

Analyse comparative des référentiels de calcul de l'empreinte carbone des campagnes Oneframe V5 (07/2026) et GMSF 1.3(06/2026)



Unis pour construire des marques durables

Document réservé aux membres de l'Union des marques
Juillet 2026



Préambule

Ce document propose une **analyse comparative entre la version Juillet 2026 (V5) de Oneframe**, référentiel développé par l'Union des marques, **et la version 1.3 du Global Media Sustainability Framework (GMSF)**, développé par AdNetZero et publiée en juin 2026.

L'objectif est d'**identifier les convergences méthodologiques, les écarts de périmètre et les différences de modélisation** entre les deux approches, afin d'éclairer les choix des marques en matière de mesure de l'empreinte carbone de leurs campagnes de communication.

Cette comparaison vise à **faciliter la compréhension des articulations possibles entre les deux référentiels, dans une logique de complémentarité et de convergence progressive.**

Ce document a été réalisé avec l'expertise du cabinet BL Evolution.

Points clés à retenir :

- Les deux référentiels partagent l'ambition commune de structurer une mesure rigoureuse, transparente et harmonisée des impacts carbone des campagnes de communication
- Deux niveaux de comparaison sont à prendre en compte : le périmètre et la modélisation. A ce stade, seuls les canaux digital, TV et print sont comparables sur périmètre et modélisation. Pour les autres canaux, la comparaison s'effectue uniquement sur le périmètre.
- Les périmètres sont globalement alignés sur les principaux canaux (digital, TV, audio, print, OOH), à l'exception de la production créative, de l'événementiel et de l'emailing (hors périmètre du GMSF mais intégrés dans Oneframe) et du cinéma (actuellement non couvert par Oneframe mais inclus dans le GMSF)
- Sur le plan des modélisations, les approches convergent sur la plupart des points clés pour les canaux. Les travaux de mise à jour en cours pour Oneframe visent un alignement futur opérationnel avec le GMSF. Des différences subsistent toutefois, notamment sur le niveau de granularité des données et les hypothèses d'allocation.

Quels sont les périmètres couverts par les deux référentiels ?

Intitulé	Oneframe (3.1 2026)		GMSF (1.3)	
	Méthodologie disponible	Référentiel opérationnel	Méthodologie disponible	Référentiel opérationnel
Production des assets	Oui	Oui	Non couvert <i>renvoi vers AdGreen</i>	N/A
Digital	Oui	Oui	Oui	Oui
TV	Oui	Oui	Oui	Oui
Audio	Oui	Oui	Oui	Non <i>à venir V1.4 fin 2026</i>
OOH – DOOH	Partiellement <i>ACV détaillées non publiques</i>	Oui	Oui	Oui
Print	Oui	Oui	Oui	Oui
Cinéma	Non couvert	N/A	Oui	Non <i>à venir V1.4 fin 2026</i>
Événementiel	Oui	Oui	Non couvert	N/A
Emailing	Oui	Oui	Non couvert spécifiquement	N/A

Alignement global entre Oneframe et le GMSF : vue d'ensemble Digital, TV, Audio

Intitulé Oneframe	Intitulé GMSF	Alignement Digital	Alignement TV	Alignement Audio (périmètre uniquement)
Production des créations	Asset Production	Non aligné (hors périmètre du GMSF)		
Stockage des créations		Oui Le stockage a été retiré de l’approche GMSF / basculé dans la section production des créations	Oui Le stockage a été retiré de l’approche GMSF/ basculé dans la section production des créations	Oui Le stockage a été retiré de l’approche GMSF / basculé dans la section production des créations
Manipulation des créations	Asset Manipulation	Modélisé dans les Corporate Overheads	Broadcast: Oui En broadcast le transcoding est considéré inclus dans les consommations serveurs, ce qui converge avec l’approche Oneframe IPTV/CTV: Non aligné (mais peu significatif) Une section spécifique sur le transcoding a été ajoutée dans le GMSF pour les modes multicast/unicast	En attente de l’opérationnalisation du GMSF
Attribution de l’espace publicitaire	Ad Inventory Selection	Alignement partiel L’approche sur le programmatique a été affinée dans le GMSF pour permettre plusieurs modes de calcul, mais certains convergent avec la méthodologie Oneframe		Oui
Diffusion des publicités	Ad Creative Delivery	Alignement partiel Modélisation serveurs alignée, mais l’approche française ne propose pas d’approche spécifique CDN Modèle réseau simplifié* demandant un léger alignement nécessaire sur la base de données	Oui Modélisation serveurs alignée Modèle réseau simplifié* demandant un léger alignement nécessaire sur la base de données	Oui
Terminaux – visionnage	Consumption	Oui Aligné sur les modélisations Léger alignement nécessaire sur la base de données		Oui
Emissions support	Corporate Overhead emissions	Non aligné Approche spécifique du GMSF		



* A noter que les approches (GMSF et Oneframe) ne reprennent pas à ce stade totalement l'approche recommandée par l'ADEME sur la modélisation des réseaux (mais sont alignées entre elles sur ce point)

Alignement global entre Oneframe et le GMSF : vue d'ensemble OOH

Intitulé Oneframe	Intitulé GMSF	Alignement OOH – DOOH
Production des créations	Asset Production	Non aligné (hors périmètre du GMSF)
Production des supports	OOH Format production	Périmètre: Oui Modélisations: NC*
Allocation de l'espace pub.	Ad Inventory Selection	OOH: N/A DOOH: Non aligné (mais peu significatif) <i>Approche spécifique du GMSF sur le DOOH Programmatique</i>
Installation : stockage et livraison	Ad Creative Delivery	Périmètre: Oui Modélisations: NC*
Display : visionnage	OOH Ad Display & Operations	Périmètre: Oui Modélisations: NC*
Elimination et fin de vie	Disposal & End-of-life	Périmètre: Oui Modélisations: NC*
Emissions support	Corporate Overhead emissions	Non aligné <i>Approche spécifique du GMSF</i>

* La comparaison des modélisations entre le GMSF et Oneframe (UPE) n'est pas strictement possible sur ce canal : les deux référentiels reposent sur des logiques méthodologiques différentes, l'un précisant chaque formule de calcul et valeurs, l'autre reposant sur une ACV sans détail disponible. La mise en regard reste donc possible sur le périmètre et les valeurs chiffrées, mais pas sur les modélisations elles-mêmes.

Alignement global entre Oneframe et le GMSF : vue d'ensemble Print

Intitulé Oneframe	Intitulé GMSF	Alignement Print
Production des créations	Asset Production	Non aligné (hors périmètre du GMSF)
Production du papier	Print Format production > Substrate production	Oui
Transport du papier		Oui
Prestation de service d'imprimerie et production chimies impression et emballages	Print Format production > Printing & Finishing	Oui
Stockage et livraison	Ad Creative Delivery	Alignement partiel Le périmètre est le même mais les allocations sont faites différemment, ce qui en pratique pourrait mener à des écarts en valeur, avec notamment une distinction dernier km pour le GMSF
Transport et fin de vie des invendus	Disposal & End-of-life	Non aligné (mais peu significatif) Périmètre en théorie le même, mais le GMSF propose une approche par estimation globale de ce poste
Fin de vie des produits vendus		Oui
Emissions support	Corporate Overhead emissions	Non aligné <i>Approche spécifique du GMSF</i>

01. DIGITAL

Analyse des périmètres couverts

Digital workflow – GMSF V1.3

		Périmètre Oneframe – Digital Carbon Framework (V2.1)
Production (‘Creation’)	Production des créations* (‘Asset Production’)	Hors périmètre GMSF
	Manipulation des créations (‘Asset manipulation’)	N/A
Diffusion (‘Distribution’)	Allocation de l’espace pub. (‘Ad Inventory Selection’)	✓
	Diffusion des publicités (‘Ad Creative Delivery’)	✓
Visionnage (‘Consumption’)	Terminaux - visionnage (‘Digital Ad Display’)	✓
Emissions support (‘Corporate Overhead emission’)		✗

* Inclut à présent le stockage des créations (‘Post-production storage’)

Analyse des modélisations – digital (1/3)

Etapes et sous-étape

Modélisation Oneframe

Modélisation GMSF V1.3

Conclusions



Allocation de l'espace pub. ('Ad Inventory Selection')	Serveurs traitant la transmission par le biais d'un processus d'achat programmatique (SSP/DSP...)	Utilisation	• Proxy chemins actifs potentiels: Modélisation de la puissance de calcul mobilisé et le temps de réponse serveurs. • Données serveurs génériques (niveaux 1 et 2).	• Proxy ads.txt: Estimation du volume de l'activité programmatique et de l'intensité des opérations du serveur à partir du ads.txt. Les 2 approches sont différentes mais relativement alignées dans la modélisation, bien qu'en pratique cela puisse donner des résultats différents. • Données serveurs génériques (niveaux 0 et 1).	~ Alignement partiel sur le proxy simplifiant pour les premiers niveaux, bien que similitudes dans l'approche
		Fabrication et fin de vie			
	Transmission des réseaux par le biais d'un processus d'achat programmatique (SSP/DSP...)	Utilisation	• Proxy chemins actifs potentiels: Modélisation du nombre de requêtes transmises lors de la vente selon nombre moyen de chemins potentiels. • Modélisation de l'impact réseau proportionnel aux Go transmis* (poids des requêtes transmises).	• Proxy ads.txt: Estimation du volume de l'activité programmatique et de l'intensité des opérations du serveur à partir du ads.txt. • Modélisation de l'impact réseaux à partir du « modèle simplifié des réseaux » qui est également proportionnel aux Go transmis*.	~ Alignement partiel sur le proxy simplifiant pour les premiers niveaux, bien que similitudes dans l'approche
		Fabrication et fin de vie			

* A noter que les approches (GMSF et Oneframe) ne reprennent pas à ce stade totalement l'approche recommandée par l'ADEME sur la modélisation des réseaux (mais sont alignées entre elles sur ce point)

Analyse des modélisations – digital (2/3)

Etapas et sous-étape		Modélisation Oneframe	Modélisation GMSF	Conclusions	
					
Diffusion des publicités ('Ad Creative Delivery')	Traitement Ad Servers / CDN edge node pour la diffusion de publicités sur le display, social et le search	Utilisation	• Via la quantité de données transmises (bande passante en sortie de serveurs) • Modélisation serveurs génériques sans prise en compte d'une intensité spécifique CDN. • Données serveurs génériques (niveaux 1 et 2)	• Via la quantité de données transmises • Modélisation CDN et overhead serveurs origine. • Données serveurs génériques (niveaux 0 et 1)	✓ Alignement partiel en théorie, mais en pratique le DCF peut être adapté pour tenir compte de CDN, avec néanmoins quelques écarts dans les valeurs des bases de données.
		Fabrication et fin de vie			
	Transmission sur les réseaux depuis l'ad server / CDN edge node pour la diffusion de publicités sur le display, social et le search	Utilisation	• Via la quantité de données transmises • Modèle conventionnel : impact réseaux proportionnel aux Go transmis* (poids de la publicité affichée).	• Via la quantité de données transmises • « Modèle simplifié des réseaux » qui est également proportionnel aux Go transmis*.	✓
		Fabrication et fin de vie			

* A noter que les approches (GMSF et Oneframe) ne reprennent pas à ce stade totalement l'approche recommandée par l'ADEME sur la modélisation des réseaux (mais sont alignées entre elles sur ce point)

Analyse des modélisations – digital (3/3)

Étapes et sous-étape

Modélisation Oneframe

Modélisation GMSF

Conclusions



Terminaux - visionnage ('Digital Ad Display')

Consommation d'énergie et amortissement de la fabrication des terminaux associés au visionnage des utilisateurs.

Utilisation

- A partir de la puissance des terminaux en mode actif, la durée de visionnage pour les formats vidéo et durée d'exposition pour les formats statiques

- A partir de la consommation des terminaux, de la durée de visionnage pour les formats vidéo et durée d'exposition pour les formats statiques



Fabrication et fin de vie

- Allocation à partir de la durée de visionnage pour la vidéo et durée d'exposition pour le display sur la durée de vie utile totale des terminaux.
- La répartition des terminaux de visionnage est une donnée d'entrée à collecter.

- Allocation à partir de la durée de visionnage pour la vidéo et durée d'exposition pour le display sur la durée de vie utile des terminaux.
- Une répartition type existe en l'absence de donnée de répartition (niveau 0).



02. TV

Analyse des périmètres couverts

– TV

Périmètre Oneframe – ADMTV

Production (‘Creation’)	Production des créations* (‘Asset Production’)	Hors périmètre GSMF
	Manipulation des créations (‘Asset manipulation’)	~ Prise en compte transcodage supplémentaire en unicast
Diffusion (‘Distribution’)	Allocation de l’espace pub. (‘Ad Inventory Selection’)	✓
	Diffusion des publicités (‘Ad Creative Delivery’)	✓
Visionnage (‘Consumption’)	Terminaux - visionnage (‘TV Ad Display’)	✓
Emissions support (‘Corporate Overhead emission’)		✗

* Inclut à présent le stockage des créations (‘Post-production storage’)

Analyse des modélisations – TV

(1/3)

Pour Oneframe comme pour le GMSF, l’approche sur le programmatique est importée des canaux digitaux avec quelques spécificités (nombre de chemins actifs par défaut, fichier apps-ads.txt pour les CTV...), aussi les conclusions sont similaires.

Etapes et sous-étape

Modélisation Oneframe

Modélisation GMSF V1.3

Conclusions

					
Allocation de l'espace pub. ('Ad Inventory Selection')	Serveurs traitant la transmission par le biais d'un processus d'achat programmatique (SSP/DSP...)	Utilisation	• Proxy chemins actifs potentiels: Modélisation de la puissance de calcul mobilisé et le temps de réponse serveurs. • Données serveurs génériques (niveaux 1 et 2).	• Proxy ads.txt/apps-ads.txt: Estimation du volume de l'activité programmatique et de l'intensité des opérations du serveur à partir du ads.txt. Les 2 approches sont différentes mais relativement alignées dans la modélisation, bien qu'en pratique cela puisse donner des résultats différents. • Données serveurs génériques (niveaux 0 et 1).	~ Alignement partiel sur le proxy simplifiant pour les premiers niveaux, bien que similitudes dans l'approche
		Fabrication et fin de vie			
	Transmission des réseaux par le biais d'un processus d'achat programmatique (SSP/DSP...)	Utilisation	• Proxy chemins actifs potentiels: Modélisation du nombre de requêtes transmises lors de la vente selon nombre moyen de chemins potentiels. • Modélisation de l'impact réseau proportionnel aux Go transmis* (poids des requêtes transmises).	• Proxy ads.txt: Estimation du volume de l'activité programmatique et de l'intensité des opérations du serveur à partir du ads.txt. • Modélisation de l'impact réseaux à partir du « modèle simplifié des réseaux » qui est également proportionnel aux Go transmis*.	~ Alignement partiel sur le proxy simplifiant pour les premiers niveaux, bien que similitudes dans l'approche
		Fabrication et fin de vie			

Analyse des modélisations – TV

(2/3)

Etapes et sous-étape

Modélisation
Oneframe

Modélisation GMSF

Conclusions



Diffusion des publicités (‘Ad Creative Delivery’)	Linear Broadcast (TNT/SAT)	Serveurs (cycle de vie complet)	• Via la quantité de données transmises (bande passante en sortie de serveurs) • Modélisation CDN et overhead serveurs origine. • Données serveurs génériques (niveaux 1 et 2)	• Via la quantité de données transmises (bande passante en sortie de serveurs) • Modélisation CDN et overhead serveurs origine. • Prise en compte d’autres assets transmis lors de la diffusion • Données serveurs génériques (niveaux 0 et 1)	✓ Alignement global sur l’approche de transmission serveur et réseaux pour les contenus
		Réseaux (cycle de vie complet)			
	Linear Multicast (IPTV)	Serveurs / Réseaux (cycle de vie complet)	• Identique unicast	• Identique unicast	✓ ✓
		Serveurs (cycle de vie complet)			
	Non-linear (& linear) unicast (CTV/OTT/VOD...)	Réseaux (cycle de vie complet)	• Via la quantité de données transmises • Modèle conventionnel : impact réseaux proportionnel aux Go transmis* (poids de la publicité affichée).	• Via la quantité de données transmises • « Modèle simplifié des réseaux » qui est également proportionnel aux Go transmis*.	Alignement global sur l’approche de transmission serveur et réseaux pour les contenus, distinction entre les CDN et les serveurs origine

* A noter que les approches (GMSF et Oneframe) ne reprennent pas à ce stade totalement l’approche recommandée par l’ADEME sur la modélisation des réseaux (mais sont alignées entre elles sur ce point)

Analyse des modélisations – TV

(3/3)

Étapes et sous-étape

Modélisation Oneframe

Modélisation GMSF

Conclusions



Terminaux -
visionnage
('TV Ad Display')

Consommation
d'énergie et
amortissement de la
fabrication des
terminaux associés au
visionnage des
utilisateurs.

Utilisation

- A partir de la puissance des terminaux en mode actif, la durée de visionnage pour les formats vidéo

- A partir de la consommation des terminaux, de la durée de visionnage pour les formats vidéo



Fabrication et
fin de vie

- Allocation à partir de la durée de visionnage pour la vidéo sur la durée de vie utile totale des terminaux.
- La répartition des terminaux de visionnage est une donnée d'entrée à collecter.

- Allocation à partir de la durée de visionnage pour la vidéo sur la durée de vie utile des terminaux.
- Une répartition type existe en l'absence de donnée de répartition (niveau 0).



03. OOH - DOOH

Analyse des périmètres couverts

– OOH & DOOH

*Périmètre Oneframe – UCE
(périmètre seulement*)*

Production (‘Creation’)	Production des créations (‘Asset Production’)	Hors périmètre GSMF
	Production des supports (‘OOH Format production’)	✓
Diffusion (‘Distribution’)	Allocation de l’espace pub. (‘Ad Inventory Selection’)	✗
	Installation : stockage et livraison (‘Ad Creative Delivery’)	✓
Visionnage (‘Consumption’)	Display : visionnage (‘OOH Ad Display & Operations’)	✓
	Elimination et fin de vie (‘Disposal & End-of-life’)	✓
Emissions support (‘Corporate Overhead emission’)		✗

* La comparaison des modélisations entre le GSMF et Oneframe (UCE) n'est pas strictement possible sur ce canal : les deux référentiels reposent sur des logiques méthodologiques différentes, l'un précisant chaque formule de calcul et valeurs, l'autre reposant sur une ACV sans détail disponible. La mise en regard reste donc possible sur le périmètre et les valeurs chiffrées, mais pas sur les modélisations elles-mêmes.

04. PRINT

Analyse des périmètres couverts

– Print

Etapes et sous-étape

Périmètre Oneframe

Production (‘Creation’)	Production des créations (‘Asset Production’)	Hors périmètre GSMF
	Production et transport du papier (‘Print Format production > Substrate production’)	✓
	Prestation de service d’imprimerie et production chimies impression et emballages (‘Print Format production > Printing & Finishing’)	✓
Diffusion (‘Distribution’)	Transport au stockage (‘Ad Creative Delivery > Storage & Delivery > Manufacturing to storage’)	✓
	Stockage	Négligé GSMF
	Transport aval (‘Ad Creative Delivery > Storage & Delivery > Storage to POS/readers’)	✓
Vionnage (‘Consumption’)	Transport et fdv des invendus (‘Disposal & End-of-life > Unsold products’)	✓
	Fin de vie des produits vendus (‘Disposal & End-of-life > Sold products’)	✗
Emissions support (‘Corporate Overhead emission’)		

Analyse des périmètres couverts – Print

Familles de presse

Oneframe

GMSF

Presse Quotidienne Régionale	✓	✓
Presse Quotidienne Nationale	✓	✓
Presse Magazine	✓	✓
Presse Hebdomadaire Régionale	✓	✓
Presse Professionnelle	✓	✓
Presse gratuite d'information	✓	✓
Presse Magazine de marque	✓	✓

Analyse des modélisations – Print

(1/4)

Etapes et sous-étape

Modélisation Oneframe

Modélisation GMSF V1.3

Conclusions



Production et transport du papier (‘Print Format production > Substrate production’)	Fabrication du substrat papier à partir de la matière première (fibre vierge et/ou recyclée) : production de pâte, mise en feuille, énergie usine.	Production papier / substrat	- Données d’entrée : Nb d’impressions x format x conversion permettant d’estimer le tonnage - Distinction FE recyclé/neuf	- Approche top-down par le tonnage à partir du volume : Circulation x surface (m²) x grammage/1000 → tonnage - FE composite intégrant la part recyclée et d’autres matériaux portée par le material_split (EF distinct)	✓ Même allocation à la masse de papier. Distinction recyclé/neuf des deux côtés.
	Acheminement du papier du producteur de substrat jusqu’à l’imprimeur.	Transport amont du papier	- Données d’entrée : Tonnes transportées (à partir des volumes) et distance (km) - FE transport par type de véhicule (approche fret)	- Données d’entrée : Tonnes transportées (à partir des volumes) et distance (km) - FE transport par type de véhicule (approche fret)	✓

Remarque : Oneframe (SRP / SEPM) applique le ratio entre la surface publicitaire et la surface totale globalement en fin de calcul ; le GMSF l’intègre à chaque étape via printed_product_advertising_ratio. Le résultat est équivalent.

Analyse des modélisations – Print (2/4)

Etapes et sous-étape

Modélisation Oneframe



Modélisation GMSF V1.3

Conclusions

Prestation de service d'imprimerie et production chimies impression et emballages ('Print Format production > Printing & Finishing')

Procédé d'impression : énergie des presses, finition (façonnage, découpe, reliure).

Service d'imprimerie

- Données d'entrée : Quantité de produit achetée (tonnes)
- FE imprimerie (kgCO2eq / tonnage net produit)

Production des encres d'impression consommées au tirage.

Encres

- Données d'entrée : Nb de pages
- Conversion quantité/type d'encre (kg/format) × FE encre (kgCO2e/t)

Production des vernis / traitements de surface appliqués en finition.

Vernis

- Données d'entrée : Quantité de vernis (kg)
- FE vernis (kgCO2e/t)

Production des emballages de conditionnement/expédition.

Emballages

- Données d'entrée : Poids (g) ou surface (cm²) de l'emballage
- FE emballage (ou × densité surfacique × FE)

- Approche top-down par le tonnage à partir du volume : Circulation × surface × grammage
- FE unique de procédé couvrant impression + consommables
- Pas de donnée d'entrée dédiée pour les encres, vernis, emballages : couvert par le FE de procédé (finishing)

✓

Allocation à la masse de produit fini des deux côtés.

✓

Allocation à la masse de produit fini des deux côtés, mais inclus dans le FE agrégé côté GMSF.

Remarque : Oneframe (SRP / SEPM) applique le ratio entre la surface publicitaire et la surface totale globalement en fin de calcul ; le GMSF l'intègre à chaque étape via printed_product_advertising_ratio. Le résultat est équivalent.

Analyse des modélisations – Print

(3/4)

Etapes et sous-étape

Modélisation Oneframe



Modélisation GMSF V1.3

Conclusions

Transport au stockage (‘Ad Creative Delivery > Storage & Delivery > Manufacturing to storage’)	Acheminement des produits imprimés finis de l'imprimeur vers le(s) lieu(x) de stockage/entrepôt.	Transport au stockage	- Données d'entrée : Tonnes transportées (à partir des volumes) et distance (km) - FE transport par type de véhicule (approche fret) - Bloc transport unique, non scindé par étape logistique	- Données d'entrée : Masse transportée (t) et distance fabrication→stockage (km) - FE transport (kgCO2e/t.km) - Trajet fabrication→stockage isolé du dernier km	✓ Allocation par t.km
Transport aval (‘Ad Creative Delivery > Storage & Delivery > Storage to POS/readers’)	Livraison finale du stockage vers les points de vente ou les lecteurs (dernier km, parfois en logistique mutualisée).	Transport aval		- Données d'entrée : Distance par type de véhicule (km) - FE transport (kgCO2e/véhicule.km) pondéré par le taux de remplissage (vehicle_appportionment_factor = masse / capacité) - Mutualisation logistique prise en compte	~ Allocations différentes sur le dernier km qui peuvent générer des écarts en valeur, bien que les principes sous-jacents soient similaires

Remarque : Oneframe (SRP / SEPM) applique le ratio entre la surface publicitaire et la surface totale globalement en fin de calcul ; le GMSF l'intègre à chaque étape via `printed_product_advertising_ratio`. Le résultat est équivalent.

Analyse des modélisations – Print

(4/4)

Etapes et sous-étape

Modélisation Oneframe

Modélisation GMSF

Conclusions



V1.3

Transport et fdv des invendus (“Disposal & End-of-life > Unsold products”)	Retour / collecte des exemplaires non vendus des points de vente vers le centre de traitement	Fin de vie des produits invendus	- Données d'entrée : Tonnes d'invendus et distance de retour (km) - FE transport (approche fret)	- Pas de donnée d'entrée dédiée - Estimation globale du poste (forfait/overhead)	✗ Non aligné, peu significatif
Fin de vie des produits vendus (“Disposal & End-of-life > Sold products”)	Traitement de fin de vie des invendus (recyclage, incinération, décharge)	Fin de vie des produits vendus	- Données d'entrée : Nb exemplaires vendus × poids moyen (t) - FE fin de vie papier avec distinction fin de vie moyenne et recyclage	- Approche top-down par le tonnage : Circulation distribuée × surface (m²) × grammage - FE composite fin de vie avec distinction des processus de recyclage	✓

Remarque : Oneframe (SRP / SEPM) applique le ratio entre la surface publicitaire et la surface totale globalement en fin de calcul ; le GMSF l'intègre à chaque étape via `printed_product_advertising_ratio`. Le résultat est équivalent.

05. AUDIO

Analyse des périmètres couverts

– Audio

Périmètre Oneframe : FM,
DAB+,
réseaux numériques



Périmètre Oneframe :
Satellite



Production ('Creation')	Production des créas	Non couvert par le GMSF	
	Stockage des contenus ('Post-production storage')	~	~
	Manipulation des contenus ('Other tech manipulation')	N/A	
Diffusion ('Distribution')	Allocation de l'espace pub. ('Ad Space Selection')	✓	✓
	Diffusion des publicités ('Ad Creative Delivery')	~ Utilisation seulement	✓
Vionnage ('Consumption')	Terminaux - chargement ('User device load')	N/A	
	Terminaux - visionnage ('User device render')	✓	✓

Analyse des modélisations – audio (1/3)



Commentaire : Le modèle programmatique sera a priori importé du digital dans le GSMF, avec une mention sur l'aspect moins automatisé dans l'audio.

Analyse des modélisations – audio (2/3)

Etapes et sous-étape

			Modélisation Oneframe FM, DAB+, réseaux numériques	Modélisation Oneframe Satellite	Modélisation GMSF
Diffusion des publicités	Serveurs	Utilisation	Temps de diffusion campagne, débit binaire	Temps de diffusion campagne, débit binaire	Temps de diffusion campagne, bitrate avant transcodage
		Fabrication et fin de vie	Temps de diffusion campagne, débit binaire	Temps de diffusion campagne, débit binaire	Temps de diffusion campagne, bitrate avant transcodage
	Réseaux	Utilisation	Temps de diffusion campagne (broadcast) Temps de diffusion campagne, débit binaire (numérique)	Temps de diffusion campagne (broadcast)	Temps de diffusion campagne (broadcast) Temps de diffusion campagne, débit binaire (numérique)
		Fabrication et fin de vie		Temps de diffusion campagne (broadcast)	Temps de diffusion campagne (broadcast) Temps de diffusion campagne, débit binaire (numérique)



Comparaison sur la base des formules théoriques proposées dans le GMSF - en attente des formules opérationnelles

Analyse des modélisations – audio (3/3)

Etapes et sous-étape

			Modélisation Oneframe FM, DAB+, réseaux numériques	Modélisation Oneframe Satellite	Modélisation GMSF
Terminaux - visionnage	Terminaux - visionnage	Utilisation	Durée d'écoute et nombre d'écoutes, puissance des terminaux. Calculs partiels pour la radio	Durée d'écoute et nombre d'écoutes, puissance des terminaux	Durée d'écoute et nombre d'écoutes, puissance des terminaux
		Fabrication et fin de vie	Durée d'écoute et nombre d'écoutes Calculs partiels pour la radio	Durée d'écoute et nombre d'écoutes	Durée d'écoute et nombre d'écoutes



Comparaison sur la
base des formules
théoriques proposées
dans le GMSF - en
attente des formules
opérationnelles

Analyse des modélisations – Synthèse audio - alignement

Etapes et sous-étapes

			FM, DAB+, réseaux numériques	Satellite
Diffusion des publicités	Traitement Ad Servers / CDN edge node pour la diffusion de publicités sur le display, social et le search	Utilisation	✓	✓
		Fabrication et fin de vie	✓	✓
	Transmission sur les réseaux depuis l'ad server / CDN edge node pour la diffusion de publicités sur le display, social et le	Utilisation	✓	✓
		Fabrication et fin de vie	✗	✓
Terminaux - visionnage	Terminaux - visionnage	Utilisation	✓	✓
		Fabrication et fin de vie	✓	✓



Comparaison sur la base des formules théoriques proposées dans le GMSF - en attente des formules opérationnelles



Sophie ROOSEN

Directrice Marque & Impact

sroosen@uniondesmarques.fr



Laura AZOULAY

Responsable Marketing & Impact

lazoulay@uniondesmarques.fr

Unis pour construire des marques durables

