



TV | VIDÉO

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2026



01

L'édito d'Hortense
Thomine-Desmazures

02

L'écosystème du Groupe M6

- a. Nos marques médias
- b. La stratégie RSE et les engagements du Groupe M6

03

Nos solutions publicitaires

- a. Des formats pour chaque objectif
- b. Activation Data

04

Nos services pour vous
accompagner

05

Mesurer l'impact carbone de vos
campagnes

06

Nos conditions commerciales de
ventes

- a. Offre TV Classique
- b. Offre TV Parrainage
- c. Placement de produit
- d. Offre Télévision segmentée
- e. Offre digitale

07

Nos conditions générales de vente

- a. Conditions Générales de Vente communes
- b. Spécificités TV
- c. Spécificités digitales
- d. Éléments de diffusion



01

L'ÉDITO

D'HORTENSE THOMINE-DESMAZURES

Édito

« Une régie en mouvement, tournée vers l'avenir »

La régie publicitaire de demain est celle qui saura transformer, pour les marques, l'émotion en impact. C'est la conviction qui nous guide.

Dans ce cadre, la régie change de nom et devient M6 Unlimited.

Comme les usages, notre métier évolue. Ce nouveau nom incarne notre volonté de repousser les limites traditionnelles de la publicité : lever les frontières liées aux formats, aux canaux, aux modes d'achat, pour offrir une expérience publicitaire plus fluide, plus ouverte, et pleinement connectée aux usages contemporains.

Ce nom reflète également une ambition, celle d'un groupe qui se transforme continuellement au gré des évolutions technologiques, celle d'un groupe en conquête, conscient de ses forces et fidèle à ses valeurs.

2026 s'annonce comme une année exceptionnelle pour le Groupe M6.

Portée par des programmes d'exception, notre offre marquera cette année encore les esprits, alliera puissance et émotions, et rassemblera toutes les générations. M6 Unlimited vivra aux couleurs de La Coupe du monde de football, le plus grand événement planétaire, et offrira un écrin inédit pour ses partenaires à travers M6, RTL et la plateforme M6+ qui réalise une saison historique.

2026 sera aussi une année de transformation, de nouveaux partenariats stratégiques, au service d'une publicité plus efficace, plus simple, plus responsable et plus proche des attentes des consommateurs.

Dans ce nouvel élan, nous consolidons notre position de régie majeure, lucide sur les mutations du marché et audacieuse dans la construction de l'avenir. C'est en collaborant étroitement avec nos partenaires, en cultivant la créativité et l'innovation, que nous continuerons à faire la différence.

Sans limite.

Hortense Thomine-Desmazures

Directrice Générale Déléguée Publicité & Développement – Groupe M6





02

L'ÉCOSYSTÈME DU GROUPE M6

a. Nos marques médias



Etude Cross Medias Vague 2024.1
TV : Médiamétrie / Médiamat cible 25-49 ans, Saison 2024-2025 (prime) / Radio : Médiamétrie. Septembre-Juin 2024-2025, LàV, 5h-24h, PDAC 13+
Médiamétrie eStat streaming quicksight, webradios, & acpm classement des radios digitales groupe rtl et M Radio, sessions live & Médiamétrie eStat podcast : juin 2025
Données M6+: Médiamétrie – Médiamat – mesure 4 écrans – Janvier-Août 2025



NOTRE OFFRE VIDÉO GRATUITE



LA CHAÎNE PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS

2^e chaîne nationale auprès des 25-49 ans et des FRDA-50 ans.

La saison 2024-2025 a marqué une nouvelle étape dans le rayonnement de M6, qui s'est imposée comme une chaîne généraliste incontournable, capable de rassembler largement tout en se réinventant avec agilité. **Authentique, créative et proche de son public**, elle cultive une relation privilégiée avec les Français.

La saison **2025-2026** s'annonce **encore plus ambitieuse**, riche en **émotions**, en **innovations** et en **rendez-vous fédérateurs** : Célébration des 20 ans des marques historiques, divertissements originaux comme « Pandore », le retour très attendu du « Maillon Faible » présenté par **Olivier Minne**, ainsi qu'une offre d'information renforcée avec l'arrivée d'**Anne-Sophie Lapix**.

Le **sport** continuera d'occuper une place centrale, après le succès de la finale PSG/ Inter Milan qui a réuni jusqu'à 10,3M de téléspectateurs. M6 diffusera les finales de La Ligue des Champions 2026 et 2027 et dès juin, **l'événement planétaire de l'année, la Coupe du Monde de la FIFA 2026™**.

Portée par des talents toujours plus nombreux et une ambition éditoriale forte, M6 consolide sa place d'acteur majeur du paysage audiovisuel français.

Source : Médiamétrie/Mediamat - Saison 2024 -2025 - Ensemble journée



LA PLATEFORME DU NOUVEAU TÉLÉSPECTATEUR

Plateforme de streaming française la plus jeune du marché.

Lancée en mai 2024, M6+ incarne la nouvelle ambition du Groupe M6 dans le streaming gratuit. Plus immersive, engageante et accessible, **elle séduit déjà plus de 52 millions de Français**. Avec plus de **30 000 heures de contenus** — séries, productions originales, divertissements, documentaires — la plateforme s'adresse à un public large et résolument jeune, **neuf ans en moyenne plus jeune que ses concurrents**.

La saison **2025-2026** s'annonce riche et diversifiée : un corner **Anime Digital Network (ADN)** avec plus de 2 500 épisodes, un événement « K comme Corée » dédié aux K-Dramas, de nouvelles productions originales, et des séries cultes disponibles gratuitement. Enfin, la NFL sera diffusée en direct chaque dimanche dès septembre, en accès libre.

M6+ confirme ainsi sa place de plateforme incontournable. Un nouvel usage s'installe : **gratuit, immersif, et 100 % divertissant**.

Source : Médiamétrie/Mediamat - Mai 2024 - Juin 2025



NOTRE OFFRE VIDÉO GRATUITE



1^{ère} CHAÎNE TNT SUR LE STREAMING

Meilleure saison historique en -50 pour la série-réalité en access

Après une saison 2024-2025 réussie, W9 confirme sa place de **chaîne TNT préférée des 15-34 ans** et des Français.

Pour la rentrée, l'événement sera sur W9, avec une **programmation ambitieuse et renouvelée**. En avant-soirée, **Cyril Hanouna** fait son arrivée avec un nouveau divertissement, « **Tout beau, tout n9uf** ». En prime time, le grand retour de l'émission culte **Y'a que la vérité qui compte**, animée par **Pascal Bataille et Laurent Fontaine**, promet de nouvelles histoires émouvantes mêlant retrouvailles, déclarations d'amour et réconciliations.

Les séries-réalité, piliers de la chaîne, reviennent en force avec les nouvelles saisons de « **Les Cinquante** », « **The Cerveau** » et « **L'île de la tentation** »

Avec un **access renforcé**, des **primes événementiels** et une offre télé-réalité plébiscitée par les jeunes, W9 part à l'offensive pour séduire un public toujours plus large et consolider son succès.

Source : Médiamétrie/Mediamat - Saison 2024-2025 - Prime



LA CHAÎNE LA PLUS FAMILIALE

Meilleure saison historique auprès des 4+ en prime et deuxième meilleure saison auprès des 25-49 ans en prime.

6ter poursuit son succès grâce à ses **programmes emblématiques** comme **Les Reines de la route**, **Vive le camping** et **La vie secrète des commerçants**, qui séduisent le public par leur authenticité et leur proximité.

La saison 2025-2026 s'annonce riche, marquée par le **retour de formats cultes** tels que **C'est du propre !**, ainsi que par de **nouveaux temps forts**, notamment la série **Une affaire privée** avec **Jean Reno**. **L'offre cinéma, renforcée et diversifiée**, vient compléter cette grille pensée pour tous. 6ter affirme ainsi son positionnement de chaîne **feel-good**, familiale et accessible à tout moment de la journée.

Source : Médiamétrie/Mediamat - Saison 2024-2025 - Prime



LA CHAÎNE PRÉFÉRÉE DES FAMILLES

1^{ère} chaîne jeunesse de France auprès des 4-10 ans et meilleure saison auprès des FRDA-50 ans depuis 13 ans.

En séduisant les mamans et en captivant les enfants, Gulli réalise une excellente saison. Elle s'impose comme la **chaîne de référence de toute la famille** et le succès de Gulli Prime en atteste. En prime, il s'agit de la **meilleure saison depuis 10 ans** auprès de l'ensemble du public et c'est un record auprès des cibles commerciales. La 1^{ère} chaîne jeunesse de France s'impose comme la marque de référence responsable et engagée grâce à une programmation premium, remplie d'humour, d'aventure, de séries, de documentaires, de films d'animation et de licences fortes. L'innovation est au cœur de la stratégie de la chaîne, en témoigne le succès de l'application Gulli avec une offre multi contenus pour être toujours plus proche de son public.

Source : Médiamétrie/Mediamat - Saison 2024-2025 - 6h00-20h00



NOTRE OFFRE VIDÉO PAYANTE

PARIS
PREMIERE

LA CHAÎNE QUI CULTIVE SA DIFFÉRENCE

Meilleure saison et meilleure vague historique auprès des 4+.

Paris Première s'est imposée comme **la chaîne payante la plus regardée**, atteignant en 2024-2025 **un record historique avec 14 millions de téléspectateurs par mois**. Depuis près de 40 ans, elle séduit grâce à son ton audacieux, son humour impertinent et son identité singulière, devenant une référence culturelle incontournable. Pour la saison à venir, Paris Première confirme cette signature unique. Sa programmation mêlera **spectacles vivants et théâtre** en direct, **documentaires originaux** explorant cinéma, pop culture, mode, politique ou gastronomie, et ses **émissions emblématiques** comme Très Très Bon, Les Grosses Têtes ou La Revue de presse. Avec son offre cinéma soignée, la chaîne poursuit sa promesse d'une expérience télévisuelle exigeante, ouverte et différente.

téva

LA CHAÎNE PAYANTE DE RÉFÉRENCE DES FEMMES

Meilleures performances depuis 7 ans

auprès de l'ensemble du public et des FRDA-50

Fidèle à son positionnement, elle offre un univers où se croisent séries, documentaires, films et programmes lifestyle, portés par une **parole féminine libre et diversifiée**. En 2025-2026, Téva continue d'affirmer son rôle de chaîne engagée et inspirante. Elle inaugure **des rendez-vous inédits** comme Femmes d'influence, le stand-up Rire au féminin consacré aux humoristes émergentes, ou encore **Téva en mode green**, un format lifestyle centré sur l'écologie. La saison sera aussi marquée par le retour de OrgasmiQ, enrichie de nouveaux points de vue masculins, confirmant la volonté de Téva de bousculer les codes avec audace et modernité.

serieclub

DÉCOUVREUR DE SÉRIES

Plus haut niveau historique égalé pour la 4e vague consécutive auprès des 4+

Véritable référence en matière de séries, la chaîne propose chaque année près de **15 séries événement en première diffusion en France**. Avec une programmation riche et exclusive, Serieclub s'impose comme LA chaîne à suivre pour tous les passionnés.

Record absolu en streaming : une audience en hausse de +70 % en un an.

Source : Médiamétrie, Médiamat Mensuel, moyenne mensuelle 4 semaines sur Janvier-juin 2025, Lun-Dim

TV I VIDÉO
CGV 2026

02 L'écosystème du Groupe M6 | a. Nos marques médias

6
UNLIMITED

NOTRE OFFRE VIDÉO PAYANTE



LA CHAÎNE DE RÉFÉRENCE DES TOUT-PETITS

1,5 million de téléspectateurs chaque mois.

La chaîne de télévision qui fait briller les yeux des tout-petits ! Tiji propose une **programmation douce et ludique** qui éveille la curiosité et stimule l'imagination. Avec des dessins animés adorables, des histoires enchantées et des aventures bienveillantes. Plongez dans un univers sécurisé et magique où l'amusement se mêle à l'éveil, et où chaque sourire compte.



LA CHAÎNE SURVITAMINÉE POUR LES 6-12 ANS

2^{ème} chaîne jeunesse la plus affinitaire auprès des garçons de 4 à 14 ans.

Cette saison encore, plongez dans l'imaginaire vibrant de Canal J. Offrant une programmation riche et diversifiée, la chaîne mêle **découvertes éducatives et aventures palpitantes**. Avec Beyblade, Bakugan, Foot-2-Rue et Pokémon... Vos héros préférés seront de retour cette saison pour vous faire vivre des aventures hors du commun !



LA CHAÎNE INCONTOURNABLE DE LA POP CULTURE

La chaîne des millennials dédiée aux hommes 15-34 ans.

Avec une programmation décalée et authentique, elle propose un mélange de séries américaines inédites, de doses quotidiennes de culture pop et d'animés déjantés tels que American Dad ! et Bojack Horseman, pour n'en citer que quelques-uns. Au cours de ses 30 années d'existence, MCM s'est imposée comme la référence en matière de pop culture auprès de son public cible.



LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE FRANÇAISE

2^{ème} chaîne musicale de France auprès des 25-49 ans.

Grâce à sa programmation musicale riche et diversifiée, s'appuyant sur les grandes valeurs de la musique française et internationale, la chaîne parvient à rassembler **2,8 millions de téléspectateurs chaque mois.**



LA CHAÎNE 100% HITS

2^{ème} chaîne musicale de France auprès des 15-24 ans.

La chaîne qui fait résonner les plus grands hits et les talents émergents du moment. Offrant une programmation dynamique avec des soirées thématiques et des programmations spéciales, M6 Music célèbre tous les genres musicaux du pop au rock en passant par l'électro et le hip-hop, rassemblant ainsi **2,4 millions de téléspectateurs** chaque mois.



LA CHAÎNE MUSICALE LEADER

1^{ère} chaîne musicale sur les cibles commerciales.

NRJ Hits s'impose comme la **1^{ère} chaîne musicale thématique** en France. Avec le meilleur des clips français et internationaux, des soirées spéciales et des événements mondiaux, la chaîne fait vibrer toutes les générations. Portée par la puissance de la marque NRJ, elle rassemble chaque mois **5 millions de téléspectateurs**, dont 2,1 millions de 25-49 ans.

Source : Médiamétrie, Médiamat Mensuel, moyenne mensuelle 4 semaines sur Janvier-juin 2025, Lun-Dim





02

L'ÉCOSYSTÈME DU GROUPE M6

b. La stratégie RSE
et les engagements du Groupe M6

LA POLITIQUE RSE DE M6 UNLIMITED

Fidèles à l'ADN du Groupe M6, nos antennes informent, divertissent, accompagnent depuis notre création le quotidien des Français avec proximité et bienveillance, et reflètent l'évolution de la société française et ses grands enjeux.

La Direction de l'Engagement coordonne la politique RSE du Groupe M6, composée de 6 feuilles de route :

- ▮ Empreinte carbone
- ▮ Écoproduction
- ▮ Pédagogie des médias
- ▮ Sobriété numérique
- ▮ Antigaspillage
- ▮ Égalité des chances

CONTRIBUER À LA TRANSFORMATION DURABLE DE LA PUBLICITÉ ET À LA CONSTRUCTION DE RÉCITS PUBLICITAIRES QUI INSPIRENT LE CHANGEMENT

M6 Unlimited s'inscrit pleinement dans la politique RSE du Groupe M6. Dans cette continuité, elle a défini sur son périmètre d'actions, **6 feuilles de route** pour contribuer à la transformation durable de la publicité et répondant à la mission « **Co-créaliser la publicité à venir** » :

- ▮ Conduire la réflexion vers des récits durables et positifs
- ▮ Concevoir des offres publicitaires responsables
- ▮ Construire des dispositifs sur-mesure au service de l'engagement des marques
- ▮ Conseiller ses partenaires vers des actions publicitaires à impact
- ▮ Contribuer au monde associatif et philanthropique
- ▮ Coopérer pour une publicité plus responsable avec les interprofessions

CONTRIBUER À ACCÉLÉRER LA BASCULE CULTURELLE VERS DES COMPORTEMENTS DURABLES AU SERVICE D'UNE CONSOMMATION CONSCIENTE ET PLUS RESPECTUEUSE DE L'ÉCOSYSTÈME

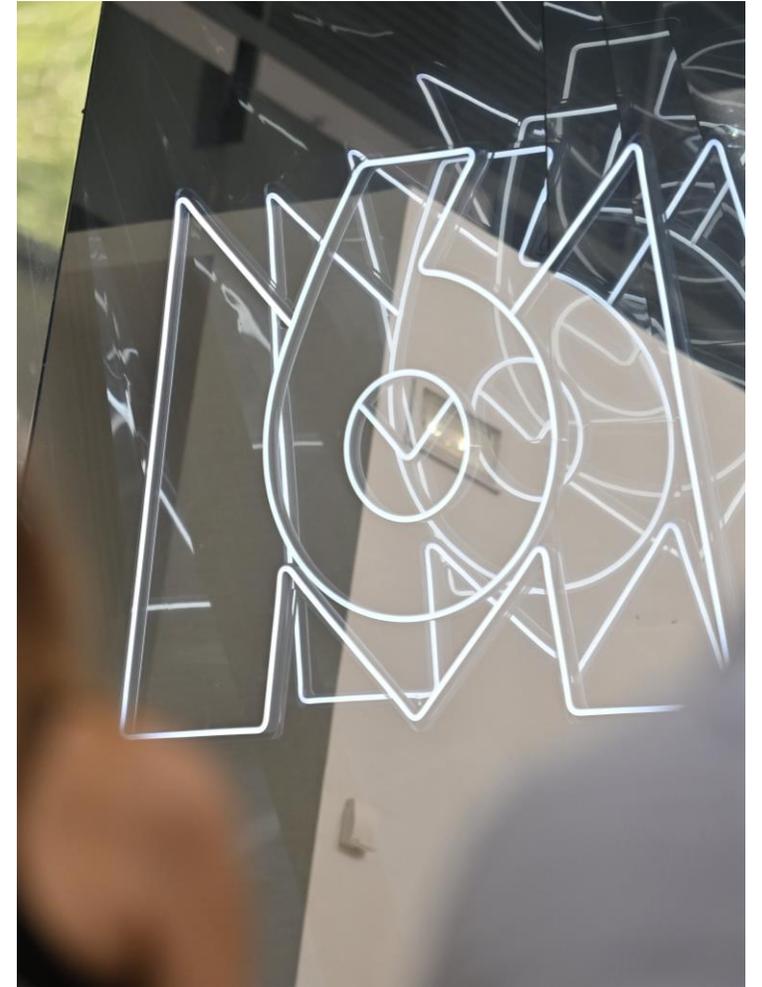
Les enjeux de la communication responsable sont nombreux : porter des messages qui incitent à changer de comportements, valoriser de nouvelles représentations collectives d'une société plus responsable, éthique et solidaire.

Le rôle d'une régie publicitaire comme M6 Unlimited est clé en capitalisant sur sa capacité d'influence :

- ▮ Pour conseiller ses clients vers des contenus transformateurs
- ▮ Pour concevoir des offres publicitaires responsables

Participer à la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) à travers le parcours des « Nouveaux Imaginaires », aux côtés d'une soixantaine d'organisations, nous a aidé à accélérer nos réflexions et actions au service d'une publicité plus responsable.

Ce travail de coalition, nous le faisons au quotidien avec des partenaires de différents horizons et avec des regards et expertises complémentaires pour la mise en œuvre de nos études, nos offres, nos initiatives internes, solidaires et avec les interprofessions.



LA POLITIQUE RSE DE M6 UNLIMITED

LES 6 FEUILLES DE ROUTES RSE DE M6 UNLIMITED

► CONDUIRE LA RÉFLEXION VERS DES RÉCITS DURABLES ET POSITIFS

En prenant part à la Convention des Entreprises pour le Climat à travers le parcours « Nouveaux Imaginaires » nous avons questionné notre rôle sociétal en tant que régie publicitaire. Ce parcours a renforcé notre engagement pour sensibiliser et accompagner nos partenaires à l'intégration de récits durables et positifs dans leurs communications.

A travers nos Études (*Tendances, Le Temps des Marques Responsables, Résonance*) nous analysons les tendances de consommation responsables, les leviers d'engagement et nous valorisons les marques qui ouvrent la voie pour inciter à repenser la publicité qui inspire des comportements durables.

► CONCEVOIR DES OFFRES PUBLICITAIRES RESPONSABLES

A partir de ces réflexions et insights, nous construisons des offres dédiées à la mise en lumière de marques engagées, favorisant la diffusion de messages plus inclusifs et responsables.

► CONSTRUIRE DES DISPOSITIFS SUR-MESURE AU SERVICE DE L'ENGAGEMENT DES MARQUES

M6 Unlimited & Beyond, l'agence intégrée à la régie, s'engage à accompagner ses partenaires dans la construction de dispositifs de communication répondant à leurs enjeux de communication responsable.

► CONSEILLER NOS PARTENAIRES VERS DES ACTIONS PUBLICITAIRES À IMPACT

M6 Unlimited incite ses annonceurs à rendre leurs publicités plus inclusives par l'intégration du sous-titrage sourds et malentendants ou de l'audiodescription.

M6 Unlimited sensibilise et encourage ses annonceurs à l'écoproduction des créations publicitaires.

► CONTRIBUER AU MONDE ASSOCIATIF ET PHILANTHROPIQUE

En contribuant à la visibilité des associations et en soutenant des projets à impact, nous agissons pour transformer durablement la société.

A travers nos actions comme le Hackathon Engagé, la diffusion de campagnes gracieuses sur nos antennes, ou notre soutien au concours solidaire « Top Chef des Positifs », nous mettons notre expertise et notre force de frappe au service du monde associatif.

► COOPÉRER POUR UNE PUBLICITÉ PLUS RESPONSABLE AVEC LES INTERPROFESSIONS

Nous participons à l'évolution continue de la publicité responsable au sein de nos interprofessions (ADMTV, SRI, Alliance de la Radio) autour des enjeux de réduction de l'empreinte carbone de la publicité, de l'inclusivité et de la solidarité.





03

NOS SOLUTIONS PUBLICITAIRES

a. Des formats pour chaque objectif

NOS NOUVEAUX FORMATS INTERACTIFS

Transformez chaque publicité en expérience



HABILLAGE GAMING AD

Attirez et engagez l'utilisateur grâce à un jeu aux couleurs de la marque

BÉNÉFICES

Engagement et interactivité

CONCEPT

Un jeu de morpion est intégré à un habillage en parallèle de la diffusion du spot publicitaire, avec des éléments créatifs de la marque.

ACTIVABLE

PC / Gré à Gré et Programmatique



HABILLAGE SCRAPER

Invitez l'utilisateur à gratter l'écran avec sa souris pour dévoiler une offre surprise

BÉNÉFICES

Engagement et attention

CONCEPT

La zone de grattage s'affiche en parallèle de la vidéo et révèle une offre de l'annonceur (produit, code promo, surprise) au passage de la souris.

ACTIVABLE

PC / Gré à Gré et Programmatique



HABILLAGE COLOR SELECTOR

Laissez l'utilisateur jouer avec les couleurs de votre produit

BÉNÉFICES

Drive to et interactivité

CONCEPT

Chaque utilisateur peut personnaliser la couleur du produit et voir instantanément le résultat.

ACTIVABLE

PC/CTV* / Gré à Gré et Programmatique

*en version animée pré-enregistrée



NOS NOUVEAUX FORMATS EN CTV

Captez toute l'attention



SCREEN +

BÉNÉFICES

Immersif et émergence

CONCEPT

Une exclusivité pendant 24H pour bénéficier d'une visibilité exceptionnelle en home page en CTV sur M6+.
Affichez-vous en première position du carrousel de la home-page pour un impact maximal de votre campagne.

ACTIVABLE

CTV / Gré à Gré



HACK6

BÉNÉFICES

Immersion maximale et effet de surprise

CONCEPT

HACK6 est un format immersif disponible in video, conçu pour capter l'attention dès le lancement ou en plein programme sur M6+. Il détourne de manière créative l'interface de la plateforme, simulant un faux retour sur l'accueil de M6+, avant de révéler dynamiquement le spot de la marque.

ACTIVABLE

CTV / Gré à Gré et Programmatique



NOS OFFRES PUBLICITAIRES RESPONSABLES

Valoriser les marques engagées



Comportements responsables

FAVORISER L'ADOPTION DE NOUVELLES PRATIQUES DE CONSOMMATION

CONCEPT

Mettez en avant vos communications faisant la promotion de comportements de consommation plus responsables au sein d'écrans publicitaires premium.

OPTIONS DISPONIBLES

- Labels environnementaux
- Comportements responsables (13 éligibles)
→ Nouveauté : **Consignes de réemploi** **NOUVEAU**
- Made In France (5 labels éligibles) **NOUVEAU**

ACTIVABLE

En TV (sur M6) et en VOL (4 écrans)



Journées engagées

PROPOSER DES NOUVEAUX RÉCITS POSITIFS ET DURABLES

CONCEPT

Prenez la parole dans des écrans contextualisés, s'appuyant sur des journées mondiales/nationales

THÉMATIQUES D'ENGAGEMENT

- Accessibilité
- Environnement
- Économie Circulaire
- Lutte contre le Harcèlement scolaire

ACTIVABLE

En TV (sur M6) et en VOL (CTV).
→ Dispositif ad'hoc et sur-mesure disponible sur demande



6scan ENGAGEMENTS

PARTAGER VOS ENGAGEMENTS

CONCEPT

Informez le grand public sur vos engagements grâce au renvoi QR Code vers la page dédiée de votre site internet.

ACTIVABLE

En TV (sur M6) et en VOL (CTV).

Maquettes non contractuelles



NOS OFFRES PUBLICITAIRES RESPONSABLES

Valoriser les marques engagées



Acce**6**bilité

S'ENGAGER EN FAVEUR D'UNE PUBLICITÉ TV PLUS INCLUSIVE

CONCEPT

En France, près de **12 millions** de personnes sont en situation de handicap auditif ou visuel. Seules **11%** des publicités sont sous-titrées sourds et malentendants et **2%** des publicités sont audiodécrites, alors que 100% des contenus ont été sous-titrés sur M6 et **300 programmes étaient disponibles avec audiodescription (2024)**.

M6 Unlimited s'engage à sensibiliser ses partenaires annonceurs, agences médias et créatives et propose d'offrir aux annonceurs qui le souhaitent :

- Le 1^{er} sous-titrage de leur spot publicitaire TV
 - La 1^{ère} audiodescription de leur spot publicitaire TV
- En association avec Extream Reach, Peach et Nomalab

ACTIVABLE

En TV - Offre soumise à conditions, nous contacter



S**6**lidaire

SOUTENIR LES ASSOCIATIONS GRÂCE À LA PUBLICITÉ

CONCEPT

Soutenez un projet associatif ou une grande cause avec vos budgets publicitaires.

Diffusion de votre spot enrichi de l'habillage de notre partenaire Goodeed. En VOL votre spot est également précédé d'un carton d'entrée contextualisé.

En partenariat avec Goodeed.

ACTIVABLE

En TV et en VOL (4 écrans)

NOUVEAU

6 TOYENS DE DEMAIN

ÉVEILLER LES CITOYENS DE DEMAIN

CONCEPT

Écrans exclusivement dédiés aux associations répondant aux engagements de la chaîne Gulli et aux conditions d'éligibilité définies par M6 Unlimited et le Groupe M6 dans le cahier des charges dédié.

Diffusion gracieuse entre janvier et août, sous réserve de disponibilité

ACTIVABLE

En TV (Gulli) – Offre soumise à conditions, nous contacter

Maquettes non contractuelles





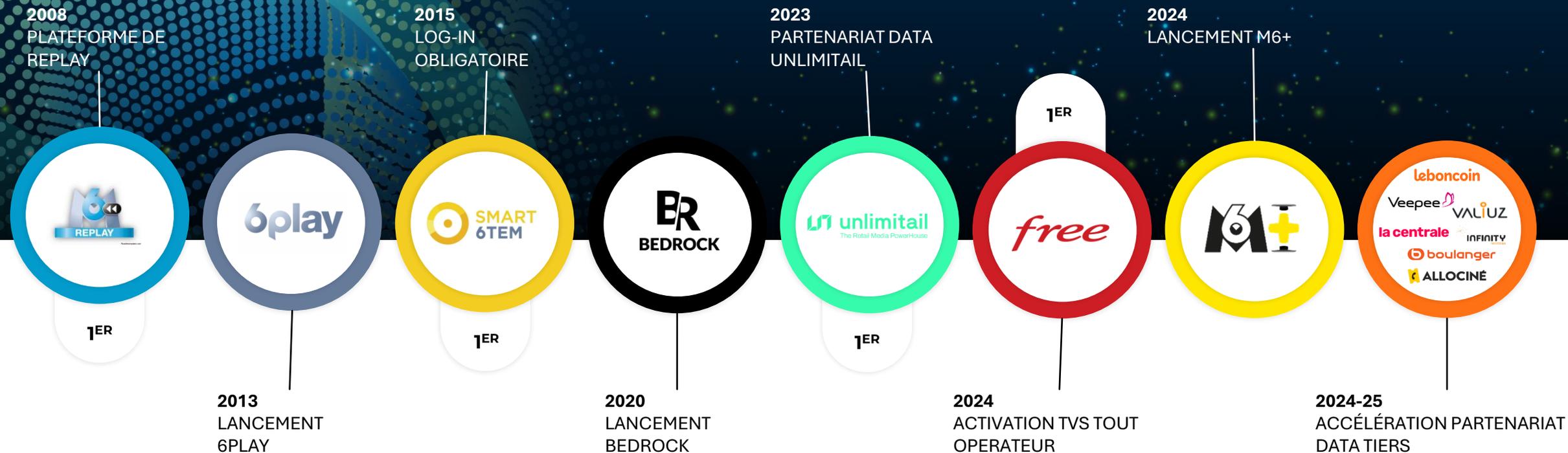
03

NOS SOLUTIONS PUBLICITAIRES

b. Activation data

LE GROUPE M6

Pionnier de la digitalisation de la TV



DATA TARGET : TOUCHEZ VOTRE AUDIENCE LÀ OÙ ELLE SE TROUVE

5 familles de data activables

500
SEGMENTS
DISPONIBLES



PACKS CONTEXTUELS

24 PACKS PROGRAMMES
25-49 ans, CSP+, Femmes,
Jeunes, Petits conso TV ...

FIRST- PARTY

DATA LOGUÉS M6+
Socio-démo, CSP, foyers,
affinitaires, watchers,
Types d'habitat...

GÉOLOCALISATION

GÉOCIBLAGE PRÉCIS
Code postal
zone de chalandise
Régions, départements

—
Zone en affinité
avec vos clients (kairos)

DATA PARTNERS *

RETAILERS



MULTI-SECTORIELS



SEGMENTS PERSONNALISÉS

MULTI-SOURCES
Croisez les segments

GAMME REACH +
Petits consommateurs tv
et non exposés tv

* Liste susceptible de modification en cours d'année



UN CIBLAGE 100% COOKIELESS

Une DMP Cookieless depuis 2017

Une DMP qui permet de collecter, d'analyser et de segmenter nos audiences sans cookie tiers.

PUISSANTE

29 millions d'utilisateurs uniques mensuels.

Intégralité des data 1st party rattachées aux comptes (ou au setup boxes des FAI) et non impactées par la suppression des cookies tiers.

MAÎTRISÉE

Une DMP propriétaire ce qui nous permet de maîtriser les impacts.

DES PARTENAIRES DATA DE QUALITÉ*

Les segments issus de nos partenaires sont cookieless by design, réconciliés via email matching.

 unlimitail

 sirdata

 ALLOCIÉ

 Veepee

 boulanger

 INFINITY
ADVERTISING

 VALIUZ

 la centrale

 leboncoin

DES PARTENARIATS AVEC LIVERAMP, THE TRADE DESK ET ID5, AUTOUR DE LEURS SOLUTIONS ALTERNATIVES AUX COOKIES TIERS.

Alors que le volume de cookies tiers s'amenuise, M6 Unlimited anticipe les changements à venir en s'associant aux principales initiatives d'ID tiers.

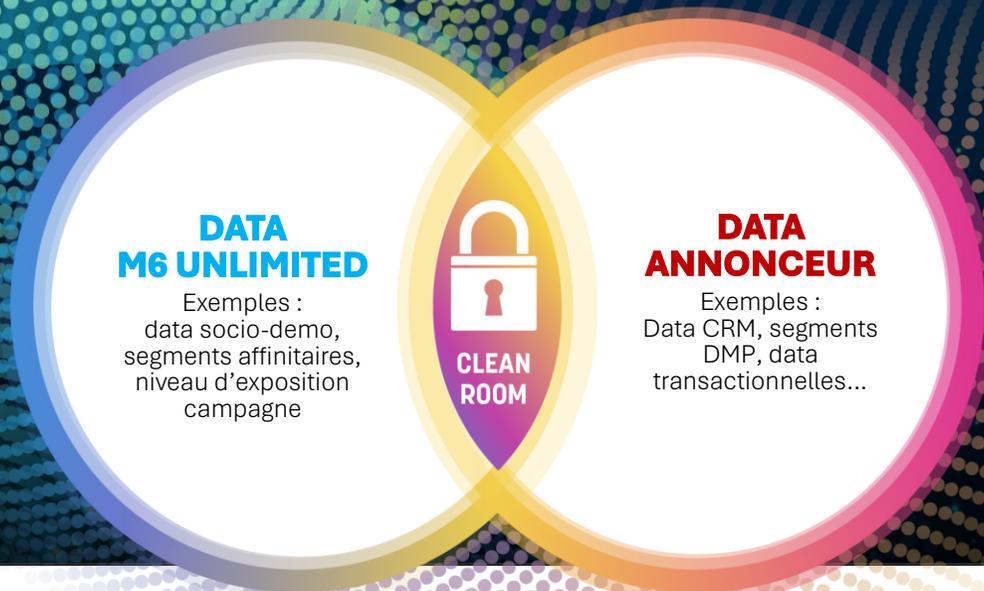
M6 Unlimited a déjà signé des partenariats avec Authenticated Traffic Solution (ATS) de LiveRamp, EUID la solution open-source développée par The Trade Desk et enfin ID5. Ces trois solutions s'appuient sur les utilisateurs authentifiés de M6+, dans le respect du RGPD. Des discussions avancées sont également en cours avec Utiq, l'adtech alimentée par les telcos, et avec First-ID.

* Liste susceptible de modification en cours d'année

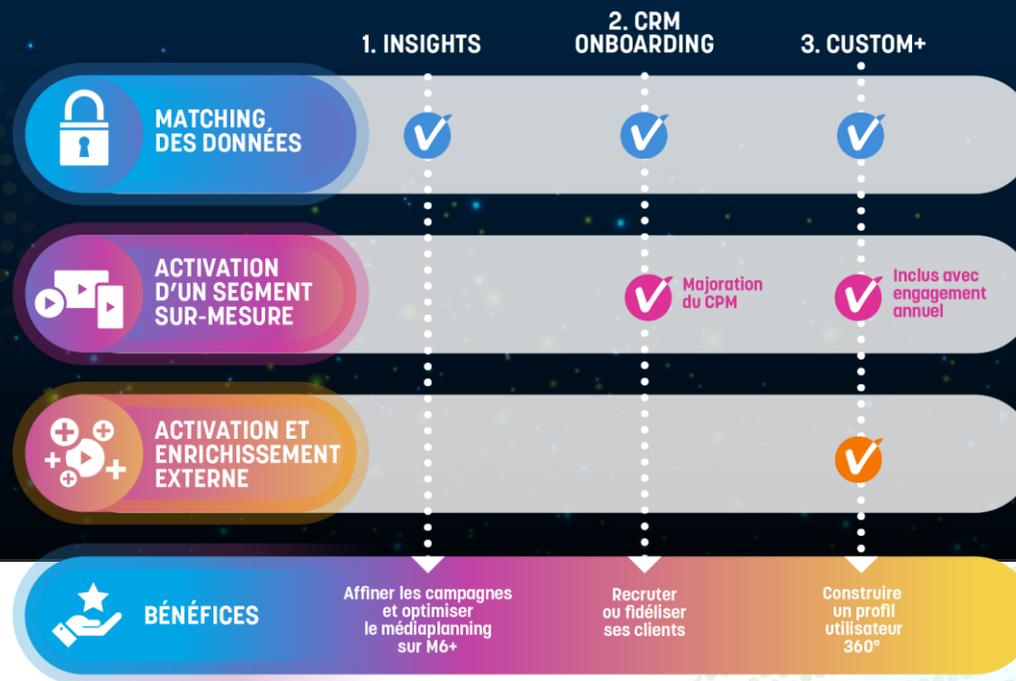
Toutefois, M6 Unlimited est soucieux de se rendre compatible avec les IDs, alternatifs aux cookies tiers, qui seront utilisés par les marques et leurs agences média, pour leur permettre de continuer à travailler en toute sérénité et de conserver les performances actuelles.



DATA COLLAB' : CONNECTEZ VOS CLIENTS À NOTRE AUDIENCE



FAIRE MATCHER VOS DONNÉES
AVEC NOS LOGUÉS M6+



UNE OFFRE QUI S'ADAPTE
À VOS BESOINS

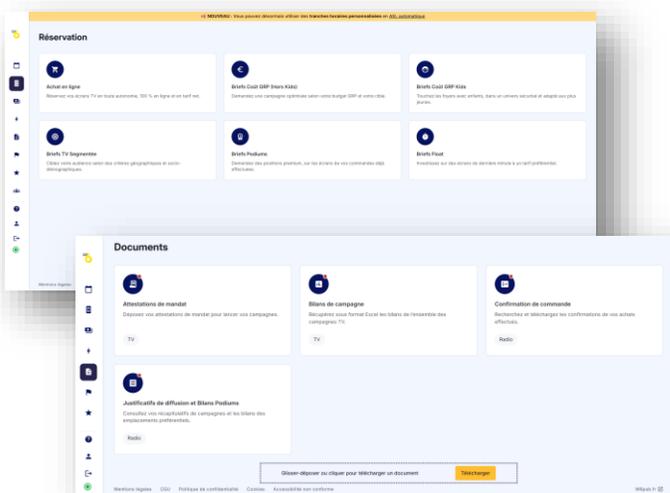




04

NOS SERVICES
POUR VOUS ACCOMPAGNER

ACCÉDER À MY6



MY6

My6 est la plateforme de consultation, de gestion et d'achat de campagnes média. Via cette plateforme, chaque administrateur ou utilisateur a accès, une fois logué, aux informations liées aux campagnes publicitaires dont il(s) a(ont) la charge et ce, dans le respect des CGU disponibles sur My6. L'administrateur/l'utilisateur peut dans ce cadre gérer les fonctionnalités suivantes :

RÉSERVATIONS

- ▶ Réserver et acheter en net les espaces publicitaires mis à disposition par M6 Unlimited.
- ▶ Pour une réservation simplifiée et rapide, le mode sélection automatique vous permet de programmer une campagne en 1 clic.
- ▶ Créer, modifier et consulter des briefs de programmation, tels que les briefs pour l'achat au coût GRP net garanti et les briefs jeunesse.
- ▶ Le brief Podium permet d'indiquer ses souhaits de programmation d'emplacements préférentiels
- ▶ TV Segmentée : possibilité de réserver une demande de diffusion ciblée sur les chaînes du Groupe M6.

PROGRAMMATION & BUDGET

- ▶ Rechercher une campagne par code commande ou libellé produit.
- ▶ Consulter les mouvements.
- ▶ Consulter la liste des spots de ladite campagne.
- ▶ Suivre l'évolution des budgets par annonceur.

FLASHS & TARIFS

- ▶ Retrouver l'impact sur des programmations, la consultation des flashes écrans, les tarifs génériques et les grilles tarifaires hebdomadaires.

CGV & ACTUALITÉS

- ▶ Prendre connaissance des propositions de parrainage, innovations publicitaires, offres commerciales, CGV, etc.

DOCUMENTS

- ▶ Déposer et consulter les documents tels que les attestations de mandat, bilans de campagne, etc.
- ▶ **NEW** – Retrouver vos bilans de campagnes M6+ enrichis sur My6
- ▶ **NEW** – Signer vos ordres d'insertion (OI) directement sur My6

PROGRAMMES

- ▶ Consulter les grilles des programmes et kits de presse

SIMPLIFIER LE QUOTIDIEN DES ACHETEURS MÉDIA

Plateforme pionnière créée en 2007, My6 facilite le pilotage des budgets média et la gestion administrative des partenaires commerciaux de M6 Unlimited.

Depuis 2019, My6 est devenue une plateforme servicielle et transactionnelle personnalisée, pour une expérience client optimisée. L'accès à MY6 est soumis à l'acceptation et au respect par l'administrateur/utilisateur des présentes CGV et des conditions générales d'utilisation de My6.

My6 peut être amenée à évoluer et/ou à ne plus être accessible temporairement, et ce à tout moment.

Pour créer votre compte en tant qu'agence média, contactez adv@m6.fr

ACCÈS ENTREPRISES SUR MY6

Que vous soyez une petite ou grande entreprise, vous pouvez désormais accéder à My6 en quelques clics juste ici. Vous pouvez y construire vos campagnes TV ciblées en toute autonomie.



STEP BY M6

La solution adaptée pour une 1^{re} communication



PUISSANCE

BOOSTEZ VOTRE PERFORMANCE !

- Écosystème plurimédia unique : TV, radio, digital et influence.
- 9 Français sur 10 touchés chaque mois.
- Marques leader : M6 (2e chaîne nationale), RTL (1re radio privée de France), M6+ (28 millions de personnes touchées chaque mois).

Pour plus d'informations,
contactez

Noémi Carpentier

noemi.carpentier@m6.fr

06 30 63 20 51



PROXIMITÉ

POUR VOUS ACCOMPAGNER AVANT, PENDANT ET APRÈS VOTRE CAMPAGNE

- Rapport win-win.
- Interlocuteur privilégié pour un accompagnement personnalisé.
- Experts dédiés à chaque étape : marketing, juridique, création, planning.
- Suivi des KPI's 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 & Beyond.
- Orientation performances vis nos partenaires.

Étude Cross Média vague 2024.1

Médiamétrie - Médiamat - Saison 2024-2025 sur les principales cibles commerciales.

EAR Septembre 24-Juin 25, LâV, 5h/24h, Base QHM 16 radios commerciales nationales - Cible 13 ans et +

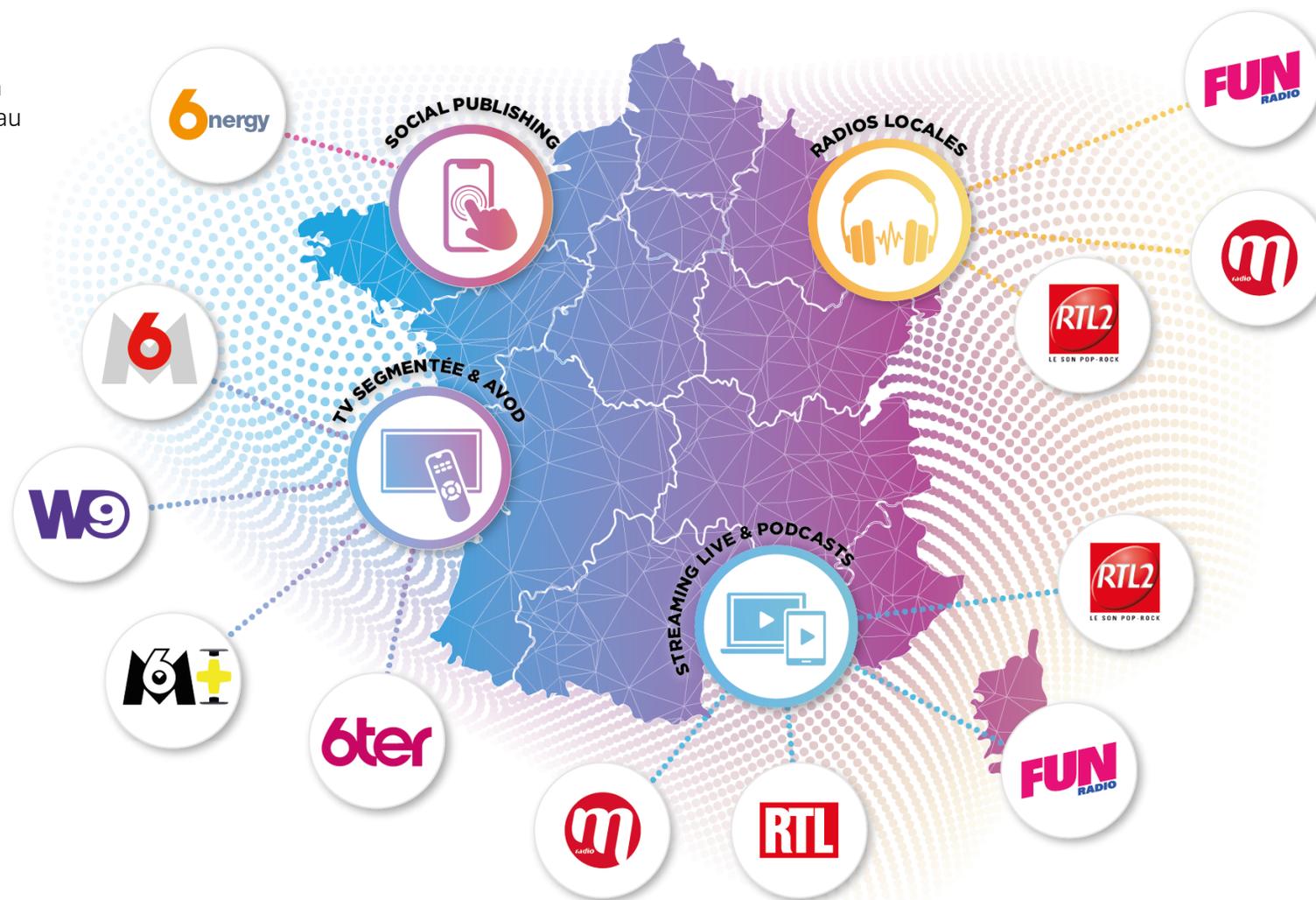
AVOD : Médiamétrie-Médiamat Moyenne Janvier-Août 25 - Mesure 4 écrans - Cible 4+



M6 UNLIMITED LOCAL

PROXIMITÉ ET EXPERTISE

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



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



M6 UNLIMITED & BEYOND



L'AGENCE CRÉATIVE DÉDIÉE À L'ÉMERGENCE DE VOS MARQUES

Partenaire des agences et des annonceurs, M6 Unlimited & Beyond 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 & Beyond 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 & Beyond est le partenaire privilégié des marques qui souhaitent émerger.



INFLUENCE

Un écosystème puissant d'ambassadeurs

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

PERSONNALITÉS TV/RADIO

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

INFLUENCEURS CANDIDATS TV

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

INFLUENCEURS DIGITAL NATIVE

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



Flavie Flament



Stéphane Rotenberg



Karine Le Marchand



Timothée
Le Meilleur Pâtissier



Alice & Florian
Mariés au premier regard



Mathieu Stepson
La France a un incroyable talent



Camille Cerf



Juju Fitcats



Laurent Maistret



Bruno Guillon



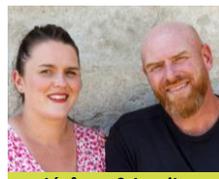
Eric Antoine



Cyril Lignac



Manon
Le Meilleur Pâtissier



Jérôme & Lucile
L'amour est dans le pré



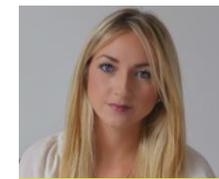
Danny Khezzer
Top Chef



Natoo



Whoogy's



Lola Rossi



Faustine Bollaert



Norbert Tarayre



Philippe Etchebest



Justine Piluso
Top Chef



Ryad & Louison
Pékin Express



Mohamed Cheikh
Top Chef



Logfive



L'atelier de Roxane



Cindy Poumeyrol



ÉVÈNEMENTIEL

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 Unlimited 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 Unlimited et Wild Buzz Agency sont nombreuses et permettent 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

soun(dB)ox

Précurseur et innovant,
le Lab 6 a déjà séduit plus
d'une centaine
d'annonceurs
ces dernières années.

lab6



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)



NEW

L'IA POUR RÉVOLUTIONNER LA CRÉATION AUDIO

Dans la continuité de notre service IA LAB6 qui accompagne les annonceurs dans l'optimisation de leurs scripts grâce à l'intelligence artificielle, nous franchissons aujourd'hui une nouvelle étape.

Le lab6 s'appuie désormais sur l'expertise d'ElevenLabs, à travers la création de voix sur mesure et le text-to-speech, afin de projeter les annonceurs dans la création publicitaire et de formaliser un parcours d'accompagnement complet autour de LAB6 & IA.



M6 UNLIMITED & VOUS

Notre nouvelle communauté pour davantage de proximité



OBJECTIFS

Recueillir l'avis de nos clients pour enrichir nos solutions afin de mieux répondre à leurs besoins.

Co-construire de nouvelles offres : imaginer ensemble la publicité de demain.

Tester en avant-première : une opportunité de découvrir et essayer nos nouveautés.

CONCEPT

Une fois par trimestre, les membres sont sollicités via un questionnaire très court pour partager leurs avis sur les projets M6 Unlimited.

Selon vos disponibilités et vos envies, vous pouvez également participer à des échanges directs ou à des événements exclusifs pour approfondir vos retours.

Rejoindre M6 Unlimited &
Vous





05

MESURER L'IMPACT CARBONE
DE VOS CAMPAGNES

MESURER L'IMPACT CARBONE DE VOS CAMPAGNES

LES RÉFÉRENTIELS ET OUTILS DE MESURE CARBONE DES CAMPAGNES

► CONSTRUIRE DES NORMES COMMUNES

Depuis plusieurs années, le secteur de la publicité se mobilise pour comprendre et mesurer son empreinte carbone avec pour objectif de la réduire.

Ainsi l'ADMTV, le SRI et l'Alliance de la Radio ont fait le choix de travailler en collaboration avec leurs membres sur des référentiels et outils de mesure communs. Dans le cadre de ces travaux ils ont été accompagnés par des acteurs référents : BL Evolution et DK.

► S'ENGAGER POUR UNE PUBLICITÉ DIGITALE RESPONSABLE

M6 Unlimited est engagée dans le programme Sustainable Digital Ad Trust du Syndicat des Régies Internet (SRI). Ce programme a pour ambition de valoriser toutes les transitions des régies du SRI en faveur d'une publicité digitale plus responsable, qu'elles soient technologiques, business ou environnementales.

Lors du 3ème cycle d'évaluation (Sept. 2025), M6 Unlimited a obtenu l'échelon **Diamant** avec une évolution de **+10pts** vs le 2nd cycle (Oct. 2024).

Un résultat qui vient valoriser les engagements de la régie et ses actions autour d'une communication plus responsable.



► MESURER L'IMPACT CARBONE DES CAMPAGNES DIFFUSÉES SUR NOS ACTIFS MÉDIA

Pour mesurer l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires diffusées sur ses actifs médias, M6 Unlimited utilise les outils de mesure développés dans le cadre des travaux de l'ADMTV et de l'Alliance de la Radio, par la société DK.

Ces outils intègrent les référentiels de mesure communs aux membres des interprofessions publicitaires pour le calcul de l'impact carbone de la diffusion publicitaire : ADMTV, Alliance de la Radio, SRI et Alliance Digitale.

Ces référentiels sont basés sur des méthodologies établies selon des hypothèses définies collectivement, sur une base de données moyennisées entre les différents membres des interprofessions publicitaires et sur des données marché.

Les bilans de campagnes TV et Radio sont disponibles à la demande. M6 Unlimited s'engage à intégrer systématiquement les données carbone dans les bilans de campagnes digitaux au T1 2026.

OPTIMISER L'EMPREINTE CARBONE DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES DIGITALES

M6 Unlimited a identifié 29 actions d'optimisation de l'empreinte carbone et/ou de sensibilisation à ces enjeux.

Des leviers, principalement activables en BVOD, pilotés par M6 Unlimited et ses partenaires technologiques (M6+, Bedrock) et/ou par nos partenaires agences et annonceurs.

Ces leviers concernent 7 périmètres clés : médiaplanning, création, trading, diffusion, lecture, stockage, pilotage.

RÉDUIRE L'IMPACT DES PRODUCTIONS PUBLICITAIRES

M6 Unlimited & Beyond (agence intégrée de M6 Unlimited) accompagne ses partenaires agences et annonceurs vers l'organisation de tournages plus responsables. Les équipes de M6 Unlimited & Beyond sont formées EcoProd ainsi qu'à l'outil de mesure Carbon'Clap.

Pour sensibiliser et encourager les producteurs internes, les prestataires et les clients du Groupe à adopter des actions écoProd, M6 Unlimited & Beyond a mis en place un guide des bonnes pratiques des productions.

Composé de cinq thématiques, il couvre l'ensemble du processus pour permettre de mieux prendre en compte les enjeux environnementaux des tournages : pré-production, production et post-production.





06

NOS CONDITIONS
COMMERCIALES
DE VENTES

PREAMBULE

Définitions

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 télévision. Sont considérées par M6 Unlimited comme sociétés d'un même groupe toutes les sociétés dont plus de la moitié du capital social et des droits de vote est détenue au 1er janvier 2026, 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 Unlimited, 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, de parrainage, de placement de produit sur les chaînes/sites en régie chez M6 Unlimited. Le mandat - pour une mission donnée - est impérativement unique.

MESSAGE PUBLICITAIRE

- Conformément aux règles régissant la publicité, un message publicitaire se définit comme le message d'un annonceur diffusé dans un écran publicitaire sur une Chaîne TV et/ ou en pre-roll, mid-roll, post-roll sur un service de média audiovisuel à la demande en vue soit de promouvoir la fourniture de biens et/ou de services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée.
- Tout film publicitaire doit répondre aux exigences décrites à la partie 07.d. Éléments de diffusion des présentes Conditions Générales de Vente et ne doit pas contrevenir aux intérêts du Groupe M6 ou de l'une de ses sociétés. Dans ce cadre notamment, M6 Unlimited se réserve le droit de refuser le film ou d'appliquer la majoration prévue à l'article 2.7. Cobranding page 53 des Conditions Commerciales de Vente Vidéo à tout film publicitaire composé d'un montage de plusieurs messages publicitaires distincts et accolés.
- Un message publicitaire commercialisé en TV espace classique peut dans certains cas intégrer, en plus de sa diffusion linéaire, sa diffusion sur M6+ en délinéaire (cf définition de Puissance 6 page suivante).

CAMPAGNE

Une campagne de publicité TV en espace classique est constituée par l'ensemble des communications effectuées entre le 1er janvier et le 31 décembre 2026 :

- Par un annonceur.
- Pour un produit et/ou un service donné.
- Après d'une cible média déterminée.

Ces trois éléments sont cumulatifs. Une campagne peut être constituée d'une ou plusieurs vagues de communication entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre.

VAGUE

Une vague est notamment identifiée, dans le cadre d'un achat au coût GRP net garanti, par un brief de programmation adressé au planning M6 Unlimited dans les conditions fixées aux présentes CGV.

CODE SECTEUR/VARIÉTÉ

Le code secteur et le code variété sont précisés dans la nomenclature TV des produits publiée sur le site m6unlimited.fr et sur My6.



PREAMBULE

Définitions

BRIEF DE PROGRAMMATION

Document indiquant les caractéristiques médiaplanning d'une vague achetée au coût GRP net garanti. Un module de saisie de brief est accessible sur My6, et depuis Popcorn TV et Addside.

PUISSANCE TNT +

Le support Puissance TNT + rassemble, pour les achats en coût GRP net garanti :

- **Les écrans de Puissance TNT, composés :**

- Des écrans diffusés de manière synchronisée sur W9 et 6ter (intitulés en 0).
- Des écrans diffusés uniquement sur W9 (intitulés en 9 ou 4).
- Des écrans diffusés uniquement sur 6ter (intitulés en 8 ou 4).
- Des écrans diffusés uniquement sur Gulli et commercialisés auprès de cibles adultes (intitulés en 7).

Les intitulés d'écrans listés ci-dessus sont susceptibles d'évoluer en cours d'année.

- **Les écrans diffusés sur les chaînes thématiques « adultes » :** Paris Première, Téva, Serieclub, MCM, RFM TV, M6 Music et NRJ Hits.

PUISSANCE KIDS +

Le support Puissance Kids + rassemble, pour les achats en coût GRP net garanti et en spot à spot :

- L'ensemble des écrans jeunesse intitulés en 6 commercialisés sur les chaînes gratuites en régie chez M6 Unlimited.
- Les écrans diffusés sur les chaînes thématiques « jeunesse » : Tiji et Canal J.

PUISSANCE 6

Un écran « Puissance 6 » est un écran publicitaire intégré à la diffusion linéaire et délinéaire d'un programme.

Les audiences réalisées en délinéaire sont automatiquement agrégées aux audiences linéaires et publiées à J+8 après la diffusion live, conformément à la mesure d'audience consolidée de Médiamétrie.

Les écrans Puissance 6 sont accessibles en spot à spot et/ou en coût GRP net garanti.

Ils sont identifiés dans les flashs écrans publiés chaque semaine et communiqués aux centres serveurs notamment via les EDI.

ÉCRANS GOLD (INTITULÉS EN 2)

Certains écrans publicitaires, en raison de leur niveau de puissance ou d'un contexte programme engageant, sont typés Gold et intitulés en 2. Les performances de ces écrans ne sont pas garanties.

ÉCRANS COUPLÉS (INTITULÉS EN 3)

Certains écrans publicitaires de W9, 6ter et Gulli sont commercialisés de manière couplée avec M6. Ils sont intitulés en 3 (ex : 2043, 2103...) et intégrés à l'offre publicitaire de M6. Le couplage peut concerner 2, 3 ou 4 chaînes, communiquées aux centres serveurs.





06

NOS CONDITIONS COMMERCIALES DE VENTES

a. Offre TV Classique

OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1. ACHAT D'ESPACE

OUVERTURES DE PLANNING (hors Puissance Kids +)

Des périodes d'ouverture de planning sont mises en place par l'ADMTV, pendant lesquelles l'espace publicitaire peut, sous réserve de disponibilité, être acheté à tout moment dans les conditions et selon les modalités fixées aux présentes CGV. Ces ouvertures sont valables pour l'achat au spot à spot et pour l'achat au coût GRP net garanti.

PÉRIODE	PUBLICATIONS TARIFS	PÉRIODES	DATES D'OUVERTURE	DATES RETOUR*	DATES LIMITE DE MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION**
1	Mardi 14 octobre 2025	1 ^{er} janvier – 8 mars 2026	Vendredi 14 novembre 2025	Lundi 1 ^{er} décembre 2025	Vendredi 5 décembre 2025
2	Mardi 2 décembre 2025	9 mars – 3 mai 2026	Vendredi 9 janvier 2026	Lundi 26 janvier 2026	Vendredi 30 janvier 2026
3	Mardi 10 février 2026	4 mai – 16 août 2026	Vendredi 13 mars 2026	Lundi 30 mars 2026	Vendredi 3 avril 2026
4	Mardi 5 mai 2026	17 août – 1 ^{er} novembre 2026	Vendredi 29 mai 2026	Lundi 15 juin 2026	Vendredi 19 juin 2026
5	Mardi 23 juin 2026	2 novembre – 31 décembre 2026	Vendredi 4 septembre 2026	Lundi 21 septembre 2026	Vendredi 25 septembre 2026

* Ne s'appliquent effectivement qu'aux campagnes reçues le jour même, avant midi, de l'ouverture de la période concernée

** A l'issue du retour de planning par M6 Unlimited, l'annonceur et/ou le mandataire doivent impérativement notifier par écrit à M6 Unlimited toute annulation d'ordre. Dans ce cas, aucune pénalité ne sera appliquée.



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

M6 Unlimited recommande que l'achat d'espace publicitaire soit effectué par Échanges de Données Informatisées, conformément à la norme définie par l'association EDI Publicité. L'annonceur et/ou son mandataire effectuera l'achat d'espace publicitaire par message électronique selon les modalités définies dans un accord pour l'échange de données informatisées conclu entre M6 Unlimited et l'annonceur et/ou son mandataire.

M6 Unlimited pourra proposer (y compris de manière exclusive) des achats d'espace publicitaire via My6, dans le respect des présentes CGV et des conditions générales d'utilisation de My6.

Toute demande d'achat d'espace publicitaire qui ne serait pas effectuée par EDI doit être accompagnée de la fiche de renseignements « annonceur et produit » et de la fiche de brief de programmation dûment remplies. Toute modification de ces fiches de renseignements intervenant après la réservation doit être adressée par écrit à M6 Unlimited.

M6 Unlimited enregistre les demandes de réservation en fonction des disponibilités du planning, puis renvoie à l'annonceur ou à son mandataire un ordre de publicité confirmant tout ou partie de la demande effectuée, en fonction des disponibilités du planning.

En cas de demande supérieure à l'offre publicitaire disponible, M6 Unlimited pourra être amenée à refuser la demande d'espace de la part d'un annonceur. Dans ce cas, M6 Unlimited se rapprochera de l'annonceur ou de son mandataire afin d'explorer les alternatives possibles.

La demande de réservation fera l'objet d'un bon de commande adressé par M6 Unlimited à l'annonceur via EDI ou, le cas échéant, par tout autre moyen, confirmant au regard des disponibilités médiaplanning tout ou partie de la demande de réservation effectuée par l'annonceur et/ou son mandataire.

Cette programmation est également consultable sur la plateforme My6. L'achat sera dans tous les cas considéré par M6 Unlimited comme ferme et définitif en cas d'absence de retour de l'annonceur ou de son mandataire sous 8 jours calendaires avant la diffusion des messages.

CODES SECTEUR

L'achat d'espace publicitaire impose la réservation d'un ou plusieurs codes variété. La mention de ce code variété, tel que figurant dans la nomenclature TV des produits publiée par M6 Unlimited et applicable au moment de la réservation, doit être précise, exacte et complète. Le code variété est réservé et confirmé sous la seule et entière responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire. Dans le cas où un message serait programmé sous un code variété erroné ou incomplet, M6 Unlimited facturera des majorations telles que précisées à l'article 2.6.2.

Si le ou les codes secteurs déclarés par l'annonceur et/ou son mandataire ne correspondent pas à la réalité du produit ou service promu dans le message publicitaire, M6 Unlimited pourra, à sa seule discrétion, corriger les codes secteurs.

Si la correction du code secteur rend impossible la réservation en espace classique de l'annonceur, les dispositions de l'article « aménagement de campagnes » (article 1) et « annulation d'ordre » (article 2) des CGV Espace classique pourront s'appliquer. Aucune indemnité ne pourra être réclamée de ce fait par l'annonceur et/ou son mandataire.

1.1 ACHAT D'ESPACE AU SPOT À SPOT

L'achat au spot à spot permet à l'annonceur ou son mandataire de réserver les spots dans les contextes de programmation souhaités, sous réserve de disponibilité au planning et sous réserve des réglementations et usages interprofessionnels en vigueur.

Les tarifs des écrans publicitaires des chaînes pour l'achat au spot à spot sont disponibles sur le site My6. Les remises commerciales applicables à la commercialisation au spot à spot figurent au chapitre « Espace classique – 3. Remises commerciales ».



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

Les achats au spot à spot auront un traitement prioritaire par rapport aux achats en coût GRP net garanti. Attention : certains secteurs font l'objet d'une commercialisation spécifique, détaillée au chapitre « commercialisations spécifiques » (pages 59 à 61). Ce mode d'achat est accessible à toutes les chaînes du Groupe M6.

1.2 ACHAT D'ESPACE AU COÛT GRP NET GARANTI SUR M6 ET PUISSANCE TNT +

1.2.1. Un achat au coût GRP net garanti est proposé pour M6 et Puissance TNT + (W9, 6ter, Gulli et les chaînes thématiques « adultes »). Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, la programmation des spots est effectuée par M6 Unlimited, qui décide seule de la programmation des spots sur la base d'un brief envoyé par l'annonceur ou son mandataire.

M6 Unlimited se réserve le droit d'exclure certains écrans, certains jours ou certaines périodes de ce mode de vente. M6 Unlimited informera au préalable les acheteurs du périmètre des écrans qui pourraient être exclus de la garantie.

1.2.2. Un coût GRP net désindexé **base 20"** est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Unlimited :

- Dans le cadre de conditions particulières de vente.
- Préalablement à la première demande de programmation.

Ce coût GRP net s'entend hors effets de saisonnalité et de tranches horaires, hors effet lié à la catégorie de coût GRP net garanti sur l'année sélectionnée (Standard/Select/ Select +) ou à un achat d'une vague 100% Thematik et hors effet bonus digital (sur M6 uniquement).

C'est le coût GRP net désindexé qui est garanti sur l'année par M6 Unlimited.

Le coût GRP net indicé tient compte des choix médiaplanning précisés dans le brief de programmation de l'annonceur ainsi que de l'éventuel effet bonus digital (sur M6 uniquement).

Ces choix, qui impactent le coût GRP net désindexé base 20" convenu, se traduisent par l'application d'indices liés :

- Aux formats, tels que visés à l'article 2.2 des conditions tarifaires page 51.
- À la saisonnalité et aux tranches horaires, cf paragraphe 1.2.7 page 44.
- À la catégorie de coût GRP net garanti choisie (Standard/ Select/Select+) ou à l'achat d'une vague 100% Thematik, cf paragraphe 1.2.9 et 1.2.10. pages 46 et 47.
- À l'éventuel indice bonus digital (sur M6 uniquement), cf paragraphe 1.2.8. page 45.

1.2.3. Les demandes d'achat au coût GRP net garanti peuvent être envoyées conformément au calendrier d'ouverture de planning et devront, quoi qu'il arrive, être reçues par M6 Unlimited au plus tard 4 semaines avant diffusion.

Toute demande est envoyée sous forme de brief de programmation définissant les caractéristiques de la vague concernée (budget net fin d'ordre, code variété, cible, période de communication, format, répartition par tranche horaire,...).

Un module de saisie de brief est disponible sur My6, accessible :

- Directement sur **My6**.
- Via les interfaces **Popcorn TV** et **Addside**.

Il permet aux acheteurs d'envoyer de manière standardisée et sécurisée leurs demandes de programmation en coût GRP net garanti et de recevoir un accusé de réception.

À la réception du brief, M6 Unlimited vérifie le respect des critères d'éligibilité au mode d'achat. La programmation des spots est effectuée exclusivement par M6 Unlimited, selon les disponibilités planning et au plus proche des souhaits indiqués dans le brief de programmation.

Dans le cadre de la planification des campagnes en coût GRP net garanti, des spots peuvent être programmés dans des écrans couplés (écrans intitulés en 3, incluant une diffusion sur plusieurs antennes) et/ou des écrans « Puissance 6 ».



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

Un plan média est envoyé par M6 Unlimited dans les 48h (jours ouvrés / hors périodes d'ouverture de planning) si tous les éléments des CGV sont réunis. Ce plan est envoyé via EDI et consultable sur My6.

Si nécessaire, à la réception du brief ou lors de la construction du plan, M6 Unlimited se réserve le droit d'apporter des contrepropositions et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire.

M6 Unlimited se réserve le droit de programmer un maximum de 10% des GRP demandés dans le brief sur un support commercial différent de celui du brief.

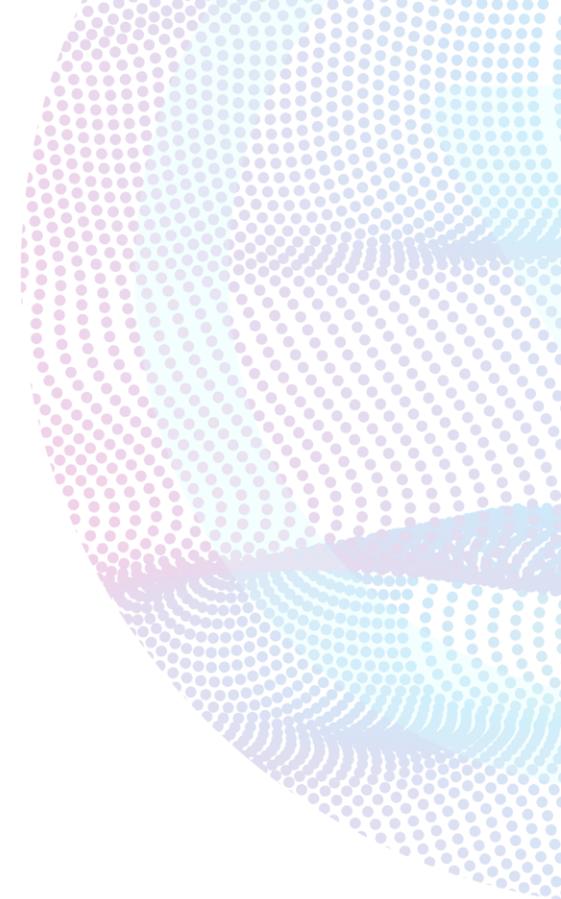
Les planifications des spots en coût GRP net garanti sont amenées à être modifiées par M6 Unlimited dans un but d'optimisation et ce jusqu'à la diffusion. Toute modification du brief de programmation à l'initiative de l'annonceur ou de son mandataire intervenant dans un délai inférieur à 4 semaines avant diffusion sera considérée comme l'envoi d'un nouveau brief et est soumise aux CGV (exemple : aménagement, tarification...).

1.2.4. Les remises commerciales définies au chapitre « **Espace classique - remises commerciales** » ne sont pas applicables en cas d'achat au coût GRP net garanti. Toutefois, les montants bruts payants investis par l'annonceur seront pris en compte dans la totalité des volumes 2026 investis pour le calcul des remises appliquées à l'achat au spot à spot.

1.2.5. Les achats en coût GRP net garanti sont ouverts à tous les secteurs, sauf ceux de la classe parfumerie (code 1003), du secteur fournisseurs de contenu audiovisuel (code 330107), ceux qui font l'objet de commercialisations spécifiques (annonceur cinéma, édition littéraire, campagne SIG, campagne « collective », campagne de produit éco-responsable pour des nouveaux annonceurs Groupe M6) et les campagnes publicitaires interdites (ou déconseillées) aux moins de 18 ans sur M6 et Puissance TNT +. Les campagnes interdites (ou déconseillées) aux moins de 12 ans et moins de 16 ans sont également exclues du périmètre garanti sur Puissance TNT + (excepté pour les vagues 100% Thematik).

1.2.6 Les achats en coût GRP net garanti sont soumis aux conditions suivantes :

- Maximum de 50% des GRP à délivrer en Day Time.
- M6 Unlimited se réserve le droit de modifier le poids maximum de GRP par tranche horaire en cours d'année pour certaines périodes données.
- Minimum de 2 semaines actives.
- Maximum de 6 semaines actives.
- Budget minimum (net HT facturé, base 20") par vague de :
 - Sur M6 : 80K€
 - Sur Puissance TNT + : 25K€ (hors campagnes achetées en 100% Thematik).

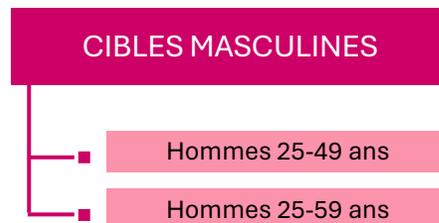
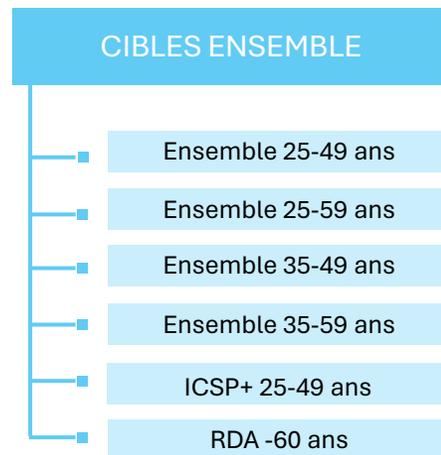
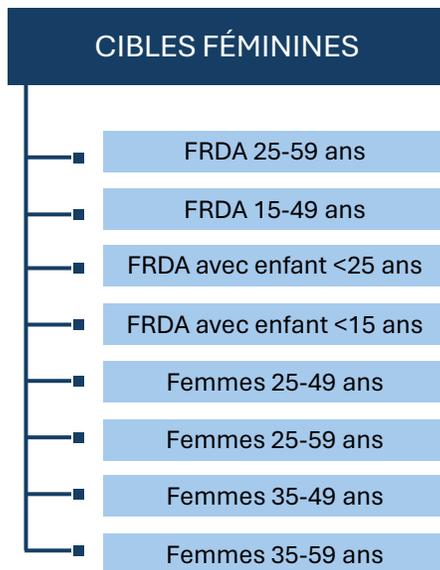


OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

PÉRIMÈTRE DES CIBLES GARANTIES SUR M6 ET PUISSANCE TNT +

Les achats en coût GRP net garanti sont ouverts aux cibles détaillées ci-dessous :



* Sur demande



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1.2.7 Les achats en coût GRP net garanti se font sur la base des indices qui suivent :

INDICES SAISONNALITE 2026 M6 ET PUISSANCE TNT +

PÉRIODE	01/01 – 08/03	09/03 – 19/04	20/04 – 17/05	18/05 – 05/07	06/07 – 19/07	20/07 – 16/08	17/08 – 18/10	19/10 – 20/12	21/12 – 31/12
INDICES	97	115	110	145	100	75	160	150	95

INDICES TRANCHES HORAIRES 2026 VALABLES POUR L'ENSEMBLE DES CIBLES GARANTIES

TRANCHES	INDICE
Day	95
Access	105
Peak	162
Night	75

M6 Unlimited se réserve le droit de modifier les indices de saisonnalité et/ou de tranches horaires en cours d'année pour M6 et/ou Puissance TNT +. Dans ce cas, la période et la (ou les) chaîne(s) concernée(s) ainsi que le nouvel indice seront communiqués au plus tard 10 jours calendaires avant la date d'application de cette modification via m6unlimited.fr, My6 ou tout autre moyen mis en place par M6 Unlimited.



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1.2.8 Bonus digital

Afin d'accompagner les annonceurs dans la mutation des usages et de la consommation des contenus vidéo, M6 Unlimited propose un bonus sur les achats en coût GRP net garanti, valable uniquement sur M6, si la part du CA investi sur M6+ (CA M6+, hors inventaires kids, intégrant également le CA généré en TV segmentée et chez les éventuels partenaires dont M6 Unlimited commercialiserait les inventaires vidéo) dans le CA total vidéo* est supérieure ou égale à 18% en 2026 :

% DIGITAL / TOTAL VIDÉO	< 18%	>= 18%
INDICES	100	98

Ce bonus, appliqué sur l'ensemble des vagues de l'année, ne sera accordé, avec effet rétroactif en cas de négociation d'un accord annuel, uniquement si cet accord est validé avant fin avril 2026.

En cas de non-respect du poids de digital par un annonceur qui aurait déclenché le bonus digital en cours d'année, M6 Unlimited régularisera les conditions commerciales de l'annonceur soit en cours d'exercice, soit via la remise fin d'ordre.

* Le CA total vidéo correspond à la somme du CA TV espace classique (y compris les écrans Puissance 6), hors CA investi en spot à spot au sein des contextes "Coupe du monde de Football FIFA 2026™", et du CA investi sur M6+ (CA M6+ intégrant le CA généré en TV segmentée et chez les éventuels partenaires dont M6 Unlimited commercialiserait les inventaires vidéo), en gré à gré et programmatique, hors inventaires kids, hors parrainage, hors opérations spéciales et hors CA issu de tiers revendeurs.

1.2.9. Catégories de coût GRP net garanti sur M6 et Puissance TNT +

En fonction de ses objectifs médiaplanning, un annonceur ou son mandataire a le choix, pour chacune de ses vagues, entre 3 catégories de coût GRP net garanti. Il n'est pas possible de cumuler plusieurs catégories de coût GRP net garanti au sein d'une même vague (cf page suivante).



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

Chaque catégorie correspond à un niveau d'indice qui s'applique sur le coût GRP **net base 20"** « désindexé » convenu. Les briefs seront traités par M6 Unlimited dans l'ordre de priorité suivant :

- Select+
- Select
- Standard

La mise en place d'un plan de roulement des films détaillé par écran sur une commande réservée en coût GRP net garanti, n'est possible que pour les catégories Select ou Select+.

CRITÈRES MÉDIAPLANNING ACTIVABLES EN FONCTION DE LA CATÉGORIE DE COÛT GRP NET GARANTI		STANDARD INDICE 100	SELECT INDICE 105	SELECT+ INDICE 108
Nombre de codes secteurs maximum		1	2	3 et +
Nombre de formats maximum		2	3	4 et +
Format max en secondes		29	29	40
INVENTAIRE	Exclusion des écrans intitulés 2430 - 2699			✓
	Exclusion de 1 à 3 jours nommés		✓	✓
	Communication en semaine on/off (semaines pleines de 7 jours)			✓
PROGRAMMATION SPOTS	Programmation de 2 spots d'une même vague dans un même écran*		✓	✓
DÉMARRAGE DE LA VAGUE	Présence d'un spot en peak le 1er jour			✓
	Au moins 1 spot en peak sur les 3 premiers jours		✓	
AUTRE CRITÈRE MÉDIAPLANNING	Exclusion d'un format sur une sous-période de la vague		✓	✓

* La somme des 2 formats ne peut être supérieure à 40 secondes.



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1.2.10. Achats 100 % Thematik au sein de Puissance TNT +

Dans le cadre d'un achat sur Puissance TNT +, un annonceur peut réserver une vague « 100 % Thematik ». Dans ce cas, il ne sera pas positionné dans les écrans du support Puissance TNT (W9, 6ter et Gulli), mais uniquement sur ceux de Paris Première, Téva, Serieclub, M6 Music, MCM, NRJ Hits et RFM TV.

Une vague 100 % Thematik se verra appliquer **un indice de 80** par rapport au coût GRP net base 20" désindexé négocié dans le cadre de Puissance TNT +.

Les indices liés aux formats, à la saisonnalité, aux tranches horaires tels que définis dans le paragraphe 1.2.7 s'appliquent également aux vagues 100 % Thematik, dont l'accès n'est pas limité en termes de format de spot.

1.2.11 Spécificités Puissance TNT +

En fonction de la cible d'achat, un panier de chaînes sera disponible par défaut pour les achats sur Puissance TNT +.

Le poids maximum de GRP sur les chaînes thématiques « adultes » (cf. définition page 37) est fixé à 30%* (au global de l'année 2026).

Le panier de chaînes ainsi que le poids maximum de GRP sur les chaînes thématiques pourront être amenés à évoluer en cours d'année, en raison notamment de la parution des vagues d'audience des chaînes thématiques (Septembre 2025 – Février 2026 en mars 2026 et Janvier-Juin 2026 en juillet 2026).

En cas d'achat d'une vague 100% Thematik, le support Puissance TNT (W9, 6ter et Gulli) sera automatiquement exclu. Les chaînes thématiques incluses au sein de cette vague restent les mêmes que celles prévues au sein d'une vague Puissance TNT + classique, en fonction des cibles achetées.

En cas de demande d'exclusion d'au moins une chaîne sur une vague Puissance TNT +, le coût GRP net désindexé base 20" garanti est majoré de +100€ versus le coût GRP net désindexé base 20" Puissance TNT + négocié initialement.

** En cas d'exclusion d'une chaîne (ou de certains contextes) du support Puissance TNT (W9, 6ter ou Gulli), le poids maximum des chaînes thématiques au sein du support Puissance TNT + pourra être porté à 35% en moyenne sur l'année 2026.*

1.2.12. Une même vague pourra faire l'objet simultanément des 2 modes d'achat (spot à spot et coût GRP net garanti). Dans cette hypothèse, la responsabilité de M6 Unlimited ne portera que sur la programmation et les performances de la partie achetée en coût GRP net garanti. L'achat au spot à spot s'effectuera dans les conditions et selon les modalités décrites aux présentes CGV. Par ailleurs, ce mix achat spot à spot/coût GRP net garanti est soumis à l'acceptation de M6 Unlimited.



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1.3. ACHAT D'ESPACE SUR PUISSANCE KIDS +

1.3.1 Ouvertures de planning

Dans le cadre des ouvertures de planning de Puissance Kids +, la période du Fall couvre les dates du 12 octobre au 6 décembre 2026.

Pour cette période :

- Toutes les demandes des annonceurs devront être envoyées à M6 Unlimited (via My6), au plus tard le 5 juin 2026.
- Les retours de négociations de la part de M6 Unlimited s'effectueront une fois toutes ces demandes reçues.

PÉRIODE	PUBLICATIONS TARIFS	PÉRIODES	DATES D'OUVERTURE	DATES RETOUR*	DATES LIMITES DE MODIFICATION DE LA PROGRAMMATION**
1	Mardi 14 octobre 2025	1 ^{er} janvier – 8 mars 2026	Vendredi 14 novembre 2025	Lundi 1 ^{er} décembre 2025	Vendredi 5 décembre 2025
2	Mardi 2 décembre 2025	9 mars – 3 mai 2026	Vendredi 9 janvier 2026	Lundi 26 janvier 2026	Vendredi 30 janvier 2026
3	Mardi 10 février 2026	4 mai – 16 août 2026	Vendredi 13 mars 2026	Lundi 30 mars 2026	Vendredi 3 avril 2026
4	Mardi 5 mai 2026	17 août – 31 décembre 2026	Vendredi 5 juin 2026	Vendredi 10 juillet 2026	Vendredi 28 août 2026

* Ne s'appliquent effectivement qu'aux campagnes reçues le jour même, avant midi, de l'ouverture de la période concernée.

** À l'issue du retour de planning par M6 Unlimited, l'annonceur et/ou le mandataire doivent impérativement notifier par écrit à M6 Unlimited toute annulation d'ordres. Dans ce cas, aucune pénalité ne sera appliquée.



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1.3.2 Achat au coût GRP net garanti sur Puissance Kids +

L'achat en coût GRP net garanti est proposé sur Puissance Kids + (écrans libellés en « 6 » des chaînes gratuites du Groupe M6, ainsi que tous les écrans des chaînes thématiques « jeunesse » du groupe M6 : Canal J et Tiji).

M6 Unlimited se réserve le droit d'exclure certains écrans, certains jours ou certaines périodes de ce mode de vente. M6 Unlimited informera au préalable les acheteurs du périmètre des écrans qui pourraient être exclus de la garantie.

L'achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids + est proposé sur les cibles enfants suivantes :

- Enfants 4-10 ans
- Enfants 4-14 ans
- Filles 4-14 ans
- Garçons 4-14 ans
- Enfants 11-14 ans

Dans le cadre de l'achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids +, un coût GRP net garanti **base 20"** est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et M6 Unlimited :

- Dans le cadre de conditions particulières de vente.
- Préalablement à la première demande de programmation.

C'est un coût GRP net base 20" par période négociée qui est garanti par M6 Unlimited et non un coût GRP net par vague.

Dans le cadre de l'achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids +, seuls les indices liés aux formats des spots (cf. article 2.2 des conditions tarifaires) ainsi que l'éventuel indice bonus digital s'appliquent.

En cas de demande d'exclusion d'au moins une chaîne du support Puissance Kids +, le coût GRP net garanti sera majoré de 100 € versus le coût GRP net négocié sur Puissance Kids + sur la période du Fall, et de 40 € le reste de l'année.

Le poids maximum de GRP programmés sur Canal J et Tiji dans le cadre d'un achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids + est le suivant :

- Période du Fall : 20%
- Reste de l'année : 10%

Ce poids pourra être amené à évoluer en cours d'année, en raison notamment de la parution des vagues d'audience des chaînes thématiques (Septembre 2025 – Février 2026 en mars 2026 et Janvier-Juin 2026 en juillet 2026).

Les demandes d'achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids + peuvent être envoyées conformément au calendrier d'ouverture de planning et devront, quoi qu'il arrive, être reçues par M6 Unlimited au plus tard 4 semaines avant diffusion sauf sur la période du Fall, où toutes les demandes devront être envoyées, via My6, au plus tard le 5 juin 2026. Toute demande est envoyée sous forme de brief de programmation définissant les caractéristiques de la vague concernée (budget net fin d'ordre, code variété, cible, période de communication, format, répartition par tranche horaire...). Un module de saisie de brief est disponible sur My6.

Dans le cadre de l'achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids +, la programmation des spots est effectuée par M6 Unlimited, qui décide seule de la programmation et de la répartition des spots par chaîne sur la base d'un brief envoyé par l'annonceur ou son mandataire. Les planifications des spots en coût GRP net garanti sont amenées à être modifiées par M6 Unlimited dans un but d'optimisation et ce jusqu'à la diffusion.

Les spots publicitaires composés d'un montage sans transition aucune, ou quasi-inexistante, de plusieurs créations distinctes et accolées au sein d'un unique et même spot, ne pourront pas bénéficier d'achat en coût GRP net garanti sur Puissance Kids +.

1.3.3 Bonus digital sur Puissance Kids +

Dans la continuité de ce que propose M6 Unlimited pour l'offre vidéo Adultes, un bonus est proposé sur les achats en coût GRP net garanti sur Puissance Kids + si la part du CA investi sur les inventaires digitaux des contenus Kids dans le CA total vidéo Kids * est supérieure ou égale à 25% sur la période du Fall 2026 (cf définition page précédente) :

% DIGITAL / TOTAL VIDÉO (univers Kids)	< 25%	> = 25%
INDICES	100	98

En cas de non-respect du poids de digital par un annonceur qui aurait déclenché le bonus digital en cours d'année, M6 Unlimited régularisera les conditions commerciales de l'annonceur via la remise fin d'ordre.

* Le CA total vidéo Kids correspond à la somme du CA TV espace classique investi sur Puissance Kids+ et du CA investi sur les inventaires digitaux des contenus kids, en gré à gré et programmatique, hors parrainage, hors opérations spéciales et hors CA issu de tiers revendeurs.



OFFRE TV CLASSIQUE

Achat d'espace

1.4 ACHAT EN NET SUR LA PLATEFORME MY6

M6 Unlimited met à disposition une fonctionnalité de réservation en ligne de spots en achat net sur la plateforme **My6**. L'objectif est de permettre à ses interlocuteurs d'optimiser leurs campagnes de publicité TV actives jusqu'à la dernière minute, de manière autonome et rapide, dans un souci d'automatisation et de simplification des process de l'achat d'espace publicitaire TV.

UTILISATION DE LA PLATEFORME

La connexion à la plateforme **My6** se fait via ses identifiants (login et mot de passe) personnels.

Une acceptation des conditions générales d'utilisation (**CGU**) de réservation en net sur **My6** sera nécessaire en amont de la première réservation (en plus de l'acceptation pour tout achat des CGV TV. Vidéo M6 Unlimited 2026).

CARACTÉRISTIQUES DE L'ACHAT EN NET SUR MY6

Les écrans proposés sur la plateforme **My6**, dont le choix est à la discrétion de M6 Unlimited, sont vendus en net fin d'ordre, et peuvent concerner l'ensemble des supports TV mis à disposition par M6 Unlimited (M6, Puissance TNT, Puissance Kids et les chaînes thématiques). Les prix nets des écrans proposés sur **My6** sont susceptibles d'évoluer en temps réel sur la plateforme. Aucune remise commerciale supplémentaire ne pourra être accordée sur les spots achetés en net sur la plateforme **My6**. Ces spots ne pourront en aucun cas faire l'objet d'une garantie de performances,

quel que soit le support TV utilisé (M6, Puissance TNT, Puissance Kids ou les chaînes thématiques). Les montants nets achetés sur **My6** ne seront en aucun cas intégrés dans l'assiette de calcul des différentes remises commerciales applicables sur les différents supports TV commercialisés par M6 Unlimited (M6, Puissance TNT, Puissance TNT +, Puissance Kids + et les chaînes thématiques).

M6 Unlimited se réserve la possibilité de modifier ou d'apporter de nouvelles caractéristiques de l'achat en net sur **My6**.

Toute réservation en net sur la plateforme **My6** constitue un achat ferme et définitif (cf article II.3 des **CGU de My6**), hors cas de force majeure (cf définition page 78 des présentes CGV). Si un cas de force majeur est avéré, il est entendu que c'est à l'annonceur ou à son mandataire d'informer M6 Unlimited par écrit que les spots réservés spécifiquement via la plateforme **My6** doivent être annulés par M6 Unlimited.

M6 Unlimited se réserve le droit d'annuler des réservations dans le cas de non-respect des termes des présentes CGV et des modalités d'achat et de diffusion des publicités (en cas de non-respect des critères de programmation, de diffusion, etc.).

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PLATEFORME D'ACHAT EN NET

Pour être éligible à l'achat d'espace publicitaire TV en net sur **My6**, la campagne doit respecter les conditions suivantes :

- Être active (au moins un spot programmé sur l'un des supports TV commercialisés par M6 Unlimited, soit M6, Puissance TNT, Puissance TNT +, Puissance Kids ou les chaînes thématiques), quel que soit le mode d'achat, dans les 90 jours précédant ou suivant la date de réservation d'un spot en achat net sur **My6**.
- Réserver un spot en achat net sur **My6** sur un format identique aux formats utilisés sur la campagne active concernée.
- Respecter les modalités de livraison des spots publicitaires et conditions de diffusion telles que précisées dans la partie « Éléments de diffusion ».

L'ensemble des modalités d'achat/réservation disponibles sur **My6** est détaillé dans les CGU de **My6**.

Profitez également de l'implémentation d'un moteur d'optimisation directement dans les achats en net sur **My6** pour vous aider à sélectionner automatiquement les spots disponibles à l'achat en temps réel et correspondant à toutes vos demandes médiaplanning :

- Budget net
- Poids de GRP par tranche horaire
- Puissance et économie des écrans en fonction de la cible d'achat
- ...



OFFRE TV CLASSIQUE

Conditions tarifaires

2. CONDITIONS TARIFAIRES

2.1. GRILLES DE TARIFS

Les grilles de tarifs des écrans publicitaires des différentes chaînes peuvent être consultées sur **My6**.

Elles sont publiées selon le calendrier prévu dans la partie "achat d'espace" de ces présentes CGV, pages 39 et 48.

Elles sont ajustées chaque semaine en fonction de la programmation, 3 semaines avant la diffusion des programmes.

2.2. INDICES FORMATS

Les tarifs publiés dans les grilles des écrans publicitaires sont exprimés en base 20 secondes. Pour connaître le tarif au format, il convient d'appliquer l'indice correspondant à la durée du spot.

EXEMPLE : Pour un écran au tarif brut (base 20 secondes) de 30 000 €, le tarif du spot de 30 secondes sera : $30\ 000 \times 1.10 = 33\ 000$ €.

Les conditions tarifaires suivantes s'appliquent à l'ensemble des chaînes en régie chez M6 Unlimited.

DURÉE (secondes)	INDICE FORMAT	DURÉE (secondes)	INDICE FORMAT	DURÉE (secondes)	INDICE FORMAT
3	37	17	92	31	130
4	41	18	95	32	135
5	46	19	96	33	140
6	52	20	100	34	148
7	57	21	101	35	156
8	60	22	101	36	162
9	63	23	102	37	168
10	66	24	103	38	174
11	69	25	105	39	180
12	73	26	106	40	186
13	78	27	106	45	211
14	82	28	108	50	238
15	86	29	109	55	267
16	88	30	110	60	300

M6 Unlimited se réserve le droit de modifier les indices formats en cours d'année.



OFFRE TV CLASSIQUE

Conditions tarifaires

2.3. PODIUMS (EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS)

Vente au spot à spot et au coût grp net garanti

Le placement d'un spot au début ou à la fin d'un écran publicitaire offre à l'annonceur une visibilité supplémentaire.

Cette visibilité est valorisée selon les barèmes suivants :

	OR 1 ^{ère} et dernière positions dans l'écran	ARGENT 2 ^e et avant- dernière positions dans l'écran	BRONZE 3 ^e et antépénultième positions dans l'écran
Tous Écrans	14%	11%	8%

Pour la vente au spot à spot, la réservation des podiums est ouverte dès la fin de la période d'aménagement des ouvertures (voir p39). La programmation se fera à la réception du brief Podium (disponible sous My6) envoyé par l'annonceur ou son mandataire.

Pour la vente en coût grp net garanti, la programmation des podiums se fera de J-6 à J-12 (le mardi) pour les gammes Select et Select+, et de J-5 à J-11 (le mercredi) pour la gamme standard et pour les vagues 100% Thematik.

Certains écrans, notamment en raison d'un contexte programme événementiel, offrent aux annonceurs une visibilité particulièrement élevée. Dans ces cas, les majorations définies ci-dessus sont susceptibles d'être modifiées.

Les éventuelles modifications apportées par M6 Unlimited aux majorations podiums seront notamment disponibles dans les "flash écrans hebdomadaires" publiés après la chaque parution de chaque bulletin, ainsi que dans certaines offres spécifiques publiées en cours d'année (ex : compétitions sportives...)

2.4. CONSTRUCTION PERSONNALISÉE D'UN ÉCRAN

Exclusivement pour la vente au spot à spot et hors vente au coût grp net garanti

Dans le cas d'une réservation de plusieurs spots publicitaires par un même annonceur dans un même écran publicitaire, l'annonceur peut demander une construction personnalisée de cet écran, afin d'optimiser la mémorisation des messages.

Cette demande doit être adressée par e-mail :

- Au service planning : planningtvm6@m6.fr
- Et au service de diffusion publicitaire : diffusion-publicitaire@m6.fr

Si l'annonceur demande une construction personnalisée, chacun de ses messages ayant une durée inférieure ou égale

au message le plus long fait l'objet d'une majoration de 15%.

Si aucun emplacement précis n'est acheté dans un écran, M6 Unlimited construira l'écran à sa convenance.

EXEMPLE : 2 spots publicitaires respectivement de 8 et 15 secondes ont été réservés dans un même écran publicitaire par l'annonceur. Celui-ci demande par écrit au chargé de planning de programmer dans l'écran concerné le 15 secondes puis le 8 secondes ; les 2 spots ne devant pas être accolés. Cette construction sera ensuite confirmée au service de diffusion publicitaire. Le spot de 8 secondes fera l'objet d'une majoration de 15%.

2.5. ÉVÈNEMENTIALISATION DES EP1

Exclusivement pour la vente au spot à spot et hors vente au coût grp net garanti

M6 Unlimited permet aux annonceurs d'évènementialiser leur présence en début d'écran publicitaire au travers de différentes solutions créatives ayant pour objectif de maximiser l'émergence du spot.

Au-delà du spot concerné, ces dispositifs (avec un minimum de 10 diffusions) peuvent inclure un jingle personnalisé et une transition de 3 à 5" entre le jingle et le spot.

- Majoration de 20% sur l'espace réservé.
- Frais de production à partir de 5 K€ net HT.



OFFRE TV CLASSIQUE

Conditions tarifaires

2.6. MESSAGE MULTIPRODUIT

Vente au spot à spot et vente au coût grp net garanti

2.6.1. La promotion de plusieurs produits/marques dans un même message est possible. Si cette présence rend nécessaire la réservation d'un ou de plusieurs codes secteur supplémentaires, l'annonceur doit en informer le service planning de M6 Unlimited au moment de la réservation de l'espace et doit réserver l'ensemble des codes secteur concernés par le message.

Une majoration est alors appliquée selon le barème suivant :

ÉCRANS	2 ^E CODE RÉSERVÉ	3 ^E CODE RÉSERVÉ	4 ^E CODE RÉSERVÉ ET CHAQUE CODE SUIVANT
Plusieurs produits/marques du même annonceur	15%	10%	5%
Plusieurs produits/marques d'annonceurs différents (i)	20%	15%	10%

(i) Dans ce cas :

- La visualisation du (des) produit(s)/marque(s) supplémentaire(s) ne doit pas occuper la totalité de l'écran.
- La présence du (des) produit(s)/marque(s) supplémentaire(s) ne peut en aucun cas avoir une durée supérieure à 5 secondes.

2.6.2. Une majoration additionnelle de 10% est appliquée si M6 Unlimited est informée de la présentation ou citation d'un produit/marque supplémentaire après la réservation au planning ou si le code initialement réservé est erroné. Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

EXEMPLE : Pour 2 codes réservés pour plusieurs produits/marques d'annonceurs différents, sans que M6 Unlimited ait été prévenue lors de la réservation de l'espace, la majoration appliquée est de 20% +10%, soit 30%.

Si un message comportant au moins 3 codes secteur différents lors de la réservation au planning fait l'objet d'annulation d'un ou plusieurs code(s) avant diffusion, le montant des majorations reste intégralement dû.

2.7. CO-BRANDING

Achat au coût grp net garanti, vente au spot à spot et achat en net sur My6

On appelle co-branding :

- Un message publicitaire partagé de manière équilibrée par 2 marques ou produits, d'un même annonceur ou d'annonceurs différents.
- Un message publicitaire partagé par 2 marques ou produits, d'un même annonceur ou d'annonceurs différents avec une présence de la 2e marque/produit supérieure à 5 secondes. Le co-branding fait l'objet d'une majoration de 35%.

Une majoration additionnelle de 10% est appliquée si M6 Unlimited est informée d'une action de co-branding après la réservation au planning.

Cette majoration additionnelle s'applique en cumul.

2.8. EXCLUSIVITÉ SECTORIELLE

M6 Unlimited s'engage envers tout annonceur à ne pas programmer dans un même écran publicitaire le message publicitaire d'un autre annonceur mettant en avant un produit ou un service relevant du même code secteur à 8 chiffres (famille, classe, secteur, variété - cf. Nomenclature publiée sur le site m6unlimited.fr et My6). Toutefois et par exception à ce qui précède, M6 Unlimited se réserve le droit de ne pas appliquer, ponctuellement ou non, ce principe d'exclusivité sectorielle à tout secteur de son choix, et ce sous réserve d'une publication au préalable en ce sens par M6 Unlimited sur le site My6. M6 Unlimited mettra tout en œuvre pour respecter dans la mesure du possible le principe d'exclusivité sectorielle tel que défini aux présentes CGV dans les écrans où des spots seront réservés via des offres d'achat en TV segmentée.



OFFRE TV CLASSIQUE

Conditions tarifaires

2.9. ACCÈS PRIORITAIRE

Exclusivement pour l'achat au spot à spot et hors achat au coût grp net garanti

2.9.1. Certains spots peuvent bénéficier d'un accès prioritaire au planning sur M6, avant les ouvertures de planning. Cette priorité est valorisée selon le barème suivant :

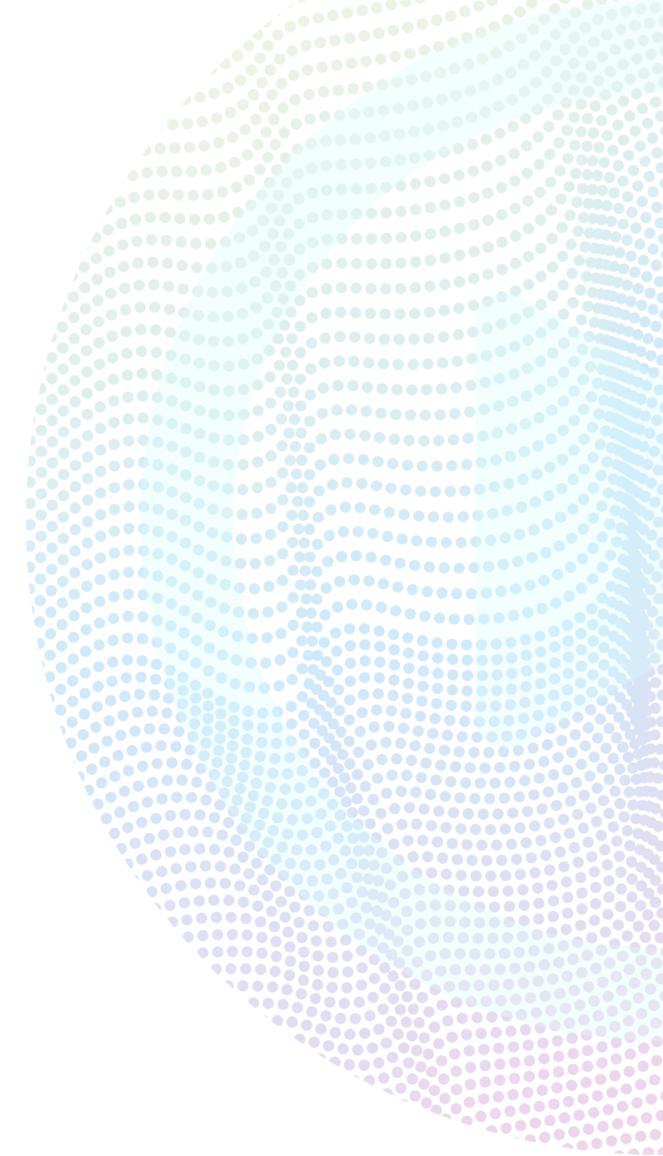
ACCÈS PRIORITAIRE	ACCÈS PRIORITAIRE OR
+5%	+20%

Toute demande d'EP dans le cadre d'un accès prioritaire se fait selon les conditions prévues en accès prioritaire Or.

En cas d'annulation d'un accès prioritaire, le montant de la majoration reste dû par l'annonceur.

2.9.2. Cette majoration s'applique sur la totalité de l'espace publicitaire réservé. Pour bénéficier d'un accès prioritaire, les annonceurs doivent adresser à M6 Unlimited une demande :

- exclusivement la veille de l'ouverture du planning (et au plus tard à 18 heures).
- exclusivement par mail au service planning à : planningtvm6@m6.fr



OFFRE TV CLASSIQUE

Remises commerciales

3. REMISES COMMERCIALES

3.1. CHAMP D'APPLICATION

Les remises suivantes s'appliquent à tout achat d'espace publicitaire classique sur les chaînes en régie chez M6 Unlimited, à l'exception des commercialisations spécifiques, de l'achat au coût GRP net garanti et de l'achat en net sur My6.

- Pour bénéficier des remises : l'annonceur doit assurer le paiement intégral des factures de M6 Unlimited à leurs dates d'échéance.
- L'annonceur et son mandataire doivent respecter les CGV de M6 Unlimited.

3.2. PRINCIPE D'APPLICATION IMMÉDIATE DES REMISES

Le solde des remises qui n'ont pas été appliquées en cours d'exercice est versé à la clôture de l'exercice, soit à partir de mi-mars 2027.

Un annonceur ne respectant pas un engagement doit, dans un délai de 30 jours date de facture, rembourser à M6 Unlimited la totalité de l'avantage dont il a bénéficié, majoré d'un intérêt égal à 10% (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à 3 fois le taux d'intérêt légal).

S'il apparaît manifeste qu'un annonceur ne pourra tenir son engagement ou s'il ne respecte pas les CGV, notamment le paiement intégral des factures aux dates d'échéance, M6 Unlimited se réserve le droit d'interrompre en cours d'année l'application des remises accordées en cours d'exercice.

3.3. REMISE VOLUME APPLICABLE SUR M6

La remise volume s'applique au 1er euro sur le montant brut payant de l'achat d'espace publicitaire annuel investi sur M6 (spot à spot et coût GRP net garanti, hors achat en net sur My6 et hors montants parrainage).

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (23%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : montant brut payant en K€ HT de l'achat d'espace 2026*

DE	À	TAUX
0	200	23%
200	400	26%
400	600	27%
600	800	28%
800	1 000	29%
1 000	1500	30%
1 500	2 000	31%
2 000	3 000	32%
3 000	5 000	33%
5 000	10 000	34%
10 000	20 000	35%
20 000	30 000	36%
30 000	40 000	38%
40 000		40%

* Montants investis sur M6 (au spot à spot et en coût GRP net garanti) hors montants parrainage et hors achat en net sur My6.



OFFRE TV CLASSIQUE

Remises commerciales

3.4. REMISE VOLUME APPLICABLE SUR PUISSANCE TNT

La remise volume s'applique au 1er euro sur le montant brut payant de l'achat d'espace publicitaire annuel investi au spot à spot et en coût GRP net garanti, (hors achat en net sur My6 et hors montants parrainage) sur Puissance TNT (écrans de W9, de 6ter et écrans Gulli intitulés en 7). En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (23%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : montant brut payant en K€ HT de l'achat d'espace 2026*

DE	À	TAUX
0	100	23%
100	200	26%
200	300	27%
300	500	28%
500	700	29%
700	1 000	30%
1 000	1 500	31%
1 500	2 000	32%
2 000	3 000	33%
3 000	5 000	34%
5 000	7 000	35%
7 000	10 000	36%
10 000	15 000	38%
15 000		40%

* Montants investis sur Puissance TNT (au spot à spot et en coût GRP net garanti) hors montants parrainage et hors achat en net sur My6.



OFFRE TV CLASSIQUE

Remises commerciales

3.4. REMISE VOLUME APPLICABLE SUR PUISSANCE KIDS +

La remise volume s'applique au 1er euro sur le montant brut payant de l'achat d'espace publicitaire annuel investi au spot à spot et en coût GRP net garanti (hors achat en net sur My6 et hors montants parrainage) sur les écrans de Puissance Kids +.

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (23%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : montant brut payant en K€ HT de l'achat d'espace 2026*

DE	À	TAUX
0	50	23%
50	100	26%
100	200	27%
200	300	28%
300	500	29%
500	700	30%
700	1 000	31%
1 000	1 500	32%
1 500	2 000	33%
2 000	2 500	34%
2 500	3 000	35%
3 000	4 000	36%
4 000	5 000	38%
5 000		40%

* Montants investis sur les écrans du support Puissance Kids + au spot à spot et en coût GRP net garanti sur My6 et hors montants parrainage.



OFFRE TV CLASSIQUE

Remises commerciales

3.6. REMISE VOLUME APPLICABLE SUR LES CHAÎNES THÉMATIQUES "ADULTES"

On entend par chaînes thématiques "adultes" les chaînes en régie chez M6 Unlimited, diffusées sur la télévision numérique terrestre payante, sur le câble, le satellite et/ou sur l'ADSL suivantes : Paris Première, Téva, Serieclub, M6 Music, MCM, NRJ Hits et RFM TV. Cette liste de chaînes est susceptible d'évoluer.

La remise volume s'applique au 1er euro sur le montant brut payant de l'achat d'espace publicitaire annuel investi en spot à spot et en coût GRP net garanti sur les chaînes thématiques "adultes" en régie chez M6 Unlimited (hors achat en net sur My6 et hors montants parrainage).

En cours d'exercice, la facturation s'opère au palier le plus bas (23%). À la clôture de l'exercice, elle fait l'objet d'une régularisation, sous la forme d'un avoir, en fonction du palier atteint.

Barème : montant brut payant en K€ HT de l'achat d'espace 2026*

DE	À	TAUX
0	500	23%
500	1 000	30%
1 000	2 500	35%
2 500		45%

* Montants investis sur les chaînes thématiques « adultes » au spot à spot et en coût GRP net garanti, hors achat en net sur My6 et hors montants parrainage.

3.7. BONUS DIGITAL

Ce bonus ne s'applique qu'aux achats en spot à spot non garantis

Principe du bonus digital :

Afin d'accompagner les annonceurs dans la mutation des usages et de la consommation des contenus vidéo, M6 Unlimited propose un bonus digital sur les achats en spot à spot non garantis valable uniquement sur M6, si la part du CA investi sur M6+ (CA M6+, hors inventaires kids, intégrant également le CA généré en TV segmentée et chez les éventuels partenaires dont M6 Unlimited commercialiserait les inventaires vidéo) dans le CA total vidéo** est supérieure ou égale à 18% en 2026 :

% DIGITAL / TOTAL VIDÉO	< 18%	> = 18%
BONUS DIGITAL M6***	0 pt	1,0 pt

*** Bonus appliqué sur le taux global de l'annonceur

Ce bonus, appliqué sur l'ensemble des vagues de l'année, ne sera accordé, avec effet rétroactif en cas de négociation d'un accord annuel, uniquement si cet accord annuel est validé avant fin avril 2026.

Ce bonus sera appliqué, dans la cascade tarifaire, après la remise volume (cf page 90 des présentes CGV).

En cas de non-respect du poids de digital par un annonceur qui aurait déclenché le bonus digital en cours d'année, M6 Unlimited régularisera les conditions commerciales de l'annonceur soit en cours d'exercice, soit via la remise fin d'ordre.

** Le CA total vidéo correspond à la somme du CA TV espace classique (y compris les écrans Puissance 6), hors CA investi en spot à spot au sein des contextes "Coupe du monde de Football FIFA 2026™", et du CA investi sur M6+ (CA M6+ intégrant le CA généré en TV segmentée et chez les éventuels partenaires dont M6 Unlimited commercialiserait les inventaires vidéo), en gré à gré et programmatique, hors inventaires kids, hors parrainage, hors opérations spéciales et hors CA issu de tiers revendeurs.



OFFRE TV CLASSIQUE

Commercialisations spécifiques

4. COMMERCIALISATIONS SPÉCIFIQUES

4.1. CAMPAGNES VISANT À PROMOUVOIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

M6 Unlimited 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 Unlimited 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 et être

accompagnées d'un dossier justifiant le bien-fondé de la demande pour l'année en cours. Seule M6 Unlimited 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 2026 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 Unlimited 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 Unlimited 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 Unlimited de définir si le spot de l'annonceur est éligible à l'offre **Comportements Responsables « Labels Environnementaux »**.

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 TV. 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.

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



OFFRE TV CLASSIQUE

Commercialisations spécifiques

4.3. ANNONCEURS DU SECTEUR CINÉMA

Les campagnes relatives aux films de cinéma font l'objet d'une commercialisation spécifique sur l'ensemble de nos supports TV (codes 33 01 06 03 et 33 01 06 04 de la nomenclature TV). Elles bénéficient d'un abattement défini en fonction du budget* du film promu au sein de la campagne publicitaire.

*Pour bénéficier de cet abattement, l'annonceur devra justifier du budget du film promu (source CNC par exemple).

BUDGET DU FILM	ABATTEMENT M6	ABATTEMENT DES AUTRES CHAÎNES
Budget du film supérieur à 7M€	-40%	-60%
Budget du film entre 4 et 7M€	-50%	-65%
Budget du film entre 1 et 4M€	-55%	-70%
Budget du film inférieur à 1M€	-60%	-75%

Cet abattement, qui s'applique sur le tarif brut, est valable quelle que soit la date de réservation de l'espace.

La remise volume ne s'applique pas sur les montants investis.

4.4. ANNONCEURS DU SECTEUR EDITION LITTÉRAIRE

Afin d'accompagner les maisons d'édition ayant l'opportunité de communiquer en télévision depuis avril 2024, M6 Unlimited maintient un abattement destiné aux campagnes d'édition littéraire (code 16 02 01 12 de la nomenclature TV) dans ses CGV TV/Vidéo 2026. L'abattement sur le tarif brut est le suivant :

BUDGET TV MINIMUM/VAGUE	ABATTEMENT
10 000€	-60%

Le budget (exprimé en base 20'') et l'abattement indiqués ci-dessus s'entendent au global des chaînes TV du Groupe M6. La remise volume ne s'applique pas sur les montants investis.

Bonus pour les campagnes jouant simultanément TV et Radio :

Toute campagne d'édition littéraire respectant le budget minimum de 10 000€ investis sur une vague TV, et qui investira simultanément au moins un support radio en régie chez M6 Unlimited* bénéficiera des avantages supplémentaires suivants :

- Abattement supplémentaire de **-10%** sur la campagne **TV****
- **Priorité d'accès** au planning à la fois en **TV** et en **radio**

* RTL, RTL2, FUN RADIO et M RADIO (liste à la date de publication des présentes CGV, sous réserve de modification)

** L'abattement total maximal, si toutes les conditions sont atteintes, pour une campagne TV d'un annonceur de l'édition littéraire, serait donc de -64%.

Exemple pour une campagne de 100 000 € brut :

Le premier abattement de -60% donne un budget net HT de 40 000 €.

Si l'annonceur bénéficie du bonus de -10% supplémentaires, le montant total de sa campagne sera de :

$40\,000\text{€} \times (1-10\%) = 36\,000\text{€}$, ce qui donne un taux global de -64%.



OFFRE TV CLASSIQUE

Commercialisations spécifiques

4.5. CAMPAGNE COLLECTIVE VISANT À PROMOUVOIR UNE ALIMENTATION ET DES COMPORTEMENTS FAVORABLES À LA SANTÉ

M6 Unlimited veille à respecter la charte en vigueur visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels, les contenus numériques et les communications commerciales, aux termes de laquelle il est prévu que “les régies publicitaires des services de communication audiovisuelle signataires – dont le Groupe M6 - proposent des conditions tarifaires adaptées pour l'accès aux écrans publicitaires des campagnes collectives faisant la promotion des produits dont il convient d'augmenter la consommation (produits hors champ de l'article 29 de la loi n° 2004-806 du 9 août 2004), conformément au 3ème alinéa de l'article 14 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992.”

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

4.5.1. Définition

Une campagne est considérée comme collective quand elle vise à promouvoir une alimentation et une activité sportive favorables à la santé, 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.

Pour obtenir le statut de campagne collective, les demandes doivent être adressées exclusivement par mail à l'adresse adv@m6.fr et être accompagnées d'un dossier justifiant le bien-fondé de la demande pour l'année en cours. Seule M6 Unlimited est habilitée à qualifier une campagne de “collective visant à promouvoir une alimentation et une activité sportive favorables à la santé” au sens de la charte visée en préambule.

Les campagnes ne bénéficiant pas de ce statut pour l'année 2026 (y inclus une campagne collective pour tout autre secteur que ceux susvisés) sont soumises au tarif général et aux CGV.

4.5.2. Commercialisation

Les campagnes ayant obtenu le statut de “collective visant à promouvoir une alimentation et une activité sportive favorables à la santé” bénéficient d'un abattement sur le montant brut tarif de 40% et ne peuvent bénéficier d'autres remises.

4.6. SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT

4.6.1. Définition

Pour bénéficier du statut de campagne d'intérêt gouvernemental, les annonceurs doivent adresser par mail à l'adresse adv@m6.fr l'agrément donné par le service d'Information du gouvernement (SIG). Une campagne SIG doit impérativement avoir l'agrément du ministère de référence.

4.6.2. Commercialisation

Seules les campagnes ayant reçu l'agrément SIG bénéficient d'un abattement sur le montant brut tarif de 40% et ne peuvent bénéficier d'autres remises.





06

**NOS CONDITIONS
COMMERCIALES
DE VENTES**

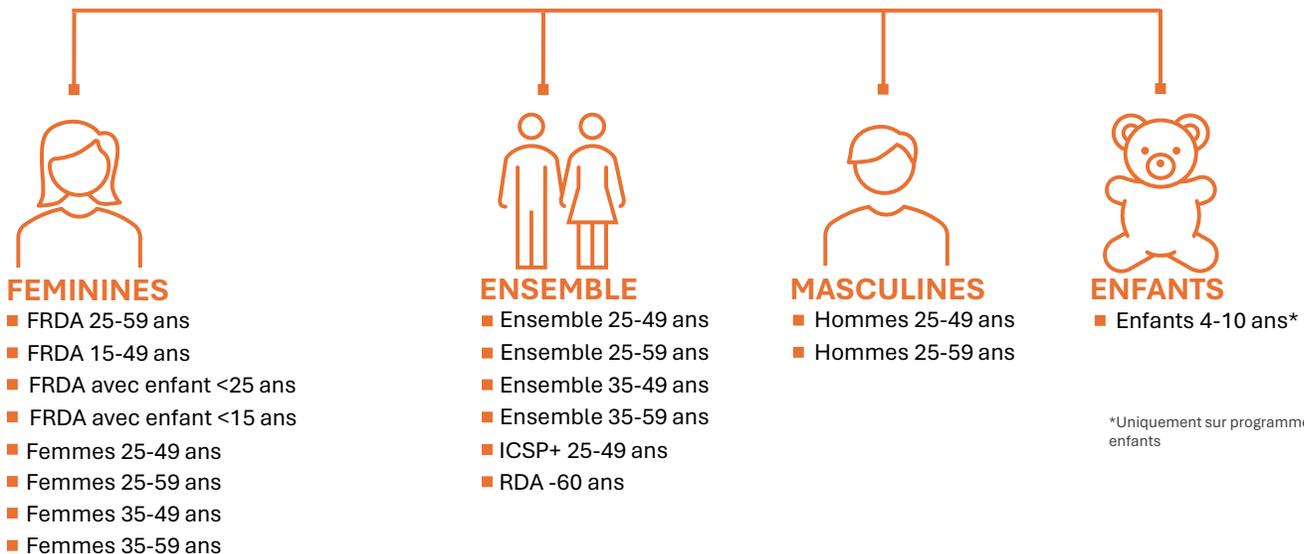
b. Offre TV Parrainage

OFFRE TV PARRAINAGE

1. CIBLES PARRAINAGE



L'achat d'un dispositif de parrainage pourra se faire uniquement sur une seule des cibles suivantes, étant précisé que M6 Unlimited n'est en aucun cas tenu de garantir les performances sur la cible choisie.



OFFRE TV PARRAINAGE

2. REMISES COMMERCIALES

Ce barème concerne tout annonceur contractant une opération de parrainage sur l'une des chaînes en régie chez M6 Unlimited. 2 remises commerciales sont établies :

2.1. LA REMISE RÉFÉRENTIELLE

Elle est fixée à 15% du montant d'achat d'espace lié à l'opération de parrainage (hors frais techniques). Elle s'applique au montant brut d'achat d'espace facturé mensuellement.

2.2. LA REMISE MANDATAIRE

Cette remise est attribuée à tout annonceur dont le mandataire assure, pour le compte de l'annonceur, la gestion, le suivi et le contrôle des opérations de parrainage et des frais techniques, la signature de la convention commerciale de parrainage ainsi que le paiement des factures à leur échéance.

Sur M6, W9, 6ter, Gulli, sur les chaînes thématiques en régie chez M6 Unlimited et sur M6+, le montant de la remise liée à l'intervention d'un mandataire est fixé à 2% du montant de l'achat d'espace lié à l'opération de parrainage facturé à l'annonceur, remise référentielle déduite. Elle est versée sur facture mensuellement après vérification des critères d'attribution décrits ci-dessus.

Le bénéfice des remises figurant aux présents barèmes est subordonné au paiement intégral du prix des factures de M6 Unlimited à leurs dates d'échéance et au respect des CGV par l'annonceur ou son mandataire.

2.3. GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE MULTIMARQUE/MULTIPRODUIT

La présentation ou la citation dans le générique de parrainage de plusieurs marques/produits du parrain ou d'un autre annonceur co-parrain est limitée à 3 codes variétés et entraîne l'application d'une majoration selon le barème suivant :

GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE	2 ^E CODE RÉSERVÉ
Plusieurs produits du même annonceur	15%
Plusieurs produits d'annonceurs différents	20%

- La visualisation du/de la (des) marque(s)/produit(s) supplémentaire(s) ne doit pas occuper la totalité de l'écran TV.
- La présence du/de la (des) marque(s)/produit(s) supplémentaire(s) ne peut en aucun cas avoir une durée supérieure à 3 secondes.

Le co-branding (message publicitaire partagé de manière équilibrée par 2 marques ou si la présence de la 2e marque est supérieure à 3 secondes) fait l'objet d'une majoration de 35%.

2.4. OFFRE COUPLÉE TV+RADIO

En cas d'achat d'offre de parrainage couplée TV+Radio, une remise de 15% supplémentaire sera appliquée sur l'investissement radio par rapport à une négociation du même dispositif uniquement en radio.

Cette offre ne s'applique pas sur les programmes événementiels.

Cette offre n'est applicable que pour tout dispositif dont l'investissement net HT TV+Radio est de 300 000€ minimum.





06

NOS CONDITIONS COMMERCIALES DE VENTES

c. Placement de produit

PLACEMENT DE PRODUIT

Conformément à la réglementation applicable à la date de la publication des CGV, le placement de produit, sous réserve de conformité avec la délibération CSA n°2010/4 du 16/02/2010, modifiée par la délibération du 24 juillet 2012, est ouvert en télévision aux fictions audiovisuelles et aux clips musicaux.

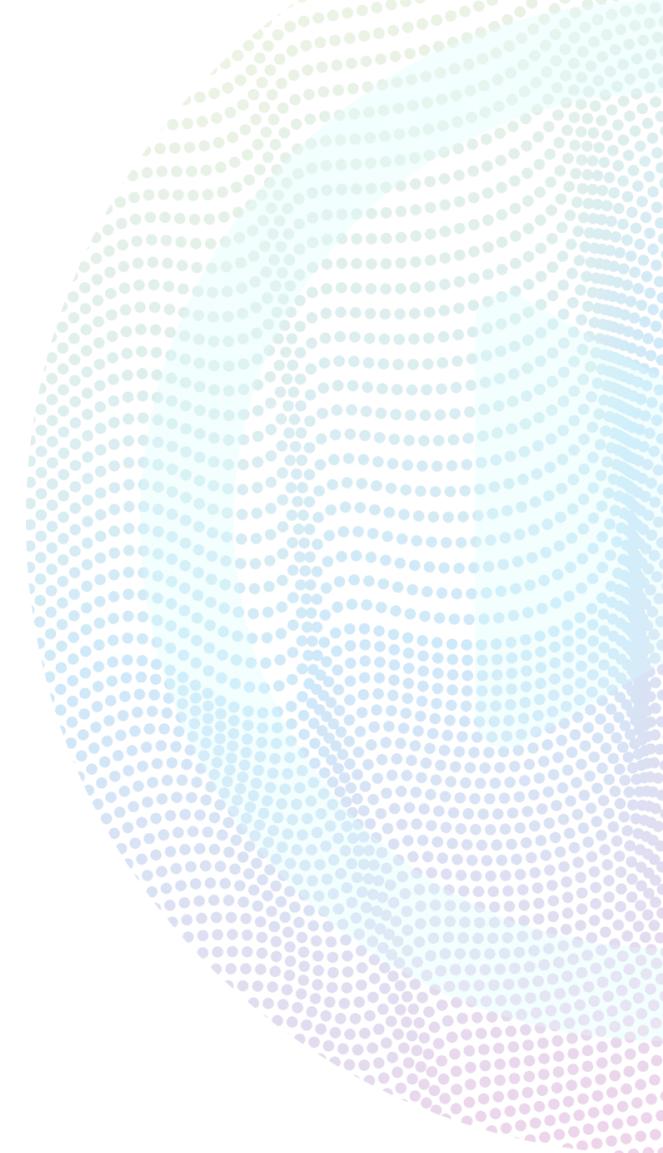
Toute nouvelle délibération applicable aux éditeurs ouvrant le placement de produit à d'autres types de programmes fera l'objet d'une communication par M6 Unlimited et/ou d'un avenant aux présentes CGV en cours d'exécution de l'opération.

Dans ce cadre, M6 Unlimited, en qualité de régie de chaque éditeur, s'est vue confier à titre exclusif la commercialisation du placement de produit. M6 Unlimited communiquera à chaque éditeur concerné toute demande de placement de produit pour les programmes autorisés par ladite réglementation. En cas de retour positif de la part de l'éditeur, le placement de produit sera formalisé par un document contractuel.

Conformément aux engagements pris par le Groupe M6 dans le cadre des contrats climat, M6 Unlimited sensibilisera les annonceurs à la nécessité de réduire la présence de produits placés ayant un impact négatif sur l'environnement.

Toute demande de placement de produit effectuée par un mandataire devra obligatoirement être accompagnée de l'attestation de mandat correspondante signée par l'annonceur.

Elle doit être adressée par mail à l'adresse adv@m6.fr





06

NOS CONDITIONS COMMERCIALES DE VENTES

d. Offre Télévision Segmentée

OFFRE TÉLÉVISION SEGMENTÉE

Box opérateurs

ACHAT D'ESPACE EN PUBLICITÉ SEGMENTÉE M6 ADRESSABLE

La publicité segmentée est une réponse innovante à vos problématiques marketing les plus diverses.

M6 Unlimited propose l'accès à la publicité segmentée via les box opérateurs : diffusion ciblée d'un spot au sein d'un écran en lieu et place d'un autre spot.

COMMUNICATION LOCALE

Adaptez votre plan média à votre réseau de distribution ou surpassez certaines zones géographiques.



COUVERTURE OPTIMISÉE

Boostez votre reach auprès des petits consommateurs TV, ou auprès des foyers non exposés à votre campagne en linéaire.



AUDIENCE SUR-MESURE

Communiquez directement auprès de vos clients ou prospects (activation de data annonceurs ou tierces).



PRIMO ACCÉDANT TV

Faites vos premiers pas en TV avec un ticket d'entrée optimisé.



DCO (SUR DEMANDE)

Adaptez vos créations publicitaires selon vos cibles et le lieu où elles se trouvent.



MOMENT MARKETING

Activez votre campagne selon des conditions météo spécifiques



OFFRE TÉLÉVISION SEGMENTÉE

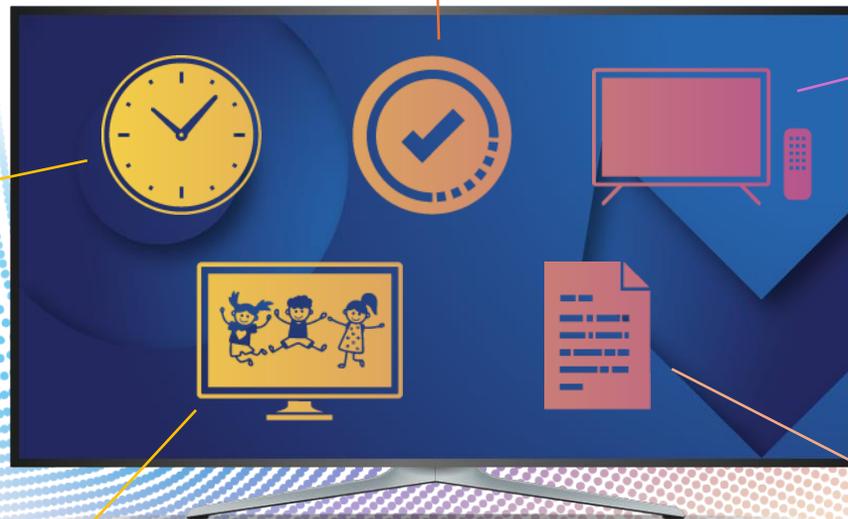
Les règles

Les formats éligibles en TV
segmentée :

15, 20 ET 30 SEC

Le souscripteur de la box
opérateur doit
ACCEPTER
de recevoir les publicités
ciblées (Opt-in)

Éligibles sur
**L'ENSEMBLE DES
TRANCHES HORAIRES**



SPÉCIFICITÉS TVS

Pas de publicité adressée
sur les programmes jeunesse
Pas de mention
de l'adresse de l'annonceur

RÈGLES COMMUNES AVEC LA TV BROADCAST

Pour certains annonceurs/secteurs
spécifiques (Pegi, distributeurs etc.)



OFFRE TÉLÉVISION SEGMENTÉE

Achat d'espace

M6 ADRESSABLE SUR LES BOX OPÉRATEURS

Les campagnes en publicité segmentée sont disponibles sur toutes les tranches horaires, et plusieurs spots peuvent être substitués dans un même écran.

Elles sont également disponibles chez l'ensemble des opérateurs.

En fonction des opérateurs, certaines différences peuvent continuer à exister.

La TV Segmentée est accessible en gré à gré et en programmation.

L'OFFRE M6 ADRESSABLE SUR LES BOXS OPÉRATEURS

L'offre de segments proposés par M6 Unlimited est notamment composée des segments suivants :

- **Géolocalisation** : ciblez votre zone commerciale ou surpassez une zone spécifique.
 - Région
 - Département
 - Grande agglomération
 - Code postal
 - Zone de chalandise

- **Profils** : touchez des foyers qualifiés.
 - Composition du foyer (célibataire, famille nombreuse, famille avec enfant, tranche d'âge des enfants).
 - CSP (CSP-, CSP+, CSP++, hauts revenus, très hauts revenus).
 - Type d'habitat (propriétaire, maison, appartement, zone rurale, zone à faible émission CO2).
 - Profil socio-démo (âge et genre).
- **Consommation TV** : communiquez sur une audience en affinité
 - Fans d'émissions M6 : Top Chef, Le Meilleur Pâtissier, Qui veut être mon associé, etc.
 - Centres d'intérêt toutes chaînes : plus de vingt segments (cuisine, brico/déco, football, mode, animaux, voyages, immobilier, santé/bien être...).
 - Consommateurs VOD et SVOD ;
- **Données annonceurs** : communiquez auprès de vos clients.
 - Activation de données annonceur.
- **Moment marketing** : Activez votre campagne selon des conditions météo spécifiques.
- **Apport de couverture** :
 - Non exposés TV
 - Petits consommateurs TV

- **Données Partenaires Premium (liste susceptible de modification en cours d'année)** :

- Unlimitail (Carrefour)
- Infinity Advertising (Intermarché)
- Valiuz (Auchan, Boulanger)
- Sirdata
- Veepee
- La Centrale
- Leboncoin

Cette offre pourra évoluer dans le courant de l'année 2026. Une harmonisation est prévue pour que l'ensemble des segments soit accessible chez tous les opérateurs. Certains segments propriétaires peuvent néanmoins rester propres à chaque opérateur. L'ensemble des segments proposé par M6 Unlimited est disponible sur demande.

CONDITIONS DE PROGRAMMATION

Dans le cadre de l'achat de campagnes en publicité segmentée, M6 Unlimited commercialise l'inventaire des chaînes sur l'écran de TV en live. Le périmètre de diffusion des campagnes est précisé lors des demandes de réservation.

La programmation des spots se fait à la discrétion de M6 Unlimited, en fonction de l'arbitrage de l'adserver, parmi les emplacements disponibles lors de la demande de réservation.



OFFRE TÉLÉVISION SEGMENTÉE

Achat d'espace

Conformément à l'article 2.1 « Conformité des messages », de la partie « Éléments de diffusion » M6 Unlimited se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre s'il lui apparaît notamment contraires aux intérêts du Groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.

Tous les spots achetés en TV linéaire avec un mode de vente garanti sont susceptibles d'être remplacés par un spot acheté en publicité segmentée sur un segment de foyers donné. Les achats faits en spot à spot ne sont pas substituables.

Le 1er et le dernier spot de chaque écran ne seront pas remplacés.

M6 Unlimited mettra tout en œuvre pour respecter dans la mesure du possible le principe d'exclusivité sectorielle tel que défini aux présentes CGV dans les écrans où des spots seront réservés via ces offres d'achat en publicité segmentée.

CONDITIONS D'ACHAT

La réservation d'une campagne en TV segmentée s'opère via la réservation d'un nombre d'impressions sur un segment déterminé parmi ceux proposés dans le présent document.

Les tarifs sont exprimés en CPM base 20 secondes.

Le budget minimum investi est de 5 000 € net HT par campagne.

Une campagne ne peut excéder 150 sous-ciblages, chaque sous-ciblage devant être au minimum investi à hauteur de 1 000 € net HT.

Exemple : les campagnes géolocalisées avec sous-ciblage par code postal

Les indices formats sont identiques à ceux inclus dans les présentes CGV (cf article « conditions tarifaires »).

LA MESURE D'AUDIENCE

Dans le cadre de la publicité segmentée, les performances des campagnes dont certains spots sont substitués sont recalculées.

Pour ce faire, les régies envoient à Médiamétrie le détail des impressions diffusées en publicité segmentée. Sur cette base, et en fonction du profil des écrans où se sont déroulées des substitutions, des GRP corrigés sont estimés pour les annonceurs concernés.

Ces GRP sont ensuite mis à disposition du marché, notamment via les centres-serveurs comme Popcorn ou Addside. Depuis 2021, les GRP corrigés sont livrés pour une semaine complète le jeudi suivant ladite semaine. Les conditions de livraison des GRP corrigés pourront être amenées à évoluer courant 2026.



OFFRE TÉLÉVISION SEGMENTÉE

Conditions tarifaires

ACTIVATION GRÉ À GRÉ OU PROGRAMMATIQUE

SUR LES BOX OPÉRATEURS	 Ciblage Géolocalisation	Région Département Zone urbaine/agglomération/chalandise/cp
	 Ciblage Profils	Socio-démo Composition du foyer/csp/habitat/géotypes
	 Ciblage Consommation TV	Petits/moyens/gros consommateurs TV Affinité/centres d'intérêts toutes chaînes Fan de programmes M6 (Top Chef/LMP/etc.)
	 Ciblage sur-mesure	Ciblage annonceur DCO météo Scénarisation : dco/reach/storytelling Autres
	 Cibles partenaires Premium (liste susceptible d'évolution en cours d'année)	Unlimitail Infinity Advertising (Intermarché) Valiuz (Auchan, Boulanger) Sirdata La Centrale Leboncoin Veepee

tarifs : nous consulter





06

NOS CONDITIONS COMMERCIALES DE VENTES

e. Offre digitale

TARIFICATION M6+

TARIFICATION GRÉ À GRÉ			CPM BRUT HT (BASE 20 SEC)
Rotation générale	Multi-écrans par chaîne ou toutes chaînes (PC+CTV+mobile+tablette)	M6+ TV (contenus longs)	100 €
Contexte	Packs cibles et thématiques hors kids, hors jeunes • Multi-écrans (PC+CTV+mobile+tablette)	M6+ TV (affectation des programmes et des sites selon l'affinité avec la cible. Liste sur demande)	115 €
	Pack jeunes • Multi-écrans (PC+CTV+mobile+tablette)		86€
	RG Kids 4-14 ans • Multi-écrans (PC+CTV+mobile+tablette) +10% de majoration si ciblage âge/genre	JANVIER-SEPTEMBRE M6+ TV (affectation des programmes et des sites selon l'affinité avec la cible. Liste sur demande)	115 €
		OCTOBRE-DÉCEMBRE M6+ TV (affectation des programmes et des sites selon l'affinité avec la cible. Liste sur demande)	160€
Parrainage	Achat au site ou au programme	Liste des programmes et des sites sur demande	-

TARIFICATION PROGRAMMATIQUE FLOOR PRICE (BRUT)

DURÉE DU SPOT	MOINS DE 20 SECONDES	DE 21 À 30 SECONDES	DE 31 À 40 SECONDES
Ciblage contextuel Packs : Femmes, Hommes, Millenials, CSP+, Kids, Entertainment, Gaming, Lifestyle	120€	135€	150€
M6+ Ron	104€	120€	135€



TARIFICATION M6+ DATA

TYPE	CIBLAGE DATA	MAJORATION VS. RON (BRUT) MAJORATION
Socio-démographique	âge ou genre	20 €
	foyer	20 €
	csp	20 €
Niveau de revenus	hauts revenus revenus modestes	20 €
Géotype	ultras urbains citadins dynamiques petits ruraux grand air	20 €
Centres d'intérêt	affinitaire	20 €
	fan de programmes	20 €
Géolocalisation	région	20 €
	département	40 €
	code postal	64 €
	zone iris	80 €
	zone de chalandise	sur demande
Partenaire premium	Unlimitail, Valiuz, Infinity Advertising, Veepee...	32 €
	Sirdata	28 €
Reach incrémental	petits conso non-équipés TV	20 €
	non-exposés TV	32 €
Sur-mesure	crm onboarding	sur demande
	smart custom	sur demande
	autre	sur demande



TARIFICATION

Ajustez votre communication

Le format référent est le format 20 secondes (indice 100).
Pour tout autre format, nous consulter.

AJUSTEMENTS FORMATS

OPTIONS AJUSTEMENTS	MODULATION
Capping	+15%
Message multiproduit	+15%
Ciblage jour	+15%
Ciblage horaire	+15%
Ciblage position écran	+15%
Exclusivité du spot dans l'écran	sur demande
Ciblage exclusion mobile ou tablette	+10%
Exclusion CTV	+20%
Exclusion sectorielle	+15%

Une campagne investie sur M6+ ne peut excéder 150 sous-ciblages, chaque sous-ciblage devant être au minimum investi à hauteur de 1 000 € net HT.

Exemple : les campagnes géolocalisées avec sous-ciblage par code postal





07

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

a. Conditions générales de vente communes

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

1. ACCEPTATION DES CGV

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

- Reconnaitront avoir pris connaissance des CGV énoncées ci-après, en acceptant les termes et leur application.
- S'engagent à respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication commerciale audiovisuelle.

2. EXCLUSIVITÉ DE LA RÉGIE

M6 Unlimited, 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/parrainage des chaînes/sites.

3. ATTESTATION DE MANDAT

3.1. Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité/parrainage est adressé à M6 Unlimited par un mandataire, l'annonceur doit impérativement faire parvenir à M6 Unlimited, avant le début de la campagne publicitaire/opération de parrainage, 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. Toute autre disposition présente dans l'attestation de mandat ne pourra en aucun cas être opposable à M6 Unlimited. L'attestation de mandat, dont le modèle est disponible sur m6unlimited.fr et My6, n'est valable que pour l'année 2026.

Les adhérents à EDIPub et/ou les annonceurs, mandataires ayant souscrit au service mymandat développé par EDIPub pourront faire parvenir à M6 Unlimited ladite attestation de mandat via cette plateforme mymandat. Pour les annonceurs et/ou mandataires non adhérents à EDIPub et/ou n'ayant pas souscrit au service mymandat, l'attestation de mandat doit être déposée sous My6 dans l'espace coffre-fort.

3.2. M6 Unlimited 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/parrainage est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable de M6 Unlimited. 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 Unlimited par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris antérieurement à ladite notification par son mandataire.

4. SIGNATURE ELECTRONIQUE

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 Unlimited « DocuSign »*.

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

5. 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.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

6. FACTURATION

6.1. M6 Unlimited 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.

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

6.3. La facturation des messages publicitaires/dispositifs de parrainage est établie mensuellement au prorata de la diffusion ou le cas échéant en fin de période d'activation de certaines campagnes publicitaires diffusées sur M6+.

6.4. Toutes les remises dues en fin d'ordre à l'annonceur dans le cadre des ordres de publicité font l'objet d'avoirs de fin d'ordre émis à la clôture de l'exercice 2026, et à partir de mi-mars 2027. L'annonceur peut, dès réception de l'avoir susvisé, demander par écrit que soit payé le montant de cet avoir à lui-même ou au mandataire qu'il aura désigné.

M6 Unlimited se réserve le droit :

- de ne pas procéder à l'émission de l'avoir lorsque l'annonceur/ mandataire n'a pas renvoyé les bons de commande et/ou autres contrats signés et l'annonceur ne s'est pas préalablement et intégralement acquitté des factures dues à M6 Unlimited,

- de facturer et d'exiger le règlement, si cela n'a pas été effectué en cours d'ordre, des pénalités prévues aux présentes CGV et dues par l'annonceur.

6.5. Dans le cadre de la commercialisation en espace classique de Puissance TNT +, l'annonceur recevra une facture unique pour l'ensemble des spots diffusés sur W9, 6ter, Gulli et les chaînes thématiques « adultes », que ce soit sur les écrans synchronisés ou non synchronisés.

Dans le cadre de la commercialisation en espace classique de Puissance Kids +, l'annonceur recevra une facture unique pour l'ensemble des spots diffusés dans les écrans jeunesse des chaînes gratuites du Groupe M6 (écrans libellés en 6), et dans les écrans de Canal J et Tiji.

De manière générale et dans le cadre de la commercialisation en espace classique, l'annonceur pourra pour de nouveaux produits commerciaux développés par M6 Unlimited recevoir dans ces cas une facture unique.

7. PAIEMENT

7.1. Le paiement des factures émises par M6 Unlimited 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 Unlimited.

Aux fins de réception des paiements, M6 Unlimited indique ses coordonnées bancaires sur ses factures. Au cas où une demande de modification du RIB de M6 Unlimited parviendrait à l'annonceur, ce dernier devra s'assurer que cette demande émane réellement de M6 Unlimited 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.

7.2. Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. À défaut, les pénalités et sanctions prévues au paragraphe 7.3. s'appliqueront de plein droit. M6 Unlimited 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 nouvel annonceur ou tout annonceur n'apportant pas de garanties satisfaisantes à M6 Unlimited sur sa solvabilité.
- Pour tout annonceur avec qui M6 Unlimited 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 Unlimited, que ces retards et/ou défaut de paiement soient du fait de l'annonceur ou son mandataire.

L'annonceur pour lequel M6 Unlimited 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 Unlimited n'accorde pas d'escompte de règlement.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

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

- Des intérêts de retard calculés à raison d'un taux de 15 % (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 Unlimited sont supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, M6 Unlimited demandera, sur justification, une indemnisation complémentaire à l'annonceur concerné.
- En cas de défaut de paiement entraînant une action en recouvrement, l'annonceur sera tenu à payer à M6 Unlimited automatiquement et de plein droit un montant forfaitaire égal à 10% des sommes à recouvrer.

7.4. En cas de non-respect des modalités de paiement (défaut et/ou retard de paiement) des factures émises par M6 Unlimited à l'annonceur, M6 Unlimited se réserve le droit, et ce tant que les sommes dues en principal et en intérêts n'aurent pas été réglées :

- de refuser à l'annonceur le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et/ou spécifiques et de suspendre l'attribution de toutes les remises accordées sur facture et de celles éventuellement dues en fin d'exercice, et/ou
- De reprendre tout ou partie des conditions commerciales et des remises accordées au titre des factures non-encore réglées, et/ou

- 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 Unlimited.

7.5. Dans l'hypothèse où M6 Unlimited 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.

Enfin et dans l'hypothèse où M6 Unlimited serait amenée à émettre un avoir à un annonceur ou son mandataire, le montant de cet avoir émis par M6 Unlimited sera compensé avec les factures échues et non encore payées de l'annonceur concerné.

Aux fins de réception des paiements, M6 Unlimited indique ses coordonnées bancaires sur ses factures. Au cas où une demande de modification du RIB de M6 Unlimited parviendrait à l'annonceur, ce dernier devra s'assurer que cette demande émane réellement de M6 Unlimited 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.

8. CONFIDENTIALITÉ

L'annonceur et son mandataire ainsi que l'Editeur et M6 Unlimited s'engagent, tant par eux-mêmes que par leurs salariés pour lesquels ils se portent fort, 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.

L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et M6 Unlimited conviennent expressément du caractère strictement confidentiel et commercialement sensible au sens du droit de la concurrence de toutes les informations écrites ou orales échangées ainsi que sur les dispositions figurant dans tous les documents contractuels (en ce compris les factures) et les informations d'ordre financier, tarifaire et commercial, échangés oralement et/ou par écrit entre M6

Publicité et/ou l'Editeur et l'annonceur et/ou son mandataire dans le cadre de la négociation, de l'élaboration et de l'exécution de tout document contractuel (ci-après les « Informations Confidentielles »). Par conséquent, L'annonceur et son mandataire ainsi que l'Editeur et M6 Unlimited s'engagent, sauf accord préalable et écrit de la partie concernée, à ne pas divulguer, directement ou indirectement, de quelque manière que ce soit, ces Informations Confidentielles à un tiers.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

9. MESURES D'AUDIENCE

Les campagnes publicitaires programmées en espace classique ou en parrainage sur les chaînes thématiques ne pourront en aucun cas faire l'objet de demandes de compensations calculées à partir de résultats d'audience publiés après programmation des spots ou des dispositifs de parrainage (fichiers Médiaplanning Médiamat Thematik).



FICHER MÉDIAPLANNING MÉDIAMAT THÉMATIK

FICHIERS SERVANT DE BASE À LA TARIFICATION	DATES D'APPLICATION DES TARIFS
Janvier – Juin 2025	du 01/01/26 au 30/04/26
Septembre 2025 – Février 2026	du 01/05/26 au 31/08/26
Janvier – Juin 2026	du 01/09/26 au 31/12/26



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

10. RÈGLES RELATIVES AU TRAITEMENT DES DONNÉES PERSONNELLES

Pour les besoins du présent article : l'annonceur s'engage autant en son nom qu'au nom de ses prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur du film publicitaire, etc.), ci-après les « mandataires », à respecter les obligations et garanties énoncés, ceux-ci étant conjointement et solidairement responsables et ci-après désignés ensemble « l'annonceur ». M6 Unlimited et l'annonceur sont ci-après désignés ensemble ou séparément « une/la(la/les) partie(s) ».

10.1 PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES UTILISATEURS DES SERVICES M6

10.1.1 Principe d'interdiction

L'annonceur est pleinement informé, qu'à moins d'obtenir l'autorisation préalable de M6 Unlimited et de conclure un accord spécifique ou dans le cadre de l'offre CRM/on-boarding de données tel que prévu aux paragraphes suivants, sont interdit(e)s :

- Toute collecte ou récupération de données personnelles par quelque moyen que ce soit sur les services média (chaînes de télévision, 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 Unlimited.
- Toute fourniture de données personnelles à M6 Unlimited dans quelque cadre que ce soit.

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 Unlimited (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 qu'aucun cookie ne soit déposé sur les Services M6.

10.1.2 Offre de CRM/on-boarding (également désignée ci-après « on-boarding ») de données annonceurs

A. Description de l'offre :

Dans l'hypothèse où l'annonceur souhaiterait souscrire à une offre M6 Unlimited impliquant un ciblage publicitaire sur la base de segments combinant les données fournies par l'annonceur ou des tiers, mises à disposition de M6 Unlimited, pour une diffusion sur M6+, quel que soit le mode de vente, gré à gré, programmatique (« offre on-boarding classique ») et/ou en TV Segmentée (« offre data tierce TV segmentée »), via M6 Adressable ou une autre solution permettant le ciblage des publicités, les conditions de traitements sont définies au présent article.

Le principe de fonctionnement de l'offre on-boarding est le suivant :

- Un annonceur envoie à M6 Unlimited ou à un tiers de confiance partenaire de M6 Unlimited et/ou de l'opérateur box partenaire (le « tiers de confiance ») par un mode sécurisé une base de données une base de données clients via un fichier contenant des adresses emails hashées/cryptées ; cela peut être une liste d'emails clients à cibler ou à exclure (« base annonceur »).
- Les données reçues sont intégrées dans la DMP de M6 Unlimited contenant des adresses emails des utilisateurs des Services M6 également hashées/cryptées (« base M6 ») ou en parallèle l'opérateur box partenaire de M6 Unlimited envoie au même tiers de confiance par un mode sécurisé sa base de données clients box via un fichier contenant des adresses emails hashées/cryptées (« base opérateur »).



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

- Dans la première hypothèse : M6 Unlimited identifie au sein de sa DMP les emails communs entre la base annonceur et la base M6 et crée un segment avec les contacts communs.
- Dans la seconde hypothèse : le tiers de confiance identifie au sein de sa base les emails communs entre la base annonceur et la base opérateur et crée un segment avec les contacts communs.
- Ce segment est récupéré par M6 Unlimited via son adserver.
- La campagne de l'annonceur est diffusée sur ce segment spécifiquement via l'adserver de M6 Unlimited sur le site M6+ ou en TV segmentée.
- Le segment peut ensuite être supprimé de la DMP de M6 Unlimited à la fin de la campagne.

B. Accord de traitement des données Offre CRM/on-boarding (DPA-article 26)

Un accord-type est disponible à l'adresse suivante : <https://m6unlimited.fr/app/uploads/sites/2/2025/09/m6publicite-guidelines-rgpd-crm-onboarding--sept-2025-.pdf>

10.1.3 Collecte et/ou traitements de données autorisé(s) par M6 Unlimited par le biais de cookies et encadré(s) par le biais d'un accord spécifique

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 Unlimited tout élément utile relatif :

- Aux caractéristiques techniques des cookies.
- Au type d'informations collectées par l'intermédiaire des cookies. A ce titre : Les seules données qui pourront être

collectées par le biais des cookies par l'annonceur (ou « le déposant ») sont des informations de navigation des utilisateurs - non directement identifiantes - concernant les contenus consultés sur les Services M6. 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.

- 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, son prestataire et/ou son mandataire reconnaissent et acceptent expressément.

En tout état de cause, en cas d'accord data spécifique signé, l'annonceur s'engage à respecter les signaux de consentement ou de non-consentement envoyés par M6 Unlimited 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

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 Unlimited 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 Unlimited, 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 Unlimited du fait de tout manquement par l'annonceur à ses obligations.

En tout état de cause, M6 Unlimited ne sera redevable d'aucune compensation ou indemnité quelconque envers l'annonceur ou tout tiers en cas de tout dysfonctionnement lié 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.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

En tout état de cause, M6 Unlimited ne sera redevable d'aucune compensation ou indemnité quelconque envers l'annonceur ou tout tiers en cas de tout dysfonctionnements 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.

10.1.3 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. Respect des règles data applicables

Les Parties s'engagent à respecter l'ensemble des dispositions légales, réglementaire, interprofessionnelles et/ou déontologiques applicables relatives à la protection des données des utilisateurs, au traitement de données de communications électroniques et à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies, et à la prospection directe, notamment le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (« le RGDP »), la (iii) Directive 2002/58/CE du 12 juillet 2002 telle que transposée en droit français (« la Directive e-privacy »), 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 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, les parties s'engagent à s'y conformer.

b. 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.

c. 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.

d. 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.

e. 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 Unlimited 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 Unlimited (mode de cryptage universel « MD5 » ou « SHA256 »).
- Tenir à disposition de M6 Unlimited, 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.



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

- Répercuter les signaux de non-consentement/refus à M6 Unlimited 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.

L'annonceur garantit M6 Unlimited 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. À ce titre, l'annonceur s'engage en particulier à tenir M6 Unlimited 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 Unlimited

M6 Unlimited 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.

10.2 PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES PERSONNES PHYSIQUES

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

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/>

11. CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE

M6 Unlimited déclare, dans le cadre de l'exécution des présentes CGV, adhérer aux principes du code d'Éthique et de Déontologie du Groupe M6, disponible sur le site www.groupem6.fr. Dans le Code d'Éthique et de Déontologie, le Groupe M6 déclare respecter et faire respecter l'ensemble des dispositions légales et réglementaires françaises qui lui sont applicables notamment en matière de lutte contre la fraude, contre les manquements à la probité et contre la corruption et le trafic d'influence (en particulier la Loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte anti-corruption et à la modernisation de la vie économique dite loi « Sapin II »). 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 Unlimited (attestations, questionnaires, etc.).



CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE COMMUNES

Au sein du Code Éthique et 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 Unlimited (attestations, questionnaires, etc.).

12. DROIT APPLICABLE – COMPÉTENCE

Les présentes conditions générales de vente, tout échange et tout document contractuel sont soumis au droit français et toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application desdites conditions générales de vente, des échanges et/ou documents contractuels 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 2026. M6 Unlimited et l'éditeur se réservent le droit de modifier tout ou une partie de ces CGV en cours d'année, en particulier en fonction de la législation.

Ces modifications seront publiées sur le site de **M6 Unlimited** ou sur **My6**.





07

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

b. Spécificités TV

SPÉCIFICITÉS TV

Espace classique

1. AMÉNAGEMENT DE CAMPAGNE

L'annonceur et/ou son mandataire peut aménager sa campagne à l'intérieur des dates initialement arrêtées sous réserve de disponibilité et du maintien du budget à un niveau équivalent si la période concernée est inférieure à 31 jours calendaires (exemple : modification du (des) format(s) du message, déplacement de quelques messages vers d'autres écrans en fonction de la programmation, d'indicateurs de tendance, d'opportunités, modification de code variété de la campagne...).

Cet aménagement est possible au plus tard 8 jours calendaires avant diffusion.

2. ANNULATION D'ORDRE

Toute annulation d'ordre doit impérativement être adressée par mail par l'annonceur ou son mandataire à M6 Unlimited.

L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de M6 Unlimited.

2.1. Dans le cadre des ouvertures de planning, et après retour des ouvertures de planning, une fois l'espace réservé, l'annonceur ou son mandataire dispose de plusieurs jours ouvrés (voir page 39 et 48) pour notifier à M6 Unlimited, impérativement par mail, toute demande d'annulation d'ordre. Dans ce cas, aucune pénalité ne sera appliquée.

2.2. Pour toute annulation d'ordre adressée au-delà de la date indiquée dans les présentes CGV après retour des ouvertures de planning de M6 Unlimited et dans l'hypothèse - hors cas de force majeure (i) - où les investissements brut payant (c'est à dire brut HT facturés) annulés par cet annonceur représenteraient une baisse supérieure ou égale à 30% des montants brut payant initialement réservés par ce même annonceur, une pénalité de 5% du montant net HT annulé sera appliquée. Cette pénalité sera facturée aux conditions dues à l'annonceur le mois suivant les investissements du bimestre concerné.

EXEMPLE

Une facturation fin mars 2026 pour les investissements bruts payants effectivement constatés au cours du bimestre janvier-février 2026 (hors éventuelles pénalités facturées au titre d'annulations hors délais).

Cette pénalité s'appliquera sur la totalité des montants annulés, son calcul résultant de la différence entre les montants bruts payants initialement réservés et les investissements bruts payants effectivement constatés au cours du bimestre (hors éventuelles pénalités facturées au titre d'annulations hors délais).

2.3. Des pénalités sur le montant net HT annulé sont appliquées de plein droit dans les conditions suivantes. Pour toute annulation adressée :

- Entre 31 et 14 jours avant la 1re diffusion prévue et hors cas de force majeure (i), une pénalité égale à 50% du montant net HT annulé aux conditions de l'annonceur sera appliquée de plein droit,
- À moins de 14 jours avant la 1re diffusion prévue et hors cas de force majeure (i), une pénalité égale à l'intégralité du montant net HT annulé aux conditions de l'annonceur sera appliquée de plein droit.

2.4. Toute campagne programmée sur la période du 12 octobre au 6 décembre 2026 sur Puissance Kids +, et qui ferait l'objet d'une annulation d'ordre, totale ou partielle, après le 28 août 2026, sera intégralement due par l'annonceur concerné. Une pénalité égale à l'intégralité du montant net HT annulé aux conditions de l'annonceur sera appliquée de plein droit.

2.5. Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure (i), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'évènement à M6 Unlimited 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 Unlimited et jusqu'à la fin de l'évènement.

Dès que cet évènement 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 Unlimited.

(i) Cf définition page 78



SPÉCIFICITÉS TV

Espace classique

3. TARIFICATION

3.1. Les tarifs, sauf stipulation expresse et écrite d'une modification par M6 Unlimited, sont ceux mentionnés sur le bon de commande validé et acté par l'annonceur ou son mandataire.

3.2. M6 Unlimited se réserve le droit de modifier ses tarifs, en les notifiant sur le site My6 au minimum 4 jours avant leur date d'entrée en vigueur. Dans ce cas, dans un délai de 2 jour ouvré, l'annonceur pourra reprogrammer ses réservations dans d'autres écrans sous réserve de disponibilités au planning de M6 Unlimited et du maintien du budget à un niveau équivalent. Ces modifications ne pourront porter que sur la période impactée par les modifications tarifaires. M6 Unlimited enverra à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

3.3. M6 Unlimited se réserve le droit de modifier le tarif d'écrans publicitaires dans un délai plus court que 4 jours, notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement jugé exceptionnel par l'éditeur. Dans ce cas, M6 Unlimited informera l'annonceur ou son mandataire de la modification du programme et/ou du tarif applicable.

L'annonceur pourra accepter ces modifications et conservera l'espace tel qu'initialement réservé. S'il refuse

ces modifications, il devra maintenir le montant de son investissement initial et ce, sans qu'aucune indemnité ne puisse être réclamée.

M6 Unlimited enverra à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

3.4. Dans le cadre de l'achat de Puissance TNT / Puissance TNT +, un tarif unique est publié pour chaque écran faisant l'objet d'une diffusion synchronisée sur W9 et sur 6ter.

3.5. Dans le cas d'écrans couplés, M6 Unlimited pourra être amenée à publier un tarif brut global unique pour l'ensemble des chaînes de diffusion.

4. CALCUL DES MONTANTS D'INVESTISSEMENT

En cas de modification de la durée des messages ou d'annulation partielle ou totale des messages demandés en accès prioritaire, le montant de la majoration calculé au moment de la réservation reste intégralement dû.

4.1. SCHÉMA DE CALCUL DES MODULATIONS TARIFAIRES

Si le tarif d'un spot est soumis à l'application de plusieurs modulations tarifaires, les abattements et/ou majorations s'appliquent en cascade, dans l'ordre suivant :

- Abattement annonceur cinéma / édition littéraire / SIG / campagne collective / campagne de produits éco-responsables pour des nouveaux annonceurs Groupe M6, campagnes visant à promouvoir la transition écologique
- Majoration Podium
- Majoration construction personnalisée
- Majoration message multiproduits / co-branding
- Majoration accès prioritaire

Toutes les majorations s'appliquent sur les montants bruts payants investis.



SPÉCIFICITÉS TV

Espace classique

EXEMPLE 1 : MODULATIONS TARIFAIRES (ACHAT AU SPOT À SPOT)

- Spot de 25 secondes
- Campagne au spot à spot traitée en accès prioritaire OR
- Citation de 2 autres produits d'un autre annonceur nécessitant la réservation de 2 codes secteur supplémentaires et notifiée à M6 Unlimited lors de la réservation au planning

Pour un écran au tarif brut de 20 000€ en base 20'', le tarif brut payant du spot sera 34 020€.

Format du message	25''
Brut tarif base 20''	20 000 €
Brut tarif format – ind 105	21 000 €
Majoration accès prioritaire OR + 20%	25 200 €
Majoration 2 ^e et 3 ^e produit +35% (20% et 15%)	34 020 €

EXEMPLE 2 : UTILISATION DES INDICES (ACHAT AU COÛT GRP NET GARANTI)

- Chaîne : M6
- Campagne au coût GRP net garanti
- 40% des GRP en day et 60% en peak-time
- Répartition annuelle suivante : 20% des GRP de la campagne du du 6 au 19 juillet et 80% entre le 19 octobre et le 20 décembre
- Catégorie de coût GRP net garanti : Select

Indice tranches horaires : (40% x 95) + (60% x 162)	135,2
Indice saisonnalité : (20% x 100) + (80% x 150)	140,0
Indice catégorie de coût GRP net	105
Indice global choix médiaplanning	198,744

ATTENTION : si le mix tranches horaires n'est pas identique sur toutes les périodes de saisonnalité investies, l'indice médiaplanning de l'annonceur ne sera pas le simple produit des indices de saisonnalité, de tranches horaires et de catégorie de coût GRP net garanti.

4.2. CASCADE DU BRUT TARIF AU TARIF NET

HORS VENTE AU COÛT GRP NET GARANTI SUR M6 ET PUISSANCE TNT +

BRUT TARIF

Indice format

BRUT TARIF FORMAT

- Abattement annonceur cinéma / édition littéraire / campagne collective / SIG / campagnes de produits écoresponsables pour des nouveaux annonceurs TV
- Majoration podium
- Majoration construction spécifique
- Majoration message multiproduit/co-branding/ majoration additionnelle
- Majoration accès prioritaire

BRUT PAYANT

- Remise volume
- Remise bonus digital (uniquement sur M6)

NET HT

- TVA

NET TTC



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

1. OPTIONS

1.1. L'annonceur ou son mandataire doit adresser à M6 Publicité, par tout moyen écrit, une option indiquant le nom de(s) émission(s) qu'il souhaite parrainer, la durée souhaitée de l'opération et le nom du produit ou de la marque intéressé(e) par ce parrainage ainsi que son code secteur à 8 chiffres (cf. document « nomenclature TV » disponible sur m6unlimited.fr ou sur My6).

La durée de cette option est fixée par M6 Unlimited selon les conditions suivantes, étant précisé que l'option expire à 18h à l'échéance de chaque délai :

- 5 jours ouvrés si l'option est posée moins de 3 mois avant le démarrage de l'opération (soit à compter de la diffusion de la première bande annonce de l'émission concernée).
- 10 jours ouvrés si l'option est posée plus de 3 mois avant le démarrage de l'opération (soit à compter de la diffusion de la première bande annonce de l'émission concernée).

Il est précisé que dans le cas où une priorité de reconduction aurait été accordée à un annonceur sur une émission concernée par une prise d'option, le délai de ladite option ne pourra courir qu'à l'issue du délai accordé dans le cadre de la priorité de reconduction.

À la date de fin du délai susvisé, l'option, reprenant le nom de l'émission, la cible visée, la durée de l'opération, le nom la marque, le code secteur à 8 chiffres (cf. nomenclature TV) et l'acceptation du prix doit être confirmée par écrit.

M6 Unlimited accusera réception de cette confirmation en adressant une convention commerciale avant diffusion à retourner signée par l'annonceur ou son mandataire. L'option non confirmée sera considérée comme nulle.

Dans l'hypothèse où M6 Unlimited recevrait plusieurs options et/ou achats fermes portant sur le parrainage de(s) même(s) émission(s), leur prise en compte se fera, sauf cas particuliers, selon les critères suivants et dans l'ordre défini ci-après :

1.1.1. Priorité aux options et achats fermes portant sur une période plus longue.

Ainsi, si un annonceur s'engage par écrit sur l'achat ferme d'une opération de parrainage pour une période plus longue, M6 Unlimited pourra immédiatement accepter la demande d'achat ferme et informera par mail les annonceurs ayant adressé une option d'une durée plus courte que leur option devient caduque. Si un annonceur adresse à M6 Unlimited une option pour une période plus longue, l'option la plus longue devient prioritaire et passe en rang 1.

1.1.2. Dans le cas de périodes d'action identiques, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option sera pris en compte. Si un annonceur (exemple : en rang 3) s'engage par écrit sur l'achat ferme d'une opération de parrainage, M6 Unlimited informera par mail les annonceurs se trouvant à un rang

d'option supérieur (exemple : en rang 1 et/ou 2) qu'ils disposent alors d'un délai de 48 heures ouvrées, à compter de l'envoi dudit mail, pour confirmer leur achat ferme.

Ce mail sera également transmis à l'annonceur qui s'est engagé fermement (exemple : rang 3).

Cette possibilité d'achat ferme dans ce délai n'est donc pas ouverte aux annonceurs se trouvant à un rang d'option inférieur (exemple : en rang 4, 5, etc.).

Pendant ces 48 heures ouvrées (étant précisé que l'option expire à 16h à l'échéance du délai), l'ordre chronologique d'arrivée de l'option initiale chez M6 Unlimited est pris en compte pour l'attribution de l'achat ferme (exemple : si l'annonceur en rang 1 confirme son achat ferme dans ce délai après l'annonceur de rang 2, M6 Unlimited attribuera l'achat ferme à l'annonceur de rang 1).

1.1.3. Dans le cas où un annonceur s'engage par écrit sur l'achat ferme d'une opération de parrainage pour une période plus courte que celle prévue dans une ou plusieurs options de rang d'option supérieur (ex : en rang 1 et/ou 2), M6 Unlimited informera par mail les annonceurs se trouvant à un rang d'option supérieur qu'ils disposent alors d'un délai de 72 heures ouvrées, à compter de l'envoi dudit mail, pour confirmer leur achat ferme. Ce mail sera également transmis à l'annonceur qui s'est engagé fermement pour une période plus courte.



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

Cette possibilité d'achat ferme dans ce délai n'est donc pas ouverte aux annonceurs se trouvant à un rang d'option inférieur (ex : en rang 4, 5, etc.). Pendant ces 72 heures ouvrées, l'ordre chronologique d'arrivée de l'option initiale chez M6 Unlimited est pris en compte pour l'attribution de l'achat ferme (ex : si l'annonceur en rang 1 confirme son achat ferme dans ce délai après l'annonceur de rang 2, M6 Unlimited attribuera l'achat ferme à l'annonceur de rang 1).

Dans tous les cas, 3 semaines avant diffusion, la prise d'option devient caduque. Le premier annonceur procédant alors à un achat ferme validé par M6 Unlimited devient le parrain de l'opération, et ce sans prise en compte du rang d'options.

1.2. M6 Unlimited se réserve le droit de ne pas appliquer, de modifier ou d'apporter de nouvelles conditions au principe d'option comme décrit ci-dessus et plus généralement aux modalités de commercialisation de l'offre initiale de parrainage notamment en commercialisant l'émission à des annonceurs supplémentaires, ou dans le cas d'une programmation liée à une (des) émission(s) jugée(s) exceptionnelle(s) et/ou événementielle(s) par l'éditeur.

1.3. M6 Unlimited se réserve la possibilité de mettre en place une vente aux enchères tant au moment du lancement de l'offre de parrainage qu'après publication de l'offre de parrainage, sous réserve du respect des priorités de reconduction d'ores et déjà accordées soit par M6 Unlimited soit du fait de leur statut de partenaires officiels de compétitions sportives.

M6 Unlimited a, par exemple, la possibilité de mettre en place une vente aux enchères dans l'hypothèse où elle reçoit au même moment plusieurs demandes d'achat ferme d'une même opération de parrainage de différents annonceurs pour le même montant.

1.4. Dans tous les cas, M6 Unlimited se réserve le droit :

1.4.1. De ne pas accepter une option si elle apparaît non conforme :

- Aux obligations - contractuelles de l'éditeur avec notamment les ayants-droit de l'émission objet de l'option,
- Aux lois - règlements et usages régissant le parrainage télévisé et la communication audiovisuelle (y inclus la charte alimentaire) ou contraire aux intérêts du Groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.

1.4.2. De ne pas accepter une option si elle intervient après la date de validité de l'offre commerciale proposée par M6 Unlimited au marché telle qu'indiquée dans ladite offre

1.4.3. De ne pas renouveler une option.

1.5 La confirmation écrite d'une opération « spéciale » par un annonceur ou par son mandataire, de quelque manière que ce soit (option confirmée, convention commerciale parrainage) implique, sauf CGV différenciées, l'acceptation des CGV de M6 Unlimited et plus particulièrement des conditions suivantes. Par opération dite « spéciale », il faut entendre toute opération globale comprenant du parrainage

télévisé et/ou de la publicité télévisée et/ou de la publicité radio et/ou de la publicité sur les sites internet en régie chez M6 Unlimited et/ou sur les réseaux sociaux partenaires et/ou une opération sous licences (opération promotionnelle et/ou de merchandising et/ou d'édition) et/ou de la production et/ou une opération terrain etc.

2. DOCUMENT CONTRACTUEL

2.1. L'achat ferme d'une opération de parrainage par un annonceur ou son mandataire est formalisé par l'établissement d'un document contractuel (convention commerciale de parrainage) par M6 Unlimited.

Celui-ci doit être retourné signé au plus tard 10 jours avant le démarrage de l'opération. Dans le cas contraire, M6 Unlimited et/ou l'éditeur se réserve le droit de ne pas diffuser l'opération de parrainage concernée. Le document contractuel est personnel et ne peut en aucun cas être cédé. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire dans le cadre du (des) pouvoir(s) qui lui (leur) a (ont) été donné(s).

2.2. M6 Unlimited n'accordera à l'annonceur une priorité de reconduction que dans les 2 hypothèses suivantes :

- Pour toute opération de parrainage d'une durée minimale de 6 mois consécutifs portant sur une case récurrente et/ou un programme court. La proposition de reconduction sera proposée pour une durée identique en année N+1.



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

- Pour toute opération de parrainage portant sur l'intégralité d'une émission événementielle. La priorité de reconduction sera proposée pour l'intégralité de la saison suivante de ladite émission événementielle. Il est précisé que la priorité de reconduction ne concerne en aucun cas les éventuelles déclinaisons de l'émission événementielle.

Pour chacune de ces priorités de reconduction, l'annonceur bénéficiera d'un délai de 10 jours ouvrés à compter de la date d'envoi de la proposition de reconduction de l'opération par M6 Unlimited pour accepter ou non les nouvelles conditions de la reconduction, étant précisé que la priorité de reconduction expire à 18h à l'échéance du délai.

A défaut de réponse de sa part dans le délai précité et/ou en cas d'échec des négociations, l'annonceur sera réputé avoir renoncé à l'opération et ne pourra pas s'opposer à la présence d'un autre annonceur sur ladite émission. Dans le cas où l'annonceur pourrait bénéficier d'une priorité de reconduction, le document contractuel précisera les modalités de ladite priorité de reconduction.

À toutes fins utiles, il est précisé que l'annonceur ne bénéficiera d'une priorité de reconduction sur l'opération de parrainage que si elle est stipulée dans le document contractuel.

3. ANNULATION

En cas d'annulation totale ou partielle par l'annonceur ou son mandataire de l'opération de parrainage, hors cas de force majeure (i) :

- Dans un délai supérieur à 13 semaines calendaires avant le Démarrage de l'opération, M6 Unlimited facturera à l'annonceur une indemnité égale à 50% du montant de l'opération.
- Dans un délai inférieur à 13 semaines calendaires et supérieur à 4 semaines calendaires avant le démarrage de l'opération, M6 Unlimited facturera à l'annonceur une indemnité égale à 75% du montant de l'opération.
- Dans un délai inférieur à 4 semaines calendaires avant le démarrage de l'opération, M6 Unlimited facturera à l'annonceur une indemnité égale à 100% du montant de l'opération.
- En cours d'exécution de l'opération, M6 Unlimited facturera à l'annonceur, une indemnité égale à 100% du montant restant dû de l'opération.

Les indemnités s'appliquent dès confirmation écrite du dispositif par l'annonceur ou son mandataire. La durée du parrainage s'entend entre la diffusion de la première bande-annonce parrainée et celle du dernier générique de parrainage des émissions, et ce y compris quand la durée de l'opération de parrainage s'étend sur plusieurs périodes distinctes.

Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure (i), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'évènement à M6 Unlimited 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'opération de parrainage concernée sera alors suspendue dans les 2 jours suivant la réception de la notification par M6 Unlimited et jusqu'à la fin de l'évènement. Dès que celui-ci aura pris fin, le montant total de l'opération de parrainage annulé devra être réinvesti par l'annonceur dans un délai à définir d'un commun accord avec M6 Unlimited.

(i) Cf définition page 78

4. CONCURRENCE

4.1. L'achat d'espace publicitaire impose la réservation d'un code variété. La mention de ce code variété, tel que figurant dans la nomenclature TV des produits publiée par M6 Unlimited doit être précise, exacte et complète.

4.2. M6 Unlimited s'engage envers le parrain à ne pas proposer pendant la durée de l'opération uniquement, le parrainage de l'émission qu'il parraine à une marque correspondant à un produit ou un service relevant du même code secteur à 8 chiffres (famille, classe, secteur, variété - cf. nomenclature publiée sur le site m6unlimited.fr et My6 que celui promu par le parrain dans le cadre de l'opération.



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

Par exception à ce qui précède, il est précisé qu'aucune exclusivité sectorielle ne sera garantie aux annonceurs :

- Souhaitant parrainer toute émission diffusée sur chacune des chaînes jeunesse du Groupe M6 (Gulli, Tiji, Canal J) entre le 1er septembre 2026 et le 31 décembre 2026.
- Qui n'achètent que partiellement un dispositif de parrainage.
- Qui achètent un dispositif de parrainage sur les réseaux sociaux partenaires.

4.3. L'achat d'une opération de parrainage est indépendant de l'achat d'espace classique et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents :

- Dans les écrans publicitaires situés avant, pendant et après les émissions parrainées ou avant ou après les bandes-annonces faisant la promotion des émissions parrainées.
- Sur les bandes-annonces et génériques d'une autre émission située avant, pendant ou après les émissions ou les bandes-annonces de l'émission parrainée. L'annonceur ou son mandataire ayant contracté une opération de parrainage ne dispose d'aucun droit de regard sur le contenu des écrans publicitaires.

4.4. Sauf obligations contractuelles auxquelles l'éditeur est lié, l'annonceur ou son mandataire ne peut exercer un droit quelconque à l'égard des éventuelles exploitations secondaires ou commerciales de tout ou partie dudit programme. Il ne peut donc pas s'opposer à ces éventuelles exploitations secondaires.

De même, il ne peut prétendre à quelque intéressement que ce soit pour celles-ci. Toutefois, et dans le cas où les exploitations secondaires ou commerciales de tout ou partie du programme (décor, concept, générique, titre de l'émission, animateur, etc.) sont disponibles et que l'éditeur est autorisé à confier à M6 Unlimited et/ou à toute société qu'elle s'adjoindrait ou se substituerait l'exploitation de ces éléments dans le cadre d'opérations promotionnelles et/ou de merchandising (ci-après "la licence"), M6 Unlimited et/ou toute société qu'elle s'adjoindrait ou se substituerait et/ou l'éditeur se réservent le droit de proposer cette licence au parrain et/ou à tout annonceur de leur choix.

L'annonceur ayant acheté cette licence ne pourra en aucun cas s'opposer à une opération de parrainage d'un annonceur concurrent sur ce programme et/ou sur une déclinaison de ce programme. Au même titre, l'annonceur ayant acheté l'opération de parrainage d'un programme et/ou d'une déclinaison de ce programme ne pourra en aucun cas s'opposer à une opération de licence d'un annonceur concurrent en lien avec ledit programme.

5. MODIFICATIONS DE PROGRAMMATION

Sous réserve de modification de la programmation, M6 Unlimited respectera la date et les tranches horaires de diffusion de l'opération de parrainage. En cas de modification de la programmation pour la diffusion d'une émission événementielle dans la case d'une émission

récurrente ou liée notamment à un événement exceptionnel, M6 Unlimited pourra selon les cas et à sa seule discrétion décider de :

- Soit librement modifier l'offre initiale de parrainage en notamment commercialisant à compter de la publication du bulletin des programmes correspondant ladite émission à un (des) nouveau(x) annonceur(s) supplémentaires, et ce même si un (des) annonceur(s) a (ont) confirmé une opération de parrainage sur l'émission concernée, et/ou en revalorisant l'offre et ce sans qu'il(s) puisse(nt) s'y opposer. M6 Unlimited s'engage à respecter dans ces hypothèses les dispositions de l'article 4.1 page 93.
- Soit proposer comme alternative une nouvelle opération de parrainage équivalente à l'(aux) annonceur(s) concerné(s).

En cas de refus, par l'annonceur, de l'alternative proposée, il se verra appliquer les règles établies au paragraphe Annulation (article 3 page 93).

En cas de modification de la tranche horaire, de la chaîne, du support ou de la durée du dispositif initialement vendu par M6 Unlimited et ayant une incidence sur la cible ou sur l'audience, M6 Unlimited pourra :



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

- Proposer, si nécessaire au regard de la nouvelle cible ou la nouvelle audience, un principe de compensation ;
- Revaloriser l'offre si l'incidence sur la cible ou sur l'audience est significativement positive. En cas de refus de l'offre revalorisée, M6 Unlimited proposera comme alternative une nouvelle opération de parrainage équivalente à l'annonceur concerné. En cas de nouveau refus, il se verra appliquer les règles établies au paragraphe Annulation (article 3 page 93).

En cas d'annulation de l'émission, pour quelque raison que ce soit, M6 Unlimited facturera l'annonceur ou son mandataire au prorata des seules émissions diffusées, sans qu'aucune indemnité ne puisse être réclamée de ce fait par l'annonceur ou son mandataire. En cas de prolongation de la diffusion d'une émission avec l'ajout d'émissions supplémentaires non comprises dans l'opération de parrainage en cours d'exécution commercialisée à l'annonceur, M6 Unlimited pourra proposer dans ce cadre en priorité à l'annonceur une nouvelle offre de parrainage desdites émissions supplémentaires.

6. SUPPORTS PRESSE, RADIO OU INTERNET

M6 Unlimited se réserve le droit pour la promotion des émissions de l'éditeur d'établir un accord avec des supports presse, radio ou internet, aux termes desquels ces supports seront présents ou cités dans l'émission. Le parrain ou son

mandataire en sera informé mais ne pourra s'y opposer.

7. RESPONSABILITÉ DE L'ÉDITEUR

La responsabilité technique, artistique et éditoriale du programme étant sous la pleine et entière maîtrise de la direction des programmes de l'éditeur, l'annonceur ou son mandataire ne peut prétendre en aucun cas exercer un droit quelconque à cet égard. L'éditeur peut être amené à diffuser des bandes-annonces non parrainées sans que l'annonceur ou son mandataire ne puisse s'y opposer. Compte tenu de l'obligation de l'éditeur relative à la dynamique sonore telle qu'explicitée ci-après, celui-ci pourra procéder à une mise en conformité audio du (des) générique(s) de parrainage du parrain. Ainsi, pour améliorer le confort d'écoute du téléspectateur et pour répondre d'une part aux exigences légales et réglementaires et d'autre part à la délibération n°2011-29 du CSA du 19 juillet 2011, obligeant les chaînes à diffuser le son de chaque élément de programmes sur son antenne à une intensité sonore moyenne de -23 LUFS, les éléments doivent être livrés en conformité avec la version 3.0 de la [recommandation PAD éditeurs RT017](#). Si l'élément livré ne respecte pas cette intensité moyenne de -23 LUFS, M6 Unlimited procédera à sa mise en conformité sans que l'annonceur puisse s'y opposer.

8. PRODUCTION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE ET DE JEUX

M6 Unlimited confie la conception et la réalisation des génériques de parrainage et modules-jeux à M6 Unlimited & Beyond et/ou Pôle Jeunesse. La conception, la validation juridique et éditoriale des storyboards, la réalisation, la production, la gestion et/ou diffusion des génériques de parrainage et modules-jeux par M6 Unlimited & Beyond et/ou Pôle Jeunesse feront l'objet d'un devis qui sera soumis par M6 Unlimited & Beyond et/ou le Pôle Jeunesse à l'annonceur et/ou son mandataire pour accord. Une fois validé, un bon de commande reprenant les éléments du devis sera établi entre l'annonceur ou son mandataire.

Si, à titre exceptionnel, l'annonceur souhaite confier la conception et la réalisation des génériques de parrainage à une agence de production externe, M6 Unlimited facturera à l'annonceur des frais de coordination d'un montant fixé à 1 000 € HT (mille euros hors taxes).

Dans ce cadre, l'annonceur s'engage à fournir sur demande de M6 Unlimited & Beyond et/ou Pôle Jeunesse toute information et/ou tout élément nécessaires et utiles à la conception, production, réalisation, validation juridique et éditoriale des génériques de parrainage.



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

9. JEU/DOTATIONS

9.1. Lorsque l'opération de parrainage et/ou l'opération spéciale conclue entre l'annonceur et/ou son mandataire et M6 Unlimited s'accompagne d'un jeu à destination du public (loteries promotionnelles, jeu-concours, etc.), l'annonceur ou son mandataire s'engage par une obligation de résultat à prendre en charge et à fournir à M6 Unlimited les dotations du jeu, et à s'acquitter de tous les frais engendrés par la gestion du jeu : rédaction et dépôt de règlement, mise en place des moyens de participation (relais internet, audiotel...), gestion des gagnants et envoi des dotations, etc. L'annonceur en tant qu'organisateur du jeu sera responsable de l'organisation du jeu dans son intégralité. L'annonceur se chargera de la rédaction du règlement de jeu, sauf si les parties s'accordent pour en confier la gestion à M6 Unlimited.

À ce titre, l'annonceur et son mandataire sont solidairement responsables de la bonne exécution des obligations souscrites en matière de dotations. Les dotations offertes aux téléspectateurs doivent être choisies d'un commun accord entre l'annonceur (ou son mandataire) et l'éditeur ou M6 Unlimited tant en ce qui concerne leur nature que leur quantité.

En cas d'inexécution par l'annonceur ou son mandataire des obligations souscrites aux termes du présent article (notamment son obligation de fournir des dotations

conformes aux normes en vigueur tel que visé ci-après) dans un délai de 30 jours suivant la fin de l'opération de parrainage, M6 Unlimited se réserve le droit d'agir pour le compte de l'annonceur ou de son mandataire et de s'acquitter des dites obligations envers le (ou les) gagnant(s). L'intégralité des frais engagés par M6 Unlimited est à la charge de l'annonceur défaillant, sans préjudice de toute indemnisation complémentaire.

9.2. Des frais de mise en place du jeu notamment sur M6+ tels que précisés dans le devis adressé par M6 Unlimited & Beyond et/ou Pôle Jeunesse seront facturés à l'annonceur ou son mandataire par M6 Unlimited & Beyond et/ou Pôle Jeunesse.

9.3. L'annonceur garantit la sécurité et l'absence de défaut des dotations qu'il fournit au sens des articles 1245 et suivants du Code civil, et plus généralement que les dotations et leur emballage soient de la meilleure qualité possible et conformes aux normes en vigueur les plus élevées.

Pour répondre à l'engagement pris par le Groupe M6 de réduire progressivement sur les antennes la remise de lots constitués de produits et services ayant un impact négatif sur l'environnement et s'efforcer de promouvoir des dotations plus écoresponsables, M6 Unlimited s'est engagée à encourager les annonceurs concernés à remettre dans de tels cas et dans la mesure du possible de telles dotations écoresponsables.

9.4. L'annonceur ou son mandataire, sous-traitant ou non (ensemble désignés "l'annonceur" pour les besoins du présent article) ne pourra avoir accès aux données des gagnants des jeux que dans le cas où il lui revient de fournir directement ces dotations aux gagnants. Il ne pourra alors les utiliser qu'à cette seule fin. Toute divulgation ou citation des gagnants par l'annonceur (y compris uniquement la première lettre de leur nom et prénom) est interdite même aux fins de promotion du jeu, sauf accord préalable et spécifique des personnes concernées, de M6 Unlimited et de l'éditeur.

Dans les hypothèses où, en exécution du contrat de parrainage ou d'opération spéciale, M6 Unlimited serait amenée à traiter et à transférer à l'annonceur des données à caractère personnel des gagnants du jeu afin qu'il leur fournisse des dotations, il est rappelé que M6 Unlimited n'intervient qu'en qualité de sous-traitant de la chaîne de Télévision concernée et de l'annonceur en qualité de co-responsable de traitement pour cette finalité, au sens des règles applicables relatives à la protection des données.

Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à respecter les obligations suivantes :

- Mettre en œuvre toutes les mesures techniques fonctionnelles et organisationnelles appropriées afin de respecter les règles applicables relatives à la protection des données, ainsi que les conditions de traitement et de conservation des données par l'annonceur, prévues dans le règlement du jeu.



SPÉCIFICITÉS TV

Espace parrainage

- Ne pas utiliser les données à d'autres fins et pour une durée supérieure que celle prévue dans le règlement de jeu et convenue entre les parties. En particulier, s'il est convenu d'adresser à l'annonceur les données des gagnants pour les seuls besoins de leur fournir les dotations, l'annonceur s'engage à supprimer ces données à l'issue de l'envoi des dotations, et au plus tard dans le délai prévu dans le règlement de jeu.
- Prendre toutes précautions et mesures utiles afin de préserver la confidentialité des informations, à ne prendre aucune copie des documents et supports de données transmises autres que celles nécessaires à la finalité convenue et à ne pas divulguer les documents et données à toute personne non autorisée.
- Prendre toute mesure utile afin de préserver la sécurité des informations et notamment d'empêcher qu'elles ne soient déformées, endommagées, qu'elles fassent l'objet d'une utilisation détournée et/ou frauduleuse.
- Mettre en place des mesures organisationnelles, fonctionnelles et techniques pour permettre de respecter les droits des personnes concernées.
- Aider tout co-responsable de traitement en vue de garantir le respect des obligations relatives à la sécurité, l'analyse d'impact, la notification des failles.
- Conserver des preuves du respect de ces obligations et à les transmettre à M6 Unlimited à première demande.

L'annonceur garantit M6 Unlimited et l'éditeur du support concerné, leurs représentants légaux et leurs employés de

toutes pertes, dommages et conséquences, résultant d'un manquement à cet engagement, notamment toute somme ou dommages et intérêts qui seraient mises à leurs charges, y compris les frais d'avocat. Ces obligations pourront, le cas échéant, être précisées/complétées dans le contrat de parrainage ou d'opération spéciale, en fonction des spécificités de l'opération.

10. DIFFUSION DES GÉNÉRIQUES DE PARRAINAGE

10.1. L'annonceur ou son mandataire est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires pour la diffusion sur la chaîne, par tout réseau de communication électronique, des génériques de parrainage et autres éléments qu'il fournit.

Il tient à cet égard tant M6 Unlimited que l'éditeur quittes et indemnes de tout recours ou action de tout tiers qui estimerait avoir des droits quelconques à faire valoir sur tout ou partie des génériques de parrainage et autres éléments fournis par l'annonceur ou son mandataire, ainsi que des frais y compris contentieux pouvant en résulter (et notamment honoraires d'avocat). Il communiquera à M6 Unlimited un relevé des œuvres susceptibles de donner lieu à déclaration aux sociétés d'auteurs.

M6 Unlimited se réserve le droit de refuser la diffusion de tout générique de parrainage ou de l'interrompre :

- S'il lui apparaît non-conforme aux obligations contractuelles de l'éditeur avec les ayants-droits du programme parrainé, aux lois, règlements et usages régissant le parrainage télévisé et la communication audiovisuelle ainsi qu'aux intérêts de la chaîne ou de ses filiales. Tout générique de parrainage doit être soumis à l'accord de M6 Unlimited au moins 7 jours ouvrables avant la première diffusion du générique de parrainage. M6 Unlimited se réserve le droit de demander toutes modifications des génériques de parrainage jugées utiles, étant précisé que les frais de production resteront à la charge de l'annonceur.
- Si l'ARCOM ou toute autre autorité administrative ou judiciaire juge a posteriori un générique de parrainage non conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du générique à l'antenne.

10.2. M6 Unlimited garde la maîtrise de la programmation des génériques de parrainage présents sur l'(les) émission(s) parrainée(s) et/ou sur les bandes annonces associées et plus particulièrement décidera seule du plan de roulement de diffusion de l'ensemble desdits génériques de parrainage.

En ce sens, M6 Unlimited se réserve la possibilité de ne pas associer l'annonceur à d'éventuelles bandes annonces. M6 Unlimited rendra compte à l'annonceur des opérations de parrainage diffusées par l'envoi chaque fin de mois de la facture correspondante, et ce selon les modalités fixées à l'article 6 page 79.





07

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

c. Spécificités digitales

SPÉCIFICITÉS DIGITALES

1. MODALITÉS D'ACHAT D'ESPACE

Tout ordre doit faire l'objet d'un bon de commande (ordre d'insertion) souscrit ou d'un contrat de parrainage signé par l'annonceur ou son mandataire. Ce bon de commande ou contrat de parrainage doit être renvoyé à M6 Unlimited au plus tard 10 jours avant la date de début de mise en ligne de la campagne publicitaire sur les sites concernés.

Il est précisé que M6 Unlimited n'offre aucune exclusivité aux annonceurs ou leur mandataire, à l'exception d'offres spéciales ponctuelles limitées à un nombre restreint d'insertion, dans des conditions spécifiquement mentionnées dans l'ordre d'insertion signé entre les parties.

2. REPORT OU ANNULATION D'ORDRE

Tout report d'ordre de publicité (messages publicitaires - parrainage de rubriques) doit impérativement être adressé à M6 Unlimited au moins 7 jours ouvrés avant la date de début de la campagne hors cas de force majeure (cf définition page 78).

Si ce préavis n'est pas respecté et hors cas de force majeure, une pénalité de 30 % du montant net reporté sera applicable de plein droit pour une notification faite moins de 7 jours ouvrés avant la date de première diffusion.

Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par le client à M6 Unlimited si le retard du début de la campagne est imputable à un retard de livraison de création par le client.

Toute annulation d'ordre (messages publicitaires - parrainage de rubriques) doit impérativement être adressée à M6 Unlimited au moins 7 jours ouvrés avant la date de début de la campagne. Si ce préavis n'est pas respecté et hors cas de force majeure, les pénalités suivantes seront applicables de plein droit :

- 50% du montant annulé pour une notification faite moins de 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion.
- 100 % du montant annulé restant à diffuser pour une notification faite après la date de première diffusion.

L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de M6 Unlimited.

Toute modification d'Ordre Insertion, concernant les éléments publicitaires de l'annonceur à diffuser, en cours de campagne publicitaire, impactant le plan de diffusion d'origine sera susceptible d'une mise à jour, par le biais d'un nouvel Ordre d'Insertion, des conditions commerciales (CPM, délai de livraison, linéarité de diffusion, répartition par device...) tenant compte de la nature et de la complexité de ces modifications.

Ces modifications pourront nécessiter un délai d'actualisation technique entraînant un décalage de tout ou partie de la campagne, et ce sans que l'annonceur et/ou le

mandataire puisse(nt) s'y opposer. Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par le client à M6 Unlimited à ce titre.

3. MATÉRIEL

3.1 L'annonceur devra respecter les prescriptions techniques de M6 Unlimited concernant la fourniture du matériel (ex. : format des bandeaux publicitaire, etc.). Des prestations techniques complémentaires pourront être nécessaires et facturées à l'annonceur sur devis préalablement accepté par celui-ci. Si, pour des raisons techniques le matériel publicitaire se révèle impropre à la diffusion et/ou l'annonceur ne peut fournir un autre format publicitaire dans les délais impartis avant la mise en ligne prévue, le prix de la campagne reste intégralement dû par l'annonceur comme si la diffusion avait effectivement eu lieu.

En cours de campagne, M6 Unlimited ne peut être tenue pour responsable du changement du contenu du matériel publicitaire effectué par l'annonceur ni des pertes et dommages subis par le matériel. Néanmoins et afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, M6 Unlimited pourra demander à recevoir de nouveaux éléments techniques en cours de campagne. La livraison des créations sous forme de spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur à M6 Unlimited le cas échéant, devra obligatoirement avoir lieu au plus tard 5 jours ouvrés avant le premier jour de la campagne. La livraison des



SPÉCIFICITÉS DIGITALES

créations « classiques » (c'est-à-dire des créations qui ne sont pas sous forme de spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur) devra avoir lieu de préférence 5 jours ouvrés avant le début de la campagne et en tout état de cause au plus tard 3 jours ouvrés avant le début de la campagne.

3.2 Si le délai de remise du matériel n'est pas respecté, les erreurs ou omissions éventuelles dans la mise en ligne de cette campagne engageraient la seule responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire. Ce retard libèrera totalement M6 Unlimited de l'engagement de volume sur la période contractuelle et du respect du calendrier prévu contractuellement initialement mais M6 Unlimited facturera la totalité du volume réservé sur l'ordre d'insertion.

3.3 Par ailleurs en sus de ce qui précède et en fonction du retard pris par le client dans la livraison des créations, M6 Unlimited se réserve le droit d'appliquer au client des pénalités journalières variables selon les cas suivants :

- En cas de livraison des créations « classiques » entre 3 jours ouvrés et 24h ouvrées avant le début de la campagne, M6 Unlimited n'appliquera pas de pénalités journalières au client.
- En cas de livraison des créations spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur à M6 Unlimited le cas échéant, entre 5 jours ouvrés et 24h ouvrées avant le début de la campagne, M6 Unlimited n'appliquera pas de pénalités journalières au client.

- En cas de livraison des créations quelles qu'elles soient à moins de 24h ouvrées avant le début de la campagne, M6 Unlimited appliquera des pénalités journalières d'un montant de 200 €. Toute réclamation concernant la mise en ligne d'un message publicitaire doit être impérativement faite par écrit, à peine de déchéance dans les 4 jours après diffusion dudit message.

En tout état de cause les retards seront traités conformément aux dispositions du paragraphe ci-avant.

4. EMPLACEMENTS PUBLICITAIRES

M6 Unlimited pourrait être amenée à déplacer ou à supprimer une publicité pour toute raison indépendante de sa volonté, et notamment en cas de difficulté technique, et de façon générale, en cas de force majeure. M6 Unlimited en informera l'annonceur concerné et/ou son mandataire. Il est expressément convenu que la responsabilité de M6 Unlimited est, en toute hypothèse, toujours limitée à la valeur de l'espace publicitaire facturé.

5. PARRAINAGE DE RUBRIQUES

5.1 CONCURRENCE

Le contrat de parrainage est indépendant de l'achat d'espace publicitaire et n'exclut pas la présence

d'annonceurs concurrents dans les emplacements publicitaires situés en périphérie de la rubrique parrainée et/ou sur le site sur lequel est accessible la rubrique parrainée, ainsi que la présence d'annonceurs concurrents dans le contenu éditorial du site et/ou de la rubrique concernés.

5.2 MODIFICATION/ANNULATION DE LA RUBRIQUE

En cas de modification ayant une incidence sur l'opération de parrainage et/ou en cas d'annulation de la rubrique concernée par l'opération de parrainage pour un fait imputable à l'éditeur du site concerné, M6 Unlimited pourra proposer à l'annonceur et/ou à son mandataire un principe de compensation et le cas échéant facturera l'annonceur au prorata des éléments décrits au contrat de parrainage effectivement mis en ligne, et ce sans qu'aucune indemnité puisse être réclamée de ce fait par l'annonceur.

6. TARIFS

6.1 Les tarifs, sauf stipulation expresse et écrite d'une modification par M6 Unlimited, sont ceux mentionnés sur le bon de commande (ordre d'insertion) signé par l'annonceur ou son mandataire.



SPÉCIFICITÉS DIGITALES

6.2 M6 Unlimited se réserve le droit de modifier les tarifs des formats publicitaires, notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement exceptionnel ou dans le cas de modification(s) des supports et/ou formats proposés par la régie. Dans ce cas, M6 Unlimited informera l'annonceur ou son mandataire de ladite modification du support et/ou format publicitaire et du tarif applicable. L'annonceur ayant réservé ces espaces avant modification de leurs tarifs les conservera aux tarifs initialement proposés. M6 Unlimited n'enverra pas à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.

7. RÉFÉRENCES COMMERCIALES

Au terme des présentes, l'annonceur autorise expressément M6 Unlimited à le citer à titre de référence commerciale.

8. DISPOSITIONS DIVERSES

Les statistiques de livraison des campagnes fournies par M6 Unlimited à l'annonceur et/ou au mandataire feront foi et ce, quel que soit le support de livraison des publicités (PC, CTV, mobile, tablette, etc.) et ne pourront en aucun cas et en aucune manière être contestées par l'annonceur et/ou le mandataire.

Le mandataire et/ou l'annonceur s'engage à ne pas utiliser d'outils dits de tracking visant à réaliser des mesures

spécifiques de performances de leur(s) campagne(s), à l'exception des outils de tracking classiques de comptage d'impressions (pixel de comptage), sans autorisation préalable expresse de M6 Unlimited.

Dans l'hypothèse où M6 Unlimited donnerait son autorisation pour l'utilisation exceptionnelle de tels outils, le mandataire et/ou l'annonceur et/ou l'éventuel prestataire tiers autorisé en charge de la mise en place et de l'utilisation desdits outils, s'engage à transmettre à M6 Unlimited l'intégralité des résultats et analyses de performance obtenus dans le cadre des campagnes délivrées par M6 Unlimited.

Le cas échéant, le nom et type d'outil concerné, les modalités d'utilisation desdits outils ainsi que les finalités de ces outils et les usages envisagés des rapports et données fournies par ces outils seront fixés par écrit et d'un commun accord entre les parties, étant précisé que l'annonceur et/ou le mandataire ou tout prestataire autorisé en charge de ces outils devra en tout état de cause respecter la réglementation applicable dans le domaine concerné (gestion des données publicitaires).

9. CHARTE, QUALITÉ, PROTECTION ET DÉONTOLOGIE

M6 Unlimited respecte la charte qualité des membres du syndicat des régies internet (SRI) comprenant 11 engagements et 4 recommandations techniques (voir sri-france.org).

Elle garantit aux partenaires des régies membres des consignes claires et strictes en matière de qualité de service, de déontologie et de confort d'utilisation pour les internautes.

M6 UNLIMITED S'ENGAGE À :

- Adhérer à l'ARPP et à en respecter les recommandations déontologiques.
- Diffuser la publicité uniquement sur des sites clairement et nommément identifiés par l'annonceur grâce à leur nom de domaine.
- Ne pas accepter d'annonceurs issus des secteurs interdits de publicité.
- Ne pas diffuser de la publicité sur des sites illicites.
- Informer les annonceurs lorsque les publicités sont diffusées sur des pages dont le contenu est autoproduit par les internautes, sans modération a priori (ex : blogs, forums, chats, pages personnelles...).
- Informer l'agence ou l'annonceur de la mise en ligne de sa campagne.
- Veiller à la bonne livraison des pages durant la campagne.
- Mettre à disposition de l'agence ou de l'annonceur un rapport statistique sur les résultats de sa campagne.
- N'utiliser les résultats de la campagne qu'avec l'accord exprès de l'annonceur concerné.
- Ne pas exploiter de système de « spyware » (logiciel espion) permettant la diffusion de publicité hors des environnements.



SPÉCIFICITÉS DIGITALES

M6 Unlimited s'engage notamment à pratiquer une publicité numérique responsable, comme en témoigne l'obtention du **label Digital Ad Trust** par M6+ et RTL.fr.

Ce label est en cours de refonte et M6 Unlimited suit de près la mise à jour de ces engagements.

M6 Unlimited implémente également le **Transparency and Consent FrameWork** de l'IAB sur tous les sites internet du Groupe M6 au côté de l'ensemble des acteurs de la publicité digitale, dans une démarche de conformité au RGPD.

Par ailleurs, M6 Unlimited s'impose les points de vigilance suivants :

- Veiller à tenir les contenus jeunesse exempts de publicités au contenu inapproprié aux mineurs, en particulier pour les secteurs du divertissement (ex : cinéma, jeu vidéo), des produits et services tels que sites de rencontres, hygiène-beauté (ex : produits liés à la sexualité), paris sportifs, etc. ; à ce titre, il est précisé aux annonceurs que l'inscription au site M6+ n'est plus accessible aux moins de 16 ans.
- Veiller dans le cadre d'une démarche volontaire à appliquer la charte en vigueur visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités aux termes de laquelle il est prévu que les régies publicitaires des acteurs du numérique volontaires :

- Proposent des conditions tarifaires adaptées aux campagnes collectives faisant la promotion des produits dont il convient d'augmenter la consommation (produits hors champ de l'article 29 de la loi n° 2004-806 du 9 août 2004), afin de leur permettre l'accès aux inventaires publicitaires disponibles.
- S'engagent à faire leurs meilleurs efforts pour accorder aux messages sanitaires de Santé Publique France, délivrés via des campagnes d'intérêt général visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé, une négociation forfaitaire spécifique et adaptée toute l'année en fonction des inventaires disponibles.
- Assurent une livraison des impressions publicitaires réparties au mieux sur l'ensemble de la période de campagne réservée.
- Participent activement à la lutte contre le piratage et les sites illicites (notamment en tant que signataire de la « **Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins** » de 2015) et garantissant ainsi aux annonceurs le maintien d'un niveau optimal de sécurité.



SMART 6TEM SECURE : la charte qui garantit la transparence, le contrôle, l'intégrité et la sécurité de vos données.

Dans le cadre de la relation de confiance qu'elle entretient avec les internautes, M6 Unlimited s'engage tout particulièrement dans la protection de leurs données, notamment par le biais des actions suivantes :

- En les informant, de manière claire et en permanence, sur l'utilisation de leurs données et en recueillant leur consentement dans le cadre de la réglementation applicable.
- En leur laissant la possibilité, à tout moment, de les supprimer de manière définitive, en sécurisant leurs données à l'occasion de toutes leurs étapes d'exploitation et en ne collectant que des données utiles et pertinentes.





07

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES
DE VENTE

d. Éléments de diffusion

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Linéaire, segmentée et digitale

1. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

1.1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

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

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

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

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

La mise en place d'un plan de roulement détaillé par écran (diffusion linéaire) sur une commande réservée en coût GRP garanti n'est possible que pour les catégories Select et Select+.

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

1.1.3 La livraison des fichiers numériques de diffusion devra être effectuée par l'une des sociétés tierces autorisées, Peach, Extreme Reach ou Nomalab.

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

Les fichiers devront notamment respecter la recommandation CST – RT – 017 – TV – v3.0 – 2011.

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

- Annonceur
- Nom du Produit ou de la campagne + ciblage (diffusion segmentée)
- ID Crea
- Titre du film identique à celui déclarée à l'ARPP

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

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

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

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



ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Linéaire, segmentée et digitale

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

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

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

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

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

Production) en charge de l'envoi du film et des instructions de diffusion.

1.1.7 Au cas où, pour des raisons techniques, juridiques, de contexte programme, d'horaire de diffusion, etc., le message publicitaire se révèle impropre à la diffusion et que l'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.

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

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

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

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

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

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

L'annonceur ou son mandataire ayant acheté un espace dans un écran publicitaire (diffusion linéaire) ne dispose d'aucun droit de regard sur la présence d'un parrain situé autour des écrans publicitaires concernés.

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



ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Linéaire, segmentée et digitale

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

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

1.2 FRAIS DE MODIFICATION DES INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

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

1.3 ACTUALISATION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Dans l'hypothèse de réception d'éléments de diffusion (instructions, film...) dans un délai compris entre J-2 et H-2,

concernant notamment l'actualisation de films, le ou les films reçus ou modifiés pour diffusion entre J-2 et H-2 feront l'objet de frais supplémentaires à partir d'un devis soumis à l'annonceur et/ou son mandataire pour accord.

2. CONFORMITÉ DES MESSAGES

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

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

2.2 M6 Unlimited 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.

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

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

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

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

Pour plus d'informations : arpp.org



ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Linéaire, segmentée et digitale

3. RESPONSABILITÉS

3.1 Tout message publicitaire est diffusé sur les services de télévision et M6+ (y inclus Puissance 6) sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaître et respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle et digitale. 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.

3.2 L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production du film publicitaire déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle et digitale. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 Unlimited 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 Unlimited 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 film et indiqué au sein des instructions de diffusion soit le même que celui de la campagne réservée et ne corresponde pas à un autre produit et/ou service que celui présenté dans le film. Toute diffusion d'un film publicitaire en lieu et place d'un autre film 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 Unlimited 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 films publicitaires fournis et celui de l'achat d'espace soient rigoureusement identiques. À défaut, la responsabilité de M6 Unlimited ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

4. DYSFONCTIONNEMENT DU SIGNAL

Toute interruption de fonctionnement ou tout incident intervenu sur le signal linéaire, entraînant une perte de couverture technique d'au minimum 20%, pourra donner lieu à des compensations au profit de l'annonceur, calculées en fonction de l'audience moyenne perdue.

5. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

5.1 Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité télévisée 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, en ce qui concerne les vidéos, DVD, jeux vidéo, les services téléphoniques, films, SMS ou sites internet, le message publicitaire ne doit pas comporter des scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public.

CONCERNANT

- Les vidéos, films, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 12 ans, le film doit :
- Être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 12 ans ».
- Ne pas être diffusé dans les émissions destinées à la jeunesse, ni à proximité (dans les 10 minutes qui précèdent ou suivent ces émissions).



ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Linéaire, segmentée et digitale

- Les vidéos, films, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 16 ans, le film doit :
 - Être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 16 ans ».
 - Ne pas être diffusé dans les écrans dont l'horaire de diffusion est antérieur à 20h30.
- Les vidéos, films, DVD, jeux vidéo interdits (ou déconseillés) aux moins de 18 ans sans caractère pornographique, le film doit :
 - Être accompagné d'une mention du type : « film (ou jeu vidéo) interdit (ou déconseillé) aux moins de 18 ans ».
 - Ne pas être diffusé dans les écrans dont l'horaire de diffusion est antérieur à 22h30.
- Les vidéos, films, DVD, jeux vidéos interdits aux moins de 18 ans à caractère pornographique, le film ne peut pas être diffusé sur les chaînes commercialisées par M6 Unlimited.
- Les services téléphoniques, télématiques, sites internet ou produits réservés ou destinés aux adultes, d'une part ; les services SMS susceptibles d'exploiter l'inexpérience et la crédulité des mineurs, d'autre part, le film doit être exclusivement diffusé dans les écrans dont l'horaire de diffusion est postérieur à 24h. M6 Unlimited se réserve le droit dans tous les cas de refuser ou d'interrompre la diffusion de ces messages publicitaires selon le contexte émission dans lequel les écrans publicitaires sont programmés.

Ces restrictions sont susceptibles d'adaptation selon les chaînes et contextes programmes.

5.3 Pour plus d'informations sur ces secteurs interdits ou réglementés (notamment sur leur gestion pour Puissance TNT/ Puissance TNT +, Gulli ou les chaînes thématiques enfants en régie chez M6 Unlimited) et sur l'évolution en cours d'année du cadre législatif, réglementaire ou déontologique, contactez M6 Unlimited.



TV | VIDÉO
CGV 2026

07 Nos conditions générales de vente | d. Éléments de diffusion



ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

Linéaire, segmentée et digitale

6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS

CHAÎNES



ÉLÉMENTS À FOURNIR (LINÉAIRE + SEGMENTÉ + DIGITAL)

- 1 fichier HD envoyé à M6 Unlimited - Vidéo HD
- Livraison dématérialisée
- Prestataires de livraison autorisés :
 - Extreme Reach : www.xr.global
 - Nomalab : <https://ad.nomalab.com>
 - Peach : www.peach.me

DÉLAI DE REMISE DES ÉLÉMENTS

5 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

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

2 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

SOUS-TITRES ET AUDIODESCRIPTION

- Sous-titres (diffusion linéaire) :
- Livraison du fichier sous-titres conjointe à celle du fichier vidéo dématérialisé ou livraison par email à l'adresse : diffusion-publicitaire@m6.fr (l'objet du mail devant indiquer la mention "sous-titres" ainsi que le nom de l'annonceur et du produit) aux normes N 19-2002 de l'UER.
- Chaque fichier de sous-titres devra être intitulé avec la référence ID Crea du film correspondant.
- Audiodescription (diffusion linéaire) :
- Intégration des pistes d'audiodescription au fichier de diffusion (cf normes Peach, Extreme Reach ou Nomalab),
- Le titre du film devra comporter l'indication « Audiodescription » en suffixe.
- La présence d'audiodescription sur un film devra être signalée par l'envoi d'un mail à diffusion-publicitaire@m6.fr avant sa livraison

INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

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

SPÉCIFICATIONS DIGITALES (Hors TV segmentée)

Les créations destinées uniquement à une diffusion digitale (hors TV segmentée) doivent impérativement être envoyées 3 à 5 jours ouvrés à l'avance à l'équipe Adops via le prestataire Nomalab : <https://m6unlimiteddigital.nomalab.com/>
Contact : adops@m6.fr

Pour les formats spécifiques (prestataire externe à la régie, opérations spéciales...), les éléments techniques devront être envoyés au maximum 10 jours ouvrés avant le début de la campagne.

En cas de retard de livraison des éléments, M6 Unlimited ne peut s'engager à ce que la campagne puisse débuter selon les dates prévues initialement et seul l'annonceur en supportera les conséquences en cas de décalage de la date de début de la campagne.

Spécifications techniques M6 Unlimited :
<https://admanager.m6tech.net/format-specifications/>





CONTACT

M6 Unlimited

107 avenue Charles de Gaulle

92200 Neuilly-sur-Seine

+33 (0)1 41 92 38 88

m6unlimited.fr

[contactez-nous](#)



© **Crédits photos** : Etienne JEANNERET – Guillaume MIRAND – Patrick ROBERT – PIERRE OLIVIER – Sacha HERON – Thomas PADILLA – Sebastien TOUBON – AGENCE 1827 – William BEAUCARDET – Antoine FLAMENT – Benjamin DECOIN – Caroline DUBOIS – FREEMANTLE – GETTY – Shutterstock – Homayoun FIAMOR – C PRODUCTIONS – Frédéric ATE – Julien Theuil – Antoine GYORI – Aurelia BLANC – Aurelien FAIDY – Barbara D'ALESSANDRI – Bertrand HOLSNYDER – Cecile ROGUE – Charlélie MARANGE – Christophe CHARZAT – Cyril BRUNEAU – Cyril LAGEL – Benjamin DECOIN – Elodie DUPUIS – Emiliën CAÑCET – Etienne JEANNERET – Franck FERVILLE – Jean Brice LEMAL – Jean Michel CLAJOT – Jean Philippe ROBIN – Julien KNAUB – Lou BRETON – Marianne ROSENSTIEHL – Marie ETCHEGOYEN – Marion LEFLOUR – Maxime ANTONIN – Muriel-FRANCESCHETTI – Ludovic BARON – Alberto BOCOS, GIL – Fabien DE CHAVANES – Gaël CORNIER – Julie COUSTAROT – Juan PADILLA – David ATLAN – Serge ARNAL – Sylvie LANCRENON – Julien CAUVIN – Philippe Quaisse – Pasco and Co – Benoît RICARD – Lionel HAHN – Stéphane DE BOURGIES – Yann DESJARDIN – Pierre GUBERT – Mathieu LAMSON – Christophe LARTIGUE – Ludovic LE COUSTER – Julien LUTTENBACHER – Lionel MOREAU – Olivier RIEU – Eric ROBERT – Lisa VOGEL – Patrick ROBERT – PASCALITO – PIERRE OLIVIER – Renaud CORLOUER – Robin CLOÛET – Sébastien DUFOUR – Vincent FLOURET – Sacha GOLDBERGER – Ade ADJOU – Emiliën CAÑCET – Pierre Emmanuel RASTOIN – Thomas VOLLAIRE – 6TER – PARIS PREMIERE – TEVA – W9 – M6 – M6+ – RTL – Fun Radio – RTL2