

## Cahier des charges

### OFFRE « 6TOYENS DE DEMAIN »

**M6 Unlimited, Gulli, Groupe M6**

## A. QUI SOMMES-NOUS ?

### M6 UNLIMITED, REGIE PUBLICITAIRE DU GROUPE M6

**M6 Unlimited** est la régie publicitaire du **Groupe M6**, 1er groupe plurimédia de France. Avec nos 13 chaînes TV – dont M6, la chaîne préférée des Français, mais aussi W9, Gulli et 6ter – notre plateforme de streaming M6+, et nos 3 radios dont RTL, 1ère radio privée, ainsi que RTL2 et Fun Radio, nous connectons chaque mois 94 % des Français.

Fidèles à l'ADN du Groupe M6, **nos antennes** informent, divertissent et accompagnent depuis notre création le quotidien des Français avec proximité et bienveillance. Elles reflètent l'évolution de la société française et ses grands enjeux.

**M6 Unlimited** prolonge cette mission à travers des innovations engagées, des initiatives à impact et en ouvrant la voie à des contenus publicitaires durables. M6 Unlimited contribue à la visibilisation des associations en soutenant des projets à impact. Ainsi, nous mettons **notre expertise de communicant** et **nos antennes** au service du **monde associatif**.

### GULLI LA CHAÎNE PRÉFÉRÉE DES FAMILLES

Gulli est la **chaîne de référence** de toute la famille. Elle s'impose comme une **marque responsable** et **engagée** grâce à une **programmation premium**, remplie d'humour, d'aventure, de séries, de documentaires, de films d'animation et de licences fortes.

**Gulli est élue depuis 8 comme Chaine TV préférée des familles** (*source : Grande Enquête des Marques, Enseignes et Médias préférés des familles 2026*) Cette distinction vient récompenser l'engagement de Gulli à offrir des **programmes originaux et porteurs de valeurs positives pour tous**. Gulli **s'engage à faire grandir les citoyens de demain** et a la volonté **d'aider les enfants à mieux comprendre la société** dans laquelle nous vivons.

En tant que **1<sup>ère</sup> chaîne jeunesse de France** auprès des 4-14 ans (*source : Médiamétrie / Médiamat – audience à date – 2025*) sa responsabilité est immense, que ce soit à l'antenne, sur le digital, ou sur le terrain.

L'écologie, les droits de l'enfant, le sport, la culture, le décryptage de l'information, la lutte contre les stéréotypes de genre, d'origine... autant de sujets investis au quotidien pour **accompagner** de manière **ludique et accessible** le jeune public. Avec **leurs mots, leurs usages, leurs références**, Gulli s'attache à **éveiller les enfants** et à **leur donner les clés** pour devenir des **citoyens éclairés**.

## B. CONTEXTE / OBJECTIF DE CE DISPOSITIF

M6 Unlimited renforce son engagement **en faveur du monde associatif** et s'attache à **prendre soin des générations futures**. En créant le dispositif « **6toyens de demain** », M6 Unlimited, Gulli et le Groupe M6 souhaitent éveiller les enfants (4-14 ans) au monde associatif défendant les enjeux sociétaux et environnementaux à leur échelle.

Les **associations**, dont les missions, actions, s'adressent à ce jeune public, **pourront prétendre à cette offre et contribueront ainsi à l'éveil citoyen de ce jeune public**, en les **sensibilisant à certaines causes environnementales ou sociétales**. L'objectif étant d'accompagner ces enfants à devenir des **citoyens plus responsables, demain**.

Ainsi, en 2026, M6 Unlimited mettra à disposition **un (1) écran publicitaire dédié, une (1) fois par semaine**, aux associations répondant au cahier des charges défini ci-après.

## C. LE DISPOSITIF « **6TOYENS DE DEMAIN** »

Ce dispositif prévoit, pour les associations répondant aux critères définis ci-après, pour l'année 2026 d'offrir à chaque association retenue, une **diffusion gracieuse** sur l'antenne **TV linéaire** de la chaîne **Gulli**, dans la limite totale de 1 (un) mois sur la période donnée.

### 1. CRITERES DE L'ECRAN DEDIE :

En 2026, M6 Unlimited proposera sur l'antenne TV linéaire de Gulli **(1) un écran par semaine exclusivement dédié** aux associations répondant aux critères définis ci-après.

La diffusion de cet écran ne pourra se faire que sur une période donnée, du **1<sup>e</sup> janvier au 31 août inclus** et uniquement le **mercredi**. Cette diffusion se **fera dans un contexte programme privilégié** permettant de toucher **une audience familiale**

Règles inhérentes à l'écran publicitaire dédié :

- 1 écran dédié par semaine : sur la pause déjeuner ; vers 13h10
  - o Code écran à communiquer pour la réservation auprès de nos équipes planning : **1326**
- Période de diffusion : du **1<sup>er</sup> janvier au 31 août inclus**
- Jour de diffusion : **mercredi**
- Nombre de contacts touchés – **potentiels – pour une diffusion :**
  - o Cible 4-10 ans → 46.360 contacts (*base Médiamétrie 2025*)
  - o Cible Femme Responsable principale des achats, avec enfants → 20.341 contacts (*base Médiamétrie 2025*)
- Mode d'achat : au **spot à spot** – GRP et contacts non garantis

## **2. MECANIQUE DE L'ECRAN PUBLICITAIRE**

Un écran publicitaire est caractérisé par une suite de séquences vidéo insérées pendant ou entre des contenus éditoriaux, enchaînant :

- **Une courte séquence vidéo de quelques secondes** : qui dans le cadre de cette offre « 6toyens de demain » sera incarné par Joan Faggianelli, animateur phare de la chaîne Gulli depuis 2007, très identifié auprès des enfants.
- **Une série de films publicitaires** ; ici exclusivement les films publicitaires des associations répondant aux critères d'éligibilité définis ci-après.
- **Une courte séquence vidéo de quelques secondes, dite « Jingle de Sortie »**

## **3. REGLES D'ACTIVATION DE L'ECRAN PUBLICITAIRE DEDIE**

L'écran sera activé et diffusé sur l'antenne TV linéaire de Gulli **si et seulement si (2) deux associations**, répondant aux critères d'éligibilité définis ci-après, **sont positionnées dans cet écran pour diffusion de leur spot**

A noter, il ne sera **pas possible de diffuser un seul film publicitaire** dans cet écran. Ainsi **une association ne pourra pas être seule** dans l'écran publicitaire dédié - « 6toyens de demain » - mentionné ci-dessus.

Règles inhérentes à l'**activation de l'écran publicitaire** dédié :

- Règle de priorité d'accès à l'écran publicitaire dédié : le positionnement dans les écrans se fera dans l'ordre de réception des demandes des associations et de leur validation par les équipes de M6 Unlimited, Gulli et du Groupe M6. La date de validation de la campagne faisant foi (sur base de l'envoi de la validation de la campagne par mail).
- Films publicitaires qui ont reçu une validation juridique (avis favorable de l'ARPP) et éditoriale (ok de l'antenne de Gulli)
- Emplacements préférentiels dans les écrans : les créations des associations alterneront à ces emplacements.

## **D. MODALITES D'ACCES AU DISPOSITIF « 6TOYENS DE DEMAIN »**

L'association sera responsable de la teneur du message et de sa conformité aux textes applicables, notamment :

- Le présent **cahier des charges** de M6 Unlimited, Gulli et Groupe M6
- Les **CGV** de M6 Unlimited consultables ici : <https://m6unlimited.fr/tarifs-cgv/>

Une demande sera éligible au présent dispositif si elle remplit les conditions suivantes :

### **1. MODALITE DE DEPOT DE DEMANDE D'ACCES AU DISPOSITIF « 6TOYENS DE DEMAIN »**

Toute demande en direct devra être communiquée aux contacts suivants : [aguilly@m6.fr](mailto:aguilly@m6.fr) et [cathy.fleury@m6.fr](mailto:cathy.fleury@m6.fr)

Dans le cas où la **demande passe par le biais d'un mandataire, agence média**, celui-ci doit s'adresser à son contact privilégié chez M6 Unlimited.

Les informations suivantes devront être indiquées :

- Présentation détaillée de l'association (taille, objet social, chiffres d'affaires, budget de fonctionnement, actions, etc.)
- Objectif de la campagne TV
- La période de diffusion souhaitée
- Le format du spot
- Une copie.mpg du spot, ou à défaut tout scénarimage + avis favorable de l'ARPP
- Les coordonnées Siret/Siren de l'association
- Les coordonnées postales de l'association
- Les coordonnées de la personne qui va être en contact les équipes de la régie

## **2. CRITERES D'ELIGIBILITE DES ASSOCIATIONS :**

Les demandes déposées dans le cadre de ce dispositif « 6toyens de demain » feront l'objet d'une analyse préalable par M6 Unlimited, Gulli et le Groupe M6, en vue de vérifier leur éligibilité.

Les **candidatures** seront **analysées** selon **les critères suivants** :

- L'adéquation entre le projet porté par l'association et les engagements du Groupe M6/de la chaîne Gulli
- L'adéquation entre le message porté par la création publicitaire de l'association et les conditions d'éligibilité des créations définies ci-après
- La capacité à fournir les preuves d'un contrôle des comptes

**Seront éligibles :**

- Les associations de type loi 1901 à but non lucratif (hors association sportive)
- Les Fondations dont le nom ne porte pas une marque commerciale

Pour être éligible, **chaque Association devra** :

- Avoir un siège social est situé en France
- Disposer d'un site internet qui précise clairement l'objet social
- Avoir un rayonnement national sur plusieurs régions de France
- Avoir un objet social en lien avec au moins l'un des piliers RSE du Groupe M6 ou l'un des engagements de la chaîne Gulli – liste détaillée ci-après
- Être en conformité administrative sur le plan social et fiscal
- Bénéficier de ressources financières diversifiées et disposer de comptes certifiées par des commissaires aux comptes
- Avoir au moins 5 (cinq) ans d'existence à compter de la date de parution au Journal Officiel

### **3. CRITERES D'ELIGIBILITE DU MESSAGE PUBLICITAIRE :**

Le film publicitaire de l'association devra **être accessible et s'adresser à un jeune public** - quatre (4) à dix (14) ans – et **respecter leurs capacités cognitives** et de **compréhension**.

Le film publicitaire devra garantir **une compréhension optimale** par le public cible des **objectifs et des actions** entreprises par l'association.

Le film publicitaire devra être **conçu et présenté** de manière à revêtir **un caractère positif**, tout en **respectant scrupuleusement la sensibilité du public** mineur visé, avec une **attention particulière** portée aux enfants âgés de **quatre (4) à six (6) ans**.

En conséquence, le **Message du film publicitaire** devra **se conformer aux dispositions suivantes** :

- **S'abstenir de tout contenu** susceptible de **générer un sentiment de peur ou d'anxiété** chez le jeune public ;
- **Éviter toute approche moralisatrice ou culpabilisante** à l'égard des enfants ;
- **S'interdire** de placer l'enfant dans une **situation d'inconfort psychologique** ou **émotionnel**, que ce soit en relation avec une situation donnée ou une action particulière.

L'association s'engage à veiller à ce que **le message** soit **en conformité avec les réglementations en vigueur** relatives à **la protection de l'enfance** et à **la publicité destinée aux mineurs**.

De plus, **toute forme de sollicitation de dons** ou de **contributions financières** est **strictement interdite** au sein du film publicitaire dans le cadre de cette offre « 6toyens de demain ». Ainsi, le film publicitaire devra **exclure toute forme de sollicitation** de dons ou de contributions financières, qu'elles soient **directes ou indirectes**.

Dans tous les cas, le spot devra avoir obtenu **un avis favorable de l'ARPP** et **l'accord de la Direction des programmes de Gulli**

### **4. THEMATIQUES ELIGIBLES**

Les **thématisques** listées ci-dessous ont été définies selon **les engagements portés** par le **Groupe M6**, sa régie publicitaire **M6 Unlimited** et la chaîne **Gulli**. **L'objet social** de l'association et **le Message** de son **film publicitaire** devront être **en adéquation avec les thématisques** listées ci-dessous **ainsi qu'avec les critères pré-listés** ci-avant :

- **Education aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique**

*Sensibilisation au numérique responsable, actions d'éducation aux médias et à l'information, formation à l'écosystème des médias, au décryptage de l'information, à la vérification des sources, etc.*

- **Protection de l'environnement et lutte contre le changement climatique**

*Transmission de gestes écocitoyens, sensibilisation à la biodiversité, à l'anti-gaspillage, à une consommation plus raisonnée, etc.*

- **Respect mutuel (diversité, égalité filles/garçons, etc.)**

*Sensibilisation au respect de l'autre, à la diversité dans la société dans toutes ses composantes, à la lutte contre les différentes formes de stéréotype, etc.*

- **Promotion et encouragement de l'activité physique**

*Sensibilisation à l'importance de la pratique d'activités physiques, au dépassement de soi et à la solidarité, aux valeurs transmises par le sport, etc.*

- **Promotion de la lecture**

*Sensibilisation à l'importance de la lecture, à la culture écrite, actions visant à développer le goût et le plaisir de la lecture pour tous, actions promouvant l'accès à la lecture pour celles et ceux qui en sont le plus éloignés, etc.*

- **Promotion de l'éducation et aux métiers**

*Sensibilisation à l'accessibilité des jeunes filles aux métiers scientifiques, à la tech, sensibilisation aux métiers manuels, etc.*

## E. MODALITES TECHNIQUES

### 1. CRITERES TECHNIQUES DU FILM PUBLICITAIRE

En complément des critères d'éligibilité de l'association et de son film publicitaire, défini ci-après, **le film publicitaire doit respecter la règle suivante :**

- **Sous-titrage sourds et malentendants du film publicitaire**: dans un objectif d'inclusion et pour que le film publicitaire soit compréhensible de toutes et tous, M6 Unlimited demande que le **film publicitaire de l'association** soit **livré avec des sous-titres sourds et malentendants**. Dans le cas où l'association ne sera pas en mesure de fournir ses éléments, M6 Unlimited peut proposer des solutions d'accompagnement.

### 2. REGLES DE RESERVATION ET DE DIFFUSION

La réservation se fait auprès des équipes Planning de M6 Unlimited

- **Date limite de réservation dans l'écran** dédié auprès des équipes **Planning** ([stephanie.malandra@m6.fr](mailto:stephanie.malandra@m6.fr) et [clepage@m6.fr](mailto:clepage@m6.fr)) : jusqu'à **J-5** ouvrés sous réserve de validation de l'association et du film publicitaire et si et seulement si l'association ou son mandataire sont en mesure de fournir tous les éléments nécessaire à la programmation et la diffusion publicitaire
- **Toute annulation d'ordre** doit impérativement être **adressé par mail** par l'association ou son mandataire à M6 Unlimited. L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de M6 Unlimited.

- Durée de la campagne et nombre de diffusion du film publicitaire : **1 mois**, à raison **d'une diffusion** par semaine, le **mercredi** OU **4 diffusions maximum** si diffusion **non consécutives** à raison **d'une diffusion** par semaine, le **mercredi**.
- **Date limite de livraison du film publicitaire** auprès des équipes **Diffusion** ([diffusion-publicitaire@m6](mailto:diffusion-publicitaire@m6)) : jusqu'à **J-5** ouvrés avant la première diffusion si et seulement si l'association ou son mandataire sont en mesure de fournir tous les éléments nécessaire (détaillés en annexe 1) à la programmation et la diffusion publicitaire.

A noter, en acceptant la diffusion de votre film publicitaire dans le cadre d'une campagne gracieuse, vous autorisez à apposer **la mention 'Message offert par le Groupe M6'** et garantissez à ce titre **avoir obtenu les droits et autorisations nécessaires**.

## ANNEXE 1 – ELEMENTS DE DIFFUSION EN TV LINEAIRE

- **Eléments à fournir :** 1 fichier HD envoyé à M6 Unlimited - Vidéo HD
  - o Livraison dématérialisée
  - o Prestataires de livraison autorisés :
    - Extreme Reach : [www.xr.global](http://www.xr.global)
    - Nomalab : <https://ad.nomalab.com>
    - Cape.io : <https://cape.io/fr/>
- **Obtention de l'avis favorable de l'arpp (ou n°Agrement) :** 2 jours ouvrés avant la première diffusion.
  - o Un contrôle déontologique en règle à l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité – ex BVP) est demandé avant diffusion (*produisant un numéro d'ordre et un avis favorable*). Toute demande d'avis doit être accompagnée au préalable de son **IDCréa**.
  - o L'ARPP s'assure que les publicités soient conformes aux dispositions légales et déontologiques
  - o Chaque spot doit être transmis à l'ARPP via le site [www.arpp.pub](http://www.arpp.pub), le film est examiné de façon collective par une équipe de juristes-conseil spécialistes du Droit de la consommation et de la communication. L'avis délivré est alors FAVORABLE, À MODIFIER ou À NE PAS DIFFUSER
- **Obligatoire - Sous-titres sourds et malentendants :**

Dans un objectif d'inclusion et pour que le film publicitaire soit compréhensible de toutes et tous, M6 Unlimited demande que le film publicitaire de l'association soit livré avec des **sous-titres sourds et malentendants** :

- o Livraison du fichier sous-titres conjointe à celle du fichier vidéo dématérialisé ou livraison par email à l'adresse : [diffusion-publicitaire@m6.fr](mailto:diffusion-publicitaire@m6.fr) (l'objet du mail devant indiquer la mention "sous-titres" ainsi que le nom de l'association et du produit) aux normes N 19-2002 de l'UER.
- o Chaque fichier de sous-titres devra être intitulé avec la référence IDCrea du film publicitaire correspondant

*Pour rappel : le sous-titrage SME n'apparaîtra que si le téléspectateur a activé l'option dédiée sur son téléviseur (démarche active).*

- **Option (non obligatoire) - Audiodescription :**

Si votre film publicitaire comprend une piste d'audiodescription pour les personnes aveugles ou malvoyantes et que vous souhaitez que celle-ci soit accessible par les téléspectateurs concernés, voici les conditions pour sa livraison :

- o Intégration des pistes d'audiodescription au fichier de diffusion (cf. normes Peach, Extreme Reach ou Nomalab),
- o Le titre du film devra comporter l'indication « Audiodescription » en suffixe.
- o La présence d'audiodescription sur un film devra être signalée par l'envoi d'un mail à [diffusion-publicitaire@m6.fr](mailto:diffusion-publicitaire@m6.fr) avant sa livraison

*Pour rappel : Dans le cas où vous faites le choix d'intégrer l'audiodescription à votre film publicitaire, celle-ci ne sera entendue que si le téléspectateur a activé l'option dédiée.*

- **Instructions de diffusion**

- **Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire**, notamment les instructions de diffusion (ID Créa, ...) et les informations sur la remise des éléments techniques **doivent impérativement et exclusivement être communiqu  es via MyDiffTV**, la plateforme en ligne d  di  e  l  change de ces informations et commune  l  ensemble des régies. Cette **plateforme est accessible gratuitement**. Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra pas être pris en compte par M6 Unlimited