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 9 ans 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 **1ère chaine 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 2027, 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 2027 d'offrir à chaque association retenue, une **diffusion gracieuse** sur l'antenne **TV linéaire** de la chaine **Gulli,** dans la limite totale de 1 (un) mois sur la période donnée.

1. CRITERES DE L'ECRAN DEDIE :

En 2027, 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 **1e 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
- Période de diffusion : du **1er janvier au 31 août inclus**
- Jour de diffusion : **mercredi**
- Mode d'achat : au **spot à spot** – GRP et contacts non garantis
- Format du spot : **30 sec max**

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 chaine 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-avant.

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 communiqué aux contacts suivants : aguilly@m6.fr et 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 chaine 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 chaine 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 **thématiques** listées ci-dessous ont été définies selon **les engagements portés** par le **Groupe M6**, sa régie publicitaire **M6 Unlimited** et la chaine **Gulli**. **L'objet social** de l'association et **le Message** de son **film publicitaire** devront être **en adéquation avec les thématiques** 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 et 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 **mercred**i 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) : 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 – DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

- **1.1 Disposition Générale**

1.1.1 Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les instructions de diffusion (plans de roulement, Pub ID, ...) et les informations sur la remise des éléments techniques doivent impérativement et exclusivement être communiquées via MyDiffTV, la plateforme en ligne dédiée à l'échange de ces informations et commune à l'ensemble des régies souscriptrices, accessible à l'adresse mydiff.tv.

Cette plateforme est accessible gratuitement. Afin de sécuriser la diffusion et garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'association ou son mandataire : agence média, agence conseil en charge de la création, de la production et déclarée à l'ARPP.

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

Au-delà de l'envoi des instructions de diffusion, pour toute question liée aux éléments de diffusion, écrire à diffusion-publicitaire@m6.fr.

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

1.1.3 La livraison des fichiers numériques de diffusion devra être effectuée par l'une des sociétés tierces autorisées :

- Extreme Reach : www.xr.global
- Nomalab : https://ad.nomalab.com
- Cape.io : https://cape.io/fr/

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

Les fichiers devront notamment respecter la recommandation CST – RT – 017 – TV – v3.0 – 2011. Chaque envoi de fichier numérique de diffusion doit être accompagné des renseignements suivants :

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

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

Si un film ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Unlimited pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) film(s) fourni(s) sans que l'association puisse s'y opposer, ce que l'association, son mandataire ainsi que la société en charge de la production reconnaissent et acceptent expressément. L'association et ses prestataires dûment habilités devront se conformer à la charte d'engagement de livraison dématérialisée des films publicitaires, disponible sur le site de **l'ADMTV** et m6unlimited.fr.

1.1.5 Dans l'hypothèse de films sous-titrés à la destination des personnes sourdes et malentendantes (diffusion linéaire), les éléments remis à M6 Unlimited doivent être conformes aux normes N 19-2002 de l'UER.

L'association et ou son mandataire autorise expressément M6 Unlimited à insérer au sein des messages publicitaires des sous-titres à destination des personnes sourdes et malentendantes (diffusion linéaire). Les frais techniques occasionnés sont à la charge de l'association.

Dans le cas de films enrichis par de l'audiodescription (diffusion linéaire), ceux-ci devront se conformer au **Guide de l'Audiodescription des Publicités TV**, élaboré notamment par l'interprofession publicitaire TV sous l'égide de l'ARPP. La diffusion des sous-titres et pistes d'audiodescription pourra uniquement être opérée sur les chaînes et canaux de diffusion compatibles techniquement.

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

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

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

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

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

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

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

1.1.11 Les intitulés des écrans publicitaires figurant sur les tarifs, grilles de programmes ou sur les ordres de publicité ne correspondent pas à des horaires de diffusion mais désignent des emplacements à l'intérieur ou entre les programmes. L'obligation de M6 Unlimited, sauf modification des programmes de l'éditeur, porte exclusivement sur la diffusion des messages dans les écrans publicitaires réservés par l'association ou son mandataire (diffusion linéaire). En conséquence, l'horaire de diffusion d'un écran publicitaire ne saurait en aucun cas justifier une modification du tarif de l'ordre et/ou ouvrir droit à une quelconque indemnisation.

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

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

1.1.13 M6 Unlimited rend compte à l'association des communications commerciales diffusées par l'envoi chaque fin de dispositif publicitaire d'un bilan ou chaque fin de mois d'une facture correspondante et/ou par tout autre moyen, justifiant ainsi de la diffusion desdites communications commerciales.

1.1.14 Sur demande de l'association ou de son mandataire, M6 Unlimited fournira un justificatif de diffusion linéaire comportant les dates, horaires de diffusion et intitulés d'écrans, ainsi que la position du spot dans l'écran.

1.1.15 M6 Unlimited peut, sur demande spécifique et dans les 3 mois suivant la diffusion du spot concerné, fournir une pige du film publicitaire diffusé sous format vidéo (diffusion linéaire). Chaque pige fera l'objet d'une facturation forfaitaire HT de 500 € non soumise au barème des remises.

- **1.2 Frais de modification des instructions de diffusion**

Toute demande de modification des instructions de diffusion intervenant entre J-4 et J-2 ouvrés avant diffusion fera l'objet d'une facturation forfaitaire HT de 1 000 € par film à modifier, non soumise au barème des remises. Cette disposition de modification n'est possible que dans le cas où le code secteur et la durée du nouveau film sont strictement les mêmes que ceux des premiers éléments reçus.

- **1.3 ACTUALISATION DES MESSAGES PUBLICITAIRES**

Dans l'hypothèse de réception d'éléments de diffusion (instructions, film…) dans un délai compris entre J-2 et H-2, concernant notamment l'actualisation de films, le ou les films reçus ou modifiés pour diffusion entre J-2 et H-2 feront l'objet de frais supplémentaires à partir d'un devis soumis à l'association et/ou son mandataire pour accord.

ANNEXE 2 – CONFORMITE DES MESSAGES

2.1 M6 Unlimited se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre :

- S'il lui apparaît non-conforme aux lois, règlements, usages, recommandations et/ou chartes et autres engagements régissant la publicité et la communication audiovisuelle ou contraires aux intérêts du Groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
- Si une autorité compétente juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ ou qu'il demande le retrait du film publicitaire à l'antenne. M6 Unlimited, dans ce cas, n'est redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'association, ses mandataires ou les tiers intéressés.

2.2 M6 Unlimited est en droit de demander à l'association ou son mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'association ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

2.3 Rôle de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité - **arpp.org**) : en vertu d'un accord interprofessionnel, l'ARPP s'est vu confier un rôle de conseil préalable afin de **s'assurer de la conformité des messages** aux **règles générales de la publicité** et **de la communication audiovisuelle et digitale** sur les SMAD, et aux recommandations de l'ARPP.

Les associations ou leurs mandataires (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) **doivent soumettre à l'ARPP les films publicitaires** (dans toutes leurs versions) ainsi que **tous les documents afférents avant la première diffusion**, en spécifiant la modalité de diffusion « Nationale et segmentée » ou « segmentée exclusivement ».

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

Cet avis doit être favorable et remis à M6 Unlimited **au plus tard 2 jours ouvrés avant diffusion** en spécifiant la modalité de diffusion « Nationale et Segmentée » ou « Segmentée exclusivement ».

Pour plus d'informations : **arpp.org**

ANNEXE 3 – ELEMENTS ET DELAIS

ÉLÉMENTS À FOURNIR

- 1 fichier HD envoyé à M6 Unlimited - Vidéo HD
- Livraison dématérialisée
- Prestataires de livraison autorisés :
- Extreme Reach : www.xr.global
- Nomalab : https://ad.nomalab.com
- Cape.io : https://cape.io/fr/

DÉLAI DE REMISE DES ÉLÉMENTS

- 5 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

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

- 2 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

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

ANNEXE 4 – ACCESSIBILITE DES CREATIONS PUBLICITAIRES

- **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** :

  - Livraison du fichier sous-titres conjointe à celle du fichier vidéo dématérialisé ou livraison par email à l'adresse : 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.
  - Chaque fichier de sous-titres devra être intitulé avec la référence IDCrea du film publicitaire correspondant

Pour rappel : le sous-titrage SME n'apparaitra 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 :

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

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