



CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE 2023



01
MARQUES
ET CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

09
ANNEXES

10
AVENANTS

01

MARQUES ET CONTENUS

Puissance et diversité de l'offre



Depuis plus de 35 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 31 millions de Français chaque jour, sur les médias télévision, radio, et digital du groupe M6.



TV

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 24 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.

Source : Médiamétrie / Médiamat - Septembre 2021 à Juin 2022 - ensemble journée - individus 4+



DIGITAL

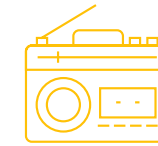
6PLAY, PURE PLAYERS, INFLUENCE

Notre offre digitale est composée de marques médias issues des antennes du Groupe, de sites pure-players ainsi que d'une offre influence. Ces actifs enregistrent des performances exceptionnelles :

- Record d'utilisation pour un service de télévision en ligne, avec plus de 26 millions d'actifs sur 6Play.
- Près de 26 millions de visiteurs uniques chaque mois sur nos sites pure-players.

Le Groupe M6 s'adapte aux nouveaux usages de consommation vidéo et déploie une stratégie d'extension d'audience de ses émissions emblématiques sur Snapchat. Des extraits de ses programmes sont ainsi ouverts à la commercialisation afin d'adresser une audience de jeunes adultes sur smartphone, dans un contexte programme brand safe.

L'influence est également un levier de développement important du Groupe M6 avec M6unlimited influence, mais aussi l'agence Ctzar, pionnière du secteur avec sa plateforme technologique exclusive ctzar.io, et son réseau international de plus de 1 million d'influenceurs.



RADIO

RTL, RTL2, FUN RADIO

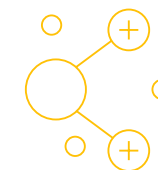
Les espaces publicitaires des trois stations de radio du Groupe M6, écoutées quotidiennement par 10 millions d'auditeurs, permettent aux annonceurs de bénéficier de la réactivité, de la puissance et de l'impact drive-to-store du média radio.

Source : Médiamétrie/Médiamat - Septembre 2021 à Juin 2022 - LâV 5h-24h - Individus 13+

AUDIO DIGITAL

La déclinaison audio digitale des stations du Groupe M6 rassemble plus de 60 millions de contacts par mois grâce à l'écoute du live des 3 stations, des podcasts natifs et replay (Les grosses Têtes, premier podcast de France) mais aussi grâce à l'écoute des 9 webradios.

Source : ACPM (streaming live) / Médiamétrie eStat Podcast (écoutes podcasts) / Médiamétrie eStat streaming (Janvier-Juin 2022)



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.



LE SON POP-ROCK



PRÈS DE
10 MILLIONS
D'AUDITEURS CHAQUE JOUR

28,7%
de part d'audience
commerciale

Source : Médiamétrie EAR National, Septembre 2021-Juin 2022, LàV, 13+ AC et Part d'audience base 16 stations commerciales, 1er groupe privé

RTL, RTL2, Fun radio

3 STATIONS COMPLÉMENTAIRES



REVIVRE ENSEMBLE

1^{re} radio privée de France
5,8M d'auditeurs chaque jour

La saison 2022/2023 sera celle du Libreensemble et du Rirensemble.

RTL souhaite répondre à plusieurs objectifs : moderniser et renforcer sa proposition, notamment dans les tranches d'information ; être encore plus proche des français et de leurs préoccupations au quotidien et enfin, faire plus que jamais de la liberté une valeur cardinale.

La station met ainsi au cœur de ses programmes l'information animée par de nouveaux Duos de l'info, avec des points de vue différents et des angles complémentaires pour se construire et se faire une opinion. L'humour est le 2^e pilier de la nouvelle grille, avec un nouveau rendez-vous « RTL Sans filtre » mais aussi L'œil de Philippe Caverivière, les Grosses Têtes de Laurent Ruquier ou encore les imitations de Laurent Gerra.



LE SON POP-ROCK

1^{re} musicale adulte sur les 25-49 ans et les CSPI+
2,2M d'auditeurs chaque jour

Pour cette nouvelle saison, RTL2 s'entoure à nouveaux de ses experts du Son Pop-Rock !

Du Double Espresso présenté par Grégory Ascher et Justine Salmon à Foudre aux côtés de Waxx, en passant par Pop-Rock Collection de Carole Vega et sans oublier Le Drive RTL2 animé par Eric Jean-Jean ou encore Pop-Rock Station By Zegut, la Radio du Son Pop-Rock propose une nouvelle fois des rendez-vous forts et incarnés par des professionnels de la musique !

La station accroît également cette expertise en accueillant un nouveau talent : Marjorie Hache sera aux commandes de l'émission Pop-Rock Station, du lundi au jeudi de 22h à Minuit.



ENJOY THE MUSIC

2^e morning privé sur les 25-49 ans
2M d'auditeurs chaque jour

Une année sous le signe du sourire et de la bonne humeur chez FUN RADIO avec le retour des rendez-vous incarnés : la plus longue matinale de France avec Bruno sur FUN RADIO, le Studio de 16h à 19h et un nouvel horaire dès 19h pour Cartman et toujours plus de plaisir !

Les week-ends sont consacrés à la musique avec un positionnement électro latino ; chaque mois ce sont 1000 titres différents diffusés, le tout dans une grande diversité musicale.

Fun Radio sait aussi créer l'évènement avec le retour du FUN RADIO Ibiza Expérience dès le 28 avril 2023. Et des nouveautés entourent la FRIE depuis le dernier évènement : FUN RADIO a été la première radio française à proposer une collection de NFT pour la 6^{ème} édition du FRIE.

*Médiamétrie EAR National, Septembre 2021-Juin 2022, LàV, Audience Cumulée 13+ et Ranking en Part d'audience base 16 radios commerciales nationales sur cibles.

Une offre audio digitale puissante

LIVE
25 MILLIONS
de streams/mois

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

ON DEMAND
33 MILLIONS
de téléchargements /mois


60M
DE CONTACTS
PAR MOIS
EN AUDIO
DIGITAL



WEB RADIOS
2 MILLIONS
de streams/mois

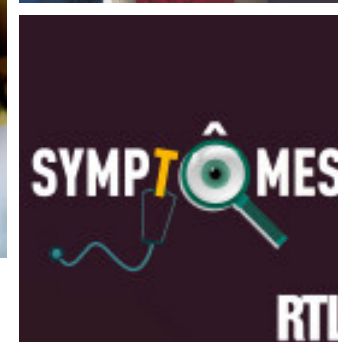
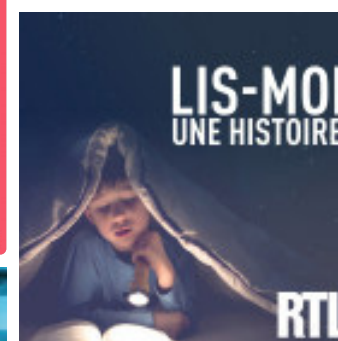
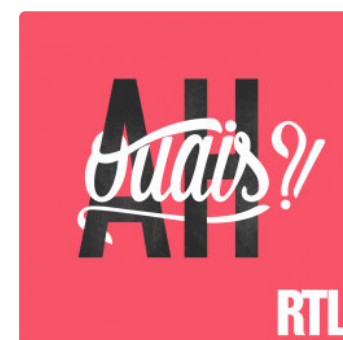
Émissions phares

ET CONTENUS EXCLUSIFS DIGITAUX

REPLAY



PODCASTS ORIGINAUX



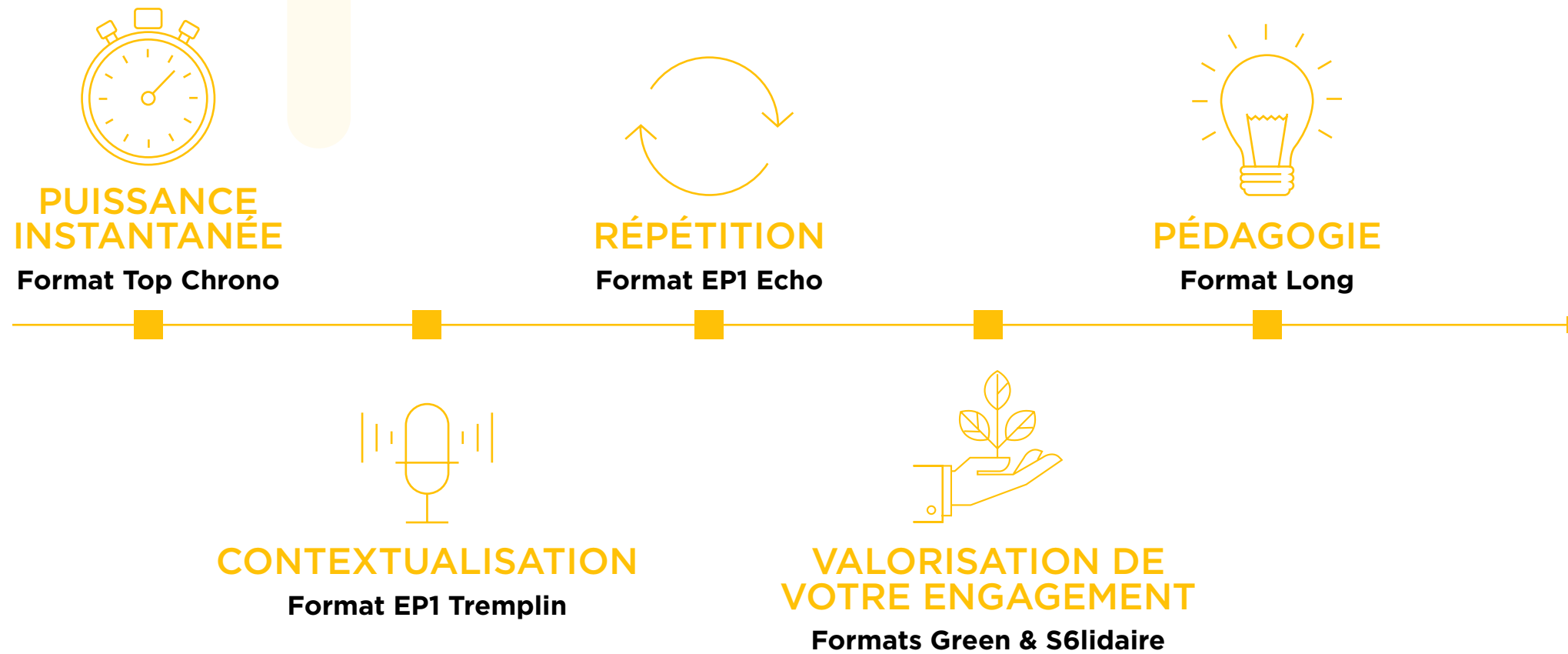
02

OFFRE

PUBLICITAIRE

Radio

NOS SOLUTIONS POUR ÉMERGER



Julien Courbet, Ça peut vous arriver © B. Decoin/RTL

UN ÉCRAN RIEN QUE POUR VOUS DANS LA PREMIÈRE MATINALE PRIVÉE DE FRANCE

Les écrans Top Chrono sont des écrans publicitaires diffusés en prime time préemptés par 1 annonceur unique. Ils sont précédés d'un jingle publicitaire dit "compte-à-rebours" annonçant le retour du programme dans moins de 30 secondes.

ÉMERGENCE

Écran court exclusif (1 annonceur, max 30 sec)

Parfaite intégration dans le contexte éditorial

Jingle compte à rebours pour capter l'attention et retenir l'auditeur.

PUISSANCE

Une diffusion dans la 1^{re} matinale privée de France avec 3,4 millions d'auditeurs chaque jour.

**Disponible sur RTL dans les écrans
0609/0639/0709/0739/0809.**



RTL MATIN

JINGLE PUB
COMPTE À REBOURS

VOTRE SPOT

RTL MATIN

**DÉCLINABLE
EN FORMAT
GREEN**

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

MÉCANIQUE

Spot en 1^{re} position précédé d'un jingle contextualisé selon un temps fort calendaire :

- Rentrée
- Black Friday
- Noël
- Saint-Valentin
- Pâques
- Fête des mères
- Fête des pères
- Été

BÉNÉFICES

- +6 points de mémorisation spontanée vs 1^{re} position
- x4 de mémorisation spontanée vs milieu d'écran

Disponible sur RTL, RTL2, FUN RADIO



FLUX ANTENNE

JINGLE PUB
CONTEXTUEL

VOTRE SPOT

SPOTS SUIVANTS

DÉCLINABLE
EN FORMAT
GREEN

TRAVAILLER LA RÉPÉTITION DE VOTRE MESSAGE POUR MAXIMISER SA MÉMORISATION

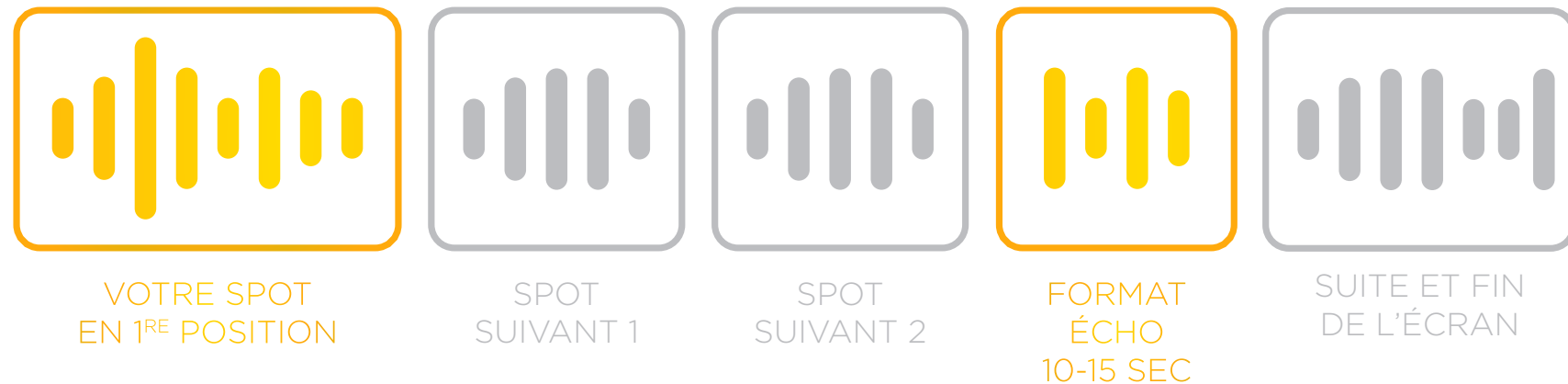
CONCEPT

- M6 Publicité permet aux annonceurs de faire émerger leurs spots avec une diffusion en 1^{re} position.
- Le message publicitaire est ensuite réactivé au sein du même écran grâce au format Echo qui permet de booster la mémorisation.
- +55% de souvenir spontané vs une 1^{re} position classique.

MÉCANIQUE ÉCHO

- Un auditeur appelle le standard téléphonique de la station
- Il pose une question au sujet du spot qu'il vient d'entendre
- Le standard lui répond et répète l'information clef du message

Disponible sur **RTL, RTL2, FUN RADIO**



DÉCLINABLE
EN FORMAT
GREEN

Radio

LE FORMAT LONG

PRENDRE LE TEMPS D'EXPLIQUER

Le format long est un message publicitaire supérieur à 40 secondes. Il peut être diffusé en 1^{re} position, EP1 Tremplin, Hors écran, Écrin...

BÉNÉFICES

- Parfaitement adapté aux communications insitutionnelles, RSE
- Permet de développer un discours pédagogique sans contrainte de temps
- Offre la possibilité d'utiliser des témoigniaux clients pour renforcer la crédibilité de votre message

Sous réserve de validation de l'Antenne.

Disponible sur RTL, RTL2 et Fun Radio.

EXEMPLE D'INTÉGRATION EN ÉCRIN (RTL UNIQUEMENT)



JINGLE PUB



VOTRE SPOT



FLUX ANTENNE

EXEMPLE D'INTÉGRATION HORS ÉCRAN



JINGLE PUB



VOTRE SPOT



VIRGULE
SONORE



AUTRES SPOTS

Radio

UN LARGE CHOIX DE CIBLAGE

TOUCHEZ VOS CONSOMMATEURS SELON LEUR ÂGE,
CSP, LIEU DE VIE, COMPORTEMENT D'ACHAT



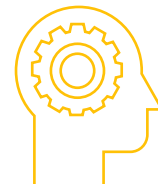
SOCIO-DÉMO

- Genre
- Âge
- CSP
- Revenus
- Critères croisés



GÉOLOCALISATION

- Région
- Département
- Code postal



COMPORTEMENT

- Loisirs
- Centres d'intérêt
- Voyage et vacances
- Immobilier
- Placement bancaire



ACHETEURS

- Grande distribution
- Automobile
- Nouvelles technologies
- Jeux vidéos
- Biens culturels

VOUS NOUS BRIEFEZ, NOUS PLANIFIONS

Pour réserver vos campagnes en coût GRP net garanti, M6 Publicité met à votre disposition une matrice de brief.

Elle sera disponible prochainement sur le site de **M6 Publicité** puis sur **My6**.

Nous travaillons également avec les prestataires du marché pour son intégration dans les outils de médiaplanning.

Dans cette matrice pourront notamment être saisis :

- La période de communication,
- Le budget net à investir
- La/les station(s) souhaitée(s),
- La cible de population visée,
- Le format du spot publicitaire,
- Les jours de communication souhaités,
- Le poids de tranches horaires souhaité...

Sur cette base, M6 Publicité construira le mediaplanning de la vague.



Audio Digital

NOS SOLUTIONS POUR SE DÉMARQUER

RTL

RTL2

FUN
RADIO

CGV
RADIO
2023 | 17



L'INTERACTIVITÉ

Shake me

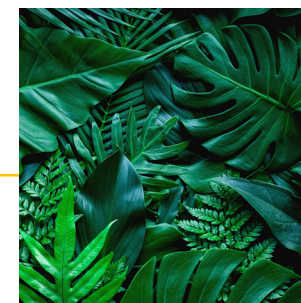
- Stimulez vos audiences en secouant le téléphone



LA VALORISATION DE VOTRE ENGAGEMENT

Tremplin green et Offre S6lidaire

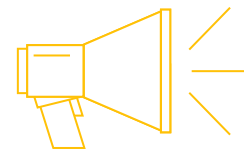
- Engagez votre marque grâce à nos écrans responsables



LE WAITMARKETING

6break audio

- Profitez d'une pause pour attirer l'attention



L'AMPLIFICATION

Audio + display

- Amplifiez votre message audio



LA CONTEXTUALISATION

Tremplin audio et Voix antenne

- Contextualisez votre spot audio

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES
RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

09
ANNEXES

10
AVENANTS



Brand content audio digital

LES SOLUTIONS DE M6 PUBLICITÉ

RTL

RTL2

FUN
RADIO

CGV
RADIO
2023

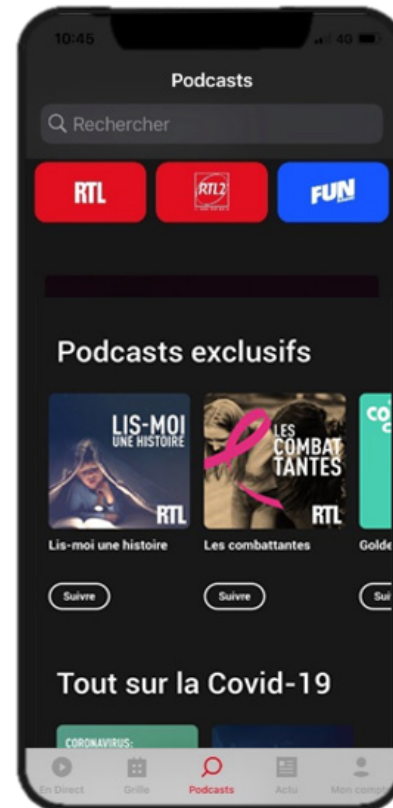
18

SPONSORING DE PODCAST



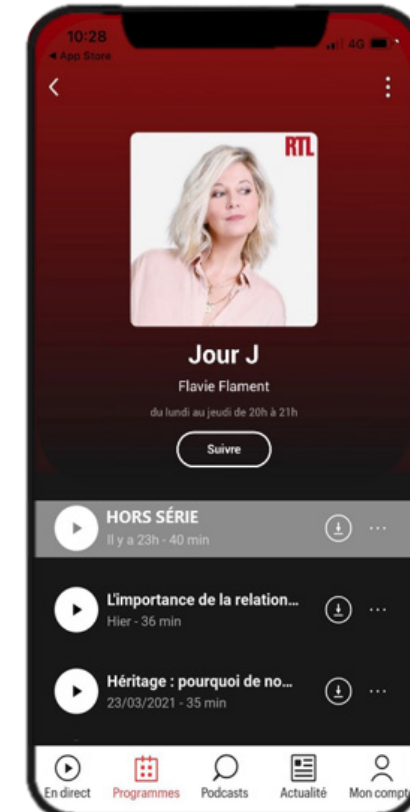
Bénéficiez d'un transfert de valeurs avec une présence de votre marque en 100% de part de voix sur le ou les podcasts de votre choix.

ÉPISODE HORS SÉRIE



Capitalisez sur l'audience fidèle d'un programme et proposez un contenu inédit autour d'un épisode hors-série.

CO-PRODUCTION



En co-production avec RTL et 100% éditorialisée, créez une série de podcasts en lien avec la thématique que vous souhaitez mettre en lumière.

PODCAST DE MARQUE



Développez votre propre storytelling audio sur-mesure en vous appuyant sur le savoir-faire éditorial et technique de M6 Unlimited.

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES
RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

09
ANNEXES

10
AVENANTS

Audio Digital

LA DATA AU COEUR DE L'OFFRE AUDIO DIGITALE M6 AVEC SMART AUDIO

Profitez d'une offre de ciblage pour répondre à l'ensemble de vos objectifs de campagne en audio : maximisez vos retombées sur cibles, touchez une audience avec de fortes affinités, géolocalisez vos prises de parole.

- Variétés de ciblage
 - ◆ socio-démo
 - ◆ composition du foyer
 - ◆ niveaux de revenus
 - ◆ géolocalisation
 - ◆ géotypes
 - ◆ affinitaires
 - ◆ DCO (météo)
- Qualité de données : ciblage 1st party via la DMP 360° du Groupe M6 (complété via de la 3rd party sur les supports externes)
- Inventaires puissants : tous les formats et supports

Nos sites et applications RTL, RTL2 et Fun Radio sont certifiés par la mesure « Digital Ad Ratings », 1^{re} application éditeur à être certifiée par Nielsen.



Audio Digital

MESUREZ L'EFFICACITÉ DE VOS CAMPAGNES AUDIO



MÉTHODOLOGIE

- 300 interviews : 150 individus exposés en audio/ 150 individus non exposés
- L'étude se fait à travers les devices ID avec retargeting et envoi du questionnaire en display sur applications
- Nombreux critères de mesure : notoriété, mémorisation, considération, intention d'achat...

RETROPLANNING

- J-15 : prise de décision de faire un post-test
- J-5 : proposition de questionnaire
- J-2 : validation du questionnaire
- Réalisation de l'étude
 - ♦ Début de campagne +7
 - ♦ Fin de campagne +7
- J +10 : résultats du post-test

ACCESSIBILITÉ

- Solution de mesure activable à partir de **10 K€** d'achat média

RTL

RTL2

FUN
RADIO

CGV
RADIO
2023

20

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES
RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

09
ANNEXES

10
AVENANTS



Cross audio

4 CONTEXTES AFFINITAIRES POUR SUIVRE VOS AUDIENCES SUR L'ENSEMBLE DES POINTS DE CONTACTS AUDIO



CGV
RADIO
2023

21



PACK NEWS



34 MILLIONS DE CONTACTS

RADIO

- Tranches info
- 6 spots par jour
- Base 20 secondes

AUDIO DIGITAL

- Player live RTL tranches info
- Podcast pack RTL News

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*

BUDGET : 60K€



PACK GROSSES TÊTES EXTENDED



41 MILLIONS DE CONTACTS

RADIO

- Sponsoring de l'émission en entrée et sortie (15h30-18h)
- 2 spots par jour
- Base 8 secondes

AUDIO DIGITAL

- Podcast Grosses têtes
- Webradio 100% Grosses têtes

1 MOIS DE CAMPAGNE*

BUDGET : 60K€



PACK ENTERTAINMENT



11 MILLIONS DE CONTACTS

RADIO

- 9 spots par jour
- Base 20 secondes

AUDIO DIGITAL

- Player live FUN RADIO
- Webradios FUN RADIO
- Podcasts FUN RADIO

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*

BUDGET : 35K€



PACK POP-ROCK



16 MILLIONS DE CONTACTS

RADIO

- 9 spots par jour
- Base 20 secondes

AUDIO DIGITAL

- Player live RTL2
- Webradios RTL2
- Podcasts RTL2

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*

BUDGET : 50K€

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES
RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

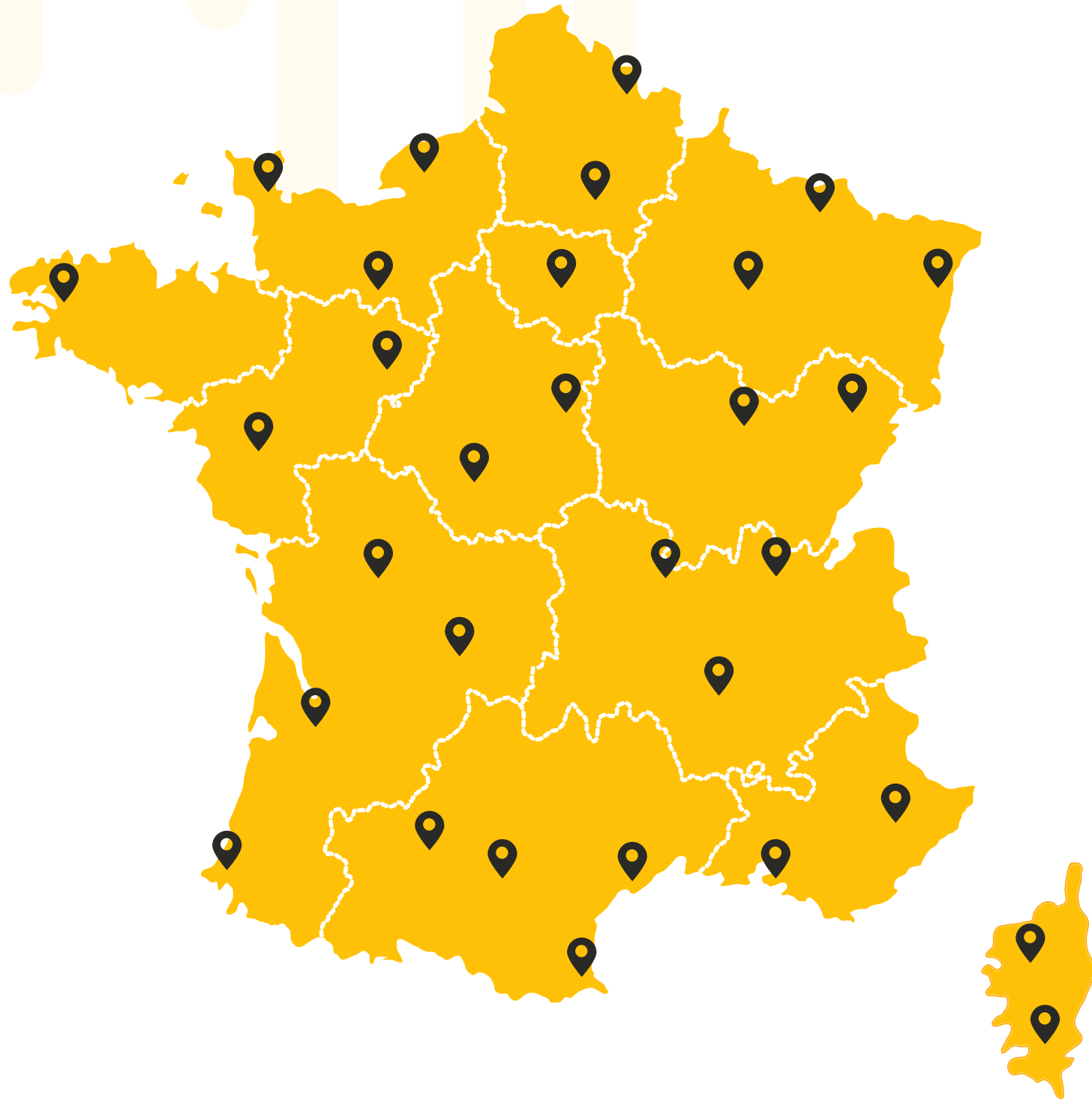
09
ANNEXES

10
AVENANTS

*Source : Médiamétrie EAR Avril-Juin 22, Panel Radio 2022, période rouge, tarifs au 22 Août 2022
Budget FMA inclus jusqu'à 2 semaines
pour l'audio digital/Radio : Contacts cible 13+



L'offre locale M6 Publicité



M6 PUBLICITÉ LOCAL :

Une équipe commerciale dédiée en régions afin de répondre à toutes vos problématiques, du ciblage local au ciblage national.

RADIO ET AUDIO DIGITAL

RTL

RTL2
LE SON POP-ROCK

FUN
RADIO

TV SEGMENTÉE

6

W9

6ter

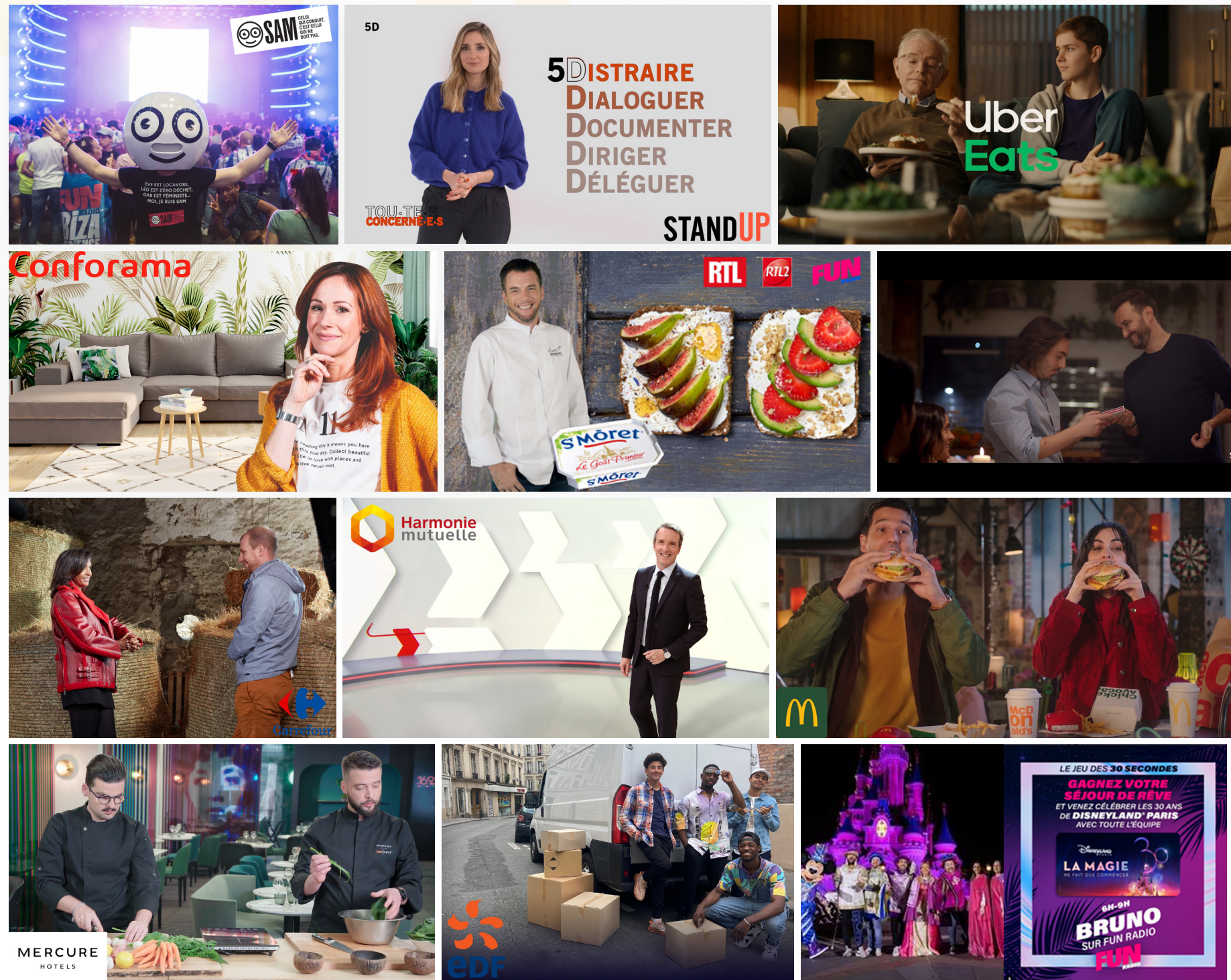
6play

DIGITAL GÉOLOCALISÉ

6play

Pour plus d'informations, contactez
Yvan Coffignal
yvan.coffignal@m6.fr
06 70 79 21 01

Opérations spéciales



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

Partenaire des agences et des annonceurs, M6 Unlimited imagine des solutions originales, puissantes et engageantes sur tous les médias. De la télévision à la radio en passant par le digital, le social et l'influence, jusqu'à l'expérience terrain.

Riche d'un large catalogue de licences d'émissions phares et de personnalités influentes, M6 Unlimited repousse sans cesse les limites de son terrain de jeu afin d'offrir au public des dispositifs aussi engageants que divertissants ! Films publicitaires et institutionnels, formats médias événementiels, programmes courts, podcasts, social content, conventions d'entreprise... M6 Unlimited est le partenaire privilégié des marques qui souhaitent émerger.

M6 Unlimited : un peu, beaucoup, passionnément...
vers l'infini !

VOIR LE
SHOWREEL

01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES
RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

09
ANNEXES

10
AVENANTS

UNE EXPERTISE AUDIO AU SERVICE DES MARQUES DEPUIS PLUS DE 20 ANS

MARKETING

- Décryptage des principaux leviers prédictifs d'efficacité
- Analyse sonore des spots et benchmark sonore du secteur
- Standards d'efficacité et bonnes pratiques sonores



SCIENTIFIQUE

- Algorithme "SoundBox"
- Mesure de la saillance auditive (attention sonore)
- Analyse des spots via l'algorithme propriétaire et recommandations sonores

laboratoire
sonore

1^{re} campagne



CGV
RADIO
2023 | **25**

STEP BY M6

LA SOLUTION ADAPTÉE POUR UNE 1^{RE} COMMUNICATION

Programme clé en main



Pour plus d'informations,
contactez

Noémi Carpentier

noemi.carpentier@m6.fr

06 30 63 20 51

PUISSANCE

BOOSTEZ VOTRE BRAND PERFORMANCE !

- Écosystème plurimédia unique : TV, radio, digital et influence
- 9 Français sur 10 touchés chaque mois
- Marques leader : M6 (2^e chaîne nationale), RTL (1^{re} radio privée de France), 6play (26 M d'utilisateurs actifs)

PROXIMITÉ

POUR VOUS ACCOMPAGNER AVANT, PENDANT ET APRÈS VOTRE CAMPAGNE

- Interlocuteur privilégié pour un accompagnement personnalisé
- Experts dédiés à chaque étape : marketing, juridique, création, planning
- Engagement de résultats suivi et optimisation médiaplanning de votre campagne sur My6

EXPERTISE

POUR OPTIMISER VOTRE EFFICACITÉ PUBLICITAIRE

- Analyse média des annonceurs de votre secteur d'activité
- Offre complète de solutions marketing (shopper marketing, B2B, social selling...)
- Expertise spécifique : drive-to-web et drive-to-store
- Création publicitaire sur-mesure et clé en main avec notre studio M6 Unlimited



01
MARQUES ET
CONTENUS

02
OFFRE
PUBLICITAIRE

03
OFFRES
RSE

04
CONDITIONS
TARIFAIRES

05
REMISES
COMMERCIALES

06
CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07
ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08
DÉFINITIONS

09
ANNEXES

10
AVENANTS

Étude cross médias vague 2021
Médiamétrie - Médiamat - Saison 2021-2023
sur les principales cibles commerciales
EAR Avril - Juin 2023, LàV, 5h-24h, Audience cumulée
cible 13 ans et + Médiamétrie 4 écrans 2021



03

OFFRES RSE

Plan d'action RSE du Groupe M6

Depuis de nombreuses années, le Groupe M6 s'engage à travers de nombreuses initiatives portées sur ses antennes, les actions de sa Fondation et la Mission Handicap. Depuis 2021, la direction de l'Engagement anime la politique RSE (responsabilité sociétale de l'entreprise) du Groupe M6, en coordination avec les autres directions.

Grâce à une consultation de nos partenaires institutionnels, producteurs, distributeurs, commerciaux, du grand public et des collaborateurs, des enjeux RSE prioritaires ont été identifiés et constituent le socle du plan d'action RSE.

Composé de 6 feuilles de route, ce plan d'action n'est pas seulement le reflet du chemin à parcourir, il s'appuie également sur les atouts du Groupe M6, afin d'étendre les bonnes pratiques existantes à l'ensemble du Groupe.



LA RSE, AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

Consommer plus responsable est devenu une véritable nécessité pour notre société. Aujourd'hui, plus d'1 français sur 2 fait en sorte de limiter son impact sur l'environnement (55 %) (Sociovision « *Les Français dans la société de l'après-covid* » Octobre 2021). Ce qui amène vers de nouveaux comportements de consommation que M6 Publicité souhaite valoriser au travers de ces offres RSE :

PRIVILÉGIER LES CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

AVEC L'OFFRE 6GREEN

M6 Publicité souhaite soutenir et favoriser les marques faisant la promotion de **produits** (biens ou services) à **moindre impact sur l'environnement** au travers de sa gamme « **6green** ». Elle est composée de nombreux écrans et formats publicitaires disponibles en radio, TV, AVOD et audio digital. La gamme est composée en radio du Top Chrono Green, de l'EP1 Tremplin Green et l'EP1 Tremplin Echo Green et en audio digital du Tremplin Green.

Cette offre a été développée **en collaboration** avec l'**ADEME** (Agence de la Transition Écologique). Les critères d'éligibilité à cette offre reposent sur le **cahier des charges*** de l'ADEME « Publicité, offre consommation responsable » et le spot de l'annonceur devra respecter les critères fixés par l'ADEME**.

ADOPTER DE NOUVELLES PRATIQUES

AVEC L'OFFRE « COMPORTEMENTS RESPONSABLES »

Inspiré par son étude « Le Temps des Marques Responsables », M6 Publicité lance l'offre « Comportements Responsables ». Celle-ci a pour objectif de mettre en valeur via des jingles ou des boards dédiés, les spots faisant la promotion de comportements plus responsables au sein d'écrans publicitaires disponibles en Radio TV et AVOD.

Accompagné par l'ADEME, M6 Publicité a retenu 8 comportements qui devront être au cœur du message publicitaire pour profiter de ce nouveau format : achat en vrac, de produits reconditionnés ou de seconde main, louer plutôt que d'acheter, lutte contre le gaspillage alimentaire, répétabilité, recyclage, sobriété énergétique. »

— COMPORTEMENTS —
RESPONSABLES

L'ALTERNATIVE SOLIDAIRE DE LA PUBLICITÉ

S6LIDAIRE

À l'heure où 9 Français sur 10 ne savent pas reconnaître une marque responsable (*Le Temps des Marques Responsables - M6 Publicité*), M6 Publicité s'associe à Goodeed et lance une offre solidaire cross-média inédite.

Lors de sa diffusion, le spot de l'annonceur est enrichi d'un élément créatif « solidaire » pour concrétiser l'engagement de l'annonceur auprès du grand public (Ex Radio : jingle contextualisé + format Echo). Disponible en radio, TV, AVOD et audio digital.

S6LIDAIRE

* Ce cahier des charges permet à M6 Publicité de définir si le spot de l'annonceur et tous les produits mis en avant dans le spot sont éligibles aux offres 6green

** Les annonceurs devront intégrer dans le spot, de façon distincte et visible, l'information environnementale sélectionnée par l'ADEME (labels, étiquettes, indices...) autour du produit ou service mis en avant.

CALCULATEUR DE L'EMPREINTE CARBONE DES CAMPAGNES MEDIAS

M6 Publicité participe au sein du SNPTV, du SRI et du BDR à l'élaboration d'une méthodologie de mesure commune à l'ensemble des membres de ces syndicats de l'impact carbone des campagnes TV, radio et digitales.

Le calculateur d'M6 Publicité prend en compte les référentiels de ces 3 syndicats. Il est déjà disponible en TV et en digital. Il sera accessible au 1er trimestre 2023 pour la radio.

LE GUIDE DES BONNES PRATIQUES D'ECO-PRODUCTION DE M6 UNLIMITED

Dans le cadre des engagements RSE de M6 Publicité, M6 Unlimited accompagne ses partenaires et annonceurs vers l'organisation de tournages plus responsables.

Pour sensibiliser et encourager nos producteurs internes, nos prestataires et nos clients à adopter des actions ecoprod, M6 Unlimited a mis en place un guide de bonnes pratiques des productions. A travers ce guide, des conseils utiles et de bon sens.

Quelques exemples :

- En préparation, penser dès l'écriture du projet aux impacts RSE sur la production et les optimiser.
- En production, mettre en place une régie éco-responsable, privilégier le co-voiturage, optimiser le traitement des déchets et le recyclage des décors. Sensibiliser chaque corps de métier à la démarche.
- En postproduction, privilégier le travail en basse résolution et l'archivage dès que possible.



04

**CONDITIONS
TARIFAIRES**

Tarification

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

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 2023.

Ce tarif est variable en fonction du support et de la demi-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 demi-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 2023.

2. FIRST MUSIC

First Music est un tarif unique permettant d'acheter simultanément FUN RADIO national et RTL2 national. 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 demi-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 6 semaines avant la date du premier jour de diffusion de la campagne. Tous les plannings optionnés en deçà de ces 6 semaines seront budgétés sur la base des tarifs unitaires de chacune des stations et facturés aux conditions de vente propres à chacune d'elles.

First Music n'est pas accessible aux achats en coût GRP net garanti.

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 2023.

3. ÉCRINS

Un écran 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 écrins ne sont pas accessibles aux achats en coût GRP net garanti.

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 2023.



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

1. INDICES FORMATS

DURÉE (secondes)	INDICE FORMAT
5	50
10	60
15	80
20	92
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 FORMAT
01/01 - 05/03	BLANC	100
06/03 - 16/04	ROUGE	130
17/04 - 07/05	ORANGE	115
08/05 - 16/07	VIOLET	140
17/07 - 20/08	BLANC	100
21/08 - 24/12	BLEU	148
25/12 - 31/12	BLANC	100

Pour chaque période, les tarifs valables sont ceux indiqués dans le document « Tarifs M6 Publicité Radio 2023 » accessible sur le site de **M6 Publicité**.

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.



Laurent Ruquier, Les Grosses Têtes © G. Ferrandi/Agence 1827/RTL

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. PASS 48H

Dans un contexte de réduction progressive du temps de publicité sur nos antennes, M6 Publicité met en place le Pass 48h afin de garantir à ses annonceurs l'accès au planning, notamment dans les périodes chargées.

Le Pass 48h permet d'obtenir ses plans 48h (soit 2 jours ouvrés) maximum après la demande de réservation avec une garantie de taux de service à 100% du volume demandé. Il est prioritaire sur tous les autres modes d'achat.

Il permet également de bloquer sa programmation, même très en amont de la diffusion.

Dans le cadre du Pass 48h, une majoration de 90 euros net par spot est appliquée à la vague.

Les demandes de Pass 48h seront traitées par ordre d'arrivée au planning.

Sous réserve de disponibilité planning.

3.2 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.



Yves Calvi et Amandine Bégot, RTL Matin © T. Padilla/Agence 1827/RTL

Cette page a été modifiée le mercredi 14 décembre 2022 suite à la publication d'un avenant. [Découvrez les modifications apportées.](#)

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 pour les positions tête d'écran (T1), 2e position (T2), 3e position (T3), antépénultième position (F3), avant-dernière position (F2), fin d'écran (F1) :

■ Toutes tranches horaires : **+20%**

3.4 EMPLACEMENT SPÉCIFIQUE

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

Toutes tranches horaires : **+25%**

3.5 EP1 TREMLIN

1^{re} position avec jingle thématisé.

Toutes tranches horaires : **+30%**

3.6 EP1 ÉCHO

M6 Publicité permet aux annonceurs de faire émerger leurs spots avec une diffusion en 1^{ère} position. Le message publicitaire est ensuite réactivé au sein du même écran grâce au format Écho qui permet de booster la mémorisation.

■ Toutes tranches horaires : **+30%**

La création du format Écho est offerte par M6 Publicité.

3.7 HORS ÉCRAN

Service accessible sur devis.

3.8 TOP CHRONO

L'écran Top Chrono est un écran publicitaire diffusé en prime time préempté par 1 annonceur unique. Il est précédé d'un jingle publicitaire dit "compte-à-rebours" annonçant le retour du programme dans moins de 30 secondes.

Majoration de **+30%** sur le tarif brut en vigueur.

3.9 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.

3.10 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).



Philippe Caverivière © L. Guericolas/Agence 1827/RTL

Achat au coût GRP net garanti

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 (Cf. indices publiés page 32).

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.

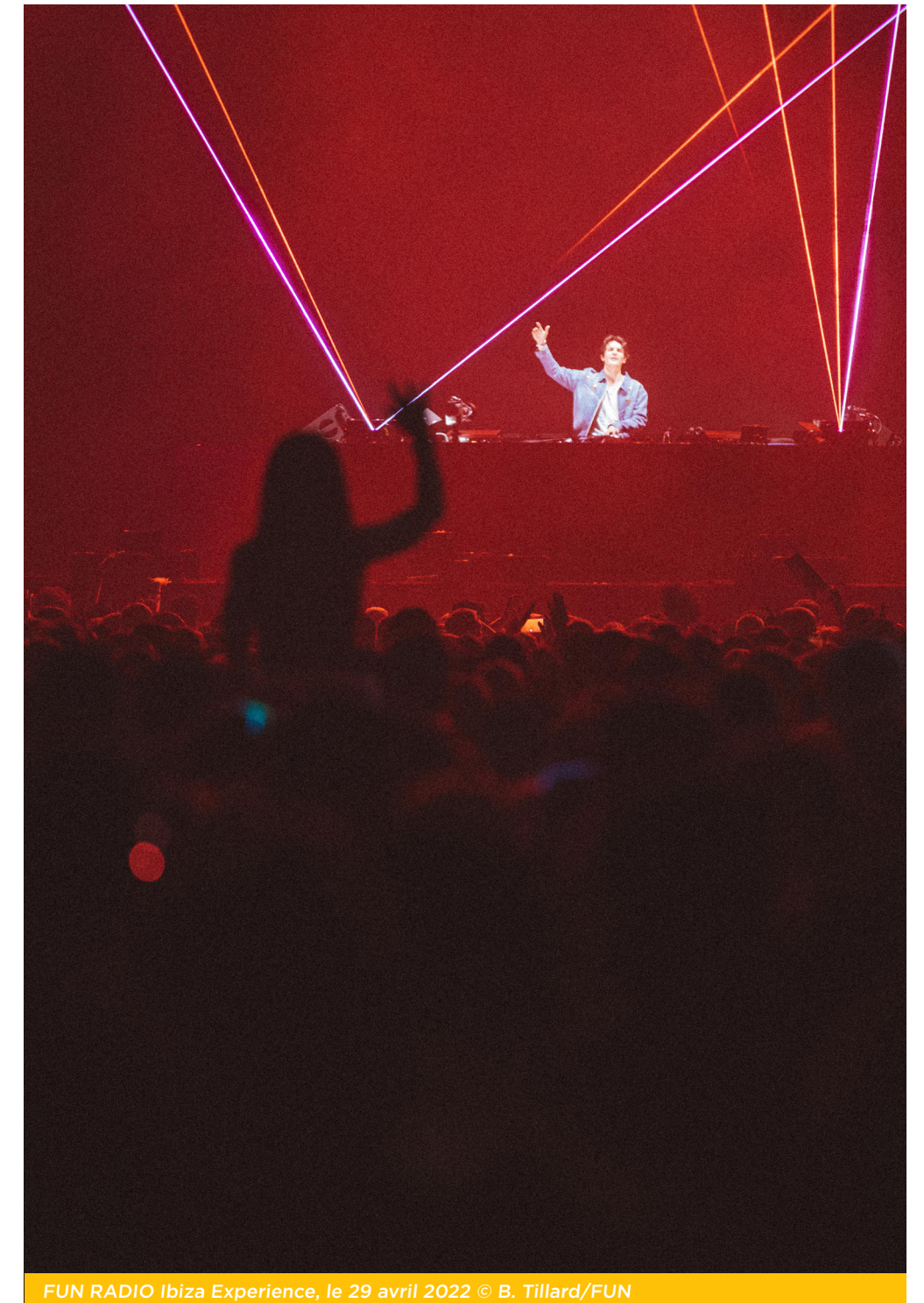
Pour les achats en coût GRP net garanti, M6 Publicité se réserve le droit de modifier la programmation jusqu'à 2 jours avant diffusion du spot et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire via l'envoi d'un nouveau bon de commande.

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 **30%** 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 met une matrice de brief à disposition des acheteurs. Ce brief détaille la stratégie médiaplanning adoptée sur la vague. Sur cette base, M6 Publicité prend en charge la programmation des spots.

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



FUN RADIO Ibiza Experience, le 29 avril 2022 © B. Tillard/FUN

Tarification

LIVE ET WEB RADIOS : TARIFICATION GRÉ À GRÉ

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	CONTENUS	TARIF NET
PACKS (pré-roll)	Puissance	0-30"	RTL + RTL2 + Fun Radio	12,5 €
	Station		RTL ou RTL2 ou Fun Radio	
	Thématique		News business Entertainment Musique	13,5 €

AU PLUS PRÈS DU FLUX



Tarification

PODCAST : TARIFICATION GRÉ À GRÉ

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	TARIF NET
PACKS (pré-roll)	Puissance	0-30"	13€
	Culture, divertissement		
	Conseil, bien-être		14€
	News, business		
SUR MESURE	À la carte		15€
CIBLAGE DATA	1 segment		+1€ sur le CPM



Tarification

PODCAST ET STREAMING : TARIFICATION PROGRAMMATIQUE

PODCAST & STREAMING : TARIFICATION PROGRAMMATIQUE			
PROGRAMMATIQUE	FORMAT	FLOOR CPM PODCAST	FLOOR CPM STREAMING
Ciblage Puissance Station	0-30"	10€	10€
Ciblage Pack thématiques		11€	11€

PROGRAMMATIQUE
GARANTI : MINIMUM
DE 5 000 EUROS

05

REMISES COMMERCIALES

Remises commerciales

L'ensemble des conditions décrites ci-dessous s'applique aux dispositifs achetés sur les stations commercialisées par M6 Publicité en 2023 sur la base des tarifs bruts, des tarifs écrins et des tarifs First Music.
Ces conditions ne s'appliquent pas aux dispositifs achetés en digital.

1. DÉGRESSIF DE VOLUME

Le dégressif de volume est déterminé par le chiffre d'affaires net 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 2023.

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 2023.

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 :

PALIRS	TAUX
Moins de 30 K€	-20%
À partir de 50 K€	-21%
À partir de 100 K€	-22%
À partir de 200 K€	-23%
À partir de 500 K€	-24%
À partir de 1 000 K€	-25%
À partir de 1 500 K€	-26%
À partir de 2 500 K€	-28%
À partir de 3 500 K€	-30%
À partir de 5 000 K€	-32%
À partir de 7 500 K€	-36%
À partir de 10 000 K€	-40%

Base de référence : CA net.
Base d'application : CA brut payant.

2. CONDITIONS D'APPLICATION DES REMISES

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.
- 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.

Remises commerciales



CGV
RADIO
2023 **40**

3. CONDITIONS “COLLECTIVES ET CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES”

Les campagnes “collectives” et “gouvernementales” bénéficient d’un abattement de -40% sur le tarif brut, étant précisé que rentrent dans le champ d’application de ces campagnes notamment :

- les campagnes visant à promouvoir la transition écologique, c’est-à-dire toute campagne d’information émanant d’une administration et/ou une organisation (à l’exclusion des organisations caritatives liées à des annonceurs ou groupements d’annonceurs) qui promeut des pratiques responsables et l’utilisation de produits moins polluants ;
- les campagnes collectives visant à promouvoir une alimentation et une activité sportive favorables à la santé, c’est-à-dire lorsqu’elle a pour objectif de promouvoir des produits ou des services présentés de manière collégiale dans le secteur de l’alimentation et/ou du sport, sans mettre en avant une ou plusieurs marques des produits ou des services concernés.

Ces campagnes ne peuvent pas bénéficier d’autres conditions commerciales.

4. CASCADE DU TARIF BRUT AU TARIF NET

TARIF BRUT

- Indice format

TARIF BRUT FORMAT

- Majoration service à l’écran
- Majoration emplacement préférentiel
- Majoration emplacement spécifique
- Majoration EP1 Tremplin
- Majoration EP1 Écho
- Majoration Top Chrono
- Majoration multi spots au sein d’un même écran
- Majoration annonces multiples

TARIF BRUT PAYANT MAJORÉ

- Dégressif volume

TARIF NET

Les montants liés au Pass 48H feront l’objet d’une facturation spécifique.

5. 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.

01

MARQUES ET
CONTENUS

02

OFFRE
PUBLICITAIRE

03

OFFRES
RSE

04

CONDITIONS
TARIFAIRES

05

REMISES
COMMERCIALES

06

CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

07

ÉLÉMENTS
DE DIFFUSION

08

DÉFINITIONS

09

ANNEXES

10

AVENANTS



06

**CONDITIONS
GÉNÉRALES
DE VENTE**

Conditions générales de vente



CGV
RADIO
2023

42

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES 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 acceptant les termes et leur application,
- s'engagent à respecter les lois, règlements et usages qui régissent la publicité et la communication commerciale radio diffusée.

M6 Publicité déclare adhérer 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 anticorruption et à la modernisation de la vie économique dite loi "Sapin II") dans le cadre de l'exécution des présentes CGV. Au sein du code d'éthique et de déontologie figurent la description du dispositif d'alerte en place dans le groupe M6, ainsi que les noms et coordonnées du responsable de l'éthique et de la déontologie à qui les alertes peuvent être adressées.

De la même manière, l'annonceur et/ou son mandataire s'engagent à adhérer aux mêmes principes et au respect des réglementations applicables en la matière, étant précisé que l'annonceur et/ou son mandataire pourra être amené à fournir tout élément complémentaire sur simple demande de M6 Publicité (attestations, questionnaires, etc.)



Le double expresso RTL 2 © T. Padilla/Agence 1827/RTL



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 2023. Elle doit être adressée par mail au format pdf à l’adresse: **adv@m6.fr**. Les adhérents à EDIPub et/ou les annonceurs, mandataires ayant souscrit au service mymandat développé par EDIPub pourront faire parvenir à M6 Publicité ladite attestation de mandat via cette plateforme mymandat. Toute autre disposition présente dans l’attestation de mandat ne pourra en aucun cas être opposable à M6 Publicité.

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 réglementation 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 6 jours ouvrés 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 30% 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 l'ARCOM 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 2023.

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".

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 ou par e-mail 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 50% 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 100% 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.

CAS DE FORCE MAJEURE

8.3. Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure*, 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 en donnant une estimation de sa durée. Si la force majeure est avérée, la campagne publicitaire concernée sera alors suspendue dans les 2 jours suivant la réception de la notification par M6 Publicité et jusqu'à la fin de l'événement.

Dès que cet événement aura pris fin, le montant total de la campagne annulée devra être réinvesti par l'annonceur dans un délai à définir d'un commun accord avec M6 Publicité.

* 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.



Bruno sur FUN RADIO © Mister FIFOU/FUN RADIO

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 :



Les Grosses Têtes à Liège © F. Guerdin/RTL Belgique

PÉRIODE	VAGUE DE RÉFÉRENCE	PUBLICATION DES AUDIENCES	PUBLICATION DES TARIFS	APPLICATION DES TARIFS
1er Janv. - 29 Janv. 2023	Sept. - Oct. 2022	Jeudi 17 novembre 2022	Vendredi 25 novembre 2022	Dimanche 1 ^{er} janvier 2023
30 Janv. - 7 Mai 2023	Nov. - Déc. 2022	Jeudi 12 janvier 2023	Vendredi 20 janvier 2023	Lundi 30 janvier 2023
8 Mai - 20 Août 2023	Janvier - Mars 2023	Jeudi 20 avril 2023	Vendredi 28 avril 2023	Lundi 8 mai 2023
21 Août - 31 Déc. 2023	Avril - Juin 2023	Jeudi 20 juillet 2023	Vendredi 28 juillet 2023	Lundi 21 août 2023

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 ainsi que des frais de mise à l'antenne associés à ces messages est établie hebdomadairement.

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.

Aux fins de réception des paiements, M6 Publicité indique ses coordonnées bancaires sur ses factures. Au cas où une demande de modification du RIB de M6 Publicité parviendrait à l'annonceur, ce dernier devra s'assurer que cette demande émane réellement de M6 Publicité en envoyant un courrier électronique à **validation.coordonnees.bancaires@m6.fr** afin de confirmer cette demande. Seule une confirmation en provenance de cette adresse email devra être prise en compte par l'annonceur.

11.2. Les campagnes publicitaires diffusées sont payables

au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois suivant. 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 DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

13.1 RÈGLES GÉNÉRALES

Pour les besoins du présent article :

- L’annonceur s’engage autant en son nom qu’au nom de ses prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur du film publicitaire, etc.), ci-après les « mandataires », à respecter les obligations et garanties prévues, ceux-ci étant conjointement et solidairement responsables et ci-après désignés ensemble « l’annonceur ». M6 Publicité et l’annonceur sont ci-après désignés ensemble ou séparément « une/la(la/les) partie(s) ».
- L’annonceur s’engage à respecter l’ensemble des dispositions légales, réglementaires, 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 »), 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, ainsi que les délibérations et recommandations de la Commission nationale informatique et libertés (« CNIL »), notamment la délibération n° 2020-091 du 17 septembre 2020 portant adoption de lignes directrices relatives à l’application de l’article 82 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée aux opérations de lecture ou écriture dans le terminal d’un utilisateur (notamment aux « cookies et autres traceurs »), et toutes autres dispositions légales, réglementaires et interprofessionnelles applicables aux traitements de données personnelles ; ces textes étant ensemble désignés dans les présentes CGV « les règles data applicables ». En outre, en cas de modification des règles data applicables en cours d’année, l’annonceur s’engage à s’y conformer.

13.2 PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES (BtoB)

- Toutes les informations qui peuvent être fournies par 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 publicitaires en digital. Ces informations pourront contenir des données personnelles. Pour savoir quelles données sont collectées, pourquoi et comment elles sont utilisées et connaître vos droits, nous vous invitons à prendre connaissance de la **politique de protection des données personnelles** relative à la collecte et au traitement des données à caractère personnel concernant les partenaires commerciaux et visiteurs du Groupe M6.
- Dans le cadre de l’ensemble des règles data applicables, 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**.

13.3

DONNEES DES UTILISATEURS DES SITES M6 EN AUDIO DIGITAL (BtoC)

A.

PRINCIPE D'INTERDICTION :

L'annonceur est pleinement informé, qu'à moins d'obtenir l'autorisation préalable de M6 Publicité et de conclure un accord spécifique tel que prévu au paragraphe ci-après, sont interdit(e)s :

- toute collecte ou récupération de données personnelles par quelque moyen que ce soit sur les Sites M6;
- toute lecture et/ou écriture de cookies sur les terminaux des utilisateurs des Sites M6 (désignés les « utilisateurs » ou les « personnes concernées »), ou utilisation de toute technique permettant d'inscrire des informations dans les terminaux des utilisateurs et,
- tout traitement de données personnelles issues de ces cookies, destinés notamment à alimenter ses bases de données propres ou celles de tout éventuel prestataire et/ou mandataire, partenaire et/ou sous-traitant, ne pourra être effectué, sans autorisation préalable de M6 Publicité. En particulier, l'annonceur est informé que toute insertion ou dépôt de cookies, tags, pixels, codes, ou tout autre traceur (désignés ensemble « les cookies ») sur les terminaux des utilisateurs à l'occasion de toute campagne publicitaire confiée à M6 Publicité (notamment lors de l'exécution des ordres de publicité), pour quelque raison et quelque finalité que ce soit, est strictement interdite. Dans ce cadre, l'annonceur est considéré comme étant solidairement responsable, même dans l'hypothèse où l'opération concernée (dépôt, collecte, traitement quel qu'il soit) serait effectuée par un de ses sous-traitants de l'annonceur ou tout tiers mandaté pour se faire. M6 aura la possibilité de vérifier à tout moment le respect de ces obligations,

et de s'assurer, par tout moyen ou solutions techniques, ou technologiques qu'aucun cookie non conforme aux règles data applicables ne soit déposé sur les Sites M6.

B.

EXCEPTION :

Collecte et traitements de données par les annonceurs autorisés par le biais d'un accord spécifique : En cas d'accord de M6 Publicité pour que l'annonceur puisse effectuer une des opérations susvisées, les parties devront le contractualiser spécifiquement par le biais d'un accord spécifique (« l'accord data spécifique »). A ce titre, les seules données qui pourront être collectées par le biais des cookies par l'annonceur (ou dans ce cadre désigné ci-après « le déposant ») sur les Sites M6 sont des informations de navigation des utilisateurs non directement identifiantes ou identifiables concernant les contenus consultés sur les Sites M6 ou sur les services sur lesquels est diffusée la campagne concernée, à des fins de mesure (statistiques analyses, bilans, comptage, etc.) et/ou afin de permettre à l'annonceur d'adapter ses messages publicitaires (en fonction de la localisation ou de critères sociodémographiques notamment), ou toute autre finalité prévue dans l'accord data spécifique, dans le respect des règles data applicables.

En particulier, l'annonceur ne pourra en aucun cas collecter et/ou traiter de données relatives aux utilisateurs des Sites M6 dites « sensibles » au sens des règles data applicables, ni de données concernant des enfants de moins de 16 ans.

Ainsi, avant tout dépôt de cookies, et pour permettre l'établissement éventuel d'un accord data spécifique, le déposant devra porter à la connaissance de M6 Publicité tout élément utile relatif :

- aux caractéristiques techniques des cookies,

- au type d'informations collectées par l'intermédiaire des cookies,
- à la finalité de la collecte d'information effectuée par l'intermédiaire des cookies,
- au(x) destinataire(s) des informations collectées par l'intermédiaire des cookies,
- à la durée de vie des cookies sur le terminal des utilisateurs (étant précisé que les cookies déposés ne devront pas pouvoir être conservés sur les terminaux des utilisateurs au-delà de la durée légale de vie des cookies conformément aux règles data applicables),
- aux lieux d'hébergement et de stockage des données.

Il est rappelé que, dans le cadre des règles data applicables, l'utilisateur doit pouvoir à tout moment, simplement et gratuitement, choisir de refuser l'enregistrement de cookies sur son terminal, ce que l'annonceur, son prestataire et/ou son mandataire reconnaissent et acceptent expressément. En tout état de cause, en cas d'accord data spécifique signé, l'annonceur s'engage à respecter les signaux de consentement ou de non-consentement envoyés par M6 Publicité et à respecter strictement les obligations mises à charge dans le cadre de cet accord data spécifique.

L'annonceur devra notamment garantir, conformément aux règles data applicables relatives à la protection des données, la sécurité des informations collectées suite au dépôt et/ ou au traitement des cookies, le respect de la finalité des informations collectées, la non-utilisation des informations collectées par des tiers autres que le(les) destinataire(s) mentionnés dans l'accord data spécifique, la suppression des cookies au-delà de leur durée de vie, etc.

En cas de manquement par l'annonceur à l'une ou l'autre des obligations susvisées et/ou à toutes règles data applicables, M6 Publicité sollicitera de l'annonceur la mise en conformité, la désactivation ou le retrait des cookies déposés à l'occasion de l'exécution d'une campagne confiée à M6 Publicité, ou refusera l'exécution de l'ordre de publicité portant sur la campagne concernée ou l'interrompra, si un cookie utilisé dans le cadre de ladite campagne n'a pas été déposé ou exploité en conformité avec les règles susvisées. Dans cette hypothèse, l'annonceur sera tenu au paiement de la totalité de la campagne ainsi que, le cas échéant, des frais techniques et de tout dédommagement éventuel lié au dépôt ou au traitement du cookie concerné, sans préjudice de tous dommages et intérêts et frais d'avocats dont le remboursement pourrait être réclamé en justice par M6 Publicité du fait de tout manquement par l'annonceur à ses obligations.

En tout état de cause, M6 Publicité ne sera redevable d'aucune compensation ou indemnité quelconque envers l'annonceur ou tout tiers en cas de tout dysfonctionnement liés aux cookies placés par le déposant et/ou en cas de retard ou annulation de la campagne imputable au manquement par l'annonceur à l'une quelconque des obligations susvisées ou à toutes règles data applicables.

L'annonceur garantit M6 Publicité des préjudices résultant pour cette autre partie d'un manquement de sa part à ses obligations propres prévues par ou découlant de la présente clause et/ou des règles data applicables. A ce titre, l'annonceur s'engage en particulier à tenir M6 Publicité indemne de toute action, contestation, réclamation ou plainte d'un quelconque tiers, ainsi que de toute sanction ou condamnation d'une quelconque autorité ou juridiction, qui aurait

pour origine, cause ou fondement un tel manquement de sa part à ses obligations propres prévues par la présente clause et/ou des règles data applicable.

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 défendeurs.

Les CGV prennent effet à partir du 1^{er} janvier 2023. 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 de **M6 Publicité**.

RTL SANS FILTRE



Cartman © T. Padilla/Agence 1827/FUN RTL Sans Filtre © T. Padilla /Agence 1827 / RTL

07

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

1. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1. Toutes les informations liées à la diffusion publicitaire, notamment les sons et les instructions de diffusion (plans de roulement, textes, références musicales, ...) doivent impérativement et exclusivement être communiquées via CopieStation, la plateforme en ligne dédiée à l'échange de ces informations et commune à l'ensemble des régies radio, accessible à l'adresse **CopieStation.com**. Afin de sécuriser la diffusion et garantir la bonne prise en compte des instructions de diffusion, ces informations doivent être fournies par l'annonceur ou son mandataire : agence média, agence conseil en charge de la création, de la production.

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

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

1.2 Les fichiers audio de diffusion doivent impérativement être livrés au format WAV ou MP3 (256 Kbit/s).

1.3 Chaque envoi de fichier audio de diffusion doit être accompagné des renseignements suivants :

- Annonceur
- Nom du Produit / de la campagne
- Titre du son identique à celui utilisé au sein des instructions

- Durée (format)
- Version du son, si versions multiples
- Dans le cadre d'un son comportant une mention légale pouvant faire l'objet d'alternance (notamment : automobile, ...), préciser la mention concernée par le son
- Références musicales associées à chaque son (titre, auteur-compositeur, éditeur)

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".

1.4 Pour améliorer le confort d'écoute des auditeurs et harmoniser la diffusion des messages au sein des écrans publicitaires, **les sons devront être livrés à un niveau sonore de -9db**

- Si un son ne respecte pas ce niveau, M6 Publicité pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) son(s) fourni(s) sans que l'annonceur puisse s'y opposer, ce que l'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production reconnaissent et acceptent expressément.



1.5 La livraison des fichiers de diffusion à M6 Publicité doit intervenir au plus tard 3 jours ouvrés avant la première diffusion.

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

Si le délai de remise des éléments n’est pas respecté et si les sons et instructions de diffusion n’ont pas été communiquées via **CopieStation.com**, toute erreur ou omission dans la diffusion d’un message publicitaire engageront la seule responsabilité de l’annonceur, ainsi que de son mandataire (agence, production) en charge de l’envoi du son et des instructions de diffusion.

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

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

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

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

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

1.11 L’achat d’espace publicitaire est indépendant de l’achat d’opération de parrainage et n’exclut pas la présence d’annonceurs concurrents sur les émissions parrainées dans ou autour desquelles les écrans publicitaires sont diffusés.

L’annonceur ou son mandataire ayant acheté un espace ne dispose d’aucun droit de regard sur la présence d’un parrain situé autour des écrans publicitaires concernés.



Foudre (RTL2) © N. Kovarik/Agence 1827/RTL2

2. CONFORMITÉ DES MESSAGES

- 2.1** 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, usages, recommandations et/ou chartes et autres engagements régissant la publicité et la communication audiovisuelle ou contraires aux intérêts du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
 - Si l'ARCOM juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du message 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.

2.2 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 audiovisuelle. L'annonceur ou son mandataire s'engage à communiquer ces documents dans les plus brefs délais.

3. RESPONSABILITÉS

- 3.1** Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaître et respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle, en France et dans le pays d'émission des stations. L'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la réglementation, en suivant notamment les recommandations de l'ARPP.
- 3.2** L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production du message publicitaire déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 Publicité et l'éditeur contre toute réclamation et tout recours, et tout particulièrement de la part des auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, interprètes et de toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée par la diffusion du message. En particulier, l'annonceur garantit M6 Publicité et l'éditeur contre tout recours que la société tierce en charge de la création pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire.

3.3 L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production s'engagent à ce que le nom de campagne associé au son et indiqué au sein des instructions de diffusion soit le même que celui de la campagne réservée au planning. Toute diffusion d'un message publicitaire en lieu et place d'un autre son publicitaire, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur. Dans le cas de campagnes portant des noms provisoires, M6 Publicité s'engage à ce que toute confidentialité imposée par l'annonceur, ses mandataires ainsi que la société en charge de la production soit respectée par tous ses collaborateurs. Dans tous les cas, il est impératif qu'au plus tard 10 jours avant diffusion, le nom de campagne associé aux messages publicitaires fournis et celui des campagnes réservées au planning soient rigoureusement identiques. À défaut, la responsabilité de M6 Publicité ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

4. UTILISATION DES ÉLÉMENTS 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.

5. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

5.1 Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité radiophonique. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité radiophonique et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire ou déontologique. Dans ce cadre, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (informations à caractère sanitaire, domaine de l'énergie, crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.).

5.2 Notamment, dans le cadre de la loi Evin, la diffusion des messages de promotion pour les produits alcoolisés devront se faire dans le cadre précis suivant :

- Diffusion uniquement entre 0h et 16h59
- Pas de diffusion possible le mercredi
- Ne pas comporter d'incitation à la consommation (notamment par l'utilisation d'un sound design neutre), ni de critique de la sobriété
- Ne pas s'adresser aux mineurs ni comporter de voix d'enfant

Il est conseillé à l'Annonceur, son mandataire ou l'agence en charge de la création de consulter M6 Publicité en cours de processus créatif afin de valider ces aspects.

5.3 Pour plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif, réglementaire ou déontologique, contactez M6 Publicité.

6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS

STATIONS



ÉLÉMENTS À FOURNIR

- 1 fichier audio WAV ou MP3 (256 Kbit/s) par son
 - ◆ Niveau sonore : -9db
- Transcription texte de chaque son
- Références musicales associées à chaque son (titre, auteur-compositeur, éditeur)
- Instructions de diffusion (dont plans de roulement par station)

Ces éléments devront obligatoirement être adressés par le site [copiestation.com](https://www.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.

DÉLAI DE REMISE DES ÉLÉMENTS

3 jours ouvrés avant la 1^{re} diffusion.

08

DÉFINITIONS

CAMPAGNE RADIO

Diffusion simultanée d'une communication commerciale 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 1^{er} janvier 2023, 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 1^{er} janvier et le 31 décembre 2023 diminué des remises prévues aux présentes CGV.

CAS DE FORCE MAJEURE*

Si une annulation résulte d'un cas de force majeure*, 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.

*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.

09

ANNEXES

Grille des programmes RTL

LUNDI-VENDREDI



CGV
RADIO
2023

59

05H00 : RTL PETIT MATIN

J. FLORIN & M. GIRAUDEAU

JOURNAL
05 01 - Pub
05H09 : MÉTÉO
05 11 - Pub
05H13 : UNE CHANSON, UNE HISTOIRE
05H14 : DISQUE
05H17 : AUDITEURS
05 21 - Pub
05H23 : AH OUAIS
05H26 : LES GROSSES TÊTES
05H27 : LE JEU
05H28 : MÉTÉO
05H30 : JOURNAL
05 31 - Pub
05H40 : MÉTÉO
05H41 : RTL AUTOUR DU MONDE
05 41 - Pub
05H45 : AUDITEURS
05H50 : RÉSEAUX SOCIAUX
05 42 - Pub
05H53 : CA VA BEAUCOUP MIEUX
05H56 : CAVERIVIERE
05H58 : MÉTÉO
06H00 : JOURNAL
MÉTÉO
06 09 - Pub
06H08 : JOURNAL SUITE
06 011 - Pub

06H16 : LES 3 QUESTIONS
06 21 - Pub
06 22 - Pub
06H23 : LVT PREMIÈRE
06H26 : LES GROSSES TÊTES
06H28 : MÉTÉO
06H30 : TOUR DE TABLE
06H31 : JOURNAL
06 39 - Pub
06H37 : JOURNAL
06H40 : MÉTÉO
06 41 - Pub
06H43 : LE SURF DE L'INFO
06 42 - Pub
06H51 : L'ÉDITO D'ALBA VENTURE
06H52 : L'ECO AND YOU
06H54 : AH OUAIS
06 51 - Pub
06H58 : MÉTÉO

07H00 : RTL MATIN

Y. CALVI & A. BÉGOT

JOURNAL
07 09 - Pub
07 11 - Pub
07H13 : L'ÉDITO DE RTL MATIN
07H15 : RTL ÉVÉNEMENT
07 21 - Pub
07H21 : SANS FILTRE
07 22 - Pub

07H28 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES
07H29 : MÉTÉO
07H30 : LE TOUT' INFO
07 39 - Pub
07H38 : LENGLET-CO
07 41 - Pub
07H41 : L'INVITÉ DE RTL MATIN
07 42 - Pub
07H41 : L'INVITÉ DE RTL MATIN
07 51 - Pub
07H56 : L'ŒIL DE - P. CAVERIVIERE
07H59 : MÉTÉO
08H00 : JOURNAL
08 09 - Pub
08H09 : JOURNAL SUITE
08 11 - Pub
08H16 : LE SURF DE L'INFO
08 12 - Pub
08 21 - Pub
08H22 : LE DÉBAT DE RTL MATIN
08H30 : À RETENIR DANS L'ACTUALITÉ
08H31 : MÉTÉO À 7 JOURS
08 31 - Pub
08H35 : FRANCE 2022
08 41 - Pub
08H43 : LA TÉLÉ - I. MORINI BOSC
08H46 : L'ASTUCE DU CHEF - C. LIGNAC
08 51 - Pub
08H51 : LAURENT GUERRA

09H00 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER/J. COURBET

09 01 - Pub
09 11 - Pub
09 21 - Pub
09H30 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER
09 31 - Pub
09 41 - Pub
09 51 - Pub
10H00 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER
10 01 - Pub
10 11 - Pub
10 21 - Pub
10 31 - Pub
10 41 - Pub
10 51 - Pub
11H00 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER
11 01 - Pub
11 11 - Pub
11 21 - Pub
11H30 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER
11 31 - Pub
11 51 - Pub

12H00 : RTL MIDI

P. PRAUD & C. LANDREAU

12H00 : PRÉSENTATION + JOURNAL
12H08 : MÉTÉO
12H09 : UN JOUR CHEZ VOUS



Grille des programmes RTL

LUNDI-VENDREDI



CGV
RADIO
2023
60

12H13 : FOCUS 1
12H22 : FOCUS 2 RTL VOTRE VIE
12H30 : RTL MIDI - JOURNAL
12H43 : FOCUS 3
12H52 : LVT MIDI

13H00 : LES AUDITEURS ONT LA PAROLE / P. PRAUD

13H11 - Pub
13H21 - Pub
13H22 - Pub
13H31 - Pub
13H41 - Pub
13H51 - Pub
14H00 : LES AUDITEURS ONT LA PAROLE
14H01 : AUDITEURS
14H10 : AUDITEURS
14H18 : AUDITEURS
14H24 : DÉBRIEF LAURENT

14H30 : L'HEURE DU CRIME J-A. RICHARD

14H31 - Pub
14H41 - Pub
14H51 - Pub
15H00 : L'HEURE DU CRIME
15H01 - Pub
15H11 - Pub
15H21 - Pub

15H30 : LES GROSSES TÊTES L. RUQUIER

15H31 - Pub
15H41 - Pub
15H51 - Pub
16H00 : LES GROSSES TÊTES
16H01 - Pub
16H11 - Pub
16H21 - Pub
16H31 - Pub
16H41 - Pub
16H51 - Pub
17H00 : LES GROSSES TÊTES
17H01 - Pub
17H11 - Pub
17H21 - Pub
17H31 - Pub
17H41 - Pub
17H51 - Pub

18H00 RTL SOIR J. SELLIER

JOURNAL
18H01 - Pub
18H14 : TEASING
18H17 : BRIGADE RTL 18H19 INVITÉ + AUDITEURS 18H26 TEASING
18H30 : LE RAPPEL DES TITRES/MÉTÉO
18H32 : LES DESSOUS DE L'ACTU
18H35 : LVT DERNIÈRE
18H38 : TEASING

18H40 : ON DEFAIT LE MONDE (LUNDI-JEUDI) C. CINI & J. SELLIER

18H40 : ON REFAIT NOS REGIONS (VENDREDI) J. SELLIER

18H41 : SOMMAIRE (LÀJ)
18H41 : ORNR SOMMAIRE (VEND)
18H42 : ODLM ALLUME LA LUMIÈRE (LÀJ)
18H42 : ORNR LE WINNER DE LA SEMAINE (VEND)
18H44 : ORNR L'HISTOIRE POUR BRILLER EN RÉGION (VEND)
18H46 : ODLM SOUS LES RADARS (LÀJ)
18H47 : TEASING
18H48 : ORNR LE COMBATTANT DE LA

SEMAINE (VEND)
18H49 : ODLM HISTOIRE POUR BRILLER 1 (LÀJ)
18H50 : ODLM WINNER/LOOSER (LÀJ)
18H50 : ORNR LA SPÉCIALITÉ DU VENDREDI (VEND)
18H54 : TEASING
18H55 : ORNR LA CULTURE PRÈS DE CHEZ VOUS (VEND)
18H57 : ODLM L'HISTOIRE POUR BRILLER 2 (LÀJ)
18H58 : ODLM MARCHÉ OU RÊVE (LÀJ)
18H58 : ORNR L'EXPATRIÉ DU VENDREDI (VEND)
18H58 : ORNR L'EXPATRIÉ DU VENDREDI (VEND)
19H00 : JOURNAL (LÀJ)
19H01 : MÉTÉO (LÀJ)
19H02 : TOP HORAIRE (LÀV)
JOURNAL (LÀJ)

19H15 : ON REFAIT LE MONDE (LUNDI-JEUDI) E. BRUNET & AURÉLIE HERBEMONT

19H15 : ILS REFONT LA FRANCE (VENDREDI) A. BOUTON

19H21 - Pub
19H31 - Pub



Grille des programmes RTL

LUNDI-VENDREDI

19 41 - Pub
19 51 - Pub

20H00 : JOUR J
(LUNDI-JEUDI) /F. FLAMENT

20H00 RTL FOOT
(VENDREDI)
E. SILVESTRO & X. DOUMERGUE
& C. GALLI & Y. RIOU & P. SANFOURCHE

20 01 - Pub
20 02 - Pub
20 03 - Pub
20 31 - Pub
20 32 - Pub
20 33 - Pub

21H00 : BONUS TRACK
(LUNDI-JEUDI)/E. JEAN-JEAN

21 01 - Pub
21 02 - Pub
21 03 - Pub
21 31 - Pub
21 32 - Pub
21 33 - Pub

22H00 : PARLONS-NOUS
(LUNDI-JEUDI)/C. DUBLANCHE

22 01 - Pub
22 02 - Pub
22 31 - Pub
22 32 - Pub
22 33 - Pub (vend)

23H00 : PARLONS-NOUS (LÀJ)
23 01 - Pub
23 02 - Pub
23 31 - Pub
23 41 - Pub

23H00 : LA COLLECTION RTL
(VENDREDI) /G. LANG

23 01 - Pub
23 11 - Pub
23 21 - Pub
23 31 - Pub
23 41 - Pub
23 51 - Pub



CGV
RADIO
2023

61



Grille des programmes RTL

SAMEDI



CGV
RADIO
2023

62

04H30 : RTL PETIT MATIN WEEK-END/V. PERROT

04H50 : JEU INFOX
04H55 : HOROSCOPE
05H00 : JOURNAL
05 01 - Pub
05H10 : BEST OF GERRA
05H20 : C'EST ÇA LA FRANCE
05 21 - Pub
05 22 - Pub
05 31 - Pub
05H30 : TITRES FLASH
05H35 : C'EST ÇA LA FRANCE
05 51 - Pub
05 52 - Pub
05H50 : POP CINÉ

06H00 : RTL MATIN WEEK-END/S. CARPENTIER

JOURNAL
06H07 : MÉTÉO 06H08 COURSES
06 01 - Pub
06H12 : AUDITEURS 06H17 DISQUES
06 21 - Pub
06H22 : INFO, CULTURE
06H23 : HOROSCOPE
06H26 : LES GROSSES TÊTES
06 22 - Pub
06H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END
06H30 : LE TOUT'INFO

06 31 - Pub
06H39 : C'EST MON TRUC
06H43 : INFO, CULTURE
06H45 : LES ANIMAUX
06 51- Pub
06 52- Pub
06H52 : CYBER CAFÉ RTL
06H58 : MÉTÉO
07H00 : JOURNAL
07 01 - Pub
07H10 : COURSES
07H12 : RTL EVENEMENT
07 11 - Pub
07H15 : LE JARDIN RTL
07 21 - Pub
07H21 : HOROSCOPE
07H24 : LES GROSSES TÊTES
07H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END
07H30 : LE TOUT'INFO
07H33 : LE TOUT'SPORTS
07 31 - Pub
07H37 : INFO, CULTURE
07 41 - Pub
07H48 : LAURENT GERRA
07H52 : UN BONBON SUR LA LANGUE
07 51 - Pub
07H58 : MÉTÉO
08H00 : JOURNAL
08 01 - Pub
08H12 : COURSES
08 11 - Pub

08H14 : INFO, CULTURE
08H15 : C'EST NOTRE PLANÈTE
08 21 - Pub
08H22 : LES BALADES DE JEAN-SEB
08H28 : MÉTÉO
08H30 : LE TOUT'INFO
08 31 - Pub
08H37 : LE TOUT'SPORTS
08H39 : INFO, CULTURE
08H41 : BIEN CHEZ SOI - S. PLAZA
08 41 - Pub
08H48 : L'INVITÉ DE RTL MATIN
08 51 - Pub
08H57 : RÉSULTAT JEU ROUTARD
08H58 : MÉTÉO
09H00 : JOURNAL
09 01 - Pub
09H11 : RÉSULTAT JEU WE
09 11 - Pub

09H15 : NOUS VOILÀ BIEN F. FLAMENT

09 21 - Pub
09 31 - Pub
09 41 - Pub
09 51 - Pub
10H00 : JOURNAL
10 01 - Pub
10 11 - Pub

10H15 : RTL VOUS RÉGALE JM ZECCA & JS PETITDEMANGE & L. PETITRENAUD

10 21 - Pub
10 31 - Pub
10 41 - Pub
10 51 - Pub
11 01 - Pub
11 11 - Pub
11 21 - Pub

11H30 : ON REFAIT LA TÉLÉ JADE & E. DUSSART

11 31 - Pub
11 41 - Pub
11 51 - Pub
12 01 - Pub
12 11 - Pub
12 21 - Pub

12H30 : LE JOURNAL INATTENDU/O. MEUNIER

12 41 - Pub
12 51 - Pub
12 52 - Pub
13 01 - Pub
13 11 - Pub
13 21 - Pub



Grille des programmes RTL

SAMEDI

13H30 : ENTREZ DANS L'HISTOIRE

L. DEUTSCH

13 31 - Pub
13 41 - Pub
13 51 - Pub

14H00 : ENTREZ DANS L'HISTOIRE

14 01 - Pub
14 11 - Pub
14 21 - Pub

14H30 : LE GRAND STUDIO RTL/E. JEAN-JEAN

14 31 - Pub
14 41 - Pub
14 51 - Pub

15H00 : LE GRAND STUDIO

15 01 - Pub
15 11 - Pub
15 21 - Pub

15H30 : LES GROSSES TÊTES

L. RUQUIER

15 31 - Pub
15 41 - Pub
15 51 - Pub

16H00 : LES GROSSES TÊTES

16 01 - Pub
16 11 - Pub
16 21 - Pub
16 31 - Pub
16 41 - Pub
16 51 - Pub

17H00 : LES GROSSES TÊTES

17 01 - Pub
17 11 - Pub
17 21 - Pub
17 31 - Pub
17 41 - Pub
17 51 - Pub

18H00 : RTL SOIR WEEK-END

V. PARIZOT

JOURNAL

18 01 - Pub
18 21 - Pub
18 22 - Pub

18H30 : ON REFAIT LE MATCH

C. OLIVIER

18 31 - Pub
18 51 - Pub
18 52 - Pub

19H00 : ON REFAIT LE MATCH

19 01 - Pub
19 21 - Pub
19 22 - Pub
19 31 - Pub
19 51 - Pub
19 52 - Pub

20H00 : RTL FOOT

E. SILVESTRO & X. DOUMERGUE
& C. GALLI & Y. RIOU & P. SANFOURCHE

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 : RTL FOOT

E. SILVESTRO & X. DOUMERGUE
& C. GALLI & Y. RIOU & P. SANFOURCHE

22 01 - Pub
22 21 - Pub
22 22 - Pub
22 31 - Pub
22 51 - Pub
22 52 - Pub

23H00 LA COLLECTION RTL

G. LANG

23 01 - Pub
23 21 - Pub
23 22 - Pub
23 31 - Pub
23 51 - Pub
23 52 - Pub

Grille des programmes RTL

DIMANCHE



CGV
RADIO
2023

64

04H30 : RTL PETIT MATIN WEEK-END / V. PERROT

04H50 : JEU INFOX
04H55 : HOROSCOPE
05H00 : JOURNAL / MÉTÉO
05 01 - Pub
05H10 : BEST OF GERRA
05H20 : C'EST ÇA LA FRANCE
05 21 - Pub
05 22 - Pub
05 31 - Pub
05H30 : TITRES FLASH
05H35 : C'EST ÇA LA FRANCE
05 51 - Pub
05 52 - Pub
05H50 : POP CINÉ

06H00 : RTL MATIN WEEK-END / S. CARPENTIER

JOURNAL
06H07 : MÉTÉO
06H08 : COURSES
06 01 - Pub
06H12 : RTL MATIN WE
06H14 : DISQUES
06 21 - Pub
06H20 : RTL MATIN WE
06H23 : LES GROSSES TÊTES
06 22 - Pub

06H28 : TEMPS DE VOTRE WEEK-END
06H30 : LE TOUT'INFO
06 31 - Pub
06H40 : MON HUMBLE AVIS
06H43 : INFO, CULTURE
06H44 : LES ANIMAUX
06 51 - Pub
06H51 : LE DÉFI RTL
06 52 - Pub
06H58 : MÉTÉO
07H00 : JOURNAL
07 01 - Pub
07H09 : COURSES
07H12 : RTL EVENEMENT
07 11 - Pub
07H21 : HOROSCOPE
07H24 : LES GROSSES TÊTES
07 21 - Pub
07H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END
07H30 : LE TOUT'INFO
07H33 : LE TOUT'SPORTS
07 31 - Pub
07H37 : INFO, CULTURE
07H40 : RTL AUTORADIO
07 41 - Pub
07H48 : LAURENT GERRA
07H52 : UN BONBON SUR LA LANGUE
07 51 - Pub
07H58 : MÉTÉO
08H00 : JOURNAL
08 01 - Pub

08H14 : INFO, CULTURE
08 11 - Pub
08H15 : LES RECETTES RTL
08H20 : LES BALADES DE JEAN-SEB
08 21 - Pub
08H28 : MÉTÉO
08H30 : LE TOUT'INFO
08 31 - Pub
08H37 : LE TOUT'SPORTS
08H41 : SCIENCE ET VOUS
08 41 - Pub
08H48 : L'INVITÉ DE RTL MATIN
08 51 - Pub
08H57 : RÉSULTATS JEU ROUTARD
08H58 : MÉTÉO
09H00 : JOURNAL
09 01 - Pub
09 11 - Pub
09H11 : RÉSULTATS JEU WE

09H15 : LAISSEZ-VOUS TENTER / A. MARTIN

09 21 - Pub
09 31 - Pub
09 41 - Pub
09 51 - Pub
10H00 : JOURNAL
10 01 - Pub
10 11 - Pub

10H15 : STOP OU ENCORE E. JEAN-JEAN

10 21 - Pub
10 31 - Pub
10 41 - Pub
10 51 - Pub
11 01 - Pub
11 11 - Pub
11 21 - Pub
11H30 : STOP OU ENCORE
11 31 - Pub
11 41 - Pub
11 51 - Pub

12H00 : LE GRAND JURY O. BOST

12 21 - Pub
12H30 : LE GRAND JURY
12 31 - Pub
12 51 - Pub

13H00 FOCUS DIMANCHE M. BOUHAFSI

13 01 - Pub
13 11 - Pub
13 21 - Pub
13 31 - Pub
13 41 - Pub
13 51 - Pub



Grille des programmes RTL

DIMANCHE



CGV
RADIO
2023
65

14H00 : BON DIMANCHE SHOW

B. GUILLON

- 14 01 - Pub
- 14 11 - Pub
- 14 21 - Pub
- 14 31 - Pub
- 14 41 - Pub
- 14 51 - Pub
- 15 01 - Pub
- 15 11 - Pub
- 15 21 - Pub

15H30 : LES GROSSES TÊTES

L. RUQUIER

- 15 31 - Pub
- 15 41 - Pub
- 15 51 - Pub

16H00 : LES GROSSES TÊTES

- 16 01 - Pub
- 16 11 - Pub
- 16 21 - Pub
- 16 31 - Pub
- 16 41 - Pub
- 16 51 - Pub

17H00 : LES GROSSES TÊTES

- 17 01 - Pub
- 17 11 - Pub

- 17 21 - Pub
- 17 31 - Pub
- 17 41 - Pub
- 17 51 - Pub

18H00 : RTL DIMANCHE SOIR

V. PARIZOT

19H00 : JOURNAL

- 19 01 - Pub
- 19 11 - Pub

19H15 : ON REFAIT LE SPORT

I. LANGE

- 19 21 - Pub
- 19 31 - Pub
- 19 51 - Pub
- 19 52 - Pub

20H00 : RTL FOOT

E. SILVESTRO & X. DOUMERGUE
& C. GALLI & Y. RIOU & P. SANFOURCHE

- 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

G. LANG

- 23 01 - Pub
- 23 21 - Pub
- 23 22 - Pub
- 23 31 - Pub
- 23 51 - Pub
- 23 52 - Pub



10 AVENANTS

AVENANT N°1 - 14/12/2022

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE RADIO 2023

AVENANT N°1 (14/12/2022)

L'article **3.3.EMPLACEMENT PREFERENTIEL** de la partie **04.CONDITIONS TARIFAIRES** des CGV 2023 de la radio nationale publiées le 8 novembre 2022 est modifié et devient :

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 pour les positions tête d'écran (T1), 2e position (T2), 3e position (T3), antépénultième position (F3), avant-dernière position (F2), fin d'écran (F1) :

■ Toutes tranches horaires : **+20%**



CGV
RADIO
2023 | **67**

CONTACT

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

m6publicite@m6.fr

+33 (0)1 41 92 66 66
m6pub.fr

