PUBLICITÉ

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2021

RADIO

NATIONAL

PUBLICITÉ

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2021

RADIO

SOMMAIRE

03 · **MARQUES ET CONTENUS**

09 · **OFFRE PUBLICITAIRE**

20 · **DÉFINITIONS**

22 · **CONDITIONS TARIFAIRES**

23 · TARIFICATION

24 · MODULATIONS TARIFAIRES

26 · ACHAT AU COÛT GRP NET GARANTI

27 · **REMISES COMMERCIALES**

33 · **CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE**

40 · **ÉLÉMENTS DE DIFFUSION**

42 · **ANNEXES**



Yves Calvi © N. Gouhier/RTL

01

MARQUES ET CONTENUS

M6 PUBLICITÉ

PUISSANCE ET DIVERSITÉ DE L'OFFRE

Depuis plus de 30 ans, le groupe M6 s'est installé, au travers de programmes forts et originaux, dans la vie et le quotidien des Français.

C'est avec cette même proximité et ce savoir-faire que M6 Publicité accompagne ses clients dans leurs enjeux de communication.

Grâce à une large palette de solutions sur mesure, la régie permet à ses clients de toucher plus de 32 millions de Français chaque jour, sur les médias télévision, radio, et digital du groupe M6.

TÉLÉVISION

M6, W9, 6TER, GULLI, PARIS PREMIÈRE, TÉVA, SÉRIECLUB, CANAL J, TIJI, M6 MUSIC, MCM, MCM TOP, RFM TV

Les 13 chaînes TV du Groupe rassemblent chaque jour près de 25 millions d'individus. Cette couverture permet de proposer aux annonceurs des écrans puissants, diffusés dans un environnement de haute qualité afin de maximiser l'efficacité de leurs campagnes.

DIGITAL

GOLDEN, PURE PLAYERS, CTZAR

Notre offre digitale est composée de marques médias issues des antennes du Groupe, de sites pure-players et de multichannel networks.

Ces actifs enregistrent des performances exceptionnelles : record d'audience historique en avril 2020 pour les pure players, avec 30,2 millions de visiteurs uniques, record d'inscriptions pour un service de télévision en ligne, avec plus de 30,4 millions de logués sur 6play.

L'influence est également un levier de développement important avec Golden, le média digital à destination des millennials (10 millions d'abonnés) et l'agence Ctzar, pionnière du secteur avec sa plateforme technologique exclusive Sociaddict, son réseau international de 15 000 influenceurs.

RADIO

RTL, RTL2, FUN RADIO

Les espaces publicitaires des trois stations de radio du groupe M6, écoutées quotidiennement par 10 millions d'auditeurs*, permettent aux annonceurs de bénéficier de la réactivité, de la puissance et de l'impact drive-to-sales du média radio.

ÉVÉNEMENTIEL

WBA

Agence événementielle à l'expertise reconnue, WBA – Wild Buzz Agency – est leader et pionnier des lieux de vie éphémères dédiés aux marques et aux institutions. WBA imagine et orchestre pour les marques des expériences physiques théâtralisées afin de créer l'émotion, la disruption et engager une connexion directe avec les consommateurs.

*Médiamétrie 126 000, Septembre-Octobre 2020, Lundi à Vendredi, 5h-24h, AC 13+

02 · MARQUES ET CONTENUS

UN ÉVENTAIL DE MARQUES COMPLÉMENTAIRES ET RÉFÉRENTES

MÉDIAS

6play · M6 · W9 · 6ter · Paris Première · téva · RTL · RTL2 · Fun Radio

HUMOUR ET INFOTAINMENT	JEUNESSE	LIFESTYLE	FÉMININ	INFORMATION	GAMING	AUTOMOBILE	SANTÉ / BIEN-ÊTRE
GOLDEN	gulli	cuisineaz	WONDHER BY GOLDEN	M6météo	BBTV	TURBO fr	passeport santé
GOLDEN FOOD	MKID	FOURCHETTE & BIKINI	Rose Carpet	M6info			
GOLDEN NEWS	canal J	déco.fr					
GOLDEN POP	TiJi						

PUBLICITE

02 · MARQUES ET CONTENUS

M6 PUBLICITÉ, UN ÉCOSYSTÈME AUDIO INTÉGRÉ



UNE OFFRE RADIO LEADER : 28,4% DE PDAC SUR LES 13+*

RTL RTL2 fun radio

UN CASTING EXCEPTIONNEL

DES PROGRAMMES POUR TOUS LES PUBLICS : INFO, DIVERTISSEMENT, CONSEIL

MONÉTISATION

PUBLICITÉ RADIO

- Nationale et locale

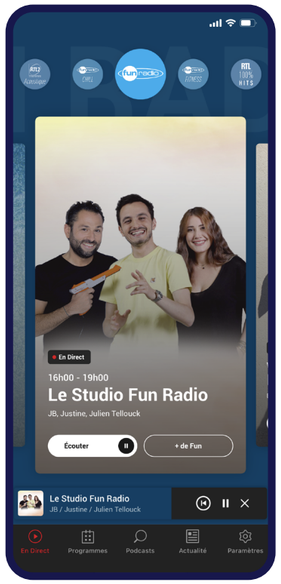
PUBLICITÉ AUDIO-DIGITALE

Pré-roll audio **Streaming live/podcast**

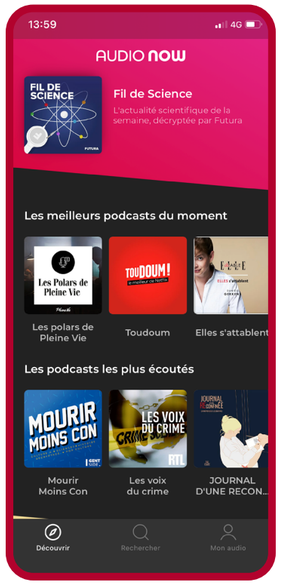
OPS ET STORYTELLING AUDIO

- Sponsoring, hors écran, podcasts de marque

DISTRIBUTION : DES APPS AUDIOFIRST



APPS RTL, RTL2, FUN RADIO



APP AUDIO NOW

En partenariat avec Prisma Media, le meilleur du podcast natif avec plus de 300 podcasts

CONSOMMATION

LIVE

- FM, steaming, live

ON DEMAND

- Podcast replay et natifs, webradios

* Source : Médiamétrie 126 000, Septembre-Octobre 2020, Lundi à Vendredi, 5h-24h, 13 ans et +, PDAC base 16 stations commerciales

02 · MARQUES ET CONTENUS

TROIS STATIONS COMPLÉMENTAIRES

RTL, TOUJOURS AVEC VOUS

RTL réalise sa deuxième meilleure rentrée historique.

Cette progression vient ainsi conforter la stratégie éditoriale de RTL pour cette rentrée 2020, qui repose sur l'alliage entre le renforcement de nombreuses émissions phares et la mise à l'antenne de plusieurs nouveautés.

Comme nouveautés, nous retrouvons l'arrivée de Karine Le Marchand et Laurent Baffie pour un talk show le week-end, d'Ophélie Meunier aux commandes du Journal Inattendu, de Bruno Guillon qui anime tous les matins un jeu interactif et en direct mais aussi Cyril Lignac qui nous dévoile tous ses bonnes astuces culinaires dans le Prime.

En plus de ces nouveautés, nous retrouvons ceux qui font le succès de RTL ces dernières années : Yves Calvi, Julien Courbet, Laurent Ruquier, Flavie Flament…

- **1e** radio privée de France
- **6,1 millions** d'auditeurs chaque jour

LA RADIO POP-ROCK DE RÉFÉRENCE DES 25-49 ANS

RTL2 a été élue "Radio musicale de l'année", une belle consécration pour ses 25 ans !

Au programme sur RTL2, chaque jour des émissions exclusives, des découvertes musicales et des performances live. RTL2 est la radio de l'expertise musicale incarnée par des animateurs drôles, chaleureux et tous passionnés de musique.

La grande nouveauté de cette rentrée : l'arrivée de Lou Doillon qui prend les commandes de "Lou et Moi" un entretien intimiste d'une heure avec un artiste.

- **1e** radio musicale adulte sur 25-49 ans et CSP+I
- **2,4 millions** d'auditeurs chaque jour

FUN RADIO, LA STATION DU SON ELECTRO ET LATINO

Cette saison, les plus grandes stars du latino rejoignent les playlist Fun Radio pour une programmation musicale inédite.

Fun Radio est aussi la seule station à proposer pas moins de 6h de divertissement incarné chaque matin de 5h à 11h avec notamment Bruno dans La Radio suivi désormais du Vacher Time. Et évènement cette saison, Kev Adams prend le contrôle de la station une fois par mois et pendant 2 heures avec sa bande du « Fridge Comedy Club ».

Enfin, Fun Radio c'est avant tout une grande famille et une communauté qui joue la proximité en partageant son quotidien avec les auditeurs à l'antenne mais également sur les réseaux sociaux.

- **2e** radio musicale de France sur les 25-49 ans
- **2,2 millions** d'auditeurs chaque jour

Sources RTL : 2eme meilleure rentrée en PDA 13+ sur vagues Septembre-Octobre ; Médiamétrie 126 000 Septembre-Octobre 2020, Lundi à Vendredi, 5h-24h, 13 ans et +, audience cumulée, leadership base 16 stations commerciales
Source RTL2 : Médiamétrie 126 000 Septembre-Octobre 2020, Lundi à Vendredi, 5h-24h, 13+, audience cumulée et leadership PDAC musicale adulte (RTL2, Chérie FM, RFM, Nostalgie, R&C, Virgin Radio) sur cible
Source Fun radio : Médiamétrie 126 000 Septembre-Octobre 2020, Lundi à Vendredi, 5h-24h, audience cumulée 13 ans et + & ranking PDAC base 16 stations commerciales sur 25-49 ans

02 · MARQUES ET CONTENUS

LES NOUVEAUTÉS EDITORIALES AUDIO DIGITAL

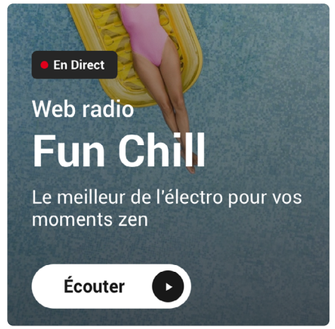
CRÉATION DE WEBRADIOS

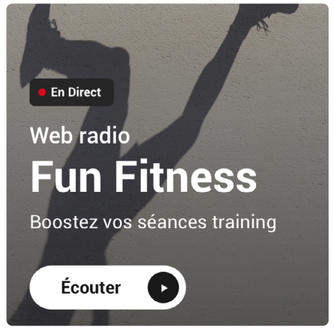












NOUVEAUX PODCASTS NATIFS



















PUBLICITÉ



Justine Salmon et Gregory Ascher © J. FAURE / RTL2

02

OFFRE PUBLICITAIRE

M6 PUBLICITÉ

M6 UNLIMITED : AGENCE INTÉGRÉE DÉDIÉE À L'ÉMERGENCE DE VOS MARQUES

La richesse du portefeuille de marques, le savoir-faire du groupe M6 au service des annonceurs.

M6 Unlimited est la cellule cross-média dédiée à la création, la production et la distribution de contenus de marque innovants et inspirants.

Véritable clef d'entrée pour les acteurs du BtoC et du BtoB, nous imaginons des solutions originales, puissantes et engageantes sur tous les médias : de la télévision à la radio en passant par le digital et le social, jusqu'à l'expérience terrain afin de répondre à vos objectifs et vos indicateurs de performances.

Nous disposons d'un terrain de jeu unique qui nous permet d'intégrer dans nos solutions les licences de nos émissions, des personnalités plébiscitées, des événements inédits ...

Selon les solutions et au-delà des opérations spéciales, nous sommes agiles sur tout type de contenu : les films publicitaires ou institutionnels, les génériques de parrainage, les formats événementiels en TV, les programmes courts, les podcasts, les spots radio, les contenus viraux.

Notre engagement est de divertir, influencer et engager notre audience et vos publics.

VOIR LE SHOWREEL













STEP BY M6 : LA SOLUTION ADAPTÉE POUR UNE 1RE COMMUNICATION

DÉVELOPPEZ VOTRE MARQUE ET RECRUTEZ DE NOUVEAUX CLIENTS AVEC LE PROGRAMME CLÉ EN MAIN STEP BY M6

PUISSANCE

POUR BOOSTER VOTRE BRAND PERFORMANCE

- Écosystème plurimédia unique : TV, radio et digital
- 9 Français sur 10 touchés chaque mois
- Marques leader
  - M6 : 2e chaîne nationale *
  - RTL : 1re radio de France **
  - 6play : 30 millions d'inscrits ***

PROXIMITÉ

POUR VOUS ACCOMPAGNER AVANT, PENDANT ET APRÈS VOTRE CAMPAGNE

- Interlocuteur privilégié
- Experts dédiés à chaque étape : marketing, juridique, création, planning…
- Engagement de résultats et suivi médiaplanning de votre campagne sur **My6**

EXPERTISE

POUR OPTIMISER VOTRE EFFICACITÉ PUBLICITAIRE

- Analyse média de vos concurrents
- Offre complète de solutions marketing (pilotage DTW, Shopper marketing, B2B…)
- Création publicitaire sur-mesure et clé en main avec notre studio M6 Unlimited

Pour plus d'informations,
contactez Noémi Carpentier :
noemi.carpentier@m6.fr
06 30 63 20 51

*Médiamétrie / Médiamat/ Saison 2019-2020 sur les principales cibles commerciales **Médiamétrie 126 000 Janvier-Mars 20, LàV 5h24, leadership QHM et PDAC base 16 stations commerciales ***6play - DMP M6

EASY BRIEF

VOUS NOUS BRIEFEZ, NOUS PLANIFIONS

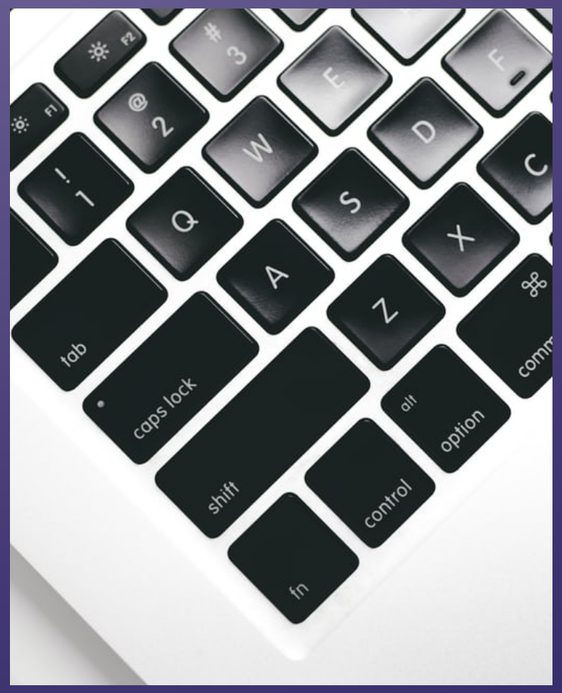
Avez Easy brief, notre **outil de planification automatique**, envoyez-vous votre brief de campagne radio et recevez une proposition de mediaplanning répondant à vos critères.

PRINCIPAUX CRITÈRES À NOUS ENVOYER :

- Période de communication
- Format de votre spot publicitaire
- La/les stations souhaitées
- Cible et jours de communication souhaités
- Tranches horaires souhaitées
- Budget net
- ...

Une matrice de briefs est mise à disposition sur le site **M6pub**.

OUTIL DE PLANIFICATION AUTOMATIQUE



02 · OFFRE PUBLICITAIRE

UN LARGE CHOIX DE CIBLAGE

POUR TOUCHER VOS CONSOMMATEURS SELON QUI ILS SONT, OÙ ILS SONT, CE QU'ILS AIMENT OU CE QU'ILS ACHÈTENT.

SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE

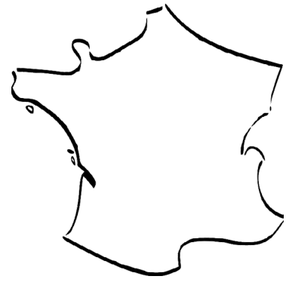
Genre, âge, CSP et critères croisés

Revenus du foyer



GÉOLOCALISATION

Région, département ou agglomération



COMPORTEMENT

Loisirs, centres d'intérêt, voyages et vacances, immobilier, placement bancaire,...



ACHETEURS

Grande distribution, automobile, nouvelles technologies, jeux vidéos, biens culturels,..



EP1 TREMPLIN

DONNEZ DE L'ÉLAN À VOTRE SPOT EN 1RE POSITION DES ÉCRANS PUBLICITAIRES

M6 Publicité permet aux annonceurs d'**événementialiser leur présence** en début d'écran publicitaire pour maximiser l'émergence du spot.

+6 pts

de mémorisation spontanée vs. EP1*

X4

de mémorisation spontanée vs. milieu d'écran*

SPOT EN EP1 PRÉCÉDÉ D'UN JINGLE CONTEXTUALISÉ SELON UN TEMPS FORT CALENDAIRE

(Rentrée, Black Friday, Noël, Saint-Valentin, Fête des mères, Fête des pères)

DISPONIBLE SUR :

RTL · RTL2 LE SON POP-ROCK · fun radio



Source : Post-test réalisé par Panel Opinion auprès de 600 répondants de 25-59 ans

M6 PUBLICITÉ

S6LIDAIRE

NOUVEAU

L'OFFRE INTERACTIVE RESPONSABLE AUDIO

CONCEPT

Valorisez votre engagement auprès du grand public en reversant 1% de votre budget média à l'association de votre choix.

MÉCANIQUE

En Radio:

- Contextualisation de votre message grâce à un habillage solidaire
- Émergence de votre spot en EP1 tremplin
- Mémorisation de votre engagement grâce à un booster solidaire

En Audio digital :

- Contextualisation de votre message pre-roll grâce à un habillage solidaire

Sur les applications :

- Un display cliquable qui renvoie vers une plateforme de marque M6 où l'internaute peut effectuer une action ''solidaire''

BÉNÉFICES

- Renforcement de l'image et de la confiance de marque
- Défiscalisation du don

EN PARTENARIAT AVEC Boon.Today

MÉCANIQUE RADIO



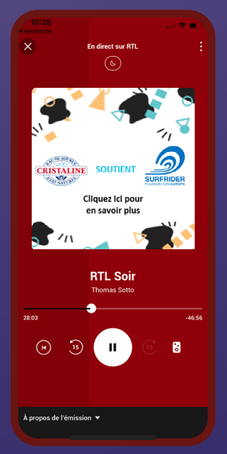
flux antenne — habillage solidaire — votre spot en EP1 solidaire — autres spots — booster solidaire

MÉCANIQUE DIGITALE AUDIO + DISPLAY



habillage solidaire — votre pré-roll

display cliquable





redirection plateforme de marque Ad For Good avec contenu additionnel

OFFRE PODCAST RTL

100 PROGRAMMES RTL DISPONIBLES EN PODCAST

Cette offre permet à un annonceur d'insérer un message de 30 secondes maximum en entrée du programme diffusé en audio. Toute diffusion d'un pré-roll est soumise à la validation de M6 Publicité. L'offre numérique est accessible via les offres suivantes :

1. OFFRE PODCAST PUISSANCE

Achat sur une période donnée d'un volume de pré-rolls sur l'ensemble de l'offre Podcast RTL.

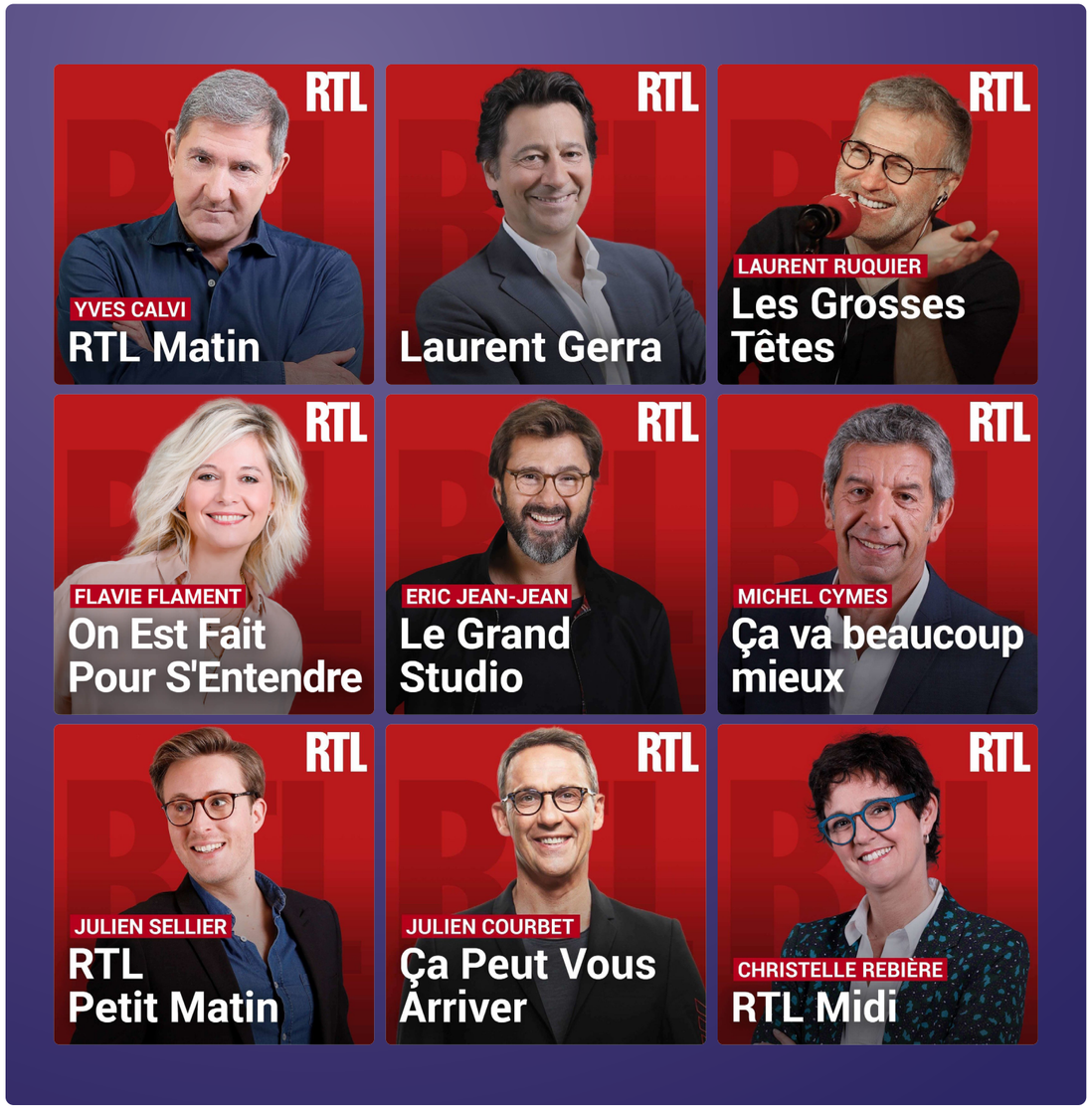
2. OFFRE PODCASTS THÉMATIQUES (NEWS-BUSINESS / CULTURE-DIVERTISSEMENT / CONSEILS-SANTE)

Achat sur une période donnée d'un volume de pré-rolls sur les Podcasts RTL d'une des deux thématiques, choisie par l'annonceur.

3. OFFRE PODCASTS RTL À LA CARTE

Achat sur une période donnée de l'intégralité des pré-rolls d'un ou plusieurs programmes de RTL en Podcast en 100% de PDV.

Ces offres sont susceptibles d'évoluer en cours d'année. Pour tout devis, nous consulter. La tarification de l'offre numérique M6 Publicité Radio ne comprend pas les frais de production du (des) message(s) publicitaire(s).



PODCAST FACTORY

NOUVEAU

UN NOUVEAU TERRITOIRE DE COMMUNICATION

Format disponible sur tous les supports audio

CONCEPT

Exprimez-vous sur le sujet et le format de votre de votre choix en collaboration avec les équipes radio du groupe M6 et M6 Unlimited. Définissez vos objectifs pour concevoir un concept à la hauteur de votre ambition.

BÉNÉFICES

- Savoir-faire éditorial et technique
- Storytelling audio sur-mesure
- Puissance du groupe M6

DISPONIBILITÉ

- Contenu : 1 teaser + un nombre d'épisodes à déterminer
- Diffusion sur les plateformes de téléchargements les plus populaires
- Médiatisation : radio, podcasts replay et réseaux sociaux



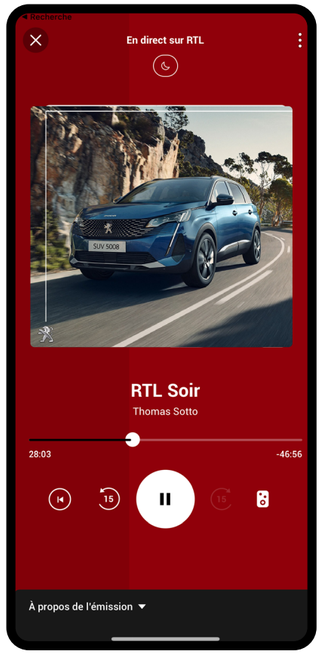
AUDIO + DISPLAY

NOUVEAU

DÉCUPLEZ VOTRE IMPACT

CONCEPT

En plus du format pré-roll audio, prenez possession du carré display situé sur la zone du visuel programme. Un espace contextualisé cliquable qui permet d'accroître l'impact de votre message publicitaire.



SHAKE ME ™

NOUVEAU

STIMULEZ ET INTERAGISSEZ

CONCEPT

Invitez l'auditeur à secouer ou taper sur son smartphone pour déclancher une action et ce sans pérturber l'experience d'écoute de votre spot. Un format pour amplifier l'intéraction et l'engagement.



PUBLICITE

VOIX ANTENNE²

NOUVEAU

INTÉGRATION NATIVE INCARNÉE AVEC EXTENSION D'AUDIENCE

Format disponible sur tous les supports audio

CONCEPT

Dispositif radio : emplacement de la voix antenne hors écran.
Dispositif digital : au sein d'un environnement similaire au programme live (replay streaming + replay podcast).

BÉNÉFICES

- Amplification du message
- Présence multiplateforme

TARIF

- Forfait
- + frais de création



PUBLICITÉ



Bruno Guillon © T. PADILLA et S. RUET/AGENCE 1827/RTL

03

DÉFINITIONS

M6 PUBLICITÉ

03 · DÉFINITIONS

CAMPAGNE RADIO

Diffusion simultanée d'une communication avec une création identique sur M6 Publicité Radio (RTL et/ou RTL2 national et/ou Fun Radio national), avec interruption maximum de 7 jours.

ANNONCEUR

Au sens des présentes conditions générales de vente (CGV), sont réputées constituer un seul et même annonceur toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire en radio. Sont considérées par M6 Publicité comme sociétés d'un même groupe toutes les sociétés dont plus de la moitié du capital social et des droits de vote est détenue au 1er janvier 2021, directement ou indirectement par une même personne physique ou morale de droit privé et qui constituent avec elle une entité économique cohérente.

Lorsqu'un annonceur intervient, au regard de la loi du 29 janvier 1993 en qualité de mandataire d'un autre annonceur sans révéler cette qualité à M6 Publicité, l'annonceur donneur d'ordre est solidairement tenu avec l'annonceur bénéficiaire de l'achat d'espace publicitaire du paiement des ordres.

MANDATAIRE

Au sens des présentes CGV, est réputée être mandataire toute société intermédiaire à qui l'annonceur a confié des missions définies par contrat de mandat écrit et relatif à l'achat d'espaces publicitaires sur les stations en régie chez M6 Publicité. Le mandat - pour une mission donnée - est impérativement unique.

MARQUE

On entend par marque ''une ligne distincte de produits offerte sur un marché par un annonceur''.

PÉRIMÈTRE M6 PUBLICITÉ RADIO

C'est l'ensemble des stations commercialisées par M6 Publicité : RTL, RTL2 national et Fun Radio national.

UNITÉ DE VENTE

Une unité de vente correspond à une tranche horaire de programme d' une ½ heure disposant d'un tarif brut qui lui est propre sur l'ensemble des supports nationaux commercialisés par M6 Publicité (RTL, RTL2 national et Fun Radio national).

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT PAYANT

Le chiffre d'affaires brut payant est égal au CA tarif brut majoré ou minoré des modulations tarifaires. Ne sont pas pris en compte dans le CA brut payant classique : les opérations spéciales, le partenariat, les éventuels gracieux, les Frais de Mise à l'Antenne.

CHIFFRE D'AFFAIRES NET

Le chiffre d'affaires net correspond au chiffre d'affaires brut payant réalisé entre le 1er janvier et le 31 décembre 2021 abattu du dégressif volume et des primes figurant dans les présentes CGV.

CAS DE FORCE MAJEURE (I)

Si une annulation résulte d'un cas de force majeure (i), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'événement à M6 Publicité par écrit au plus tard dans les 5 jours de sa survenance, en justifiant son caractère et une estimation de sa durée.

Si la force majeure est avérée, l'ordre de publicité concerné sera alors suspendu dans les 2 jours suivant la réception de la notification par M6 Publicité et jusqu'à la fin de l'événement.

Dès que celui-ci aura pris fin, le montant total de l'ordre de publicité annulé devra être réinvesti par l'annonceur dans un délai à définir d'un commun accord avec M6 Publicité.

(i) Force majeure désigne tout événement imprévisible, irrésistible et extérieur à l'annonceur et plus généralement tout événement remplissant les critères fixés par le Code Civil et la jurisprudence des Cours françaises.



Laurent Ruquier © N. Gouhier/RTL

04

CONDITIONS TARIFAIRES

M6 PUBLICITÉ

L'ensemble des tarifs bruts M6 Publicité Radio et leurs modalités d'application décrites ci-dessous sont accessibles sur le site **M6Pub**.

Nos tarifs sont hors taxes et la TVA sera comptée en sus et, tout nouvel impôt ou taxe sera à la charge de nos clients. Nos tarifs sont révisables à tout moment pendant l'année.

1. TARIF BRUT

Le tarif brut correspond au coût unitaire d'une insertion publicitaire au sein d'un écran publicitaire de l'un des supports commercialisés par M6 Publicité Radio en 2021.

Ce tarif est variable en fonction du support et de la ½ heure de démarrage de l'écran publicitaire dans lequel se situe l'insertion.

Il est exprimé sur la base d'un format de 30 secondes et est pondéré par l'indice format (cf. chapitre ''Indices de Format'').

Le tarif pris en compte (et l'audience) lors de la diffusion d'un message est le tarif (et l'audience) en vigueur au moment de la diffusion et correspondant à la ½ heure de démarrage de l'écran publicitaire. En cas de litige, l'horodatage de l'antenne concernée fera foi.

Les frais de mise à l'antenne (FMA) sont facturés sur la base du nombre de messages diffusés sur l'ensemble des supports M6 Publicité Radio, à hauteur de 32 euros nets HT par message. Les frais de mise à l'antenne ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables aux tarifs brut sont celles inscrites aux CGV M6 Publicité Radio 2021.

2. FIRST MUSIC

First Music est un tarif unique permettant d'acheter simultanément Fun Radio national et RTL2 national en 2021. Ce tarif doit faire l'objet d'une validation au moment de la réservation avec la Direction Commerciale M6 Publicité et est accessible sous réserve de disponibilités planning.

Il correspond à un abattement tarifaire de -10% en moyenne comparé à la somme unitaire cumulée des 2 stations. Cet abattement tarifaire est révisable à chaque vague d'audience nationale publiée par Médiamétrie.

Le tarif pris en compte (et audience) lors de la diffusion d'un message est le tarif (et l'audience) correspondant à la ½ heure de démarrage de l'écran publicitaire sur chaque station. En cas de litige, l'horodatage de chaque antenne concernée fera foi. Le tarif First Music ne bénéficie pas de conditions d'emplacements hormis les majorations prévues dans le cadre des annonces multiples.

Modalités de réservation : les plannings First Music devront être optionnés au minimum 15 jours avant la date du premier jour de diffusion de la campagne. Tous les plannings optionnés en deçà de ces 15 jours seront budgétés sur la base des tarifs unitaires de chacune des stations et facturés aux conditions de vente propres à chacune d'elles.

Les frais de mise à l'antenne seront facturés 32 euros nets HT par message diffusé et par station. Ils ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables au tarif First Music sont celles inscrites aux CGV M6 Publicité Radio 2021.

3. ÉCRINS

Un écrin est une insertion exclusive pour un seul annonceur au sein des programmes de RTL.

Les tarifs Écrins sont édités sous réserve de modifications des programmes. Jusqu'au jour de la diffusion, M6 Publicité se réserve le droit de fermer une demi-heure à la commercialisation.

Les écrins doivent faire l'objet d'une demande spécifique auprès des directions commerciales.

Les frais de mise à l'antenne sont facturés sur la base du nombre de messages diffusés sur RTL, à hauteur de 32 euros nets HT par message. Ils ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables aux tarifs Écrins sont celles inscrites aux CGV M6 Publicité Radio 2021.



Hervé Pouchol, Julien Courbet et Bernard Sabbah © B. DECOIN/M6

Les modulations tarifaires ci-dessous s'appliquent sur l'ensemble des tarifs publiés par M6 Publicité.

1. INDICES FORMATS

DURÉE (en secondes)	**INDICE**
5	50
10	60
15	80
20	90
25	95
30	**100**
35	125
40	150
45	170
50	190
55	210
60	240

Le format des messages livrés doit strictement respecter la durée réservée. Pour tout autre format, nous consulter.

2. INDICES DE SAISONNALITÉ

PÉRIODE	**TARIF**	**INDICE**
01/01 - 28/02	BLANC	100
01/03 - 18/04	ROUGE	125
19/04 - 16/05	ORANGE	115
17/05 - 06/06	ROUGE	125
07/06 - 11/07	VIOLET	135
12/07 - 22/08	JAUNE	90
23/08 - 14/11	VIOLET	135
15/11 - 28/11	BLEU	145
29/11 - 24/12	VIOLET	135
25/12 - 31/12	BLANC	100

Pour chaque période, les tarifs valables sont ceux indiqués dans le document "Tarifs M6 Publicité Radio 2021" accessible sur le site **M6pub**.

M6 Publicité se réserve le droit de modifier les indices de saisonnalité en cours d'année. Dans ce cas, la période ainsi que le nouvel indice seront communiqués au plus tard 10 jours calendaires avant la date d'application de cette modification.

3. CONDITIONS D'EMPLACEMENT

Les majorations d'emplacement s'appliquent sur le tarif brut en vigueur de la station choisie au moment de la réservation.

3.1 LE SERVICE À L'ÉCRAN

Service accessible uniquement sur RTL. Il permet le choix de l'écran parmi les écrans présents au sein d'une même unité de vente, au moment de la réservation.

Les annonceurs peuvent ainsi choisir précisément l'écran publicitaire dans lequel leur message sera diffusé, au plus près du programme souhaité.

Majoration de **+10%** sur le tarif brut en vigueur.

3.2 PASS PREMIUM

Majoration de **+10%** sur la valorisation en net de la campagne pour s'assurer 100% des spots servis à l'identique de la demande.

Majoration de **+15%** sur la valorisation en net de la campagne pour s'assurer 100% des spots servis à l'identique de la demande et 100% des spots en Emplacements préférentiels (T1, T2, T3 et F1).

Offres valables dans la limite des disponibilités au planning. Les demandes sont traitées par ordre d'arrivée.

3.3 EMPLACEMENT PRÉFÉRENTIEL

Le placement d'un spot au début ou à la fin d'un écran publicitaire offre à l'annonceur une visibilité supplémentaire. Elle est valorisée selon les barèmes suivants pour les positions tête d'écran (T1), 2e position (T2), 3e position (T3), fin d'écran (F1) :

- Prime et drive* : **+10%**
- Hors Prime et drive : **+5%**

*Prime et drive : 06h-09h29 et 16h-18h59, du lundi au vendredi

3.4 EMPLACEMENT SPÉCIFIQUE

Choix de la position dans l'écran, y compris en emplacement préférentiel

- Prime et drive* : **+15%**
- Hors Prime et drive : **+10%**

*Prime et drive : 06h-09h29 et 16h-18h59, du lundi au vendredi

3.5 EP TREMPLIN

Première position avec jingle thématisé.

- Toutes tranches horaires : **+20%**

3.6 HORS ÉCRAN

Service accessible sur devis.

3.7 EXCLUSIVITÉ SECTORIELLE DANS L'ÉCRAN

Service accessible uniquement sur RTL

- Niveau Famille Kantar Media : **+50%**
- Niveau Groupe Kantar Media : **+30%**

La majoration s'entend par écran. La famille ou le groupe Kantar Media du produit devra être précisé au moment de la réservation.

3.8 DEUX MESSAGES D'UN MÊME PRODUIT DANS LE MÊME ÉCRAN

Majoration de **+20%** sur le message ayant le format le plus court dans le même écran.

3.9 ANNONCES MULTIPLES

Citation de 2 annonceurs ou plus dans le même message. Majoration de **+25%** sur le tarif brut en vigueur.

La majoration ne s'applique pas dans les cas suivants :

- Les campagnes du secteur de la grande distribution citant exclusivement une ou plusieurs marques de produits en promotion dans leurs magasins (sans argumentation ou présentation produit).
- Les campagnes jeux ou concours citant la ou les marques des gains offerts (sans argumentation ou présentation produit).

PUBLICITÉ

04 · CONDITIONS TARIFAIRES ACHAT AU COÛT GRP NET GARANTI



Alba Ventura © N. Gouhier/RTL

Un achat au coût GRP net garanti est proposé sur les stations commercialisées par M6 Publicité.

Dans ce cadre, un coût GRP net non indicé base 30'' est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Publicité :

- dans le cadre de conditions particulières de vente,
- préalablement à la première demande de programmation.

Le coût GRP net indicé au format tiendra compte des choix médiaplanning de l'annonceur. Ceux-ci se traduisent par l'application d'indices liés :

- aux formats
- à la saisonnalité

L'achat au coût GRP net garanti n'est pas ouvert dans le cadre des écrans First ou Écrins et dans le cas d'OPS ou de dispositif hors écran.

Pour les achats en coût GRP net garanti, M6 Publicité se réserve le droit de modifier la programmation jusqu'à 2 jours avant diffusion du spot et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire via l'envoi d'un nouveau bon de commande.

Dans le cadre des contrepropositions et modifications de programmation faites sur des campagnes achetées en coût GRP net garanti, M6 Publicité se réserve le droit de programmer un maximum de 20% des GRP demandés dans le brief sur une station différente de celle du brief.

Certains écrans, certaines unités de vente, certains jours ou certaines périodes peuvent être exclus du périmètre achetable en coût GRP net garanti. Ces dispositions pourront notamment être prises dans le cadre des conditions particulières de vente définies entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Publicité.

Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, M6 Publicité prendra, dès 2022, la charge de la programmation des spots. Cette programmation au planning se fera sur la base d'un brief détaillant la stratégie mediaplanning adoptée sur la vague concernée.

Le brief, qui pourra être envoyé de manière standardisée et sécurisée par l'annonceur ou son mandataire, définira notamment les caractéristiques suivantes : budget net, cible, période de communication, format, répartition par tranche horaire,...

Un module de saisie de brief sera mis à la disposition du marché.

L'ensemble des modalités d'achat seront précisées courant 2021 et de premiers tests pourront être menés en avance de phase.



Lou Doillon © G. Ferrandi/Agence1827/RTL

05

REMISES COMMERCIALES

PUBLICITÉ

05 · REMISES COMMERCIALES



Bebe Rexha © F. BUKAJLO/SIPA PRESS/RTL

L'ensemble des conditions décrites ci-dessous s'applique aux dispositifs achetés sur les stations commercialisées par M6 Publicité en 2021 sur la base des tarifs bruts, des tarifs écrins et des tarifs First Music.

Ces conditions ne s'appliquent pas aux dispositifs achetés sur la base des offres numériques.

1. DÉGRESSIF DE VOLUME

Le dégressif de volume est déterminé par le chiffre d'affaires net avant remise mandataire généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par M6 Publicité (RTL, RTL2 national, Fun Radio national) entre le 1er janvier et le 31 décembre 2021.

Le dégressif de volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant généré par l'achat en espace classique de cet annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par M6 Publicité (RTL, RTL 2 national, Fun Radio national) entre le 1er janvier et le 31 décembre 2021.

Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre M6 Publicité et l'annonceur dès l'investissement du premier euro.

Ces dégressifs sont déduits chaque mois sur facture et s'appliquent selon les barèmes suivants :

PALIERS	TAUX
Moins de 50 K€	-12%
À partir de 50 K€	-13%
À partir de 100 K€	-14%
À partir de 200 K€	-16%
À partir de 500 K€	-18%
À partir de 1 000 K€	-21%
À partir de 1 500 K€	-24%
À partir de 2 500 K€	-27%
À partir de 3 500 K€	-28%
À partir de 5 000 K€	-29%
À partir de 7 500 K€	-30%
À partir de 10 000 K€	-31%

BASE DE RÉFÉRENCE : chiffre d'affaires net avant remise mandataire.

BASE D'APPLICATION : chiffre d'affaires brut payant

05 · REMISES COMMERCIALES

PRIMES ADDITIONNELLES (HORS DEGRESSIF DE VOLUME) : les primes décrites ci-dessous s'additionnent entre elles. Le total cumulé de ces primes s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume.

2. PRIMES DE PROGRESSION

La prime de progression du chiffre d'affaires net avant remise mandataire s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur les stations commercialisées par M6 Publicité (RTL et/ou RTL2 national et/ou Fun Radio national) entre le 1er janvier et le 31 décembre 2021.

Tout engagement devra faire l'objet d'une notification écrite sous la forme d'une lettre d'engagement à M6 Publicité par l'annonceur dès l'investissement du premier euro.

Cette prime de progression est déduite chaque mois sur facture et s'applique selon les barèmes ci-dessous :

PALIERS	5% ET PLUS	10% ET PLUS	20% ET PLUS	30% ET PLUS	40% ET PLUS
Moins de 200 K€			-5%	-7%	-8%
À partir de 200 K€		-5%	-7%	-8%	-10%
À partir de 500 K€	-5%	-7%	-8%	-10%	-12%
À partir de 1 000 K€	-7%	-8%	-10%	-12%	-12%
À partir de 3 500 K€	-8%	-10%	-12%	-12%	-12%
À partir de 5 000 K€	-10%	-12%	-12%	-12%	-12%

BASE DE RÉFÉRENCE : chiffre d'affaires net avant remise mandataire (RM)

N.B 1 : la progression du chiffre d'affaires net avant RM sera calculée entre le chiffre d'affaires net avant RM d'un annonceur consolidé du 1er janvier au 31 décembre 2021 par rapport au chiffre d'affaires net avant RM consolidé, de ce même annonceur, du 1er janvier au 31 décembre 2020 sur les périmètres M6 Publicité Radio 2020 et 2021

BASE D'APPLICATION : chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume

N.B 2 : en fin d'année, si l'engagement de progression, tel que défini dans la lettre d'engagement de progression, n'est pas respecté, il sera procédé à la facturation du différentiel entre les conditions indûment octroyées par la lettre d'engagement et les conditions tarifaires applicables dans le cadre des CGV M6 Publicité Radio 2021.

3. PRIME DE PART DE MARCHÉ

La prime de Part de Marché s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par M6 Publicité en 2021.

Cette prime est applicable en contrepartie d'un engagement écrit préalable de part de marché de l'annonceur.

Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre M6 Publicité Radio et l'annonceur dès l'investissement du premier euro.

La part de marché prise en compte dans le calcul de la prime sera la part de marché nationale brute investie sur les stations commercialisées par M6 Publicité en 2021 sur la période spécifiée dans l'engagement. Cette part de marché est la part de marché nationale mesurée par Kantar Media sur la base des 16 stations commerciales radios ou couplages référencés dans la base de calcul (RTL, Fun Radio, RTL2, Europe 1, RFM, Virgin Radio, NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire & Chansons, Les Indés Radios, M Radio, RMC Info, Skyrock, Nova, TSF Jazz, Radio Classique). Le périmètre des radios ou couplages mesuré par Kantar Media est susceptible d'évoluer en cours d'année.

La prime de Part de Marché s'applique en fonction de deux catégories de produits déterminées par la nomenclature produite par Kantar Media. Cette prime est déduite chaque mois sur facture et s'applique selon le barème ci-contre :

CATÉGORIES	À PARTIR DE 35%	À PARTIR DE 40%
Catégorie A	-6%	-7%
Catégorie B		-6%

Les catégories de produits ont été classées par familles* selon la nomenclature Kantar Media 2021 et sont définies comme suit :

CATÉGORIE A

- 1- Boissons
- 2- Alimentation
- 4- Mode et accessoires
- 8- Ameublement, décoration
- 9- Entretien
- 10- Hygiène beauté
- 11- Automobile, transport
- 13- Energie
- 14- Ets financier assurance
- 16- Edition
- 17- Distribution
- 18- Services
- 22- Publicité financière
- 30- Audiovisuel photo cinéma
- 32- Culture et loisirs
- 33- Information média
- 40- Télécommunications

CATÉGORIE B

- 7- Appareils ménagers
- 12- Tourisme restauration
- 15- Enseignement formation
- 19- Agriculture, jardinage
- 21- Immobilier
- 23- Corporate
- 26- Santé
- 50- Informatique bureautique
- 55- Bâtiments travaux publics
- 70- Industrie

*Toute autre famille non indexée dans le tableau ci-dessus sera classée par défaut dans la catégorie A

05 · REMISES COMMERCIALES

4. PRIME DE CO-RÉFÉRENCEMENT

La prime de co-référencement s'applique à tout annonceur référençant sur une même campagne l'ensemble des stations M6 Publicité en 2021 (RTL et RTL2 national et Fun Radio national) avec au minimum 15% des investissements nets de la campagne sur la station la moins investie.

Cette prime de -3% s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume généré par l'achat en espace classique de cet annonceur sur ladite campagne sur l'ensemble des stations M6 Publicité 2021 (RTL et RTL2 national et Fun Radio national).

5. REMISE NOUVEL ANNONCEUR

Tout annonceur ou toute marque absent(e) des stations M6 Publicité en 2020 et présent(e) sur au moins une station M6 Publicité en 2021 en espace classique bénéficie d'une remise ''Nouvel annonceur'' forfaitaire de -40% sur le tarif brut.

Cette remise est portée à -45% pour les annonceurs communiquant sur des produits appartenant aux familles Kantar Media suivantes :

- 1 – Boissons
- 2 – Alimentation
- 9 – Entretien
- 10 – Hygiène Beauté.

Elle s'applique à tous les ordres publicitaires de cet annonceur ou marque du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021.

La remise ''Nouvel annonceur'' est conditionnée à un niveau de part de marché brute M6 Publicité Radio de 35% minimum sur la période de campagne de l'annonceur ou de la marque.

La part de marché M6 Publicité sur la période de campagne sera mesurée par Kantar Média sur la base des 16 stations commerciales radios ou couplages référencés dans la base de calcul (RTL, Fun Radio, RTL2, Europe 1, RFM, Virgin Radio, NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire & Chansons, Les Indés Radios, M Radio, RMC Info, Skyrock, Nova, TSF Jazz, Radio Classique). Le périmètre des radios ou couplages mesuré par Kantar Media est susceptible d'évoluer en cours d'année.

La remise ''Nouvel annonceur'' se substitue au dégressif de volume et primes présents dans les présentes CGV.

6. CONDITIONS D'APPLICATION DES DÉGRESSIFS ET DES PRIMES

Le dégressif de volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant. L'ensemble des autres primes s'additionne entre elles. Le total de ces primes s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant abattu du dégressif volume.

Le montant total cumulé des dégressifs et primes est plafonné à -46%.

Les primes et dégressifs ne sont pas applicables aux campagnes achetées sur l'offre numérique.

La remise ''Nouvel annonceur'' se substitue au dégressif de volume et aux primes figurant dans les présentes CGV.

Les offres commerciales :

- Ne donnent pas droit au dégressif volume, et leurs CA bruts payants ne rentrent pas dans l'assiette de dégressif volume sauf explicitement précisé dans les modalités d'achat de ladite offre
- Ne se cumulent pas entre elles
- Donnent droit à la remise mandataire
- Sont applicables à condition d'être précisées au moment de la réservation d'espace. Tout changement d'offres ou de services entraînera la refonte totale du dispositif, en fonction des disponibilités en vigueur le jour du changement.

7. CONDITIONS "COLLECTIVES ET CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES"

Les campagnes ''collectives'' et ''gouvernementales'' bénéficient d'un abattement de -45% sur le tarif brut.

Ces campagnes ne peuvent pas bénéficier d'autres conditions commerciales hormis la remise mandataire.

8. REMISE MANDATAIRE

La remise mandataire de -3% s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant réalisé entre le 1er janvier 2021 et le 31 décembre 2021 abattu du dégressif volume et des primes figurant dans les présentes CGV, réalisé sur l'ensemble des stations de M6 Publicité (RTL – RTL2 national – Fun Radio national).

Bénéficient de la remise pour cumul de mandats toutes les campagnes payantes, hors dédit, facturées sur M6 Publicité, achetées par l'intermédiaire de tout mandataire assurant notamment :

- Le regroupement de l'achat d'espace.
- Le regroupement de la gestion des ordres.
- L'expertise média.

05 · REMISES COMMERCIALES



Christina et Bruno Guillon © N. GOUHIER/FUN RADIO

9. INCENTIVE AUDIO DIGITAL

M6 Publicité met en place une incentive liée à la programmation de campagnes en audio digital.

Les nouveaux annonceurs audio digital en 2021 ou les annonceurs investissant un CA annuel supérieur en audio digital en 2021 vs 2020 bénéficient de 10% d'impressions gracieuses en audio digital (montants minimum investis en 2021 = 5 K€ net).

BOOSTER 1 :

Si le montant audio digital 2021 dépasse 5% du montant total investi en radio classique 2021, l'annonceur bénéficie de 15% d'impressions gracieuses en audio digital

BOOSTER 2 :

Si le montant audio digital 2021 dépasse les 10% du montant total investi en radio classique 2021, l'annonceur bénéficie de 20% d'impressions gracieuses en audio digital

Ces incentives peuvent ne pas être cumulables avec certaines conditions particulières de vente.

10. CASCADE DU TARIF BRUT AU TARIF NET NET

TARIF BRUT

- Indice format

TARIF BRUT FORMAT

- Majoration service à l'écran
- Majoration emplacement préférentiel
- Majoration emplacement spécifique
- Majoration EP tremplin
- Majoration exclusivité sectorielle dans l'écran
- Majoration multi spots au sein d'un même écran
- Majoration annonces multiples

TARIF BRUT PAYANT MAJORÉ

- Dégressif volume

TARIF BRUT PAYANT MAJORÉ APRÈS VOLUME

- Prime de progression
- Prime de part de marché
- Prime de co-référencement

TARIF NET

- Remise Mandataire

TARIF NET NET

11. LETTRES D'ENGAGEMENT

Tout annonceur a la possibilité de bénéficier de l'application dès le premier euro investi des remises commerciales qui pourront être déduites sur facture sur la base d'un engagement écrit et préalable de l'annonceur ou de son mandataire.



Ophélie Meunier ©T. Padilla/AGENCE 1827/RTL

06

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

PUBLICITÉ

06 · CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

1 ACCEPTATION DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

Par la souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte, ces derniers :

- reconnaissent avoir pris connaissance des CGV énoncées ci-après, en accepter les termes et leur application,
- s'engagent à respecter les lois, règlements et usages qui régissent la publicité et la communication commerciale radio diffusée.

À toutes fins utiles, il est précisé que M6 Publicité adhère aux principes du code d'éthique et de déontologie par lequel le groupe M6 déclare respecter et faire respecter l'ensemble des dispositions légales et réglementaires françaises qui lui sont applicables en matière notamment de lutte contre la fraude, contre les manquements à la probité et contre la corruption et le trafic d'influence (en particulier la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte anti-corruption et à la modernisation de la vie économique dite loi ''Sapin II'') dans le cadre de l'exécution des présentes CGV.

De la même manière, l'annonceur et/ou son mandataire s'engagent à adhérer aux mêmes principes et au respect des règlementations applicables en la matière.

2. ATTESTATION DE MANDAT

2.1. Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à M6 Publicité par un mandataire, l'annonceur doit impérativement faire parvenir à M6 Publicité, avant le début de la campagne publicitaire, l'attestation de mandat accréditant la société intermédiaire et précisant pour l'année en cours ou pour une période déterminée les produits et missions déterminés.

L'attestation de mandat, dont le modèle est disponible sur m6pub.fr, n'est valable que pour l'année 2021. Elle doit être adressée par mail au format pdf à l'adresse : **adv@m6.fr**.

2.2. M6 Publicité n'accepte les ordres d'achat d'espace passés par un sous-mandataire que si l'annonceur a expressément autorisé par écrit la substitution de mandat.

2.3. Dans tous les cas, l'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire (ou par son sous-mandataire) dans le cadre du pouvoir qui lui a été donné.

2.4. L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable de M6 Publicité. En particulier lorsque l'annonceur change de mandataire, l'espace ayant fait l'objet d'une réservation par le précédent mandataire ne peut être transféré à un autre annonceur.

2.5 En cas de modification ou de résiliation du mandat, l'annonceur doit en informer aussitôt M6 Publicité par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris antérieurement à ladite notification par son mandataire.

2.6 Tout document contractuel pourra dans le cadre d'achat d'espace être signé par voie électronique avec l'annonceur et/ou son mandataire. À ce titre, les annonceurs et leurs mandataires reconnaissent et acceptent l'effet juridique et la recevabilité du procédé de signature électronique et conviennent de procéder à la signature des documents contractuels par voie électronique via le prestataire agréé de M6 Publicité ''Docusign'' *.

* DocuSign est placé sous la supervision de l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI) et est un Prestataire de Services de Confiance (PSCE). DocuSign est certifié par la règlementation eIDAS 2014/910 et listé en tant que tel dans la liste des PSCE, disponible sur le site de l'ANSSI. En partenariat avec DocuSign, CDC Arkhinéo assure le stockage à valeur probante des documents signés pour chaque partie signataire. Les contrats sont automatiquement archivés dans ce coffre électronique garantissant ainsi la conservation et l'intégrité des documents durant 10 ans renouvelable.

3.EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

M6 Publicité, régie exclusive de chaque éditeur, est donc seule habilitée dans le cadre de sa mission à prospecter la clientèle et à commercialiser l'espace publicitaire des stations.

4. MODALITÉS DE RÉSERVATION

M6 Publicité enregistre les demandes de réservation et se réserve le droit d'apporter des contrepropositions en fonction des disponibilités du planning.

La demande de réservation fait l'objet d'un bon de commande adressé par M6 Publicité à l'annonceur et/ou son mandataire au maximum 7 jours avant le démarrage de la première diffusion. Cet envoi se fait via EDI ou, le cas échéant, par tout autre moyen.

Ce bon de commande doit être renvoyé signé par l'annonceur ou son mandataire à M6 Publicité au plus tard 2 jours ouvrables après son envoi.

L'achat est dans tous les cas considéré comme ferme et définitif par M6 Publicité en cas d'absence de retour de l'annonceur ou de son mandataire dans ce délai.

Pour les achats en coût GRP net garanti, M6 Publicité se réserve le droit de modifier la programmation jusqu'à 2 jours avant diffusion du spot et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire via l'envoi d'un nouveau bon de commande.

Dans le cadre des contrepropositions et modifications de programmation faites sur des campagnes achetées en coût GRP net garanti, M6 Publicité se réserve le droit de programmer un maximum de 20% des GRP demandés dans le brief sur une station différente de celle du brief.

5.EXÉCUTION DES ORDRES

Si les autorisations administratives nécessaires étaient retirées aux stations, l'ordre serait annulé de plein droit, les diffusions et emplacements déjà réalisés étant cependant facturés.

M6 Publicité 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 et usages régissant la publicité et la communication radiodiffusée ou contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
- si les circonstances ayant permis l'acceptation du texte publicitaire étaient modifiées.
- si le CSA 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 Publicité, dans ce cas, n'est redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

M6 Publicité est en droit de demander à l'annonceur 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 radiodiffusée. L'annonceur ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

Les emplacements, dates et heures de diffusion ou d'emplacement de la publicité sont donnés à titre indicatif

Les stations peuvent être amenées à les modifier en fonction des exigences du programme ou à la suite de circonstances indépendantes de leur volonté.

Si cela est possible et dans les meilleurs délais, une nouvelle proposition de plan de campagne sera faite à l'annonceur ou à son mandataire dans les conditions définies dans les articles ci-dessus.

L'insertion hors date, le non-respect des horaires ou d'emplacement ne sauraient engager la responsabilité de la station, ou de la régie.

Le défaut de diffusion ou d'emplacement d'un ou plusieurs messages ne donnera droit à aucune indemnité, ne dispensera pas du paiement des messages diffusés ou insérés, et n'interrompra pas les accords en cours.

Les stations et la régie dégagent toutes responsabilités des conséquences d'erreurs ou d'omissions dans les émissions ou emplacements quelles qu'en soient la nature ou les origines.

6.LE SERVICE À L'ÉCRAN

Le service à l'écran ou choix de l'écran est disponible sur la station nationale RTL. Le choix de l'écran se fait parmi les écrans présents au sein d'une même unité de vente, au moment de la réservation. Le tarif appliqué à l'écran choisi est le tarif brut de la ½ heure dans laquelle se situe l'écran. Le tarif pris en compte lors de la diffusion d'un message est le tarif en vigueur au moment de la diffusion. Le service à l'écran est accessible à l'ensemble des annonceurs, à l'exception des opérations spéciales, du sponsoring, du barter et des échanges. L'ensemble des conditions commerciales (dégressifs et primes) figurant dans les présentes CGV s'applique aux dispositifs achetés sur la base du service à l'écran. Le chiffre d'affaires brut payant généré sur RTL dans le cadre de ce service rentre dans l'assiette de dégressif volume M6 Publicité Radio 2021.

La réservation à l'écran sera prioritaire sur la réservation à l'unité de vente, dans la limite des disponibilités planning :

- Toute campagne classique réservée à l'écran sera optionnée à l'écran par M6 Publicité en fonction des disponibilités planning.
- Toute campagne classique réservée en unités de vente pourra être optionnée par M6 Publicité au sein d'écrans présents dans les unités de vente souhaitées. Dans ce cas, M6 Publicité se réservera le droit de modifier l'écran attribué en respectant les unités de vente demandées, jusqu'à 2 jours ouvrables avant le démarrage de la campagne.

Pour les dates d'option et les délais d'annulation applicables au service à l'écran, se référer au chapitre ''Dates d'option et délais d'annulation''.



Gregory Vacher © T. PADILLA et S. RUET/Agence 1827/Fun Radio

7.PRESTATIONS SPÉCIALES – OPÉRATIONS SPÉCIALES (OPS)

Les emplacements de rigueur, les lectures en direct, la répétition dans le même quart d'heure, les annonces multiples, les publicités multi-annonceurs et les demandes d'exclusivité de secteur d'activité, de marchés ou de produits, les emplacements éventuellement disponibles dans la semaine précédant la date de remise des éléments techniques (opportunités) font l'objet de conditions particulières précisées dans les tarifs de chaque support ou de chaque offre commerciale ou communiquées à chaque demande. Quel que soit le support, les emplacements de rigueur ne seront appliqués et facturés que si la mise à l'antenne le permet.

Les opérations spéciales (OPS) font l'objet de devis spécifiques disponibles sur demande.

8. CONDITIONS D'ANNULATION
HORS CAS DE FORCE MAJEURE

8.1. Toute modification ou annulation d'ordre, même partielle, devra être formulée par courrier, fax ou courriel dans ces délais. Toute demande de modification apportée à un plan peut entraîner la refonte complète de celui-ci. Les demandes de modification ne prennent effet qu'après accusé de réception par la régie.

Toute modification fait l'objet d'une nouvelle proposition de plan de campagne ou confirmation de commande dans les conditions définies dans les présentes CGV.

Pour toute modification ou annulation parvenue à 5 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 30% du montant net du ou des messages publicitaires annulés sera dû par l'annonceur ou son mandataire. Pour toute modification ou annulation parvenue à 3 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 50% du ou des messages publicitaires annulés sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

8.2. Pour les opérations spéciales, le sponsoring, le partenariat, et pour les dispositifs achetés sur l'offre numérique, toute modification ou annulation devra être formulée par courrier, fax ou courriel au plus tard 35 jours ouvrables avant la date de démarrage de la campagne.

Pour toute modification ou annulation intervenant entre 35 et 15 jours ouvrables avant le premier jour de démarrage de la campagne, un dédit correspondant à 50% du montant net de la confirmation de commande sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

Pour toute modification ou annulation intervenant à moins de 15 jours ouvrables du premier jour de démarrage de la campagne, un dédit correspondant à 100% du montant net de la confirmation de commande sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

Dans le cadre de la mise en place du projet Radioscan, M6 Publicité se réserve le droit, sur l'agglomération d'Angers, de modifier un dispositif à des fins de tests et d'études.

9.MESURES D'AUDIENCE

Sur une période donnée, les fichiers d'audience de référence sont ceux qui ont servi à la construction des grilles tarifaires. Une vague d'audience ne peut être utilisée avant la date d'entrée en vigueur des tarifs qui lui sont associés.

Les campagnes publicitaires programmées ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des spots.

Le calendrier et les vagues de référence, sous réserve de modifications en cours d'année, sont les suivants :

PÉRIODE	VAGUE DE RÉFÉRENCE	PUBLICATION DES AUDIENCES	PUBLICATION DES TARIFS
01/01/21 - 31/01/21	Septembre - octobre 2020	Jeudi 19 novembre 2020	Lundi 30 novembre 2020
01/02/21 - 02/05/21	Novembre - décembre 2020	Jeudi 14 janvier 2021	Vendredi 22 janvier 2021
03/05/21 - 22/08/21	Janvier - mars 2021	Jeudi 15 avril 2021	Vendredi 23 avril 2021
23/08/21 - 31/12/21	Avril - juin 2021	Mardi 13 juillet 2021	Vendredi 23 juillet 2021

PUBLICITÉ

10.FACTURATION

10.1. M6 Publicité se conforme pour la facturation aux instructions données par l'annonceur ou sur l'attestation de mandat dans le cadre de l'intervention d'une société tierce habilitée. En tout état de cause, la facture est adressée à l'annonceur conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993. Par ailleurs, la facture fait état de la date de diffusion des messages publicitaires.

10.2. Les prix sont indiqués hors taxes : les impôts et taxes afférents à l'ordre de publicité au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur.

10.3. La facturation des messages publicitaires est établie mensuellement.

11.PAIEMENT

11.1. Le paiement des factures émises par M6 Publicité s'entend exclusivement en numéraire (hormis pour les échanges). L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de M6 Publicité.

11.2. Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. À défaut, les pénalités et sanctions prévues ci-après s'appliqueront de plein droit. M6 Publicité se réserve le droit de demander, avant toute diffusion, le règlement d'avance ou une caution bancaire ou toute autre garantie dans notamment les cas suivants :

- pour tout annonceur n'apportant pas de garanties satisfaisantes à M6 Publicité sur sa solvabilité,
- pour tout annonceur avec qui M6 Publicité a été précédemment confronté à des retards et/ou défauts de paiement des sommes dues par lui dans le cadre de ses achats d'espaces publicitaires effectués auprès de M6 Publicité.

L'annonceur pour lequel M6 Publicité aura formulé de telles demandes devra fournir lesdites garanties et/ou le règlement d'avance au plus tard 10 jours ouvrés avant la première diffusion.M6 Publicité n'accorde pas d'escompte de règlement.

11.3. Pour tout règlement effectué au-delà du délai de 30 jours date de facture le 10 du mois, M6 Publicité facturera de plein droit sans mise en demeure préalable :

- des intérêts de retard calculés à raison d'un taux de 10 % (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à 3 fois le taux d'intérêt légal). Ce taux s'applique sur le montant total de l'encours excédant le délai de 30 jours date de facture le 10 du mois.
- une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant égal à 40 euros. Si les frais de recouvrement engagés par M6 Publicité sont supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, M6 Publicité demandera, sur justification, une indemnisation complémentaire à l'annonceur concerné.

11.4. En cas de non-respect des modalités de paiement des factures émises par M6 Publicité à l'annonceur, M6 Publicité se réserve le droit de refuser à l'annonceur le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et de suspendre l'attribution de toutes les remises accordées sur facture et de celles éventuellement dues en fin d'exercice, de résilier les ordres en cours, sans préavis ni indemnités ; l'annonceur devra régler les montants dus au titre des messages diffusés jusqu'à la date effective de résiliation des ordres en cours et sur la base des factures émises par M6 Publicité.

11.5. Dans l'hypothèse où M6 Publicité serait amenée à émettre un avoir qui sera imputé :

- sur la facture concernée par ledit avoir ou
- si ladite facture a d'ores et déjà été réglée, sur la facture la plus ancienne de l'annonceur.

Cet avoir pourra être adressé au mandataire dans l'hypothèse où l'annonceur a chargé celui-ci par attestation de mandat d'encaisser ledit avoir. Dans ce cas, le paiement effectué dans ce cadre au mandataire libère M6 Publicité vis à vis de l'annonceur.

12. CONFIDENTIALITÉ

L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Publicité s'engagent à observer et respecter toute confidentialité sur toutes les informations écrites ou orales échangées ainsi que sur les dispositions figurant dans tous les documents contractuels.

13. PROTECTION DES DONNÉE PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

Toutes les informations qui peuvent être fournies par toutes les personnes physiques travaillant pour l'annonceur et/ou son mandataire dans le cadre de leurs échanges avec M6 Publicité font l'objet de traitements par M6 Publicité, qui sont nécessaires dans le cadre de ses activités commerciales, notamment ses actions de prospection commerciale et de ventes d'espaces (espaces classiques ou espace parrainage.

06 · CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE



Pascal Praud © T. PADILLA et S. RUET/ Agence 1827/Fun Radio

Ces informations qui pourront contenir des données personnelles seront utilisées par M6 Publicité (i) à des fins de prospection commerciale afin que M6 Publicité puisse proposer à l'annonceur et/ou son mandataire des offres et invitations en lien avec ses activités ainsi que des informations pertinentes concernant ses offres commerciales, ses supports média et le marché publicitaire en général et (ii) afin de rendre les services demandés par l'annonceur ou le mandataire dans le cadre des achats d'espaces publicitaires ou d'opérations de parrainage.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositions légales, règlementaires, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables relatives à la protection des données des utilisateurs, au traitement de données de communications électroniques et à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies et à la prospection directe, notamment le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement Européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (le ''RGDP'') et la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles (ensemble désignées dans les présentes CGV ''les Règles Applicables Relatives à la Protection des Données''), les personnes physiques concernées bénéficient d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition pour motif légitime, de suppression et de portabilité de leurs données personnelles ainsi qu'un droit de limitation du traitement réalisé sur leurs données personnelles.

Elles disposent également du droit de définir des directives relatives au sort de leurs données personnelles après leur décès.

L'exercice de l'ensemble de ces droits doit être effectué par l'envoi d'un email à l'adresse suivante : dpo@m6.fr.

14. COMPÉTENCE

Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application de l'ordre de publicité et des CGV exprimées ci-dessus, est de la compétence des tribunaux de Paris, même en cas de connexité, appel en garantie ou pluralité des défenseurs.

Les CGV prennent effet à partir du 1er janvier 2021. M6 Publicité et l'éditeur se réservent le droit de modifier tout ou partie de ces CGV en cours d'année, en particulier en fonction de la législation.

Ces modifications seront publiées sur le site internet de **M6pub**.



Cyril Lignac © B. Decoin/RTL

07

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

M6 PUBLICITÉ

07 · ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

1. ELEMENTS A FOURNIR

M6 Publicité se réserve la possibilité de refuser tout message de mauvaise qualité ou qu'elle jugerait impropre à la diffusion.

- **Fichiers audio WAV ou MP3 (256 kbit min).**
Niveau sonore : -9db.
- **Textes**
- **Plan de roulement détaillé par station**
- **Références musicales: titre, auteur-compositeur, éditeur**

Ces éléments devront obligatoirement être adressés par le site copiestation.com

En cas d'urgence, adresser un e-mail à l'adresse : **controle-diffusion@m6.fr** (pas d'envoi par fichier Zip)

2. DELAI DE REMISE DES ELEMENTS

Minimum 3 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

3. INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

Les instructions de diffusion (références des sons, plans de roulements, textes, ...) devront être envoyés via la plateforme sécurisée et commune à l'ensemble des régies publicitaires radio : copiestation.com.

Les textes des sons à diffuser doivent correspondre exactement aux messages enregistrés. Si un doute subsiste sur la conformité juridique des messages, il est recommandé de consulter l'ARPP avant finalisation.

Le plan de roulement (l'ordre de passage et les détails de planification des sons) doit être envoyé en même temps que les textes et les références musicales (toute musique utilisée doit être déclarée), et cela, pour toutes les stations concernées par la réservation d'espace.

La précision des références musicales est obligatoire pour permettre à M6 Publicité de remplir son rôle de déclaration auprès de la SACEM.

La durée des sons reçus doit correspondre au format réservé au Planning.

Tout message dépassant de plus de 1'' le temps réservé au planning verra – sauf accord préalable- son format modifié à la réservation par palier de 5''.

Au-delà de l'envoi des instructions , toute question doit être adressée à **controle-diffusion@m6.fr**

4. RESPONSABILITE

Les diffusions sont faites sous la responsabilité de l'annonceur ou de son mandataire et doivent être en règle avec les lois existant en France, dans le pays d'émission des stations et avec les recommandations de l'ARPP Les stations et la régie sont dégagées de toute responsabilité à ce sujet. Tout préjudice subi par les stations ou la régie, en la matière, fera l'objet de poursuites en dommages et intérêts.

5. REGLES D'INSERTION

Les éléments techniques doivent être envoyés directement à la régie qui se charge des insertions à l'antenne, conformément à la législation en vigueur et aux conditions générales des supports.

La remise des textes ou des enregistrements doit être effectuée dans des délais et avec des normes spécifiques à chaque support et indiqués dans les tarifs ou documents techniques des supports.

Dans le cas de non-respect de ces délais et de ces normes, la régie et les stations déclinent toute responsabilité quant à l'exécution totale ou partielle de l'ordre ou quant au retard de démarrage des campagnes, les espaces prévus initialement restant toutefois facturés selon les termes et conditions de la confirmation de commande.

6. UTILISATION DES ELEMENTS TECHNIQUES

La commande ou l'ordre de publicité donne aux supports et à la régie, relativement aux messages qui en font l'objet, le droit de reproduire, de présenter, de faire écouter, d'archiver et de réaliser la pige desdits messages en vue de leur communication pour une information professionnelle ou autre, selon tous procédés et usages en la matière, quels que soient les supports ou les procédés techniques.

Cette autorisation est accordée à titre non-exclusif, pour la durée légale des droits de propriété intellectuelle sur lesdits messages.



Niko Papon, Gregory Vacher et Anne So
© T. Padilla/AGENCE 1827/Fun Radio

08

ANNEXES

M6 PUBLICITÉ

DU LUNDI AU VENDREDI

5H00 RTL PETIT MATIN

5H00 : JOURNAL

5 01 : PUB

5H09 : MÉTÉO

5H11 : LA PLAYLIST DES PETITS MATINS

5 11 : PUB

5H16 : TITRES

5H17 : BRIGADE RTL

5H21 : AUDITEURS

5 21 : PUB

5H26 : LES GROSSES TÊTES

5H27 : JEU DU PETIT MATIN

5H28 : MÉTÉO

5H30 : JOURNAL

5 31 : PUB

5H40 : VOUS ÊTES COMME ÇA

5H43 : MÉTÉO

5 41 : PUB

5H45 : UN AIR D'AMÉRIQUE

5H48 : TITRES

5H50 : AUDITEURS

5 42 : PUB

5H55 : LE PLAT DU JOUR

5H58 : MÉTÉO

6H00: JOURNAL

6 09 : ECRIN

6 11 : PUB

6H10 : MÉTÉO

6 21 : PUB

6H14 : BRIGADE RTL

6H16 : L'INVITÉ DES PETITS MATINS

6 22 : PUB

6H25 : LVT PREMIÈRE

6H27 : LES GROSSES TÊTES

6H29 : MÉTÉO

6 39 : ECRIN

6H30 : JOURNAL

6 41 : PUB

6H40 : MÉTÉO

6 42 : PUB

6H44 : LE SURF DE L'INFO

6H47 : TITRES

6 51 : PUB

6H52 : ECO AND YOU

6H54 : LA MINUTE VERTE

6H57 : MÉTÉO

07H00 RTL MATIN

7H00 : JOURNAL

7 09 : ECRIN

7H11 : L'EDITO POLITIQUE

7 11 : PUB

7H17 : BRIGADE RTL

7H19 : INVITÉ RTL MATIN

7 21 : PUB

7 22 : PUB

7H26 : LA PÉPITE MUSICALE

7H28 : LES GROSSES TÊTES

7H29 : MÉTÉO

7H30 : LE TOUT' INFOS

7 39 : ECRIN

7 41 : PUB

7H37 : LENGLET-CO

7 42 : PUB

7H43 : L'INVITÉ DE RTL MATIN

7 51 : PUB

7H56 : LE SURF DE L'INFO

7H59 : MÉTÉO

8H00 : JOURNAL

8 09 : ECRIN

8H12 : FAKE NEWS

8 11 : PUB

8 12 : PUB

8H17 : ÇA VA BEAUCOUP MIEUX

8 21 : PUB

8H23 : BRIGADE RTL

8 31 : PUB

8H30 : LES ESSENTIELS DE RTL MATIN

8H34 : MÉTÉO

8H35 : VOUS ÊTES COMME ÇA

8H39 : LA FACE CACHÉE DE LA UNE

8 41 : PUB

8H45 : LAURENT GERRA

8 51 : PUB

8H56 : L'ASTUCE DU CHEF

9H00 : LAISSEZ VOUS TENTER

9 01 / 9 09 : PUB

9 11 : PUB

9 21 : PUB

9H30 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER

9 31 : PUB

9 41 : PUB

9 51 : PUB

10H00 : FLASH

10 01 / 10 09 : PUB

10 11 : PUB

10 21 : PUB

10 31 : PUB

10 41 : PUB

10 51 : PUB

11H00 : FLASH

11 01 / 11 09 : PUB

11 11 : PUB

11 21 : PUB

11H30 : TOUT À GAGNER

11 31 : PUB

11 41 : PUB

11 51 : PUB

12 01 / 12 09 : PUB

12 11 : PUB

12 21 : PUB

12H30 : RTL MIDI

12H32 : JOURNAL

PUBLICITÉ

DU LUNDI AU VENDREDI

12 31 : PUB

12H44 : L'INVITÉ DE RTL MIDI

12 32 : PUB

12H56 : TEASING AUDITEURS

12H57 : MÉTÉO

13H10 : LES AUDITEURS ONT LA PAROLE

12 33 : PUB

13H00 : LE TOUT'INFOS DE RTL MIDI

13 11 / 13 19 : PUB

13 21 : PUB

13 22 : PUB

13 31 : PUB

13 41 : PUB

13 51 : PUB

14H00 : FLASH

14H02 : MÉTÉO

14 01 : PUB

14 11 : PUB

14H30 : ON EST FAIT POUR S'ENTENDRE

14 21 : PUB

14 31 : PUB

14 41 : PUB

14 51 : PUB

15H00 : FLASH

15 01 / 15 09 : PUB

15 11 : PUB

15 21 : PUB

15H30 : LES GROSSES TÊTES

15 31 : PUB

15 41 : PUB

15 51 : PUB

16H00 : FLASH

16 01 / 16 09 : PUB

16 11 : PUB

16 21 : PUB

16 31 : PUB

16 41 : PUB

16 51 : PUB

17H00 : FLASH

17 01 / 17 09 : PUB

17 11 : PUB

17 21 : PUB

17 31 : PUB

17 41 : PUB

17 51 : PUB

18H00 : RTL SOIR

18H00 : JOURNAL

18 01 : PUB

18 11 : PUB

18H19 : L'INVITÉ DE RTL SOIR

18 21 : PUB

18H30 : LE RAPPEL DES TITRES / MÉTÉO

18H32 : L'OEIL DE... *(LUNDI-JEUDI)*

18 31 : PUB

18H40 : INVITÉ

18 32 : PUB

18H51 : C'ÉTAIT IL Y A UN AN *((LUNDI-JEUDI)*

18H51 : LA SEMAINE POLITIQUE D'ERIC BRUNET *(VENDREDI)*

18 33 : PUB

19H00-20H00 : LE MONDE TEL QU'IL EST *(LUNDI-JEUDI)*

19H00-20H00 : ON DÉFAIT LE MONDE *(VENDREDI)*

19 01 / 19 09 : PUB

19H14 : MÉTÉO

19 11 : PUB

19 21 : PUB

19 31 : PUB

19 41 : PUB

20H00-21H00 : L'HEURE DU CRIME

(LUNDI-JEUDI)

20H00-23H00 : RTL FOOT *(VENDREDI)*

19H43 : ON EN PARLE OU PAS ?

19 51 : PUB

19H52 : LE MONDE DE DEMAIN

20 01 : PUB

20 02 : PUB

20 03 : PUB

20 31 : PUB

20 32 : PUB

20 33 : PUB

21H00-22H00 : BONUS TRACK *(LUNDI-JEUDI)*

21 01 : PUB

21 02 : PUB

21 03 : PUB

21 31 : PUB

21 32 : PUB

21 33 : PUB

22H00-00H30 : PARLONS-NOUS *(LUNDI-JEUDI)*

22 01 : PUB

22 02 : PUB

22 31 : PUB

22 32 : PUB

23H00-00H00 : LA COLLECTION RTL

23 01 / 23 09 : PUB

23 11 : PUB

23 21 : PUB

23 31 : PUB

23 41 : PUB

23 51 : PUB

PUBLICITÉ

SAMEDI

5H00 : RTL PETIT MATIN WEEKEND

5H00 : JOURNAL

5 01 : PUB

5 21 : PUB

5 22 : PUB

5 31 : PUB

5 51 : PUB

5 52 : PUB

6H00 : JOURNAL

6 01 : PUB

6 21 : PUB

6 22 : PUB

6H27 : HOROSCOPE

6H30 : JOURNAL

6 31 : PUB

6 51 : PUB

6 52 : PUB

7H00 : RTL MATIN WEEK-END

7H00 : JOURNAL

7 01 : PUB

7H11 : MÉTÉO

7H12 : LES COURSES

7 11 : PUB

7H17 : RTL ÉVÉNEMENT

7H21 : HOROSCOPE

7H23 : LES GROSSES TÊTES

7 21 : PUB

7H28 : MÉTÉO

7H30 : LE TOUT'INFO

7 31 : PUB

7H40 : RTL AUTO RADIO

7 41 : PUB

7H49 : LAURENT GERRA

7 51 : PUB

7H56 : 1 MINUTE QUI PEUT TOUT CHANGER

7H58 : MÉTÉO

8H00 : JOURNAL

8 01 : PUB

8H11 : LA GROSSE COTE

8H15 : LES COURSES

8 11 : PUB

8H20 : UN BONBON SUR LA LANGUE

8H23 : LES GROSSES TÊTES

8 21 : PUB

8H28 : MÉTÉO

8H30 : LE TOUT'INFO

8 31 : PUB

8H39 : BALADES GOURMANDES

8 41 : PUB

8H48 : L'INVITÉ DE RTL MATIN

8 51 : PUB

8H58 : MÉTÉO

9H00 : JOURNAL

9 01 : PUB

9H14 : ON VA PAS VOUS LAISSER COMME ÇA

9H11 : PUB

9H15 : NOUS VOILÀ BIEN

9 21 : PUB

9 31 : PUB

9 41 : PUB

9 51 : PUB

10H00 : JOURNAL

10 01 / 10 09 : PUB

10 11 : PUB

10H15 : RTL VOUS RÉGALE

10 21 : PUB

10 31 : PUB

10 41 : PUB

10 51 : PUB

11 01 / 11 09 : PUB

11 11 : PUB

11 21 : PUB

11H30 : ON REFAIT LA TÉLÉ

11 31 : PUB

11 41 : PUB

11 51 : PUB

12 01 / 12 09 : PUB

12 11 : PUB

12 21 : PUB

12H30 : LE JOURNAL INATTENDU

12 41 : PUB

12 51 : PUB

12 52 : PUB

13 01 : PUB

13 11 : PUB

13 21 : PUB

13H30 : CONFIDENTIEL

13 31 : PUB

13 41 : PUB

13 51 : PUB

14H00 : FLASH

14 01 / 14 09 : PUB

14 11 : PUB

14 21 : PUB

14H30 : LE GRAND STUDIO RTL

14 31 : PUB

14H30 : ON NE RÉPOND PLUS DE RIEN *(MENSUEL)*

14 41 : PUB

14 51 : PUB

15H00 : FLASH

15 01 / 15 09 : PUB

15 11 : PUB

15 21 : PUB

15H30 : LES GROSSES TÊTES

15 31 : PUB

15 41 : PUB

15 51 : PUB

16H00 : FLASH

PUBLICITÉ



Valérie Trierweiler, Stéphane Plaza, Laurent Ruquier, Jeanfi Janssens, Christine Bravo, Arielle Dombasle et Bernard Mabille © J.M. PERIER/RTL

SAMEDI

16 01 / 16 09 : PUB
16 11 : PUB
16 21 : PUB
16 31 : PUB
16 41 : PUB
16 51 : PUB

17H00 : FLASH

17 01 / 17 09 : PUB
17 11 : PUB
17 21 : PUB
17 31 : PUB
17 41 : PUB
17 51 : PUB

18H00 : RTL SOIR WEEK-END

18H00 : JOURNAL

18 01 : PUB
18 21 : PUB

18H24 : MON MÉTIER, MA PASSION

18 22 : PUB

18H30 : ON REFAIT LE MATCH

18 31 : PUB
18 51 : PUB
18 52 : PUB

19H00 : FLASH

19 01 : PUB
19 11 : PUB
19 21 : PUB
19 22 : PUB
19 31 : PUB
19 51 : PUB
19 52 : PUB

20H00 : RTL FOOT

20 01 : PUB
20 21 : PUB
20 22 : PUB
20 31 : PUB
20 51 : PUB
20 52 : PUB
21 01 : PUB
21 21 : PUB
21 22 : PUB
21 31 : PUB
21 51 : PUB
21 52 : PUB

22H00 : FLASH

22 01 : PUB
22 21 : PUB
22 22 : PUB
22 31 : PUB
22 51 : PUB
22 52 : PUB

23H00 : LA COLLECTION RTL

23 01 : PUB
23 21 : PUB
23 22 : PUB
23 31 : PUB
23 51 : PUB
23 52 : PUB

PUBLICITE

DIMANCHE

5H00 : RTL PETIT MATIN WEEKEND

5H00 : JOURNAL

5 01 : PUB

5 21 : PUB

5 22 : PUB

5 31 : PUB

5 51 : PUB

5 52 : PUB

5H48 : QUESTIONS AU SAUT DU LIT

6H00 : JOURNAL

6 01 : PUB

6 21 : PUB

6 22 : PUB

6H30 : JOURNAL

6 31 : PUB

6 51 : PUB

6 52 : PUB

7H00 : RTL MATIN WEEK-END

7H00 : JOURNAL

7 01 : PUB

7H13 : LES COURSES

7H15 : RTL ÉVÉNEMENT

7 11 : PUB

7H21 : HOROSCOPE

7H24 : LES GROSSES TÊTES

7 21 : PUB

7H28 : MÉTÉO

7H30 : LE TOUT'INFO

7 31 : PUB

7H38 : LES LIVRES ONT LA PAROLE

7 41 : PUB

7H46 : LE JARDIN RTL

7H49 : LAURENT GERRA

7 51 : PUB

7H56 : 1 MINUTE QUI PEUT TOUT CHANGER

7H58 : MÉTÉO

8H00 : JOURNAL

8 01 : PUB

8H14 : LES COURSES

8 11 : PUB

8H18 : L'OEIL DE MOLKHOU

8H22 : UN BONBON SUR LA LANGUE

8 21 : PUB

8H28 : MÉTÉO

8H30 : LE TOUT'INFO

8 31 : PUB

8H39 : BALADES GOURMANDES

8 41 : PUB

8H49 : L'INVITÉ DE RTL MATIN

8 51 : PUB

8H58 : MÉTÉO

9H00 : JOURNAL

9 01 : PUB

9 11 : PUB

9H15 : ÇA VA BEAUCOUP MIEUX, L'HEBDO

9 21 : PUB

9 31 : PUB

9 41 : PUB

9 51 : PUB

10H00 : JOURNAL

10 01 / 10 09 : PUB

10 11 : PUB

10H15 : STOP OU ENCORE

10 21 : PUB

10 31 : PUB

10 41 : PUB

10 51 : PUB

11 01 / 11 09 : PUB

11 11 : PUB

11 21 : PUB

11H30 : STOP OU ENCORE

11 31 : PUB

11 41 : PUB

11 51 : PUB

12H00 : LE GRAND JURY

12 21 : PUB

12H30 : FLASH

12 31 : PUB

12 51 : PUB

13H00 : OÙ VA LA FRANCE

13 01 : PUB

13 11 : PUB

13 21 : PUB

13 31 : PUB

13 32 : PUB

13 33 : PUB

14H00 : RTL POP CINÉ

14 01 : PUB

14 11 : PUB

14 21 : PUB

14 31 : PUB

14 41 : PUB

14 51 : PUB

15H00 : FLASH

15 01 / 15 09 : PUB

15 11 : PUB

15 21 : PUB

15H30 : LES GROSSES TÊTES

15 31 : PUB

15 41 : PUB

15 51 : PUB

16 01 / 16 09 : PUB

16 11 : PUB

16 21 : PUB

16 31 : PUB

16 41 : PUB

16 51 : PUB

17H00 : FLASH

17 01 / 17 09 : PUB

PUBLICITÉ



Justine Salmon © G. Ferrandi/ Agence 1827/RTL

DIMANCHE

17 11 : PUB
17 21 : PUB
17 31 : PUB
17 41 : PUB
17 51 : PUB

18H00 : RTL DIMANCHE SOIR

18H00 : JOURNAL

18 01 : PUB
18 21 : PUB
18 22 : PUB
18 31 : PUB
18 51 : PUB
18 52 : PUB

19H00 : JOURNAL

19 01 : PUB
19 11 : PUB

19H20 : ON REFAIT LA PLANÈTE

19 21 : PUB

19H30 : ON REFAIT LE SPORT AVEC LE PARISIEN

19 31 : PUB
19 51 : PUB
19 52 : PUB

20H00 : RTL FOOT

20 01 : PUB
20 21 : PUB
20 22 : PUB
20 31 : PUB
20 51 : PUB
20 52 : PUB
21 01 : PUB
21 21 : PUB
21 22 : PUB
21 31 : PUB
21 51 : PUB
21 52 : PUB
22 01 : PUB
22 21 : PUB
22 22 : PUB
22 31 : PUB
22 51 : PUB
22 52 : PUB

23H00 : LA COLLECTION RTL

23 01 : PUB
23 21 : PUB
23 22 : PUB
23 31 : PUB
23 51 : PUB
23 52 : PUB

PUBLICITÉ



M6 Publicité
107 avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine

m6pub.fr