santé et nutrition, Shopping, Sport, Voyage...

LA MÉTHODOLOGIE

Nos programmes sont catégorisés en contextes présélectionnés en fonction de nos top thématiques via le transcript audio et l'audiodescription.

De nombreuses thématiques disponibles. Nous consulter.

LES ÉCRANS

Multi-écrans : PC, Mobile, Tablette, CTV (Box et Smart TV)

Environnement TF1+ et TF1 INFO

Formats interactifs

Send to Phone

LE DISPOSITIF

Prolongez l'expérience publicitaire de la TV au mobile grâce à une interaction simple avec la télécommande. En appuyant sur « OK » pendant le spot, le spectateur reçoit directement une notification TF1+ sur son mobile pour poursuivre l'expérience avec la marque.

Un format 100 % CTV qui facilite le passage de l'exposition à l'action.

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en CTV.
Disponible uniquement en gré à gré.



Quizz Show

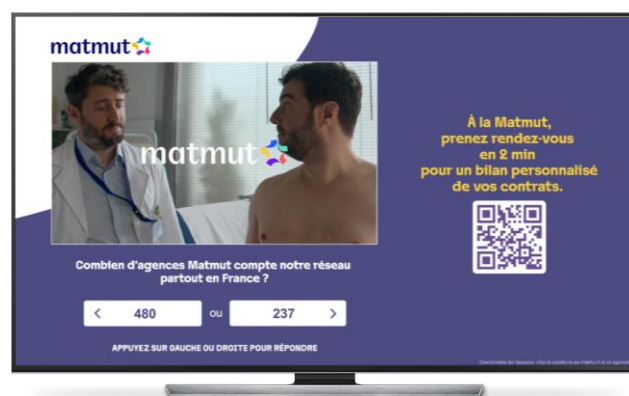
LE DISPOSITIF

Créez une interaction entre votre spot, le spectateur et l'écran de TV grâce à un spot vidéo enrichi d'un quiz interactif. Le spectateur choisit sa réponse directement avec sa télécommande, pour une expérience publicitaire innovante, engageante et 100 % CTV.

Spot de 20 secondes minimum.

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en CTV.
Disponible uniquement en gré à gré.



Carrousel Retail Ads

LE DISPOSITIF

Valorisez plusieurs produits à l'écran grâce à un carrousel interactif associé à votre spot vidéo. À l'aide de sa télécommande, le spectateur navigue entre les différents produits de la marque tout en poursuivant le visionnage du spot. Un format 100 % CTV qui enrichit l'expérience publicitaire et offre un nouvel espace d'expression à votre gamme de produits.

Spot de 20 secondes minimum.

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en CTV.
Disponible uniquement en gré à gré.



Maquettes à titre d'exemple sans valeur contractuelle

Le Display Vidéo

Cover +

LE DISPOSITIF

Captez l'attention dès l'arrivée sur TF1+ grâce à une présence exclusive en première position de la page d'accueil. Pendant 24, 48 ou 72 heures, votre marque bénéficie d'un emplacement premium au cœur d'un véritable carrefour d'audience.

Format disponible en animé.

Achat en exclusivité au forfait jour sur réservation.

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en CTV.

Disponible uniquement en gré à gré.

Nous consulter pour les conditions techniques.



Vignette

LE DISPOSITIF

Position à droite du player au sein de la page programme de TF1+ sur l'ensemble des programmes.

Call to action possible avec redirection sur environnement OTT.

LES ÉCRANS

Disponible sur TF1+ en 3 écrans (Pc, Mobile, Tablette).

Disponible uniquement en gré à gré.

Nous consulter pour les conditions techniques.



In Content Banner

LE DISPOSITIF

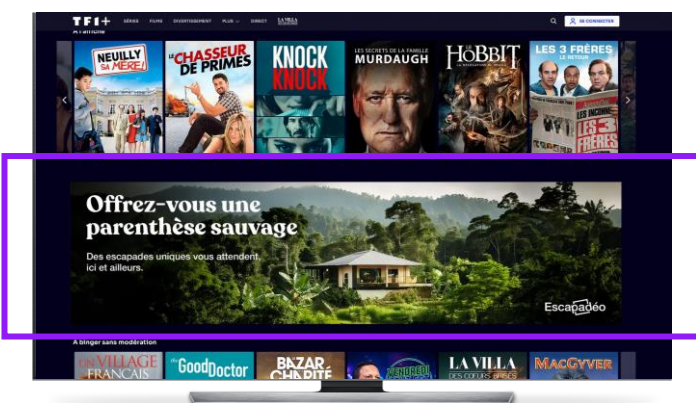
Inscrivez votre marque au cœur de l'expérience TF1+ grâce à une bannière statique ou animée intégrée nativement parmi les contenus de la plateforme. Positionné sur les pages les plus consultées, le format offre à votre campagne un emplacement visible et naturellement intégré à la navigation.

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en CTV.

Disponible uniquement en gré à gré.

Nous consulter pour les conditions techniques.



Maquettes à titre d'exemple sans valeur contractuelle

Le Display

Ad Pause

LE DISPOSITIF

Profitez d'un moment d'attention privilégié en prenant la parole lorsque le spectateur met lui-même son contenu en pause. Votre marque s'affiche en exclusivité dans le player TF1+ grâce à un format display statique ou animé, pour créer une nouvelle opportunité d'émergence au sein du parcours utilisateur.

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en 4 écrans.
Disponible actuellement en gré à gré et en programmation courant 2027.



Habillage Content

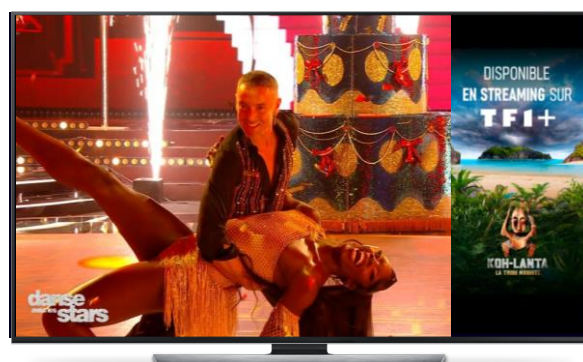
LE DISPOSITIF

Émergez au cœur du visionnage grâce à un format display qui habille le programme sans interrompre l'expérience du spectateur. Décliné en trois configurations — L, I ou U — l'habillage offre un nouvel espace d'expression à la marque autour du contenu pendant 20 secondes. L'intégration d'un QR Code permet de prolonger l'expérience sur mobile et de favoriser l'interaction en double écran.

Ciblage data et ciblage thématique disponibles. **NEW**

LES ÉCRANS

Disponible uniquement sur TF1+ en CTV.
Disponible uniquement en gré à gré.



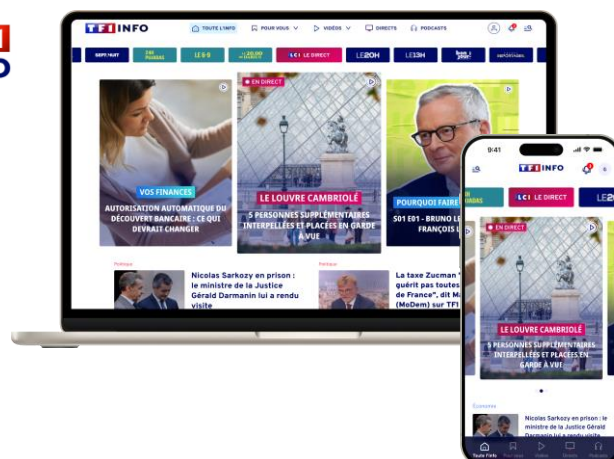
Format Display TF1 Info



TF1 INFO, LE SITE D'INFORMATION DES RÉDACTIONS TF1 ET LCI

Disponibilité de l'intégralité des formats display IAB sur le site et applications TF1 INFO.

Pour tout autre format nous consulter.

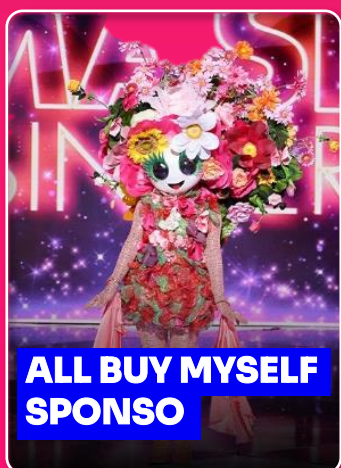


Maquettes à titre d'exemple sans valeur contractuelle

**Rendez-vous le 4 novembre 2026
pour le détail des conditions commerciales
de nos offres digitales**

© TFI / THOMAS BRAUT

Parrainage



© LAURENT VU / TFI

Page 61



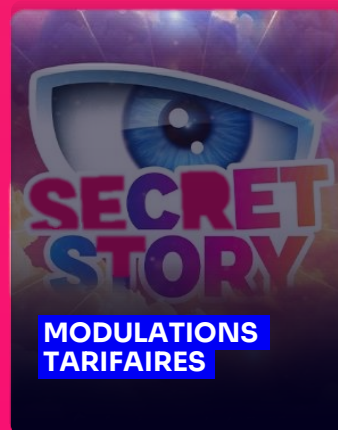
© SWEET PIXEL / EDDY BRIERE / MAM
FICTION / UGC /

Page 62



© SWEETPIXEL / PIXELINE / MAKING PROD /
M2THEP ENTERTAINMENT / TFI

Page 65



© ENDEMOL FRANCE / TFI

Page 67

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

Parcours All Buy Myself Sponso dans TFI AdManager

NEW

PRINCIPE

En 2027, TFI PUB étoffe sa gamme d'opportunités All Buy Myself avec un nouveau parcours pour faciliter la **consultation des disponibilités et la réservation des dispositifs de parrainage** à des conditions optimisées en Tarif Net.

Les dispositifs éligibles et accessibles dans All Buy Myself Sponso sont les **offres CONTEXT** uniquement, sur TFI comme sur les chaînes TNT et Thématiques.

Les dispositifs exposés sur le parcours concerneront les programmes à venir sur les prochains mois et **évolueront en temps réel**.



Maquette All Buy Myself Sponso*

FONCTIONNEMENT

Après avoir créé un compte et s'être connecté sur TFIADMANAGER.fr, vous accédez au module All Buy Myself Sponso via la rubrique « Acheter ».

Les fonctionnalités d'All Buy Myself Sponso vont progressivement s'enrichir au cours de l'année 2027 :



UN SIMPLE PROMPT POUR PLANIFIER VOTRE CAMPAGNE PARRAINAGE GRÂCE À NOTRE AGENT autopilot sponso

IA

Dès la fin d'année 2026, notre agent IA (accessible via TFI Ad Manager) vous permet une prise de décision éclairée et rapide en identifiant immédiatement les meilleures opportunités de sponsoring ouvertes sur notre grille de programmes, selon votre budget, votre cible, vos objectifs de GRP ou d'affinité sur cible.

ÉTAPE 1

Vous transmettez **vos** brief à l'agent **Autopilot Sponso** à partir d'un simple prompt en langage naturel.

ÉTAPE 2

L'IA analyse l'inventaire, les cibles et l'historique pour fournir **une recommandation sur-mesure**.

Les informations fournies sont générées automatiquement et sont données à titre indicatif, sans garantie de TFI PUB.
*Périodes estimées et maquette illustrative données à titre indicatif sans valeur contractuelle

Les Formats et les Offres

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) :

TF1	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 ou dispositifs	Bande-annonce	Début émission	Reprise émission	Fin émission
LCI	Toutes émissions (sauf journaux non parrainables)	8"	8"	8"	8"
TMC TFX TF1 SERIES FILMS TV Breizh HISTOIRE TV Ushuaïa TV	Toutes émissions (hors événements sportifs)	6"	8"	8"	8"
TF1 NOVO 19	En packs Multi-chaînes	6"	8"	8"	8"
	Dispositifs Mono-chaîne	Nous consulter			

LES OFFRES

Pour répondre à l'ensemble des besoins des annonceurs et leur offrir un maximum de lisibilité, 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 53)

Les offres de parrainage sont disponibles sur TF1 AdManager, ou sur simple demande par mail à envoyer à admanager@tf1.fr.

* dispositifs digitaux commercialisés indépendamment de tout autre dispositif de parrainage, notamment en Télévision

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 Emergence	Transfert de valeurs Affinité sur cibles
Exemples	Evènements sportifs, The Voice, Koh-Lanta, NRJ Music Awards...	Compétitions sportives, Quotidien, L'Agence, Secret Story....

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.

Offres CONTEXT	Sur TF1	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 Cibles

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage (EVENT ou CONTEXT) sur **TF1**, ou d'un dispositif de parrainage CONTEXT **Multi-chaînes (TNT/Thématiques)** pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles suivantes :

CIBLES FÉMININES	CIBLES MIXTES	CIBLES MASCULINES	CIBLES ENFANTS
Femmes RDA 15-49 ans Femmes RDA avec Enfants Femmes RDA + Enf.<25 ans Femmes 25-49 ans Femmes RDA 25-59 ans Femmes 25-59 ans Femmes 35-49 ans Femmes 35-59 ans Femmes >50 ans Femmes > 35 ans	Individus 25-49 ans Individus 25-59 ans Individus 35-49 ans Individus 35-59 ans Individus 50-59 ans Individus >35 ans Individus >50 ans RDA<60 ans	Hommes 25-49 ans <i>Sur dispositifs Sport uniquement</i>	Enfants 4-10 ans <i>Sur dispositifs Jeunesse uniquement</i>

Les performances d'audience estimées* d'un dispositif de parrainage **EVENT Mono-chaîne (TNT/Thématiques)** pourront être communiquées à l'annonceur sur l'une des cibles ci-dessus ainsi que sur les cibles suivantes :

CIBLES SPECIFIQUES	
Individus 25-49 ans CSP+ Femmes 25-34 ans	sur dispositif Quotidien sur TMC uniquement sur dispositif Télé-Réalité sur TFX uniquement

** Performances estimées données à titre indicatif, sans valeur contractuelle*

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, ou sur simple demande par mail à envoyer à admanager@tf1.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.

Les Modulations tarifaires

TF1 & TNT/Thématiques

Ces conditions commerciales s'appliquent aux annonceurs des secteurs autorisés à communiquer en parrainage en télévision au 1er janvier 2027.

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 2027.

REMISE DE RÉFÉRENCE

Tout annonceur présent en 2027 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 2027, 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 2027 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 2027 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.

Les Modulations tarifaires

TF1 & TNT/Thématiques

LA CASCADE PARRAINAGE SUR TF1 ET LES CHAÎNES TNT / THÉMATIQUES

		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.

© PHILIPPELEROUX / BBC STUDIOS F / TFI



OPS



© LAURENT LE CRABE

Page 70



© JEAN-PHILIPPE BALTEL

Page 70



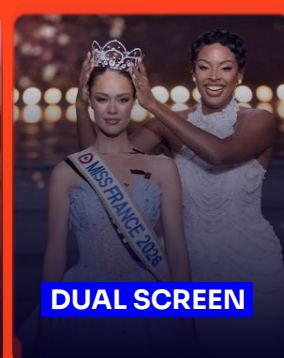
© STEPHANE GRANGIER / TFI

Page 71



© TFI/EGALITE STUDIOS / FEDERATION STUDIO FRANCE

Page 72



© DAVID NIVIERE / SIPA PRESS/ TFI

Page 73

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

Objectif de communication	Offres	Principe	Bénéfice
VISIBILITÉ	NEW Immersion Plateau by IA	Événementialisez votre spot via la création d'une séquence graphique en IA qui infiltre votre marque de manière naturelle sur le plateau d'un programme	Bénéficiez d'un écran publicitaire pour émerger et capter l'attention sur votre spot publicitaire
VISIBILITÉ	NEW Profile Wall	Diffusez votre création en CTV avec un format événementiel sur la page de connexion des streamers de TF1+	Soyez le 1er contact publicitaire de nos streamers grâce à un format XXL sur l'application TF1+ en CTV
VISIBILITÉ	TF1 Stunt • TF1 Stunt chrono • TF1 Stunt show	Événementialisez 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)	Maximisez la visibilité et la mémorisation de la marque et émergez au sein de l'écran publicitaire
VISIBILITÉ	Habillage écran • Habillage écran • Habillage écran contextuel • Habillage écran vertical	Événementialisez 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.	Captez 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 • Dual Screen Gaming contextuel • Dual Screen Carrousel • Dual Screen Talk • Dual Screen AR • Dual Screen Celebrity • Dual Screen Social • Dual Screen Calendaire	Enrichissez la diffusion de votre spot avec du contenu supplémentaire (expérience shopping, offre promotionnelle, mini-jeu, expérience interactive, avis, etc.).	Prolongez l'expérience publicitaire avec du contenu additionnel pour renforcer l'impact de votre campagne.

Immersion Plateau **by IA** **NEW**

PRINCIPE

Événementialisez votre spot TV ou Digital via la création d'une séquence graphique réalisée en IA et qui infiltre votre marque sur le plateau d'un programme de TF1.

BÉNÉFICES

- Surprendre le public et capter son attention, grâce à une création visuelle originale et impactante
- Maximiser la visibilité et la mémorisation de la marque, juste après le jingle publicitaire
- Proposer une communication innovante dans l'univers d'un programme

DISPOSITIF

Une séquence visuelle de 8" qui plonge le public dans l'univers de la marque, associé aux codes d'un programme de TF1.

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

CONDITIONS

Dispositif sur devis.

Sous réserve de l'accord de l'Antenne, 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.

Le dispositif est soumis à la tarification applicable aux EP1.

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, aux offres All Buy Myself Spot à Spot et All Buy Myself Garantie et en programmation.

La production de la séquence est réalisée par TF1 Factory, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de la chaîne.

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

Application de frais de licence programme.

Profile Wall **NEW**

PRINCIPE

Événementialisez votre campagne avec un format XXL sur la page de connexion des streamers de l'application TF1+ en CTV.

BÉNÉFICES

- Être le premier contact publicitaire sur TF1+ sur écran TV
- Capter l'attention des streamers et maximiser votre visibilité

DISPOSITIF

Un format statique à l'ouverture de l'application TF1+ en CTV, en 100% Part de Voix sur 1 journée.

CONDITIONS

Dispositif sur devis.

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

Sous réserve de l'inventaire digital disponible.

Cette offre est accessible uniquement en achat gré à gré.

La production de la création est réalisée par TF1 PUB, garant du respect de la ligne éditoriale et artistique de TF1+.

Frais de production à prévoir.

Maquettes non contractuelles.



TF1 Stunt

PRINCIPE

Événementialisez 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, aux offres All Buy Myself Spot à Spot et All Buy Myself Garantie et en programmation.

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

Maquette non contractuelle.

Habillage Ecran

HABILLAGE ÉCRAN

PRINCIPE

Événementialisez 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, aux offres All Buy Myself Spot à Spot et All Buy Myself Garantie 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.

Faites place aux idées et créez du lien avec vos consommateurs, renforcez l'attention, développez 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



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, aux offres All Buy Myself Spot à Spot et All Buy Myself Garantie 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.

© OHPELIE VINOT / BIG BAND STORY



RSE



**IMPACT
SCREENS**

© GARY MERIENNE / TF1 - PHOTO :
PATRICK ROBERT / TF1



**VIDÉO
SOLIDAIRE**

© FRANÇOIS LEFEBVRE /
INCOGNITA / TF1



**ECOFUNDING
CARBONE**

© PATRICK FOUQUE / TF1



**OFFRES
BAS CARBONE**

© THE WALT DISNEY COMPANY
FRANCE



**MyScreen
ETIQUETAGE
NUTRITIONNEL**

© ADRIEN BERTOLLE

Page 75

Page 75

Page 76

Page 76

Page 76

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

Soutenir une publicité plus responsable et plus durable

I N C L U S I O N



Afin de rendre la publicité plus accessible à tous les publics, TF1 PUB encourage ses clients à livrer des spots TV accompagnés **de sous-titres et d'audiodescription**. L'occasion de toucher plus efficacement l'ensemble du public, tout en affirmant ses valeurs d'inclusion.

E N V I R O N N E M E N T



Nous sensibilisons et accompagnons nos clients dans la réduction de **l'empreinte carbone de leurs campagnes** par différents moyens : conférences, outils de sensibilisation collectifs comme l'Atelier « Challenge Bas Carbone », offres publicitaires « Bas Carbone », etc.

Impact Screens Audiodescription

PRINCIPE

L'offre « Impact Screens » permet à l'annonceur une visibilité au sein d'un **écran publicitaire dédié** sur la chaîne TF1 précédé par un **jingle spécifique thématisé**, mettant en valeur l'accessibilité du message publicitaire auprès des personnes malvoyantes ou aveugles.

BÉNÉFICES

Bénéficiez d'un **écran publicitaire** pour la diffusion de votre spot et renforcez la promesse de la marque sur **l'accessibilité de ses publicités**.

Vidéo Solidaire

PRINCIPE

TF1 PUB souhaite aider les marques à concrétiser leurs engagements d'entreprise.

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

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

BÉNÉFICES

Boostez l'agrément de votre campagne et **mettez en valeur vos engagements environnementaux et sociétaux**.

Ecofunding Carbon

PRINCIPE

‘Ecofunding Carbon’ est un **programme publicitaire, 100% financé par le Groupe TF1**, permettant de réaliser des **campagnes de sensibilisation** diffusées sur les **chaînes du Groupe TF1 et sur TF1+.**

COMMENT PARTICIPER ?

Chaque spot d’un annonceur éligible à l’un des 14 critères du programme déclenche un abondement du Groupe TF1 et permet à la marque de bénéficier d’une visibilité gratuite dans notre film de sensibilisation.

En 2027, ce programme permettra de programmer des campagnes **jusqu’à un équivalent de 5M€ bruts.**

Au départ, le Groupe TF1 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

Une visibilité unique **au sein des spots de sensibilisation.**



Offres Bas Carbone

PRINCIPE

TF1 PUB propose aux annonceurs **2 offres optimisées « Bas Carbone » sur TF1+** dont l’objectif est **de limiter les émissions carbone jusqu’à -50%*** par rapport à une campagne non optimisée.

Ces offres sont basées sur **différents 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).

* Source : mesure réalisée par DK, Cabinet BL Evolution



MyScreen ‘Etiquetage nutritionnel’

PRINCIPE

En 2027, 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.

RÈGLES

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).

BÉNÉFICES

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

TF1 **TF1+** **TMC** **TFX** **LCI** **TF1** SÉRIES FILMS **T18** **NOVO**¹⁹ **TF1** **INFO**
Ushuaïa **TV** **TV Breizh** **HISTOIRE** **TV**

Conditions commerciales applicables sur la période
du 1er janvier au 31 décembre 2027