



# Radio.Audio

CONDITIONS GÉNÉRALES  
DE VENTE 2024

# 01

## NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

# 02

## LA STRATÉGIE RSE ET LES ENGAGEMENTS DU GROUPE M6

- A. Le Groupe M6, engagé par nature
- B. M6 Publicité, des engagements concrets au profit d'une publicité plus responsable
- C. M6 Publicité, des solutions pour valoriser et mettre en lumière les communications responsables et les engagements des marques
- D. Mieux comprendre et mesurer l'impact carbone de nos activités

# 03

## L'OFFRE RADIO AUDIO M6 PUB

- A. Nos marques médias
- B. Nos offres publicitaires

# 04

## NOS CONDITIONS TARIFAIRES

# 05

## LES REMISES COMMERCIALES

# 06

## NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

# 07

## LES ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

# 08

## LES DÉFINITIONS

# 09

## LES ANNEXES



# Radio.Audio

CONDITIONS GÉNÉRALES  
DE VENTE 2024

# L'écosystème du Groupe M6

## 13

### CHAÎNES DE TÉLÉVISION

2<sup>ÈME</sup> GROUPE TV  
24,7% DE PDA AUPRÈS  
DES 25-49 ANS

## 3

### STATIONS DE RADIO

1<sup>ER</sup> GROUPE DE RADIO PRIVÉ  
18,2% DE PDA  
SUR CIBLE ENSEMBLE

## 16M

### D'UTILISATEURS MENSUELS

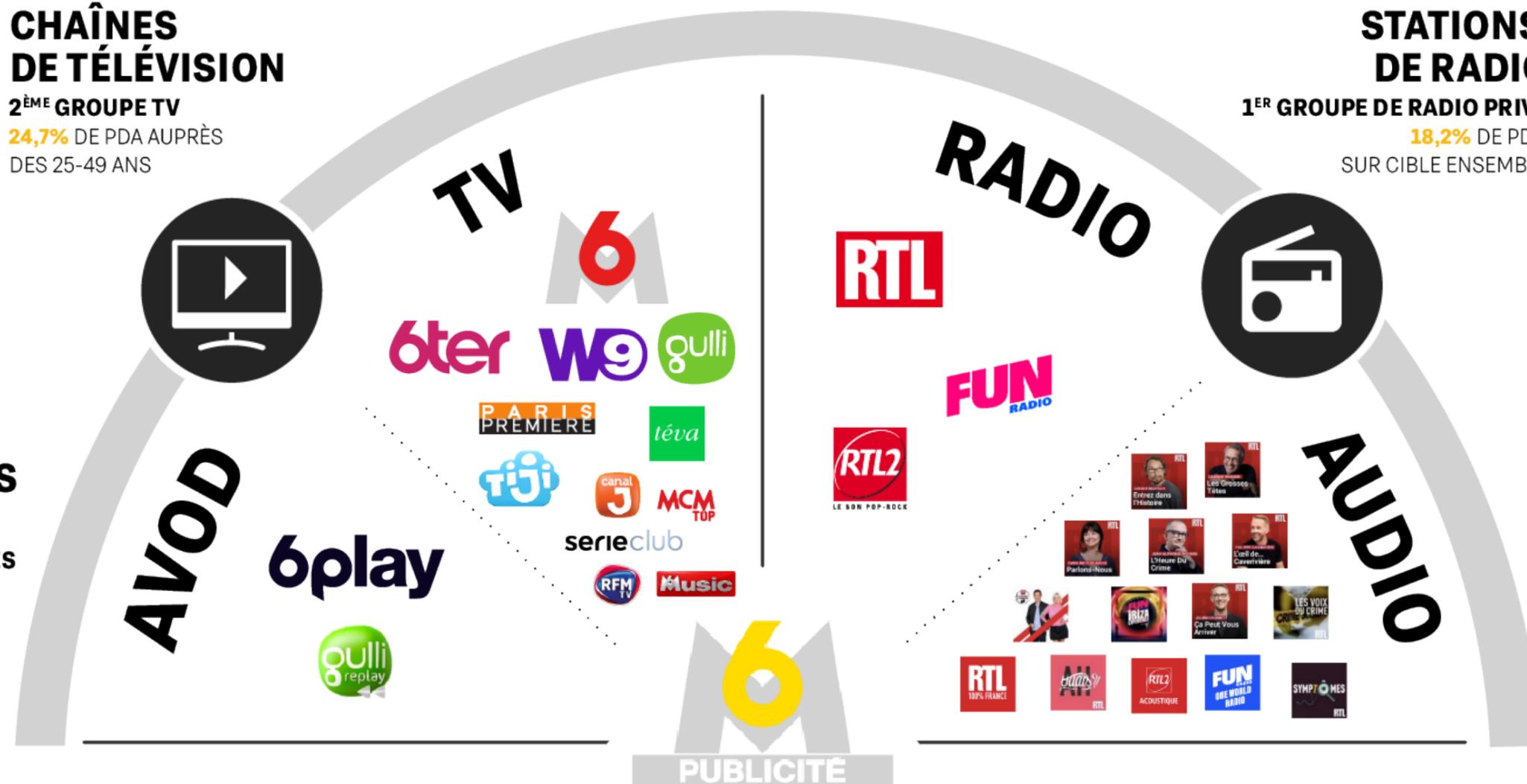
LEADER DES PLATEFORMES GRATUITES  
EN TEMPS PASSÉ  
PAR UTILISATEUR

## 61M

### D'ÉCOUTES PAR MOIS

+100 PODCASTS  
REPLAY  
ET NATIFS  
25 RADIOS  
DIGITALES

UNE OFFRE RÉFÉRENTE



Etude Cross Média Vague 2023.1

TV : Médiamétrie / Médiamat cible 25-49 ans, Sept.2022-Juin2023 (prime time)

Radio : Médiamétrie. EAR Septembre 22-Juin23, LàV, 5h-24h, PDA 13+

Audiigital : Cumul ACPM Live radio, eStat Podcast, eStat Streaming (webradios); moyenne Sept 22-Juin 23

6play : Médiamétrie - Tableau Online 4 écrans - Moyenne Septembre 2022 / Juin 2023 - 6play + Gulli Replay - Cible 4+

Cible 4+



# 3

The background features a gradient from light orange to a darker orange. Overlaid on this are several thick, wavy, overlapping lines in shades of yellow and orange, creating a dynamic, flowing pattern.

01

**NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER**

# My6



ACCÉDER  
À MY6

**My6** est la plateforme de consultation, de gestion des campagnes média développée par M6 Publicité, et qui s'ouvre en 2024 à l'univers radio.

Par cette plateforme, chaque administrateur et/ou utilisateur aura accès, une fois logué, aux documents suivants, et ce dans le respect des **CGU** disponibles sur **My6** :

## ESPACE CLIENT RADIO

- Les confirmations de commandes
- Les justificatifs de diffusion (sur demande)

D'autres éléments sur les campagnes de nos clients pourront être intégrés dans cet espace au cours de l'année 2024.

## TARIFS

Retrouver l'ensemble des grilles tarifaires de toutes nos stations.

## OFFRES & CGV

Prendre connaissance des innovations publicitaires, offres commerciales, CGV, etc.

## ACTUALITÉS

Consulter les communiqués de presse, les actualités des stations, etc.

## ÉTUDES

Retrouver les enseignements clés des études réalisées par M6 Publicité.

## EASY BRIEF : 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 médiaplanning de la vague.



# La step

## STEP BY M6

### LA SOLUTION ADAPTÉE POUR UNE 1<sup>RE</sup> COMMUNICATION

Programme clé en main



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



## ■ PUISSANCE

### BRAND (BOOSTEZ VOTRE BRAND PERFORMANCE !)

- Écosystème plurimédia unique : TV, radio, digital et influence.
- 9 Français sur 10 touchés chaque mois.
- Marques leader : M6 (2<sup>e</sup> chaîne nationale), RTL (1<sup>re</sup> radio privée de France), 6play (16 millions de personnes touchées chaque mois).

## ■ 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.

Études cross médias vague 2023.1  
Médiamétrie - Médiamat - Saison 2022-2023 sur les principales cibles commerciales.  
EAR Avril-Juin 2023, LàV, 5h-24h, Leadership base part d'audience 16 radios commerciales nationales cible 13 ans et +  
Médiamétrie - Tableau Online 4 écrans Cible 4+ - Moyenne Septembre 22/Juin 2023.

# M6 publicité locale

## M6 PUBLICITÉ LOCAL :

### PROXIMITÉ ET EXPERTISE

Une équipe commerciale disponible partout en France afin de répondre à toutes vos problématiques du local au national.

#### ■ TV segmentée & AVOD



#### ■ Radio locales



#### ■ Streaming Live & podcasts



Pour plus d'informations,  
contactez  
Yvan Coffignal  
[yvan.coffignal@m6.fr](mailto:yvan.coffignal@m6.fr)  
06 70 79 21 01

# 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 : Vers l'infini et au-delà !**

**VOIR LES DERNIÈRES OPÉRATIONS**

# Influence

## UN ÉCOSYSTÈME PUISSANT D'AMBASSADEURS

Quel que soit votre univers, M6 Publicité met à disposition de votre marque l'expertise de nos personnalités, afin de vous accompagner au mieux sur vos différents enjeux.

### INFLUENCEURS DIGITAL NATIVE

De puissants créateurs du digital racontent leur quotidien et engagent leur communauté sur leurs réseaux sociaux.



Horia



Sandra



L'atelier de Roxane



Pierre Croce



Natoo



Juju Fitcats



Ludivine Aubourg



Lecoindupatissier



Rachel Trapani

### INFLUENCEURS CANDIDATS TV

Jeunes talents montants issus de nos émissions, plébiscités par le public, ils fédèrent une véritable communauté sur leurs réseaux sociaux.



Danny Khezzer



Camille Delcroix



Pierre Chomet



Lilian Douchet



Maud Leboeuf



Justine Piluso



Mohamed Cheikh



Arnaud Delvenne



Alice Mapr  
(Mariés au premier regard)

### PERSONNALITÉS TV/RADIO

Les visages du Groupe M6, experts de leur domaine, font bénéficier les marques de leur rayonnement, à travers l'écosystème M6.



Cyril Lignac



Cristina Cordula



Philippe Etchebest



Stéphane Plaza



Karine Le Marchand



Stéphane Rotenberg



Bruno Guillon



Flavie Flament



Greg et Justine

# Événementiel



## WILD BUZZ AGENCY

**LEADER ET PIONNIER DES LIEUX DE VIE DÉDIÉS AUX MARQUES ET AUX INSTITUTIONS, PROVOCATEUR D'EXPÉRIENCES**

Une nouvelle approche dédiée à **l'émotion** et à **l'engagement** pour conquérir le cœur des consommateurs.

M6 Publicité et WBA s'unissent pour apporter des réponses aux enjeux médias et hors-médias des marques en s'appuyant sur leur capacité à imaginer, produire et médiatiser des **opérations spéciales inédites et sur-mesure**.

WBA propose aux marques une expérience physique théâtralisée pour créer l'émotion, la disruption et engager une connexion directe avec leurs clients comme avec ceux qui n'ont jamais utilisé leurs produits.

Cette dimension expérientielle est d'autant plus stratégique pour des dispositifs à forte résonance sociale.

Les synergies entre M6 Publicité et Wild Buzz Agency seront nombreuses et permettront de démultiplier le rayonnement des campagnes, des annonceurs, en physique, dans toute la France via 2 axes : l'expérience et l'émotion. C'est une avancée dans la bataille pour gagner en préférence de marque.

# Le Lab6

L'EXPERTISE CRÉATIVE AUDIOVISUELLE DU GROUPE M6



Fort d'un écosystème pluri-média et d'une expertise de plus de 30 ans sur **la création publicitaire** avec le Laboratoire Sonore, le Groupe M6 lance le LAB6, dédié au décryptage des créations publicitaires **TV et Radio**.

## L'OBJECTIF

Sensibiliser les annonceurs sur l'importance de la création publicitaire en matière d'efficacité sonore et vidéo (reconnaissance de marque, compréhension du message, leviers créatifs, ...)

## DEUX ANALYSES POUR TRADUIRE L'EXPERTISE LAB6

- Une analyse marketing développée à partir d'une grille d'analyse de standards créatifs prédictifs dans l'efficacité d'une campagne publicitaire TV ou Radio.
- Une analyse scientifique grâce à notre algorithme Soundbox qui va nous permettre de mesurer la saillance auditive (attention sonore).

**soun(dB)ox**

**Précurseur et innovant, le Laboratoire Sonore a déjà séduit plus d'une centaine d'annonceurs ces dernières années.**



02

**LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6**



**A. Le Groupe M6,  
engagé par nature**

Depuis de nombreuses années, le Groupe M6 s'engage à travers de **nombreuses initiatives** portées sur **ses antennes** avec par exemple 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.

## A1. FONDATION DU GROUPE M6

Le Groupe M6 a créé en **2010** sa **Fondation d'entreprise**, décidant de s'impliquer sur le sujet sensible de **l'univers carcéral**. Cet engagement repose sur une conviction forte que l'entreprise peut **apporter d'autres réponses** aux questions sociétales ; que ce soit par des initiatives sur ses antennes ou au sein de son organisation, le Groupe dépasse son rôle de décryptage de la société pour devenir **acteur de sa transformation**.

Financée par toutes les entreprises du Groupe, la Fondation s'est donnée pour objectif **d'agir pour les personnes qui connaissent ou qui ont connu un épisode carcéral** dans leur vie, afin de **lutter contre la récidive** et **contribuer ainsi à leur réinsertion**.

La Fondation affirme son engagement sur **2 axes centraux** :

- La réinsertion via le retour à l'emploi.
- Les alternatives à l'incarcération.

La Fondation du groupe M6 a soutenu en **2022** une **vingtaine d'associations** qui interviennent au plus près des bénéficiaires. Elle poursuit également un **second but** : avoir un **effet d'entraînement** sur les **entreprises** quant à **l'embauche** des sortants de prison, notamment en partageant **l'expérience du Groupe M6** en matière d'**intégration d'anciens détenus** dans ses effectifs.

La Fondation développe depuis **2015** des **actions en propre**, agissant directement sur le terrain, au contact des bénéficiaires. Le concours « **Au-delà des lignes** », et l'appel à projets « **Impulse le changement** », sont ainsi nés en **réponse à deux causes** qui tiennent particulièrement à cœur à la Fondation : **la lutte contre l'illettrisme et l'éco-citoyenneté**.

La Fondation du Groupe M6 soutient également des **programmes de réinsertion par l'emploi et la formation**. La Fondation du Groupe M6 a apporté son soutien à deux d'entre eux : **L'Université du Café** et **Les Beaux Mets**.

En **juin 2023**, la Fondation d'entreprise du Groupe M6 a reçu le **Prix Or** au **1er Grand Prix de la Responsabilité des Médias** dans la **catégorie Diversité & Inclusion**.

## A2. MISSION HANDICAP

Créée en **2007**, la Mission Handicap a pour objectif de **favoriser le recrutement, l'insertion et le maintien dans l'emploi** des personnes en situation de handicap. Le Groupe a signé, en **2017**, pour les dix ans de la Mission Handicap, son **premier Accord Handicap triennal** ; cet engagement a été **renouvelé et renforcé** en **2020**, par la signature d'un **second accord**, élargi à l'ensemble des sociétés ayant intégré le Groupe depuis 2018, pour les années 2020 à 2022.

Les axes d'engagement de cet accord s'articulent autour de **cinq axes principaux** :

- Le recrutement.
- Le maintien dans l'emploi.
- La formation.
- La sensibilisation.
- Le recours au secteur protégé et adapté.

Tout au long de l'année, la Mission Handicap **propose aux collaborateurs** du Groupe **différents formats de sensibilisation** :

- Duo Day.
- Communication ciblées autour des Journées mondiales handicap.
- Atelier de mise en situation via des casques de réalité virtuelle.
- Etc.





### A3. PLAN D'ACTION RSE DU GROUPE M6

En 2021, grâce à une **consultation** de nos parties prenantes : **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. Aussi, **chaque feuille de route intègre des actions** portant sur les **antennes télévisées et radio** du Groupe, mais **mobilise** également **l'ensemble des collaborateurs** à travers des **actions de formation, de sensibilisation ou d'évolution de certaines pratiques métiers**.

À travers ce plan d'action RSE, le **Groupe M6 s'engage**, auprès de ses publics, de ses partenaires et de ses collaborateurs sur les **chantiers prioritaires** suivants :

#### ÉCOPRODUCTION

**Repenser certaines pratiques de production**, des tournages à la post-production pour **limiter les impacts environnementaux**.

- Groupe M6 : membre du conseil d'administration de l'association **Ecoprod**.
- M6 Unlimited (agence intégrée d'M6 Publicité) : création d'un **guide des éco-gestes**.
- Formation de **70 collaborateurs** à l'**écoproduction** et de **30 collaborateurs** à la **calculatrice carbone**.

#### PÉDAGOGIE AUX MÉDIAS

Donner, en particulier **aux plus jeunes**, les clés pour **comprendre, décrypter, interagir** avec **l'information et l'univers médiatique**.

- Partenariat entre **Gulli** et le **CLEMI** : depuis plus de **10 ans** à l'occasion de la **semaine de la presse et des médias dans l'école**. Pendant plusieurs semaines, Gulli s'est associée à RTL pour **accompagner** et éclairer un groupe d'élèves de 6<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> pour leur permettre de **réaliser leurs premiers reportages radio** sur cinq thèmes qu'ils ont choisis et de vivre leur **premier direct en studio** sur l'antenne de RTL.

#### SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE

**Adapter nos usages numériques quotidiens**, de la **conception** de sites et logiciels plus sobres, à la fin de vie de nos équipements électroniques.

- **Mode Eco-stream** sur **6play** : arrêt de l'autoplay, optimisation de la qualité vidéo, option skip-intro, etc.
- Partenariat avec un chantier d'insertion des **Restos du Cœur** pour donner une seconde vie à nos ordinateurs. Les matériels informatiques revalorisés seront distribués dans le circuit des restos du cœur.
- **20 collaborateurs** sensibilisés à la Fresque du numérique.

#### ANTIGASPILLAGE

**Lutter** contre **tous les types de gaspillage** en réduisant la quantité de déchets.

- Partenariat avec **Les Alchimistes** pour le tri et la revalorisation en compost de 100 % des déchets alimentaires des restaurants d'entreprise du Groupe.
- Partenariat avec le **Chainon Manquant** : structure qui a pour objectif de lutter contre le gaspillage et la précarité alimentaire.

#### ÉGALITÉ DES CHANCES

**Offrir** à tous les individus **les mêmes opportunités** de développement :

- Partenariat avec la **plateforme 2GAP** regroupant des réseaux professionnels féminins afin d'améliorer la visibilité des femmes expertes sur nos antennes.
- Programme de **mentorat féminin** à destination des collaboratrices du Groupe M6.
- Partenariat avec l'association « **Nos quartiers ont du talent** ».
- Partenariat avec l'association « **Rêv'elles** » : qui a pour objectif d'accompagner les jeunes femmes des quartiers populaires à s'affranchir des déterminismes sociaux et sociétaux.

#### EMPREINTE CARBONE

**Mesurer** la **quantité de gaz à effet de serre** émise par l'entreprise dans le cadre de ses activités :

- **Bilan carbone** du Groupe M6 mis à jour en 2023
- **Sensibilisation des collaborateurs** : 1100 collaborateurs sensibilisés à la Fresque du climat.
- **Trajectoire bas carbone** : capitaliser sur les résultats des deux bilans carbone complets réalisés sur les années 2021 et 2022 et prendre des engagements de réduction pragmatiques et cohérents avec les enjeux du Groupe M6.

## A4. DES CONTENUS DÉDIÉS

La **responsabilité** d'un groupe **producteur** et **diffuseur** de contenus repose aussi sur sa volonté de **sensibiliser le grand public** aux enjeux du **développement durable**. Les **enjeux environnementaux** et **leurs actualités** sont présents sur **toutes les antennes du Groupe** et selon des **formes très diverses** : ils sont traités selon la **ligne éditoriale** dans **tous les genres** de programmes (magazines, journaux, documentaires, divertissements, jeux, fictions, animations etc.).

Ils font notamment l'objet de **nombreux sujets** dans les **journaux d'information de M6** (Le 12'45 et Le 19'45). En **2022**, leur nombre a augmenté de **21 %** par rapport à 2021. La création de la rubrique « **Planète responsable** » présentée par Samuel Duhamel est venue enrichir la présence de ces sujets dans les journaux d'information de M6.

La radio **RTL** participe aussi activement à l'action du Groupe M6 pour la promotion de l'écologie et des problématiques relatives au développement durable au travers notamment de l'émission hebdomadaire « **On refait la planète** ».

**6play** veille également à sensibiliser ses 16,6 millions d'utilisateurs mensuels à travers l'offre « **Green** », un catalogue de programmes à consonance écologique avec des **documentaires** ; mais également des **contenus ancrés dans le quotidien des Français** et résolument tournés vers le partage de solutions comme « Objectif Zéro Déchet : un jeu d'enfant » ou « Capital Solutions ».

Par ailleurs, à travers un **dispositif plurimédia inédit** (TV, radio, digital), le Groupe M6 a **mobilisé l'ensemble de ses antennes** pour proposer, au début de l'année **2023** et pour la **4<sup>e</sup> année consécutive**, une programmation thématique exceptionnelle autour des **enjeux environnementaux**.

Du **5 au 12 février 2023**, à l'occasion de la **#SemaineGreen**, les antennes du Groupe M6 (*M6, W9, 6ter, Paris Première, Gulli, RTL, 6play...*) ont ainsi proposé plus de **60 heures** de programmes d'information, de magazines, de cinéma ou encore des divertissements en lien avec l'écologie et l'environnement, chacune avec son ton et sa ligne éditoriale propre.

La mobilisation du Groupe M6 pour l'écologie a sensibilisé une large partie de la population, avec **32,4M° de Français\*** ayant suivi le dispositif éditorial exceptionnel en 2023.

\*Couverture (10 secondes consécutives) des émissions sur les chaînes gratuites ayant participé au dispositif (M6 + W9 + 6ter + Gulli) auprès des Français équipés TV.

## A5. CONTRATS CLIMAT

Dans le cadre des travaux parlementaires autour du projet de loi Climat & Résilience, à partir des réflexions menées par la Convention citoyenne pour le Climat en juin 2020, le **Groupe M6 a fédéré les acteurs de l'audiovisuel** autour des enjeux environnementaux.

La loi Climat & Résilience du 22 août 2021 a notamment chargé l'ARCOM de promouvoir des « **codes de bonnes conduites** », appelés « **contrats-climat** », afin de favoriser des **pratiques plus responsables**, particulièrement en matière de **communications commerciales**.

Le Groupe M6 a souscrit un **1<sup>er</sup> contrat climat** le 30 juin 2022 et renouvelé le 30 juin 2023, pour renforcer son rôle incontournable dans la promotion des comportements vertueux et accompagnant la transition écologique.

Le Groupe M6 s'engage ainsi à plusieurs égards :

■ **Dans ses contenus éditoriaux** : création et exposition de contenus relatifs à des thématiques liées à l'environnement, à sa protection et à la lutte contre le dérèglement climatique, etc.

- **Pour ses communications commerciales** : établissement d'un référentiel commun et de méthodologies partagées de calcul de l'impact carbone des communications, initiatives de l'ARPP particulièrement dans la mise en œuvre stricte de sa Recommandation Développement Durable, etc.
- **Par des actions de sensibilisation internes** et auprès de ses **partenaires**.



SEMAINE GREEN DU 5 AU 13 FÉVRIER



## A6. CHARTE ALIMENTAIRE

Le Groupe M6 est signataire de la charte alimentaire 2020-2024, qui s'inscrit dans les objectifs visés par l'article 9 de la Directive Services Médias (SMAD) et qui est destinée à lutter contre l'obésité en France. Le Groupe s'est ainsi engagé à promouvoir une alimentation saine et équilibrée et une activité physique dans les programmes et les publicités diffusés sur ses chaînes TV et plateformes numériques, mais également dans le cadre d'engagements volontaires sur ses antennes radios.



**B. M6 Publicité,  
des engagements concrets  
au profit d'une publicité plus responsable**

## B1. METTRE EN ŒUVRE DES OPÉRATIONS ENGAGÉES, ANCRÉES SUR LE TERRAIN

M6 Publicité **s'inscrit** pleinement dans **la politique RSE** du Groupe M6 et suit son **plan d'action RSE**. La régie s'engage par des **actions concrètes**, sur le terrain, auprès des **associations**, du **monde rural** et des **marques** ayant entrepris une **démarche éthique** et **durable**.

### TASK FORCE RSE M6 PUBLICITÉ

Dans la continuité de la création de la Direction de l'Engagement en novembre 2020, la **Task Force RSE** de M6 Publicité rassemble des profils de **collaborateurs** des **différents métiers** de la régie (Marketing, Commerce, Production publicitaire, Juridique, RH). Elle a vocation à **développer et mettre en œuvre des initiatives responsables**, qu'elles soient sociétales ou environnementales, qui s'inscrivent dans la **feuille de route RSE** du Groupe M6 ; et destinées aux différentes **parties prenantes** de la régie (annonceurs, agences, collaborateurs M6 Pub etc.). Cette Task Force RSE M6 Publicité agit en **étroite collaboration** avec la Direction de l'Engagement du Groupe M6.

Exemple de projet développé : organisation du 1er Hackathon Engagé M6 Publicité en juin 2023.

### LANCEMENT DU 1<sup>ER</sup> HACKATHON ENGAGÉ BY M6 PUBLICITÉ

En 2023, M6 Publicité a organisé son **1<sup>er</sup> Hackathon engagé** pour faire bénéficier à **5 associations** l'opportunité de collaborer avec des professionnels de la communication. Pendant 24 heures, elles ont travaillé à **l'écriture** de leur **1<sup>er</sup> spot publicitaire TV**. L'association gagnante « **Latitudes** » bénéficiera de la **production de son spot** et de sa **mise à l'antenne** sur les chaînes du Groupe M6 et 6play d'ici fin 2023.

### OPÉRATION « CULTIVONS NOTRE AVENIR » AVEC MIIMOSA

M6 Publicité a développé avec Miimosa, le leader du financement participatif dédié à la transition agricole et alimentaire, le programme « **Cultivons notre avenir** » pour **soutenir** les agriculteurs dans leur **transition agro-écologique** à travers un dispositif inédit. Ce programme est soutenu par **3 annonceurs partenaires**.

Les **4 agriculteurs** porteurs de projets de transition agro-écologique **lauréats** (*méthanisation, transformation alimentaire, biodynamie, pratiques agroécologiques*) bénéficieront d'une **dotations financière de 20 000 €** et d'une **mise en lumière** dans le cadre d'un **programme court** diffusé sur M6 à la rentrée 2023.

### L'ÉVÈNEMENT SOLIDAIRE « TOP CHEF DES POSITIFS »

Un projet initié par le collectif Les Positifs, groupe de **10 jeunes** en situation de handicap moteur âgés de 10 à 20 ans de l'Institut d'Éducation Motrice Christian Dabbadie APF France Handicap de Villeneuve d'Ascq. Le collectif œuvre dans des **actions solidaires** et tend à **recréer du lien social**.

« Top Chef des positifs », est un **concours culinaire** en faveur de **l'inclusivité**. Pour la 2<sup>nd</sup> édition (juin 2023), des grands chefs français ont guidé 6 brigades (*brigade : 1 Chef, 2 jeunes en situation de handicap, 1 personne sénior en ephad, 1 étudiant étranger de la faculté de Lille 3 et 1 salarié du secteur médico-social*) pour préparer des plats dignes de la gastronomie française.

### M6 PUBLICITÉ, PARTENAIRE DU GRAND PRIX DE LA MARQUE ENGAGÉE

Pour la **6<sup>e</sup> année** consécutive, M6 Publicité est partenaire du « **Grand Prix de la Marque Engagée** », organisé par Produrable et Linkup.

Le Grand Prix de la Marque Engagée récompense les entreprises ayant entrepris une démarche éthique et durable dans leur business model à travers **8 catégories** différentes.



## B2. APPORTER DES INSIGHTS AUX ACTEURS DU MARCHÉ

La **publicité** constitue une préoccupation grandissante des Français. Elle joue un rôle essentiel dans la **promotion de modes de consommation plus responsables** et devient un vrai levier de sensibilisation. M6 Publicité accompagne ces clients depuis de nombreuses années en mettant à leur disposition des **études, insights et tendances marché**.

### ÉTUDE BAROMETRIQUE « LE TEMPS DES MARQUES RESPONSABLES »

Depuis 2019, M6 Publicité mène une **étude barométrique** sur **l'évolution des comportements responsables** des Français, la **perception des marques engagées** et les leviers de communication impactant.

En 2023, M6 Publicité a dévoilé la **4<sup>e</sup> édition** de son étude barométrique référente « Le Temps des Marques Responsables » avec son partenaire historique Sociovision.

L'édition 2023 porte sur le défi de la mobilisation positive et interroge « **comment développer durablement une culture de l'engagement ?** ». Elle s'appuie sur les **sciences cognitives** pour comprendre quels sont les **freins psychologiques** et **structurels** à la mise en place de comportements responsables, et comment elles peuvent aider les marques à **renforcer l'efficacité** de leurs communications responsables grâce à l'expertise de l'institut Impact Mémoire.





**C. M6 Publicité, des solutions pour  
valoriser et mettre en lumière  
les communications responsables et les  
engagements des marques**

# S6LIDAIRE

## L'ALTERNATIVE SOLIDAIRE DE LA PUBLICITÉ

### CONCEPT

Diffusion de votre spot en 1<sup>re</sup> position de l'écran publicitaire ou en amont du podcast audio, précédé d'un jingle s6lidaire pour valoriser votre engagement.

### ACTIVABLE

En radio (RTL, RTL2, FUN RADIO) et en audio digital.

### CONCEPT

Interpellez l'auditeur en valorisant votre produit à moindre impact sur l'environnement en radio grâce à dispositifs puissants et enrichi par des jingles contextualisés : Top Chrono Green, EP1 Tremplin Green, EP1 Tremplin Écho Green, Tremplin Green Audio..

### ACTIVABLE

En radio (RTL, RTL2, FUN RADIO) et en audio digital. Sur base du cahier des charges de l'ADEME « Publicité, offre consommation responsable ».

## FAVORISER LA VISIBILITÉ DES PRODUITS À MOINDRE IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT



## LE TEMPS DES COMPORTEMENTS RESPONSABLES

## FAVORISER L'ADOPTION DE NOUVELLES PRATIQUES DE CONSOMMATION

### CONCEPT

Accompagnez le changement en faisant la promotion d'un ou de plusieurs comportements responsables en radio dans notre EP1 Echo, où votre spot sera précédé d'un jingle contextualisé.

### NOUVEAUTÉS

- 2 nouveaux comportements éligibles : Bio-déchets et Sobriété en eau

### ACTIVABLE

En radio (RTL, RTL2, FUN RADIO) et en audio digital.

### CONCEPT

Faites émerger votre message RSE d'un minimum de 30 sec, dans un emplacement premium introduit par un jingle dédié. Un format pédagogique qui permet de mettre en lumière et de renforcer votre engagement sans contrainte de temps.

### EMPLACEMENT

Au choix : EP1 Tremplin, hors écran, écran.

### ACTIVABLE

En radio (RTL, RTL2, FUN RADIO).

## AIDER À MIEUX COMPRENDRE LES CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX

### VOIX ENGAGÉES TESTIMONIAL

Maquettes non contractuelles



**D. M6 Publicité, mieux comprendre  
et mesurer l'impact carbone de nos activités**

## D1. COMPRENDRE ET MESURER L'IMPACT DE NOS ACTIVITÉS PUBLICITAIRES

### ACTUALISATION DU BILAN CARBONE DE M6 PUBLICITÉ

Réalisé pour la 1<sup>re</sup> fois en 2021 et mis à jour en 2022 via le bilan carbone du Groupe M6, le bilan carbone des activités de M6 Publicité intègre **l'ensemble des données de stockage, de diffusion et de lecture des contenus pour tous nos actifs média**, mais également la production des spots et les activités du siège (scope 1+2+3).

Des actions spécifiques visant à diminuer l'empreinte carbone de nos activités de diffusion et de production de M6 Publicité sont en cours de mise en application.

### MESURE DE L'EMPREINTE CARBONE DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Depuis 2 ans, le secteur de la publicité s'est attelé au défi de **mesurer son empreinte carbone**, afin de la diminuer, et de **nombreuses initiatives ont émergé**, de la part des régies, des agences mais aussi de collectifs interprofessionnels et de tiers indépendants.

Dans un souci de **standardisation** de la mesure de l'empreinte carbone des campagnes publicitaires, les différents collectifs interprofessionnels ont fait le choix de **travailler en collaboration** avec leurs membres sur des **référentiels et outils de mesure communs**.

M6 Publicité a pris part activement aux différents travaux du SRI, BDR et du SNPTV et suit le déploiement des outils de mesure en collaboration avec le prestataire en charge : DK.

En juin 2023, le **SNPTV**, accompagné par **BL évolution**, a publié son **référentiel méthodologique** pour la **mesure de l'empreinte carbone** de la **diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire**. Ce référentiel **synthétise l'état de l'art** d'une **réflexion de fond** sur l'empreinte carbone de la diffusion TV qui sera amené à être **complété** et **approfondi** à l'avenir.

Dans cette démarche de développement d'une mesure coordonnée, ce référentiel **sera intégré** d'ici **fin 2023** dans un **calculateur commun** à l'ensemble des régies membres du SNPTV développé par **DK**.

Les **données utilisées** pour ce calculateur sont issues de **données de marché** et de **données moyennisées** validées par le groupe de travail, ainsi que par des **experts** comme **Médiamétrie**.

### LES RÉGIES NATIONALES RADIO ACTEURS CLÉS DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE :

Depuis juin 2022, L'ensemble des **régies nationales radio**, signent annuellement un **contrat climat** sous l'égide de l'Arcom, du CGDD (commissariat général au développement durable) et du Ministère de la transition écologique.

En avril 2023, ce collectif d'acteurs publics et privés, fédéré par le Bureau de la Radio a développé avec la société DK, une mesure de l'empreinte carbone de la diffusion d'un service de publicité radio et audio (exprimée en t CO2e).

### L'OBJECTIF EST DOUBLE

- Convenir d'une **méthodologie de calcul** selon des hypothèses définies collectivement, sur la base de données marché et de l'état de l'art, ainsi que sur des données moyennées pour l'ensemble des régies intégrées au projet, avec l'appui d'un expert tiers, DK

Intégrer ce référentiel dans **un outil commun** à tous les membres afin qu'ils puissent calculer l'impact carbone des campagnes publicitaires radio et audio et partager ces informations auprès de leurs partenaires.

Un projet visant à intégrer les indicateurs d'impact carbone aux bilans des campagnes publicitaires diffusées sur nos actifs est à l'étude, dans le but de rendre ces données disponibles courant 2024.

## D2. RÉDUIRE L'IMPACT DES PRODUCTIONS PUBLICITAIRES

### PUBLICATION D'UN GUIDE DES BONNES PRATIQUES DE PRODUCTION

M6 Unlimited (agence intégrée de M6 Publicité) accompagne ses partenaires et annonceurs vers l'organisation de **tournages plus responsables**. Pour sensibiliser et encourager les producteurs internes, les prestataires et les clients du Groupe à adopter des actions ecoprod, M6 Unlimited a mis en place **un guide de bonnes pratiques des productions**.

Répartis en **cinq thématiques** couvrant l'ensemble du processus, plusieurs conseils sont donnés pour permettre de mieux prendre en compte les enjeux environnementaux des tournages comme :

- Pré-production : penser dès l'écriture du projet aux impacts RSE sur la production et les optimiser.
- Production : mettre en place une régie éco-responsable, privilégier le co-voiturage, optimiser le traitement des déchets et le recyclage des décors.
- En postproduction : privilégier le travail en basse résolution et l'archivage dès que possible.





03

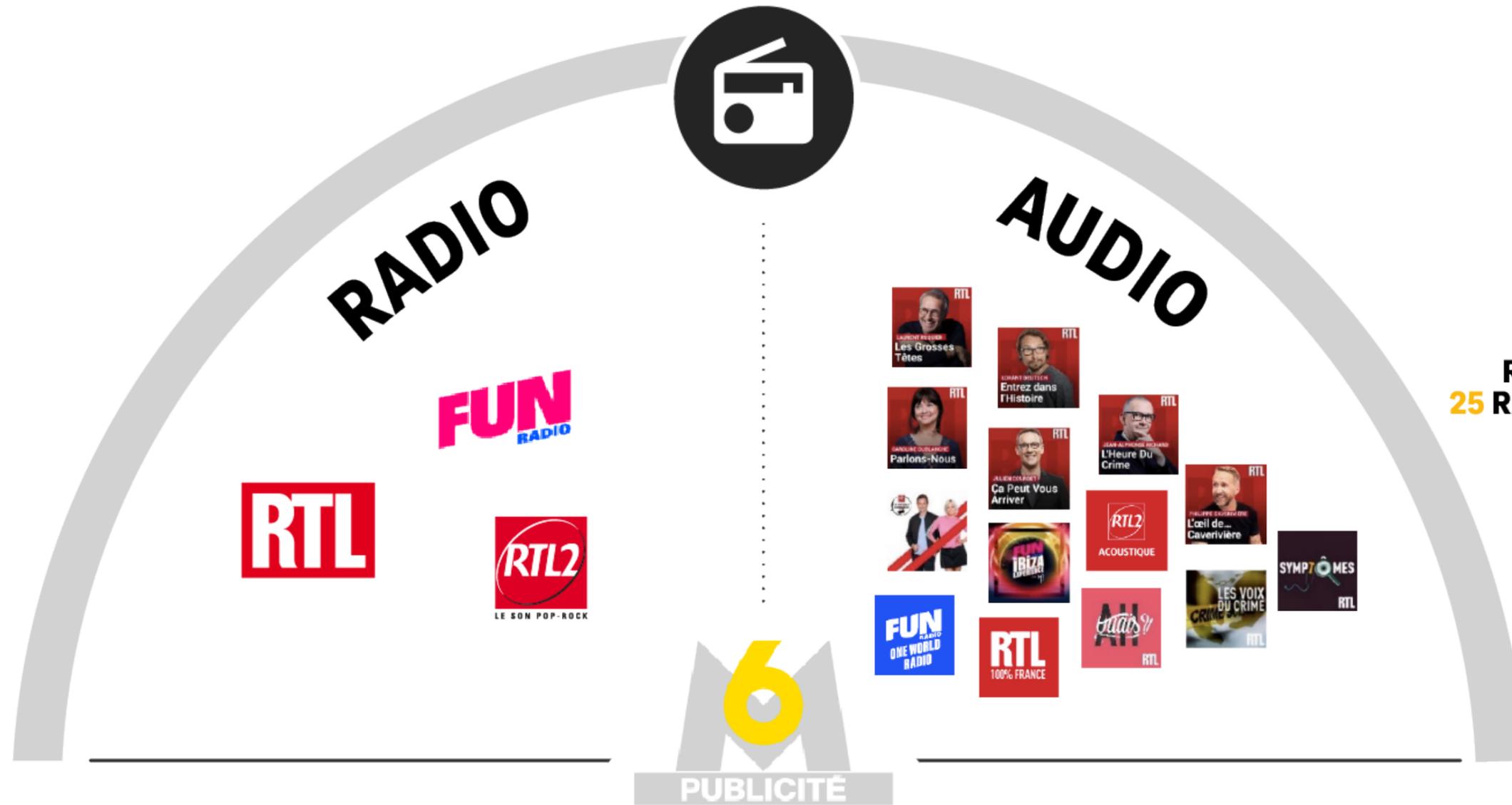
**L'OFFRE RADIO AUDIO  
M6 PUBLICITÉ**



## **A. Nos marques médias**

# L'écosystème radio et audio du Groupe M6

**3**  
**STATIONS**  
**DE RADIO**  
**1<sup>ER</sup> GROUPE**  
**DE RADIO PRIVÉ**  
**18,2% DE PDA**  
**SUR CIBLE ENSEMBLE**



**61M**  
**D'ÉCOUTES**  
**PAR MOIS**  
**+100 PODCASTS**  
**REPLAY ET NATIFS**  
**25 RADIOS DIGITALES**  
**UNE OFFRE RÉFÉRENTE**

Radio : Médiamétrie. EAR Septembre 22-Juin23, LàV, 5h-24h, PDA 13+  
 Audiodigital : Cumul ACPM Live radio, eStat Podcast, eStat Streaming (webradios); moyenne Sept 22-Juin 23

# RTL, RTL2, FUN RADIO

## 3 STATIONS COMPLÉMENTAIRES



### VIVRE ENSEMBLE

**1<sup>re</sup> radio privée de France**  
**5,5M d'auditeurs chaque jour**

La saison 2023/2024 sera celle de la bienveillance et de l'impertinence

RTL souhaite répondre à plusieurs objectifs : apprendre des choses à ses auditeurs, leur permettre de comprendre l'actualité à travers des décryptages et des analyses, et offrir aux auditeurs des moments de détente.

L'information est au cœur de la programmation de la station qui offre des points de vue différents et des angles complémentaires pour se construire et se faire une opinion. L'humour est le 2<sup>e</sup> pilier de la nouvelle grille, avec l'arrivée de Marc-Antoine Le Bret et Alex Wizorek en fin de journée ou encore la 2<sup>e</sup> dose de Philippe Caverivière.



### LE SON POP-ROCK

**1<sup>re</sup> musicale jeune adulte sur les 25-49 ans et les CSPI+**  
**2,1M d'auditeurs chaque jour**

Pour cette nouvelle saison, RTL2 s'entoure à nouveau 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 Marjorie Hache et Zegut, la Radio du Son Pop-Rock propose une nouvelle fois des rendez-vous forts et incarnés par des professionnels de la musique !

RTL2, c'est aussi la radio du live : la station offre à ses auditeurs des rendez-vous privilégiés avec les plus grands artistes du son Pop-Rock, que ce soit dans nos studios, mais aussi aux quatre coins de la France comme les RTL2 Pop-Rock Live.



### ENJOY THE MUSIC

**2<sup>e</sup> morning privé sur les 25-49 ans**  
**1,9M d'auditeurs chaque jour**

FUN RADIO c'est une promesse unique avec du son electro, des DJ et du FUN. Toujours de la bonne humeur sur FUN RADIO avec les rendez-vous incarnés incontournables : la plus longue matinale de France avec Bruno sur FUN RADIO, le Studio de 16h à 19h et le talk-show de Cartman dès 19h !

Les week-ends sont consacrés à la musique avec un positionnement électro ; chaque mois ce sont plus de 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 Experience : Les plus grands DJ de la planète vous donnent rendez-vous le 5 avril 2024 !

\*Médiamétrie EAR National, Septembre 2022-Juin 2023, LàV, Audience Cumulée 13+ et Ranking en Part d'audience base 16 radios commerciales nationales sur cibles.



CGV RADIO 2024

# 27

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES

# NOS CONTENUS PHARES

DÉCLINÉS EN AUDIO DIGITAL

## PODCASTS REPLAY



## PODCASTS ORIGINAUX





## **B. Nos offres publicitaires**

# La radio se digitalise



**20%**

de l'écoute radio se fait sur LE DIGITAL.



**+ 7 PTS**

de couverture grâce à l'audio digital (vs radio) en 5 ans.

# Radio & Audio

## NOS SOLUTIONS POUR ÉMERGER



### PUISSANCE INSTANTANÉE

- Top Chrono



### MÉMORISATION

- EP1 Echo



### ENGAGEMENT

- Gamme 6Green
- Gamme Comportements responsables
- Gamme S6LIDAIRE
- Testimonial



### ÉMERGENCE

- Gamme Tremplin
- Voix antenne audio
- 6break audio
- Audio + display



### INTERACTIVITÉ

- Shake me



### PÉDAGOGIE

- Le format long



# Le Top Chrono se décline aussi le week-end

## PUISSANCE INSTANTANÉE

### 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 30/45 secondes.

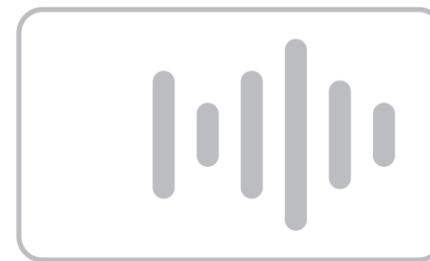
#### ÉMERGENCE

- Écran court exclusif (1 annonceur, max 45 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<sup>re</sup> matinale privée de France avec 3 millions d'auditeurs chaque jour en semaine et plus de 2 millions d'auditeurs le week-end.

Disponible sur RTL dans les écrans 0609/0639/0709/0739/0809 en semaine et dans les écrans 0700/0730/0800 et 0830 le week-end.



RTL MATIN  
RTL MATIN WEEK-END



JINGLE PUB  
COMPTE À REBOURS



VOTRE SPOT



RTL MATIN  
RTL MATIN WEEK-END

DÉCLINABLE EN  
FORMAT GREEN

\*Médiamétrie EAR national Septembre 2022-Juin 2023, Lundi vendredi., 7h-9h et Samedi & Dimanche 6h-9h15 - Cible 13 ans et plus Leadership QHM (périmètre 16 stations commerciales).

# La gamme Tremplin s'enrichit de jingles météo

## ÉMERGENCE

**DONNEZ DE L'ÉLAN À VOTRE SPOT EN 1<sup>re</sup> POSITION DES ÉCRANS PUBLICITAIRES EN RADIO OU EN AMONT DES PODCASTS**

### MÉCANIQUE

Spot en 1<sup>re</sup> position en radio ou en amont du podcast en audio précédé d'un jingle contextualisé selon un temps fort calendaire : jingle contextualisé en fonction de la météo.

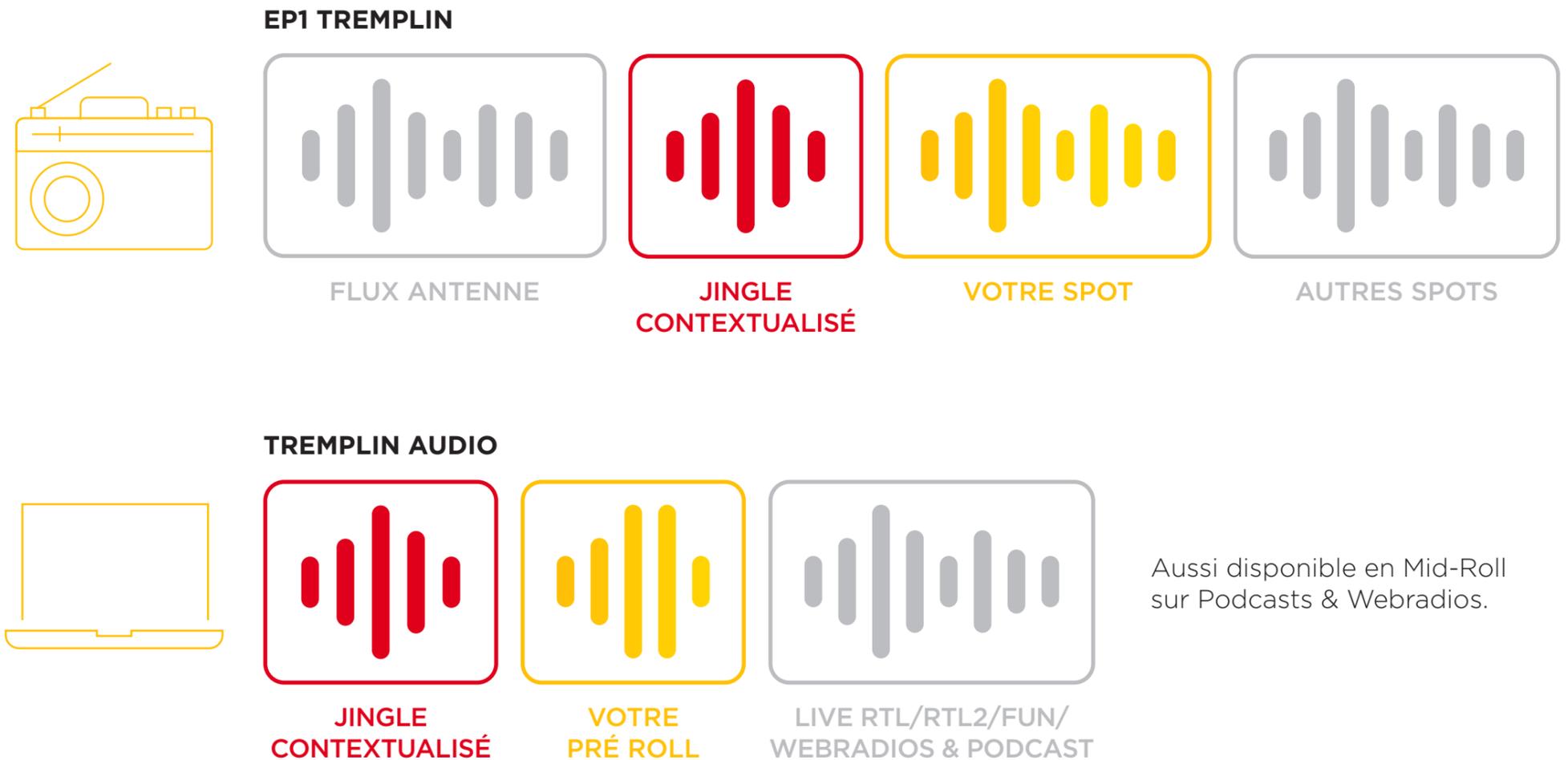
### Contextualisez votre prise de parole en fonction de la météo :

■ Nouveaux jingles Météo : Chaleur et Froid.

### BÉNÉFICES

- +6 points de mémorisation spontanée vs 1<sup>re</sup> position.
- x4 de mémorisation spontanée vs milieu d'écran.

Disponible sur RTL, RTL2, FUN RADIO.



\*Post-test réalisé par Panel Opinion auprès de 600 répondants de 25-59 ans.

# L'EP 1 Echo

## MÉMORISATION

### 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<sup>re</sup> 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<sup>re</sup> 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.



VOTRE SPOT  
EN 1<sup>RE</sup> POSITION



SPOT  
SUIVANT 1



SPOT  
SUIVANT 2



FORMAT  
ÉCHO  
10-15 SEC



SUITE ET FIN  
DE L'ÉCRAN

DÉCLINABLE EN  
FORMAT GREEN

# Offre Happy Hour

PRIVATISEZ UNE HEURE D'ANTENNE SUR L'UNE DE NOS 3 STATIONS



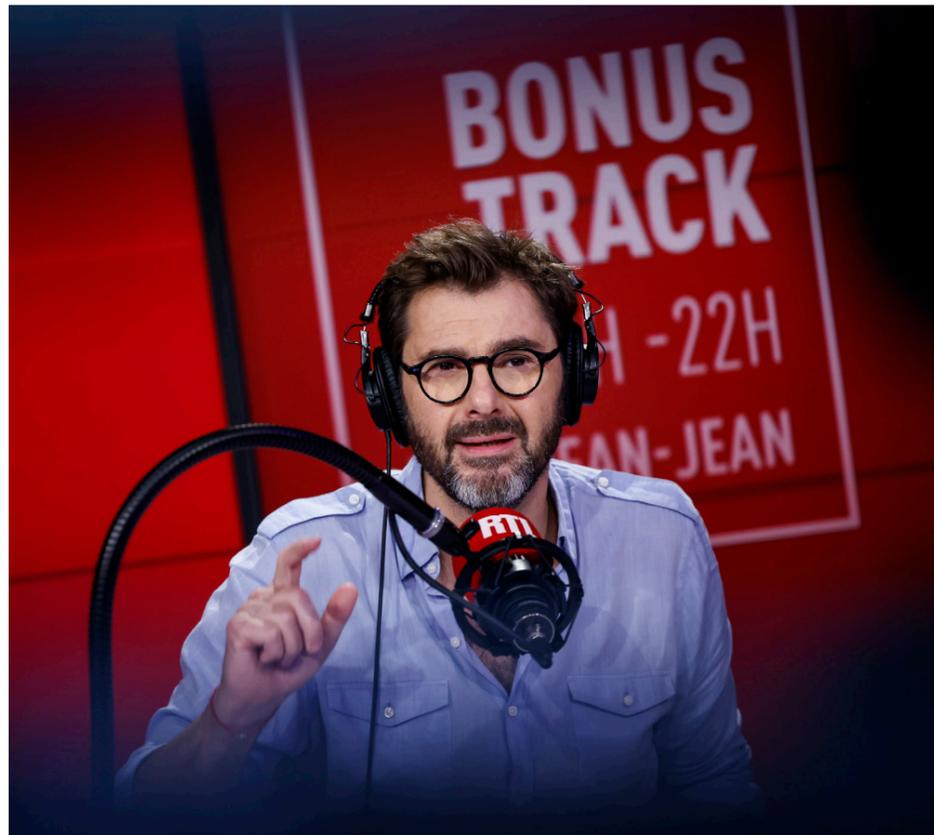
## 1 HEURE

- Pendant la pause déjeuner sur RTL2
- Le soir durant BONUS TRACK sur RTL et l'AFTER sur FUN RADIO

### Un annonceur unique

Messages classiques en entrée et sortie & 6 messages voix antenne durant la privatisation.

Tarifs : nous consulter



LàV 21h-22h/Bonus Track  
E. Jean-Jean



LàV 13h-14h  
Le Son Pop-Rock RTL2



LàV 22h-00h  
L'After FUN RADIO



\*Offre hors publicité locale, sous réserve de validation antenne et de disponibilité planning.

# Un large choix de ciblage

## EN RADIO

**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



Mediametrie



CGV RADIO 2024

36

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES

# Audio Digital

## LA DATA AU CŒUR 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 1<sup>st</sup> party via la DMP 360° du Groupe M6 (complété via de la 3<sup>rd</sup> 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<sup>re</sup> application éditeur à être certifiée par Nielsen.

# L'offre M6 Publicité

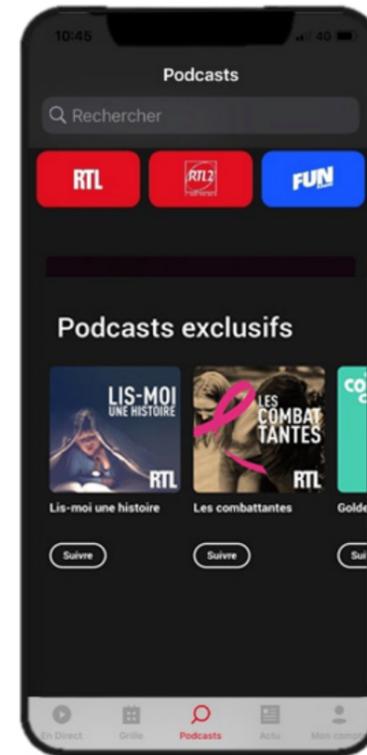
## ACHAT D'ESPACE

### SPONSORING DE PODCAST



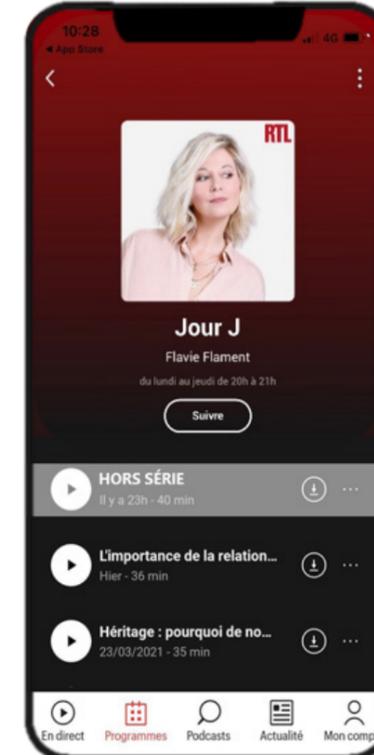
Bénéficiez d'un transfert de valeurs avec une présence de votre marque en 100% de part de voix sur le ou les podcasts de votre choix.

### 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.



# Bénéficiez de la puissance média des podcasts **RTL**

AVEC LA SOLUTION CROSSPOD



Maquette non contractuelle



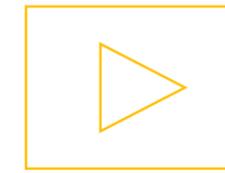
**ASSOCIEZ VOTRE PODCAST**  
à une page émission RTL.



- Une visibilité unique au cœur de l'offre audio RTL.
- Une médiatisation contextuelle renforcée.
- Un boost des écoutes & des abonnements à votre podcast.



**VOTRE ÉPISODE**  
apparaît dans la page  
émission choisie.



**À LA LECTURE**  
une redirection automatique  
vers la page des épisodes  
de votre podcast est faite.

En partenariat avec Audiomeans.

# Le Groupe M6 vous accompagne

DANS LA CONSTRUCTION DE VOS CAMPAGNES RADIO-AUDIO



Afin de référencer l'audio digital dans chaque campagne radio, M6 Publicité s'associe à Pop radio afin de proposer un module médiaplanning audio digital associé à l'offre médiaplanning radio.

Dans le cadre de la digitalisation de la radio, ce module permettra de visualiser un dispositif théorique complet radio-audio.

# Pack Cross Audio

5 CONTEXTES AFFINITAIRES POUR SUIVRE VOS AUDIENCES  
SUR L'ENSEMBLE DES POINTS DE CONTACTS LINÉAIRES ET DIGITAUX

PACK  
**NEWS**



**31 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**



**25 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 : 35K€**

PACK  
**CUISINE**



**24 MILLIONS  
DE CONTACTS**

**RADIO**

- Sponsoring de L'astuce du Chef, La Guinguette d'Angèle et Balades Gourmandes en entrée et sortie
- 4 spots par jour
- Base 8 secondes

**AUDIO DIGITAL**

- Podcasts L'astuce du Chef, La guinguette d'Angèle et Balades Gourmandes

**1 MOIS  
DE CAMPAGNE\***  
**BUDGET : 110K€**

PACK  
**ENTERTAINMENT**



**8,5 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**



**12 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 : 55K€**

Médiamétrie EAR Avril-Juin 23, EAR Insights 2023, période rouge, tarifs au 21 Août 2023 Budget FMA inclus jusqu'à 2 semaines sur l'audio digital/Radio : Contacts cible 13+ tarifs susceptibles de modification

# Pack sponso Radio TV

JOUEZ SUR LA COMPLÉMENTARITÉ DE NOS MEDIAS AVEC DES PERSONNALITÉS INCARNÉES

**RTL** **6** **L'Oeil de Philippe Caverivière**  
PHILIPPE CAVERIVIÈRE



7h55 sur RTL  
13h25 sur M6

**RTL** **6** **Ça peut vous arriver**  
JULIEN COURBET



9h-12h sur RTL  
10h-12h30 sur M6

**RTL2** **W9** **Le Double Espresso**  
GRÉGORY ASCHER  
ET JUSTINE SALMON



6h-9h30 sur RTL2  
7h-9h sur W9

Tarifs : nous consulter



04

**NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES**

# Tarifification

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 2024.

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 formats").

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 2024.

## 2. FIRST MUSIC

First Music est un tarif unique permettant d'acheter simultanément sur une même vague d'un même produit 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 se réserve également le droit de ne pas proposer l'offre FIRST MUSIC sur certaines périodes de l'année, notamment en fonction des disponibilités planning.

Ce tarif correspond à la somme unitaire cumulée des 2 stations et il 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 et n'est pas cumulable avec l'achat d'un Pass 48h.

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 2024.

## 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 2024.

# Modulations



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	62
15	81
20	93
25	97
<b>30</b>	<b>100</b>
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 SAISONNALITÉ
01/01 - 25/02	BLANC	100
26/02 - 07/04	ROUGE	135
08/04 - 21/04	ORANGE	120
22/04 - 12/05	ORANGE	120
13/05 - 14/07	VIOLET	145
15/07 - 25/08	BLANC	100
26/08 - 17/11	BLEU	156
18/11 - 01/12	BLEU	156
02/12 - 24/12	BLEU	156
25/12 - 31/12	BLANC	100

Pour chaque période, les tarifs valables sont ceux indiqués dans le document « Tarifs M6 Publicité Radio 2024 » 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.

# Modulations



## 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 commercialise 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 nets par spot est appliquée à la vague, sauf au sein du Prime de RTL (6h-9h) en lundi-vendredi, où la majoration est portée à 250 euros nets.

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.

\*après par ordre d'arrivée au planning (voir détails des conditions page 49)

# Modulations



### 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), 2<sup>e</sup> position (T2), 3<sup>e</sup> 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 EPI TREMLIN

1<sup>re</sup> position avec jingle thématique.

■ Toutes tranches horaires : **+30%**

### 3.6 EPI ÉCHO

M6 Publicité permet aux annonceurs de faire émerger leurs spots avec une diffusion en 1<sup>re</sup> 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 30/45 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.

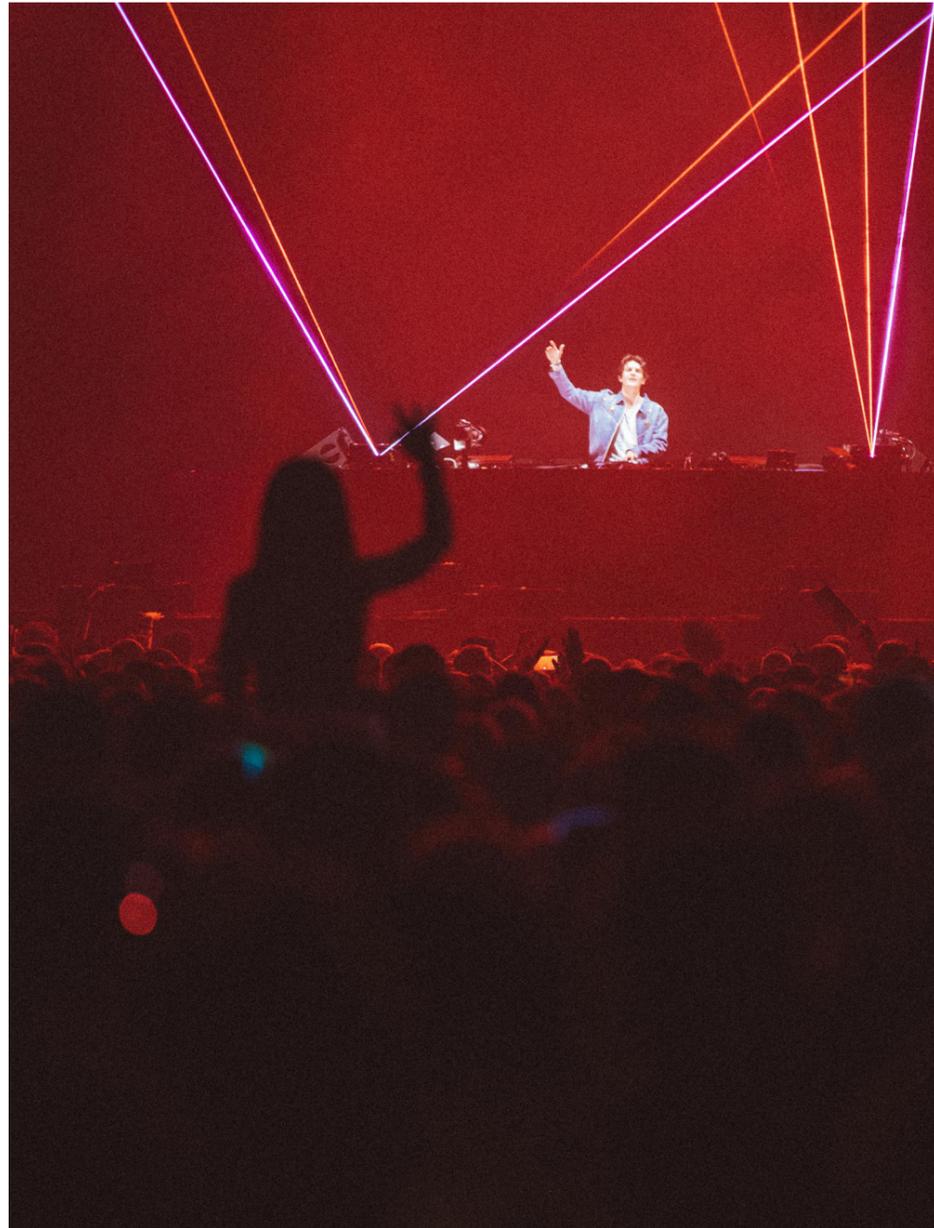
La majoration ne s'applique pas dans les cas suivants :

■ 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).



# 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 45).

L'achat au coût GRP net garanti n'est pas ouvert dans le cadre des écrans First ou écrans 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 par un annonceur sur une station différente de celle demandée initialement.

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,...

# Gestion des demandes planning

Afin de fluidifier au mieux la gestion de la demande et de répondre au plus près à la volonté de ses clients aux moments les plus stratégiques pour eux, M6 Publicité met au point en 2024 un calendrier de priorisation des demandes selon différents critères en fonction d'événements (calendriers notamment) spécifiques.

Les demandes seront traitées prioritairement par M6 Publicité selon l'ordre décroissant suivant :

## SEMAINES DE PORTES OUVERTES AUTOMOBILES\*

- Pass 48h de la famille Automobile/transport
- Pass 48h des autres familles
- Autres campagnes

## SEMAINES D'ACTUALITÉS PROMOTIONNELLES FORTES (SOLDES, BLACK FRIDAY...)\*

- Pass 48h de la famille Distribution
- Pass 48h des autres familles
- Autres campagnes

## AUTRES SEMAINES DE L'ANNÉE

- Pass 48h
- Autres campagnes

En cas de simultanéité de semaines Portes Ouvertes Automobiles et d'actualités promotionnelles fortes, la priorisation sera effectuée de la même façon que sur les « autres semaines de l'année ».

\* Ces semaines sont, à la date de publication des CGV Radio Audio 2024 de M6 Publicité, les suivantes :

### Soldes 2024 :

- Du 10 janvier 2024 au 6 février 2024
- Du 26 juin 2024 au 16 juillet 2024

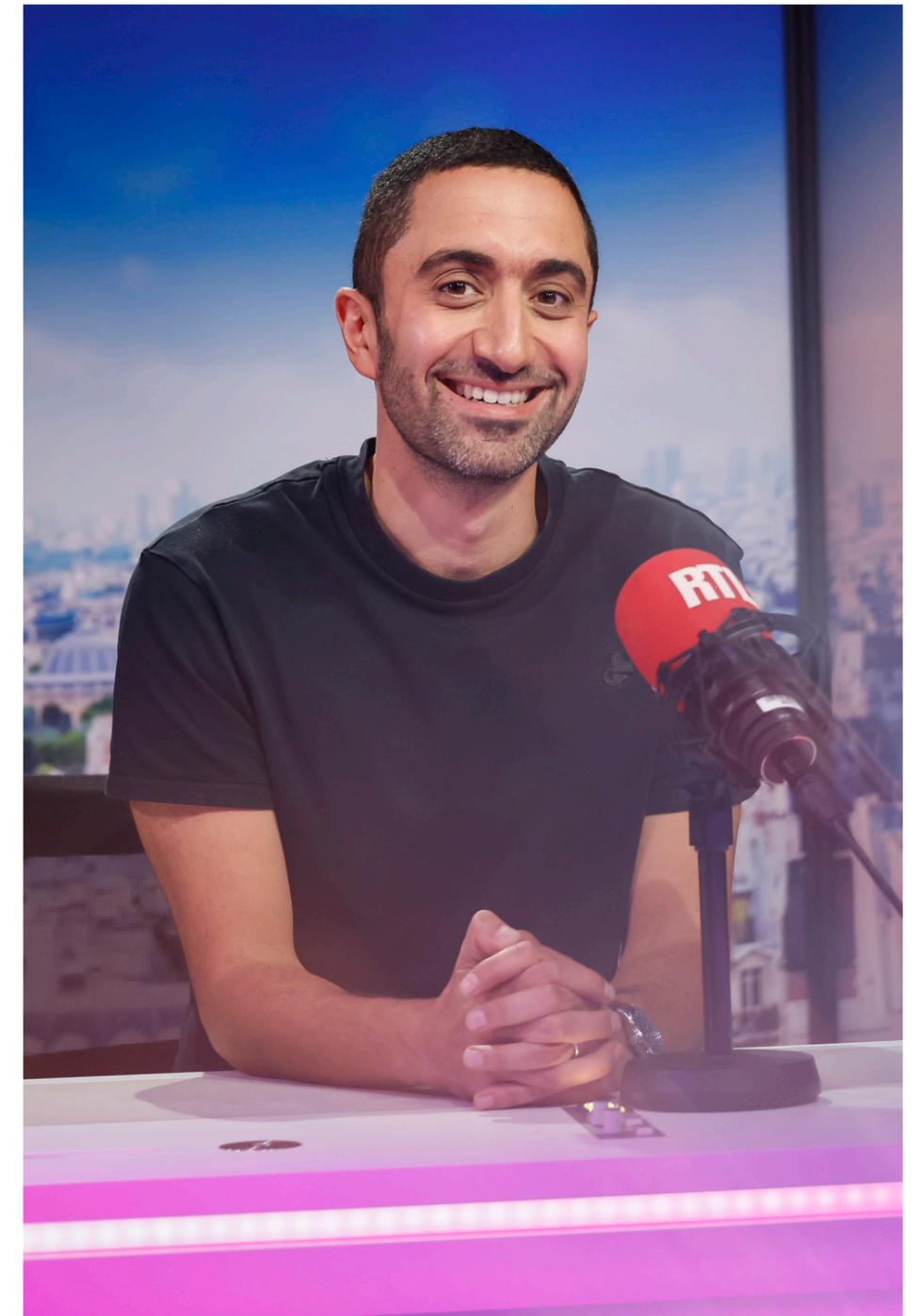
### Black Friday 2024 :

- Du 18 novembre 2024 au 1er décembre 2024

### Journées Portes ouvertes Automobiles 2024 :

- Semaine du 8 au 14 janvier 2024
- Semaine du 11 au 17 mars 2024
- Semaine du 10 au 16 juin 2024
- Semaine du 9 au 15 septembre 2024
- Semaine du 7 au 13 octobre 2024

M6 Publicité se réserve le droit de modifier ces dates (ou d'en ajouter) notamment en fonction du calendrier effectif de ces événements.



# Tarification

## GRÉ À GRÉ : LIVE, WEB RADIOS ET PODCASTS

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	CONTENUS	TARIF NET
	ALL			<b>12€</b>
<b>PACKS</b>	Divertissement, Bien-être, News-business True-crime, Top 15 RTL, Sport	<b>0-30"</b>	Live, Web-radios & Podcasts	<b>13€</b>
<b>SUR MESURE</b>	À la carte		Station, Player live, Web-radio ou Podcast au choix	<b>14€</b>
<b>CIBLAGE DATA</b>		Nous consulter		

### Live



### Podcasts



# Tarification

## PROGRAMMATIQUE : LIVE, WEB RADIOS ET PODCASTS

PROGRAMMATIQUE	OFFRES	FORMAT	CONTENUS	TARIF NET
	ALL			<b>11€</b>
<b>PACKS</b>	Divertissement, Bien-être, News-business True-crime, Top 15 RTL, Sport	<b>0-30"</b>	Live, Web-radios & Podcasts	<b>12€</b>

**PROGRAMMATIQUE GARANTI :  
MINIMUM DE 5 000 EUROS**



05

**LES REMISES  
COMMERCIALES**

L'ensemble des conditions décrites ci-dessous s'applique aux dispositifs achetés sur les stations commercialisées par M6 Publicité en 2024 sur la base des tarifs bruts, des tarifs écrans 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 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024.

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 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024.

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 :

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

### 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. COMMERCIALISATIONS SPECIFIQUES

### 4.1. CAMPAGNES VISANT À PROMOUVOIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

M6 Publicité veille à respecter les contrats climat visant à impulser et accompagner des évolutions de comportements afin de favoriser des modes de vie et de consommation ayant moins d'impact sur l'environnement, aux termes de laquelle il est prévu de « Proposer des conditions commerciales spécifiques, tenant compte de la disponibilité des plannings, pour les campagnes d'information des administrations et des organisations caritatives (à l'exclusion des organisations caritatives liées à des annonceurs ou groupements d'annonceurs), en faveur de pratiques responsables et de l'utilisation de produits moins polluants.

Dans ce cadre, M6 Publicité propose la commercialisation spécifique suivante :

#### 4.1.1. Définition

Une campagne est considérée comme campagne d'information lorsqu'elle émane d'une administration et/ou d'une organisation et que cette campagne promeut des pratiques responsables et l'utilisation de produits moins polluants.

Pour obtenir le statut de telle campagne d'information, les demandes doivent être adressées exclusivement par mail à l'adresse : [adv@m6.fr](mailto:adv@m6.fr) et être accompagnées d'un dossier justifiant le bien-fondé de la demande pour l'année en cours. Seule M6 Publicité est habilitée à qualifier une campagne « d'information visant à promouvoir des pratiques responsables



et l'utilisation de produits moins polluants » au sens des contrats climat. Les campagnes ne bénéficiant pas de ce statut pour l'année 2024 sont soumises au tarif général et aux CGV.

#### 4.1.2 Commercialisation

Les campagnes ayant obtenu le statut de « campagne d'information » telle que définie ci-dessus bénéficient d'un abattement de 40% sur le tarif brut et ne peuvent bénéficier d'autres remises.

### 4.2. CAMPAGNE VISANT À PROMOUVOIR DES PRODUITS ÉCO-RESPONSABLES

#### 4.2.1. Cadre

M6 Publicité souhaite valoriser les efforts des annonceurs les plus engagés en favorisant la visibilité de leurs produits à moindre impact sur l'environnement, en collaboration avec l'ADEME (agence de la transition écologique).



M6 Publicité s'appuie exclusivement sur le cahier des charges « Publicité, offre consommation responsable » établi par l'ADEME. Dans le cadre du développement de nouvelles offres publicitaires visant à distinguer les produits (biens et services) à moindre impact sur l'environnement, l'ADEME a développé une grille de positionnement afin d'éclairer les annonceurs sur les produits qui pourraient bénéficier de ces offres spécifiques.

Ce cahier des charges permet à M6 Publicité de définir si le spot de l'annonceur est éligible aux offres Green.

#### 4.2.2 Conditions d'accès

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. Tous les produits mis en avant dans le spot devront répondre au cahier des charges et être porteurs d'une ou des informations environnementales sélectionnées par l'ADEME.

#### 4.2.3 Commercialisation

Les campagnes relatives à des produits éco-responsables réalisées par des nouveaux annonceurs Groupe M6\* font l'objet d'une commercialisation spécifique sur l'ensemble de nos supports radio.

Elles bénéficient d'un abattement de 55% qui s'applique sur le tarif brut et est valable quelle que soit la date de réservation de l'espace. La remise volume ne s'applique pas sur les montants investis.

### 5. 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.

### 6. 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.

\*Annonceurs n'ayant jamais communiqué sur les stations du Groupe M6.

The background features a gradient from light orange to a darker orange. Overlaid on this are several thick, wavy, overlapping lines in shades of yellow and orange, creating a dynamic, abstract pattern.

06

**NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES  
DE VENTE**



## 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 :

- Reconnaittent 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

## 2. 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

### 3. ATTESTATION DE MANDAT

**3.1.** 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](http://m6pub.fr), n'est valable que pour l'année 2024. Elle doit être adressée par mail au format pdf à l'adresse: [adv@m6.fr](mailto: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.

**3.2.** 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.

**3.3.** 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.

**3.4.** 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.

**3.5.** 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.

**3.6.** 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" \*.

### 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 par un annonceur sur une station différente de celle demandée initialement.

### 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.

\* 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.

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 1/2 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 2024.

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 (Cf. définition page 68), 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.

## 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.

Les campagnes publicitaires programmées sur une période donnée ne pourront en aucun cas se voir appliquer des tarifs valables sur une période d'application différente.



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

PÉRIODE	VAGUE DE RÉFÉRENCE	PUBLICATION DES AUDIENCES	PUBLICATION DES TARIFS	APPLICATION DES TARIFS
1 <sup>er</sup> janvier - 28 janvier 2024	Septembre - Octobre 2023	Jeudi 16 novembre 2023	Vendredi 24 novembre 2023	Lundi 1 <sup>er</sup> janvier 2024
29 janvier - 5 mai 2024	Novembre - Décembre 2023	Jeudi 11 janvier 2024	Vendredi 19 janvier 2024	Lundi 29 janvier 2024
6 mai - 25 août 2024	Janvier - Mars 2024	Jeudi 18 avril 2024	Vendredi 26 avril 2024	Lundi 6 mai 2024
26 août - 31 décembre 2024	Avril - Juin 2024	Mercredi 10 juillet 2024	Vendredi 19 juillet 2024	Lundi 26 août 2024

## 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.

Enfin et dans l'hypothèse où M6 Publicité serait amenée à émettre un avoir à un annonceur ou son mandataire pour le solde des différentes remises à verser à la clôture de l'exercice (au plus tard fin mars 2025), le montant de cet avoir émis par M6 Publicité sera compensé avec les factures échues et non encore payées de l'annonceur concerné.

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.

## 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.), 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 (i) 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 RGPD »), (ii) la Directive 2002/58/CE du 12 juillet 2002 telle que transposée en droit français (« la Directive e-privacy »), (iii) 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.

Chez M6 le « Data Protection Officer » peut être contacté à l'adresse email suivante : [dpo@m6.fr](mailto:dpo@m6.fr).

### 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 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 audio 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.
- 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 accessible ci-après : <https://www.groupem6.fr/rgpd/>

### 13.3 DONNÉES DES UTILISATEURS DES SERVICES 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, sont interdit(e)s :

- Toute collecte ou récupération de données personnelles par quelque moyen que ce soit sur les services média (chaînes de télévision, radios, sites web, applications et autres services) du Groupe M6 (ensemble « les Services M6 »).
- Toute lecture et/ou écriture de cookies sur les terminaux des utilisateurs des Services M6 (désignés les « utilisateurs » ou les « personnes concernées »), ou utilisation de toute technique permettant d'inscrire des informations dans les terminaux des utilisateurs et/ou les Services M6.
- Tout traitement de données personnelles issues de ces cookies, destinés notamment à alimenter ses bases de données propres ou celles de tout éventuel mandataire, prestataire, 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 Services M6.

## B. Exception

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 ») sont des informations de navigation des utilisateurs non directement identifiantes ou identifiables concernant les contenus consultés sur les Services M6, 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 socio-démographiques 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 Services 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 et/ou des Services M6 (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 reconnaît et accepte 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.

## 13.4 OBLIGATIONS GÉNÉRALES DES PARTIES EN MATIÈRE DE DATA

En tout état de cause, si la collecte et le traitement de données personnelles sont autorisés, les Parties sont tenues de respecter les obligations suivantes.

### A. Obligations communes des parties

**a.** Chaque partie est seule responsable de procéder aux modifications et suppressions nécessaires sur ses propres bases de données, systèmes d'information et fichiers de toute nature pour donner effet aux droits que tiennent les personnes concernées en application des règles data applicables, lorsque les conditions d'exercice de ces droits sont remplies.

**b.** Chaque partie pourra être point de contact pour la réception et le traitement des demandes d'exercice des droits des personnes concernées. Chaque partie s'engage à ce titre à publier une adresse électronique de contact à destination des personnes concernées pour l'exercice de leurs droits, à assurer le suivi et le traitement des demandes reçues à cette adresse électronique ainsi que par toute autre voie, et à informer l'autre partie dans les meilleurs délais, des actions à mener pour faire droit à ces demandes, le cas échéant. L'autre partie pourra, sans y être jamais obligée, participer à l'examen et au traitement des demandes reçues par la partie contactée en premier lieu et ladite partie pourra en retour solliciter son aide ou son avis dans le cadre de cet examen et de ce traitement, lorsque cela apparaîtra pertinent.

**c.** Les parties s'engagent à assurer à tout moment un niveau adéquat de sécurité des traitements et de confidentialité des données des personnes concernées, pour autant que et dans la mesure où leurs infrastructures, systèmes d'information, personnels, documentations, bases de données ou sous-traitants respectifs sont impliqués dans les traitements concernés.

d. En cas de violation de données, la partie responsable s'engage à le notifier à la CNIL dans les meilleurs délais, au plus tard dans les 72 heures.

### B. Obligations de l'annonceur

L'annonceur s'engage à, conformément aux exigences des règles data applicable :

- Avoir informé les personnes concernées relativement aux traitements effectués par l'annonceur et M6 Publicité prévus dans cet article.
- Collecter le consentement valide des personnes concernées à des fins de segmentation et de publicité ciblée par l'annonceur, via une Consent Management Platform conforme aux exigences des règles data applicable.
- Ce que chaque adresse email soit cryptée par l'annonceur avant d'être mis à disposition de M6 Publicité (mode de cryptage universel « MD5 » ou « SHA256 »).
- Tenir à disposition de M6 Publicité, et à lui communiquer à première demande écrite, tout document ou preuve nécessaire pour démontrer son respect de la présente clause ainsi que des règles data applicables.
- Répercuter les signaux de non-consentement / refus à M6 Publicité en temps réel (car 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 et/ou le traitement de ses données personnelles (« opt-out »), ce que l'annonceur reconnaît et accepte expressément).
- Respecter strictement les obligations mises à charge dans le cadre de cet article, de l'accord data spécifique et des règles data applicables.
- Fournir, le cas échéant, le contact de son « Data Protection Officer ».

L'annonceur garantit M6 Publicité contre tout préjudice 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.

### C. Obligations de M6 Publicité

M6 Publicité s'engage à :

- N'utiliser les données des personnes concernées que pour l'annonceur en question, à des fins de segmentation et de publicité ciblée sur les Services M6 ou pour tout traitement autorisé par l'annonceur.
- Ne pas utiliser les données concernées à des fins d'enrichissement de la base M6.
- Ne pas monétiser les données auprès de tiers.
- Ce que les données concernées soient supprimées dès la fin de la campagne ou conservées pour une vague de campagne ultérieure uniquement sur demande et avec accord de l'annonceur en question.

## 14. CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE

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.)

## 15. COMPÉTENCE

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

Les CGV prennent effet à partir du 1er janvier 2024. 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.

The background features a gradient from light orange to a darker orange. Overlaid on this are several thick, wavy, overlapping lines in shades of yellow and orange, creating a dynamic, abstract pattern.

07

**LES 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](mailto: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 entraînant 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.

## 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 l'ARPP et 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<sup>re</sup> diffusion.



08

# LES 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<sup>er</sup> janvier 2024, 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 1/2 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<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2024 diminué des remises prévues aux présentes CGV.

## CAS DE FORCE MAJEURE

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.

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.



09

**LES ANNEXES**

# Grille des programmes

LUNDI-VENDREDI

## 05H00 : RTL PETIT MATIN

J. FLORIN & M. GIRAUDEAU

### 05H00 : JOURNAL

05 01 - Pub

05H09 : LA VIZIOCONFÉRENCE

05 11 - Pub

05H11 : UNE CHANSON, UNE HISTOIRE

05 21 - Pub

05H21 : ON VOUS EN PARLE

05H26 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

05H27 : LE JEU

05H28 : MÉTÉO

### 05H30 : JOURNAL

05H41 : RTL AUTOUR DU MONDE

05 31 - Pub

05 41 - Pub

05 42 - Pub

05H49 : ÇA VA BEAUCOUP MIEUX

05H52 : LE CONSEIL CONSO

05H58 : MÉTÉO

### 06H00 : JOURNAL

06 09 - Pub

06H10 : LE SURF DE L'INFO

06 11 - Pub

06H15 : LES 3 QUESTIONS

06 21 - Pub

06H22 : LVT PREMIÈRE

06 22 - Pub

06H25 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

06H28 : MÉTÉO

### 06H30 : JOURNAL

06 39 - Pub

06 41 - Pub

06 42 - Pub

06H43 : UN POINT C'EST TOUT !

06H45 : LA PLUIE ET LE BEAU TEMPS

06H50 : L'ÉCO & YOU

06 51 - Pub

06H53 : LES POURQUOI DE L'INFO

06H57 : MÉTÉO

## 07H00 : RTL MATIN

Y. CALVI & A. BÉGOT

### 07H00 : JOURNAL

07 09 - Pub

07 11 - Pub

07H13 : L'EDITO DE ALBA VENTURA

07H16 : RTL ÉVÉNEMENT

07 21 - Pub

07H20 : ENTREZ DANS L'HISTOIRE

07 22 - Pub

07H28 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

07H29 : MÉTÉO

### 07H30 : LE TOUT' INFO

07 39 - Pub

07H41 : LENGLET-CO

07 41 - Pub

07 42 - Pub

07H44 : L'INVITÉ DE RTL MATIN

07 51 - Pub

07H52 : L'ŒIL DE - P. CAVERIVIERE

07H59 : MÉTÉO

### 08H00 : JOURNAL

08 09 - Pub

08H09 : RTL VOUS EXPLIQUE

08H15 : LE SURF DE L'INFO

08 11 - Pub

08 12 - Pub

08H20 : LE DÉBAT

08 21 - Pub

08H29 : RAPPEL DES TITRES ET MÉTÉO

08 31 - Pub

08H34 : LE 2ÈME OEIL DE PHILIPPE CAVERIVIÈRE

08H38 : ÇA VA BEAUCOUP MIEUX

08 41 - Pub

08H43 : ON REFAIT LA TÉLÉ

08H46 : LES RECETTES CYRIL LIGNAC

08 51 - Pub

08H51 : LAURENT GERRA

## 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 : JOURNAL

10 01 - Pub

10 11 - Pub

10 21 - Pub

10 31 - Pub

10 41 - Pub

10 51 - Pub

### 11H00 : JOURNAL

11 01 - Pub

11 11 - Pub

11 21 - Pub

### 11H30 : ÇA PEUT VOUS ARRIVER

11 31 - Pub

11 51 - Pub

## 12H00 : RTL MIDI

C. LANDREAU

### 12H00 : PRÉSENTATION + JOURNAL

12 01 - Pub

12 11 - Pub

12H09 : L'INVITÉ DE RTL MIDI

12H13 : FOCUS 1

12 21 - Pub

12H22 : FOCUS 2 RTL VOTRE VIE

### 12H30 : JOURNAL

12 31 - Pub

12H43 : FOCUS 3

12 32 - Pub

12H52 : LVT MIDI

12 33 - Pub



CGV RADIO 2024

70

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES

# Grille des programmes

LUNDI-VENDREDI

## 13H00 : LES AUDITEURS ONT LA PAROLE / E. BRUNET

13 11 - Pub  
13 21 - Pub  
13 22 - Pub  
13 31 - Pub  
13 41 - Pub  
13 51 - Pub

## 14H00 : JOURNAL

14H03 : À L'AUTRE BOUT DU MONDE

14 01 - Pub

14H10 : AUDITEURS

14 11 - Pub

14H18 : AUDITEURS

14 21 - Pub

14H24 : DÉBRIEF

## 14H30 : L'HEURE DU CRIME

J-A. RICHARD

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

## 15H00 : L'HEURE DU CRIME

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 : JOURNAL

16 01 - Pub  
16 11 - Pub  
16 21 - Pub

## 16H30 : LES GROSSES TÊTES

16 31 - Pub  
16 41 - Pub  
16 51 - Pub

## 17H00 : JOURNAL

17 01 - Pub  
17 11 - Pub  
17 21 - Pub

## 17H30 : LES GROSSES TÊTES

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

## 18H00 RTL BONSOIR !

J. SELLIER & M. CALAIS & C. CINI

## 18H00 : JOURNAL

18 01 - Pub  
18 11 - Pub

18H13 : LE BRET KING NEWS

18H19 : L'INVITÉ DE RTL SOIR

18 21 - Pub

18H30 : LA VIZIOCONFÉRENCE

18 31 - Pub  
18 32 - Pub  
18 33 - Pub

18H42 : L'INVITÉ DE RTL SOIR

## 18H45 : ON REFAIT NOS REGIONS (VENDREDI)

M. CALAIS & V. PARIZOT

18H46 : LE WINNER LOOSER DE L'ACTU

18H52 : LA SPÉCIALITÉ DU VENDREDI

## 19H00 : JOURNAL

19 01 - Pub  
19 11 - Pub

## 19H15 : ILS REFONT LA FRANCE (VENDREDI)

A. BOUTON

19 21 - Pub  
19 31 - Pub  
19 41 - Pub  
19 51 - Pub

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

## 20H00 RTL FOOT (VENDREDI)

E. SILVESTRO & X. DOMERGUE & C. GALLI & Y. RIOU

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

## 21H00 : RTL FOOT (VENDREDI)

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

## 22H00 : RTL FOOT (VENDREDI)

22 01 - Pub  
22 02 - Pub  
22 31 - Pub  
22 32 - Pub

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

23 01 - Pub  
23 02 - Pub  
23 31 - Pub  
23 41 - Pub



CGV RADIO 2024

71

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES

# Grille des programmes

**SAMEDI**

## 05H00 : RTL PETIT MATIN WEEK-END / V. PERROT

**05H00 : JOURNAL**

05 01 - Pub

05H20 : C'EST ÇA LA FRANCE

05 21 - Pub

05 22 - Pub

05 31 - Pub

05H50 : RTL POP CINÉ

05 51 - Pub

05 52 - Pub

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

**06H00 : JOURNAL**

06H07 : MÉTÉO

06H08 : COURSES

06 01 - Pub

06H12 : TOUR DE TABLE

06H17 : DISQUES

06 21 - Pub

06 22 - Pub

06H22 : HOROSCOPE

06H26 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

06H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END

**06H30 : JOURNAL**

06H37 : LA FRANCE S'ENGAGE

06 31 - Pub

06H43 : INFO, CULTURE

06H45 : LE BEST OF DE LAURENT GERRA

06 51 - Pub

06H52 : LES ANIMAUX

06 52 - Pub

06H58 : MÉTÉO

**07H00 : JOURNAL**

07 00 - Pub

07 01 - Pub

07H10 : COURSES

07 11 - Pub

07H12 : RTL EVENEMENT

07H17 : LE JARDIN RTL

07H21 : HOROSCOPE

07H24 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

07 21 - Pub

07H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END

**07H30 : JOURNAL**

07 30 - Pub

07 31 - Pub

07H40 : LES LIVRES ONT LA PAROLE

07 41 - Pub

07H48 : LE CYBER CAFÉ RTL

07 41 - Pub

07H48 : LAURENT GERRA

07 51 - Pub

07H52 : BONBON SUR LA LANGUE

07H58 : MÉTÉO

**08H00 : JOURNAL**

08 00 - Pub

08 01 - Pub

08H10 : COURSES

08 11 - Pub

08H14 : C'EST NOTRE PLANÈTE

08H21 : BALADES GOUMANDES

08 21 - Pub

08H28 : MÉTÉO

**08H30 : JOURNAL**

08 30 - Pub

08 31 - Pub

08H40 : BEST-OF CAVERIVIÈRE

08 41 - Pub

08H42 : BIEN CHEZ SOI

08H48 : L'INVITÉ RTL

08 51 - Pub

08H58 : MÉTÉO

**09H00 : JOURNAL**

09 01 - Pub

## 09H15 : ÇA VA BEAUCOUP MIEUX / F. FLAMENT & J. MOHAMED

09 11 - Pub

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

**11H00 : JOURNAL**

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

**12H00 : JOURNAL**

12 01 - Pub

12 11 - Pub

12 21 - Pub

## 12H30 : LE JOURNAL INATTENDU / N. RENOUX

12 41 - Pub

12 51 - Pub

12 52 - Pub

13 01 - Pub

13 11 - Pub

13 21 - Pub

## 13H30 : ENTREZ DANS L'HISTOIRE

L. DEUTSCH

13 31 - Pub

13 41 - Pub

13 51 - Pub

**14H00 : JOURNAL**

14 01 - Pub

14 11 - Pub

14 21 - Pub



CGV RADIO 2024

72

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES

# Grille des programmes

**SAMEDI**

## 14H30 : CONFIDENTIEL

*/O. MEUNIER*

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

## 15H00 : JOURNAL

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 : JOURNAL

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

## 17H00 : JOURNAL

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

## 18H00 : LE JOURNAL RTL

*V. PARIZOT*

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

## 18H15 : LE GRAND STUDIO

*RTL / E. JEAN JEAN*

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

## 19H00 : ON REFAIT

*LE MATCH / P. SANFOURCHE*

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

## 22H00 : RTL FOOT

*E. SILVESTRO & X. DOMERGUE  
& C. GALLI & Y. RIOU*

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



CGV RADIO 2024

73

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES

# Grille des programmes

## DIMANCHE

### 05H00 : RTL PETIT MATIN WEEK-END / V. PERROT

#### 05H00 : JOURNAL

05 01 - Pub

05H20 : C'EST ÇA LA FRANCE

05 21 - Pub

05 22 - Pub

05 31 - Pub

05H50 : RTL POP CINÉ

05 51 - Pub

05 52 - Pub

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

#### 06H00 : JOURNAL

06H07 : MÉTÉO

06H08 : COURSES

06 01 - Pub

06H12 : TOUR DE TABLE

06H17 : DISQUE

06 21 - Pub

06H22 : HOROSCOPE

06H26 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

06 22 - Pub

06H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END

#### 06H30 : JOURNAL

06H38 : LES PORTRAITS DE PHILIPPE  
BOUVARD

06 31 - Pub

06H45 : LE BEST-OF DE LAURENT GERRA

06 51 - Pub

06H52 : LES ANIMAUX

06 52 - Pub

06H58 : MÉTÉO

#### 07H00 : JOURNAL

07 00 - Pub

07 01 - Pub

07H10 : COURSES

07 11 - Pub

07H12 : RTL EVENEMENT

07H17 : LE JARDIN RTL

07H21 : HOROSCOPE

07H24 : LA MINUTE DES GROSSES TÊTES

07 21 - Pub

07H28 : LE TEMPS DE VOTRE WEEK-END

#### 07H30 : JOURNAL

07 30 - Pub

07 31 - Pub

07H40 : AUTO-RADIO

07 41 - Pub

07H48 : LE DÉFI RTL

07H52 : BONBON SUR LA LANGUE

07 51 - Pub

07H58 : MÉTÉO

#### 08H00 : JOURNAL

08 00 - Pub

08 01 - Pub

08H10 : COURSES

08H14 : LES RECETTES DE PIERRE  
HERBULOT

08 11 - Pub

08H21 : BALADES GOUMANDES

08 21 - Pub

08H28 : MÉTÉO

#### 08H30 : JOURNAL

08 30 - Pub

08 31 - Pub

08H40 : BEST-OF CAVERIVIÈRE

08H42 : E=M6...AU CARRÉ

08 41 - Pub

08H48 : L'INVITÉ RTL

08 51 - Pub

08H58 : MÉTÉO

#### 09H00 : JOURNAL

09 01 - Pub

09 11 - Pub

### 09H15 : LAISSEZ-VOUS TENTER / SERVICE CULTURE

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

#### 11H00 : JOURNAL

11 01 - Pub

11 11 - Pub

11 21 - Pub

11 31 - Pub

11 41 - Pub

11 51 - Pub

### 12H00 : LE GRAND JURY

O. BOST

12 21 - Pub

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

### 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



# Grille des programmes

**DIMANCHE**

## 15H30 : LES GROSSES TÊTES

L. RUQUIER

15 31 - Pub  
15 41 - Pub  
15 51 - Pub  
16 01 - Pub  
16 11 - Pub  
16 21 - Pub  
16 31 - Pub  
16 41 - Pub  
16 51 - Pub  
17 01 - Pub  
17 11 - Pub  
17 21 - Pub  
17 31 - Pub  
17 41 - Pub  
17 51 - Pub

## 18H00 : RTL DIMANCHE SOIR

V. PARIZOT

### 18H00 : JOURNAL

18 01 - Pub  
18 21 - Pub  
18 22 - Pub  
18 31 - Pub  
18 51 - Pub  
18 52 - Pub

### 19H00 : JOURNAL

19 01 - Pub  
19 21 - Pub

## 19H15 : ON REFAIT LE SPORT

I. LANGE

19 22 - Pub  
19 31 - Pub  
19 51 - Pub  
19 52 - Pub

## 20H00 : RTL FOOT

E. SILVESTRO & X. DOMERGUE  
& C. GALLI & Y. RIOU

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 : PARLONS-NOUS

C. DUBLANCHE

23 01 - Pub  
23 02 - Pub  
23 31 - Pub  
23 32 - Pub



CGV RADIO 2024

75

01  
NOS SERVICES  
POUR VOUS  
ACCOMPAGNER

02  
LA STRATÉGIE RSE  
ET LES ENGAGEMENTS  
DU GROUPE M6

03  
L'OFFRE RADIO  
AUDIO M6 PUB

04  
NOS CONDITIONS  
TARIFAIRES

05  
LES REMISES  
COMMERCIALES

06  
NOS CONDITIONS  
GÉNÉRALES DE  
VENTE

07  
LES ÉLÉMENTS  
DE DIFFUSION

08  
LES  
DÉFINITIONS

09  
LES  
ANNEXES



# CONTACT

M6 Publicité  
107 avenue Charles de Gaulle  
92200 Neuilly-sur-Seine  
**m6publicite@m6.fr**

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

© Crédits photos : Thomas PADILLA/AGENCE 1827/Homayoun FIAMOR/Julien THEUIL/ Benjamin DECOIN/Vicente CORDU-  
LA/Lea CRESPI/PASCO&CO/Marianne ROSENSTIELH/POC/Philippe QUAISSE/Sacha HERON/Marie ETCHEGOYEN/ Collection  
PERSONNELLE/ Wlad SIMICHT/Jo ZHOU/Antoine FLAMENT/FIFOU/Lou BRETON / Lionel GUERICOLAS / Fred STUCIN/Julien  
FAURE/Stephane GRANGIER/Emilie BOUTIN/Bernager TILLARD/Franck CRUSIAUX/ Nicolas KOVARIK/Yannis NIVAULT/Gabrielle  
FERRANDI/ FUN RADIO/RTL/M6