UNLIMITED

La publicité. Sans limite.

RADIO. AUDIO

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 2027

SOMMAIRE

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. Formats :
Global audio
Radio
Audio
RSE
b. Ciblage

04
NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

05
NOS CONDITIONS TARIFAIRES

Confidentiel

SOMMAIRE

06 LES REMISES COMMERCIALES

07 NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

08 ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

09 DÉFINITIONS

Confidentiel

01

L'ÉDITO D'HORTENSE THOMINE-DESMAZURES

Confidentiel

ÉDITO

L'audio, une puissance en mouvement

Dans un univers audio en pleine transformation, notre priorité est plus que jamais d'accompagner les marques en leur offrant des solutions qui conjuguent puissance, proximité et performance.

Forte de la richesse de ses contenus, notre offre audio rassemble chaque jour des millions d'auditeurs. À l'aube d'une année 2027 marquée par de grands rendez-vous d'actualité, notamment l'élection présidentielle, nous entendons amplifier cette force en accélérant la complémentarité entre la radio et l'audio digital, pour accompagner les marques au plus près des usages et des moments d'écoute.

Cette dynamique s'incarne dans la diversité de nos dispositifs, de nouvelles offres commerciales à l'ouverture de nouveaux territoires d'expression, notamment sur YouTube. Elle se traduit aussi par une expérience d'achat toujours plus simple et efficace, portée par la data, la mesure et l'intelligence artificielle agentique.

Parce que l'efficacité publicitaire se construit aussi dans la confiance, nous poursuivons notre engagement en faveur d'une publicité plus responsable, en donnant aux marques les moyens de valoriser leurs engagements au cœur de nos environnements éditoriaux.

En 2027, M6 Unlimited fait de la puissance de son écosystème audio un levier d'impact et d'innovation. Notre ambition : être le partenaire stratégique de vos marques et continuer à concevoir, avec puissance et précision, des dispositifs de communication toujours plus performants.

Hortense Thomine-Desmazures
Directrice Générale – M6 Unlimited



02

L'ÉCOSYSTÈME DU GROUPE M6

a. Nos marques médias

Confidentiel

99%
DES FRANÇAIS
TOUCHÉS CHAQUE MOIS

12
CHAÎNES DE TÉLÉVISION
2ÈME GROUPE TV
25,5% DE PDA SUR DES 25-49 ANS

4
STATIONS DE RADIO
1ER GROUPE DE RADIO PRIVÉ
27% DE PDA SUR CIBLE ENSEMBLE

33M
UTILISATEURS MENSUELS
PLATEFORME DE STREAMING FRANÇAISE LA PLUS JEUNE DU MARCHÉ

86M
D'ÉCOUTES MENSUELLES
POUR LES PODCASTS ET WEB RADIOS

Etude Cross Medias Vague 2026.06
TV : Médiamétrie / Médiamat cible 25-49 ans, Saison 2025-2026 (prime) / Radio : Médiamétrie. Septembre 2025-Juin 2026, LàV, 5h-24h, PDAC 13+
Cumul d'écoutes monde : ACPM live, Données internes pour les Radios digitales et EAR>Podcast. Septembre 2026 pour RTL, RTL2 et FUN Radio / Décembre 2024 pour M Radio.
Données M6+: Médiamétrie – Médiamat – mesure 4 écrans – Septembre 2026

Confidentiel

RTL, RTL2, FUN RADIO, M RADIO
4 STATIONS COMPLÉMENTAIRES

VOTRE RADIO

1re radio privée de France.
Près de 5 M d'auditeurs quotidiens.

.

Un positionnement unique dans le paysage audio

RTL renforce sur l'ensemble de la grille les fondamentaux qui font le cœur de son identité : sourire, apprendre, se reconnaître, être utile.

Face aux enjeux de cette année électorale, RTL déploie toute sa rédaction et des grandes signatures pour informer, apprendre et décrypter, avec notamment le podcast vidéo de **Marc-Olivier Fogiel** « Les aspirants » .

RTL renforce également sa connexion avec les Français, à l'antenne comme sur le terrain, avec « **RTL chez vous** » et « **La tournée RTL** ».

Cette saison est marquée par le recrutement de talents maison à l'instar de **Céline Landreau** désormais aux manettes de la matinale, et toujours **Amandine Bégot** pour l'info du midi et **Anne-Sophie Lapix** pour RTL Soir de 18h à 20h.

Et toujours plus de divertissement avec le prolongement du **Quitte ou double** ou du récit toujours décliné en podcast.

RTL fête également ses 60 ans et « Les Grosses Têtes » célèbrent leurs 50 ans. Ces anniversaires disent toute la fidélité des auditeurs et la puissance conjuguée de ces marques et programmes.

LE SON POP-ROCK

2ème musicale jeune adulte sur les 25-59 ans
1,7 M d'auditeurs quotidiens.

Depuis plus de 30 ans, RTL2 accueille les artistes comme nulle part ailleurs. Ils viennent y présenter un nouvel album, jouer un titre en live, raconter les coulisses d'une création ou partager les chansons qui les ont construits. Des plus grandes figures de la scène pop-rock aux artistes qui écrivent son avenir, tous trouvent sur RTL2 un espace où la musique se vit autant qu'elle s'écoute.

RTL2, ce sont aussi des émissions incarnées comme le **Double Expresso** & **Le Drive**. Et nouveauté cette année, Erika Moulet et Victor Leclerc accompagneront les auditeurs avec **Tandem** de 9h à 12h, où qu'ils soient : au bureau, sur la route, à la maison ou en déplacement.

Des experts Pop-Rock comme Waxx, Zégut & Marjorie Hache vous plongent au cœur de l'univers Pop-Rock avec passion.

Concerts Très Très Privés, sessions acoustiques, interviews, découvertes, événements. Depuis 1995, RTL2 cultive une même conviction : la musique est avant tout une histoire de passion, de transmission et de partage. Des voix talentueuses, imprégnées de l'esprit de la station, ont à cœur d'accueillir les artistes dans les meilleures conditions, loin des circuits promotionnels classiques.

RTL, RTL2, FUN RADIO, M RADIO
4 STATIONS COMPLÉMENTAIRES

ENJOY DANCE MUSIC

2ème morning musical sur les 25-49 ans.
1,7 M d'auditeurs chaque jour.

Cette nouvelle saison 2026-2027 s'annonce encore plus forte chez Fun Radio, la référence de la DANCE MUSIC, qui va continuer à faire vibrer des millions d'auditeurs chaque jour.

Bruno Guillon et toute son équipe sont de retour pour réveiller chaque matin, plus d'1 million de Français avec bonne humeur, info et jeux iconiques.

La Suite, avec Mikka, Maurine et Lul, prolonge la matinée jusqu'à midi avec le seul talk de divertissement en direct : actu, pop culture et sujets de société avec humour.

L'après-midi, **Cyril Hanouna** et son équipe reviennent avec une nouvelle formule pleine d'imprévus : jeux, débats avec les auditeurs, cadeaux… L'émission a dépassé le cap des 2 millions d'écoutes en podcast en un an.

La Team Fun Radio anime chaque fin d'après-midi avec bonne humeur, dance music et témoignages inédits.

L'édition 2027 de **Fun Radio Ibiza Experience,** l'événement musical incontournable, se tiendra le **24 juin** à l'**Accor Arena de Paris**, accueillant **20 000 spectateurs**. Au programme : un line-up XXL avec des DJs et artistes de renommée internationale, le tout dans l'ambiance emblématique d'Ibiza.

M RADIO

Numéro 1
sur la chanson française.

M Radio, une station féminine, familiale et chaleureuse séduit plus de 600 000 auditeurs chaque jour grâce à son positionnement centré sur la variété française. En effet, c'est la seule radio à soutenir la chanson française, des années 80 à aujourd'hui avec des artistes comme Santa, Calogero, Céline Dion, Vianney, Vitaa, Francis Cabrel…

Chaque jour, ses animateurs emblématiques portent les valeurs de la station : authenticité, proximité et convivialité !

Bonne humeur garantie dès votre réveil avec **Constance, Micka & Grégoire** de 6h à 10h.

De 16h à 20h, retrouvez **Jérôme Anthony** qui rejoint Trina pour un drive drôle, ludique et musical.

Le samedi de 10h à 12h, retrouvez Christophe Beaugrand avec « **Bienvenue chez Beaugrand** », en compagnie d'un artiste, entre confidences, fous rires et bienveillance.

DES THÉMATIQUES VARIÉES DÉCLINÉES EN AUDIO DIGITAL

INFO



DIVERTISSEMENT



CRIME



BIEN-ÊTRE



CULTURE



JEUNESSE



CONSEIL



ENVIRONNEMENT



02

L'ÉCOSYSTÈME DU GROUPE M6

b. La stratégie RSE et les engagements du Groupe M6

Confidentiel

LA POLITIQUE RSE DE M6 UNLIMITED

Le Groupe M6, média Engagé

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

M6 Unlimited prolonge cette mission

A travers des innovations engagées, des initiatives positives et en ouvrant la voie à des contenus publicitaires qui prennent part à la transition durable en collaboration avec nos clients.

Notre raison d'être : la régie publicitaire de demain est celle qui saura concilier efficacité publicitaire et responsabilité

Pour y répondre, M6 Unlimited 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-créer 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

Comment la publicité peut-elle prendre part à la transition durable en s'adressant à la fois au consommateur, au citoyen et aux acteurs économiques ?

La publicité, en suggérant et en montrant de nouveaux comportements plus responsables, se fait porteuse de nouveaux récits durables qui jouent un rôle central dans nos évolutions. Moteur culturel, la publicité façonne nos perceptions, nos imaginaires, nos valeurs et nos comportements. Elle anticipe aussi les changements de comportements et reflète les nouvelles aspirations et enjeux de la société.

Parce que la communication plus responsable de demain sera l'affaire de tous et non de quelques-uns. Continuons à faire confiance en la force du collectif pour transformer durablement le secteur de la communication.

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.

En cette rentrée 2026, M6 Unlimited s'engage dans une démarche de labellisation RSE Positive Company®. Ce label vise à reconnaître les entreprises ambitieuses en matière de durabilité et à les accompagner dans leur transition vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, de l'humain et du vivant. Il viendra valider le travail déjà accompli par tous, tout en nous poussant à aller encore plus loin dans notre démarche RSE au côté de nos parties prenantes.



LA POLITIQUE RSE DE M6 UNLIMITED

LES 6 FEUILLES DE ROUTE RSE DE M6 UNLIMITED

CONDUIRE
la réflexion vers des récits positifs et durables

En prenant part à la Convention des Entreprises pour le Climat à travers le parcours « Nouveaux Imaginaires » (2024) nous avons questionné notre rôle sociétal en tant que régie publicitaire.

À travers nos Études & Insights sur ces enjeux, nous inspirons les marques à repenser la publicité au service d'une consommation plus responsable.

CONCEVOIR
des offres publicitaires responsables

En construisant des offres dédiées à la mise en lumière de marques engagées, favorisant la diffusion de messages plus inclusifs et plus responsables.

CONSTRUIRE
des dispositifs sur-mesure au service de l'engagement des marques

M6&Beyond sensibilise et encourage ses partenaires à l'écoproduction des contenus et OPS publicitaires qu'elle produit et à les rendre plus inclusifs.

CONSEILLER
nos partenaires vers des actions publicitaires à impact

En incitant les annonceurs à rendre leurs publicités plus inclusives par l'intégration du sous-titrage sourds et malentendants et/ou de l'audiodescription.

M6 Unlimited s'engage à réduire son impact carbone et sensibilise ses partenaires aux enjeux d'optimisation de l'impact carbone de la diffusion publicitaire

CONTRIBUER
au monde associatif et philanthropique

En contribuant à la visibilisation des associations et en soutenant des projets à impact.

À 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

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



Cecile ROGUE/M6 - Instagram @rogplanet

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.

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 référentes (ADEME-ARCEP, The LoCaT Project, etc.).

Mises à jour et évolutions du référentiel Radio

L'Alliance de la Radio, qui regroupe les radios privées, locales et nationales, généralistes et thématiques présentes sur l'ensemble du territoire, poursuit et approfondit les travaux engagés par la filière pour mesurer l'empreinte carbone de la publicité radio et audio.

En avril 2023, l'ensemble des régies nationales radio avait développé avec la société DK une mesure de l'empreinte carbone de la diffusion d'un service de publicité radio et audio.

L'objectif était double :

- Convenir d'une méthodologie de calcul (hypothèses définies collectivement, sur la base de données marché et de l'état de l'art, et sur des données moyennées pour l'ensemble des régies intégrées au projet), qui s'est matérialisée par la publication d'un référentiel.
- Intégrer ce référentiel dans un outil commun à tous les membres afin qu'ils puissent calculer l'impact carbone des campagnes publicitaires radio et audio.

Sous l'égide de l'Alliance de la Radio, ce référentiel va désormais être complété et approfondi par une V2, qui sera publiée au premier trimestre 2027.
Ces premiers travaux ont permis aux membres d'être précurseurs dans la réduction du poids carbone des fichiers publicitaires audio et dans l'alignement des spécifications techniques des publicités radio et audio.

Cet enrichissement concernera entre autres l'intégration du device autoradio, du cycle de vie des réseaux FM, la modélisation des réseaux numériques, l'approche locale…

Ce référentiel V2 sera disponible dans l'outil de DK dès sa publication et dans les outils internes des régies membres au plus tard au cours du trimestre suivant. »

S'engager pour une publicité digitale responsable

M6 Unlimited est engagée dans le programme Sustainable Digital Ad Trust du 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 4e cycle d'évaluation (Sept. 2026), M6 Unlimited a maintenu son échelon Diamant avec une évolution de +1pt vs le 3ème cycle (Sept. 2025). Un résultat qui confirme 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 par l'ADMTV et l'Alliance de la Radio avec la société DK. Outils prenant également en compte le référentiel SRI pour la BVOD et l'audio digital.

Les bilans de campagnes TV et Radio sont disponibles à la demande. Les Bilans de campagnes Digitaux (BVOD et Audio Digital) sont envoyés de manière systématique (Gré-à-Gré uniquement)



MESURER L'IMPACT CARBONE DE VOS CAMPAGNES

RÉDUIRE LE POIDS DES CRÉATIONS PUBLICITAIRES EN AUDIO DIGITAL

Uniformisation des spécificités techniques des messages publicitaires audio digitaux

Les régies publicitaires de l'Alliance de la Radio (Ketil, Lagardère Publicité News, M6 Unlimited, NRJ Global, RMC BFM Ads, Skyrock Public) ont renforcé l'action initiée en 2024 par le Bureau de la Radio pour réduire l'impact carbone de la diffusion des messages publicitaires en audio digital.

Cette première action permet de réduire à la fois l'impact lié au stockage et à la diffusion des messages. Ainsi toutes les régies publicitaires nationales ont uniformisé les spécificités techniques pour que les messages de 30 secondes ne dépassent pas le poids de 1,5 Mo, et les messages de 20 secondes, 1Mo.

Ces spécificités entrées en vigueur le 1er janvier 2025 seront de nouveau applicables à compter du 1er janvier 2027.

RÉDUIRE L'IMPACT DES PRODUCTIONS PUBLICITAIRES

M6&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.



03

NOS SOLUTIONS PUBLICITAIRES

a. Des formats pour chaque objectif

Ce document est confidentiel

UNE OFFRE SPÉCIALE POUR TOUS LES ANNONCEURS DE RETOUR EN RADIO !

BACK ON AIR

Concept
Tous les annonceurs sans communication en radio National en 2025 & 2026 pourront bénéficier d'un **Pass 48h*** et d'une **mesure d'efficacité offerts** sur leur 1ère campagne de l'année 2027.

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

- La mesure d'efficacité porte sur les 5 KPIS suivants : Notoriété, Souvenir, Reconnaissance, Agrément, Call to action.

Disponible en radio sur RTL, RTL2, FUN RADIO et M RADIO.

Conditions d'éligibilité :
- 50 000€ d'investissement net minimum en radio National (hors sponsoring)** chez M6 Unlimited
- PDM M6 Unlimited ≥ 30%
- Poids d'investissement net en audio digital : ≥ 10% des investissements nets réalisés en radio National chez M6 Unlimited

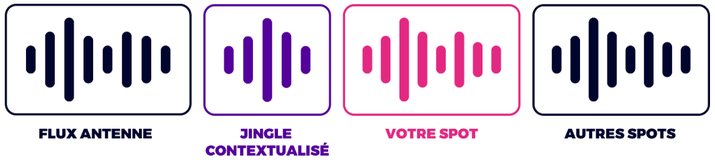
Offre valable sur l'ensemble de l'année 2027, dans la limite de 10 campagnes éligibles, tous annonceurs confondus, sur l'ensemble de l'année.
L'attribution de l'offre "Back on Air" s'effectuera par ordre de souscription, sous réserve du respect des conditions d'éligibilité décrites ci-dessus, et de la disponibilité planning au moment de la validation de la commande.
Offre sous réserve du respect des présentes Conditions Générales de Vente Radio.Audio 2027 de M6 Unlimited



** Voir détails page 44*
*** Montant minimum à investir sur une seule et même campagne pour bénéficier de la mesure d'efficacité*

Confidentiel

NOS FORMATS INNOVANTS EN AUDIO



PÔLE POSITION

Concept

Le format Pôle Position offre un **jingle personnalisé contextualisé** avant le spot selon un temps fort calendaire comme Noël, la fête des mères .

Le format Pôle Position est disponible en radio sur RTL, RTL2, FUN RADIO et M RADIO.

Bénéfice

Le jingle personnalisé et contextuel capte immédiatement l'attention des auditeurs. Le spot bénéficie également d'une mise en avant premium en 1re position pour **maximiser son impact**.



M6+ AUDIO

Concept

M6+ Audio associe le message sonore de l'annonceur à un visuel display instream et offre au spot audio une nouvelle dimension visuelle et cliquable sur M6+.

Ce format est disponible uniquement sur les programmes de moins de 40min en position Last in Break (dernier écran avant la reprise du programme).

Bénéfice

M6+ Audio offre une dimension visuelle enrichie au message sonore, permettant **une immersion complète** et **une mémorisation renforcée**. L'association du son et du visuel sur M6+ crée une expérience **publicitaire innovante et captivante**.

CAPITALISER SUR NOS FORMATS HOST READ

ENREGISTREZ VOTRE MESSAGE PODCAST AVEC UNE VOIX EMBLÉMATIQUE D'UN ANIMATEUR DES RADIOS DU GROUPE M6


Loràn̂t Deutsch


Éric Jean Jean


Flavie Flament


Élie Semoun


Faustine Bollaert

UNE ÉMERGENCE RENFORCÉE

Grâce à la **voix reconnue** de l'animateur et jusqu'à **1 minute de diffusion**

UN STYLE IDÉAL POUR LE PODCAST

Disponible en **Pré-roll** et /ou en **Mid-roll**

UNE CRÉATION QUI S'ADAPTE

En enregistrant **plusieurs versions** (en fonction de la météo, pour jouer un compte à rebours…)

CONCEVOIR DES OFFRES PUBLICITAIRES RESPONSABLES
VALORISER LES MARQUES ENGAGÉES

VOIX ENGAGÉES

VALORISER L'ENGAGEMENT DE VOTRE MARQUE GRÂCE AU FORMAT LONG

Concept
Faites émerger votre spot, d'un minimum de 30 secondes, valorisant l'un de vos engagements, dans un emplacement premium introduit par un jingle et un message contextualisé en lien avec le thème valorisé dans votre spot.

Activable
En radio (RTL).

NEW

VOIX ENGAGÉES « JOURNÉES MONDIALES »

GRÂCE AU FORMAT LONG PRENEZ LA PAROLE SUR UNE JOURNÉE DÉDIÉE À UNE CAUSE

Concept
Faites émerger votre spot, d'un minimum de 30 secondes, valorisant l'un de vos engagements, dans un emplacement premium introduit par un jingle et un message contextualisé à l'occasion d'une journée mondiale, internationale ou nationale.

Activable
En radio (RTL).

Offres sous réserve de validation de l'Antenne, en conformité avec la ligne éditoriale/les intérêts du Groupe M6 et sous réserve de validation des équipes Juridique et Planning
Le/les spots publicitaires de l'annonceur doivent respecter les dispositions de la directive (UE) 2024/825, dite directive EmpCo, entrée en application le 27 septembre 2026

03

NOS SOLUTIONS PUBLICITAIRES

b. Ciblage

CC - Confidentiel

NOTRE OFFRE DE CIBLAGE



GÉOLOCALISATION

SURPRESSEZ VOTRE CAMPAGNE SUR DES ZONES SPÉCIFIQUES

4 NIVEAUX DE CIBLAGE GÉOLOC

ZONE DE CHALANDISE
CODE POSTAL
DÉPARTEMENT
RÉGION



SOCIODÉMO

MAXIMISEZ VOS CONTACTS SUR CIBLE

2 NIVEAUX DE CIBLAGE À COMBINER

ÂGE
GENRE



LIFESTYLE

CIBLEZ LES AUDITEURS SELON LEUR MODE DE VIE

20 CIBLAGES LIFESTYLE

CSP
NIV. REVENUS
GÉOTYPES
HABITAT
COMPO. DU FOYER



AFFINITAIRE

TOUCHEZ UNE CIBLE AFFINITAIRE DE VOTRE MARQUE

+20 CIBLAGES DISPONIBLES DONT:

SPORT
VOYAGE
CUISINE
FOOTBALL
TENNIS
CINÉMA
BIEN-ÊTRE ...



CONTEXTE PROGRAMME

12 PACKS THÉMATIQUES

DIVERTISSEMENT
CULTURE
NEWS & BUSINESS
TRUE CRIME
CONSEIL & POUVOIR D'ACHAT
SPORT & NEWS
BIEN-ÊTRE
HUMOUR
...

CERTIFICATION
Nos sites et applications RTL, RTL2 et FUN RADIO sont certifiés par la mesure « Digital Ad Ratings »

OPTIMISÉS PAR
numbereight

Confidentiel

ALLEZ PLUS LOIN AVEC NOS SOLUTIONS DE BRAND CONTENT EN AUDIO DIGITAL



PODCAST DE MARQUE

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

SPONSORING DE PODCAST

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

ÉPISODE HORS SÉRIE

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

COPRODUCTION

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

Confidentiel

ÉLARGISSEZ VOTRE PORTÉE PUBLICITAIRE AVEC NOTRE OFFRE FIRST MUSIC

L'ACHAT SIMULTANÉ DE NOS 3 STATIONS MUSICALES

UN COUPLAGE PUISSANT

5,7 M

D'AUDITEURS 25-49 ANS CHAQUE SEMAINE

UNE COUVERTURE OPTIMISÉE

Un apport de

+601 000

AUDITEURS 25-49 ANS VS LE DUO

UNE TRÈS FAIBLE DUPLICATION

Sur les 25-49 ans

66%

DES AUDITEURS DE M RADIO N'ÉCOUTENT NI FUN NI RTL2

EAR insights JM26, Semaine moyenne LàV, 5h-24h, Couverture maximale FUN+RTL2+M Radio. Apport de M Radio vs FUN+RTL2 - Exclusifs M Radio vs First – Cible 25-49 ans

Intégration dans la même **heure**
tarif unique facturation unique

Confidentiel

PACK SPONSO RADIO AUDIO TV
JOUEZ SUR LA SYNERGIE DE NOS MÉDIAS AUTOUR DES PERSONNALITÉS INCARNÉES

RTL M6

LE CAVE'RÉVEIL / L'ŒIL DE...
PHILIPPE CAVERIVIÈRE



6h54 et 7h55 sur RTL
12h30 sur M6

RTL M6

ÇA PEUT VOUS ARRIVER
JULIEN COURBET



9h30-11h30 sur RTL
9h45-12h30 sur M6

FUN RADIO W9

TOUT BEAU TOUT N9UF
CYRIL HANOUNA



16h-18h sur FUN
18h20-21h15 sur W9

RTL2 W9

LE DOUBLE EXPRESSO
GRÉGORY ASCHER ET JUSTINE SALMON



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

DISPONIBLE EN PODCAST

DEVENEZ UN PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ
DE MOMENTS CLÉS DE LA GRILLE DE RTL

ACHAT AU MOIS

- 1 billboard 8 secondes par jour en entrée de rendez-vous
- Message lu en direct ou préenregistré
- Sponsoring en audio-digital (Live ou podcast)



7H38 L'ANGLE ÉCO
FRANÇOIS LENGLET



9H20 L'AIR DU TEMPS
MURIEL GIORDAN



18H49 LE P'TIT PHÉNOMÈNE
EMMA GUESSEL



LA MÉTÉO
LOUIS BODIN

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

Pack CSP+

RTL

29 MILLIONS DE CONTACTS

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

Audio digital
- Player live RTL tranches info
- Podcast pack RTL News & Business

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*
BUDGET :
60K€

Pack GROSSES TÊTES

RTL

43 MILLIONS DE CONTACTS

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

Audio digital
- Podcast Grosses têtes
- Radio digitale 100 % Grosses têtes

1 MOIS DE CAMPAGNE*
BUDGET :
60K€

Pack ENTERTAINMENT

FUN RADIO

8 MILLIONS DE CONTACTS

Radio
- 9 spots par jour
- Base 20 secondes

Audio digital
- Player live FUN RADIO
- Radios digitales FUN RADIO
- Podcasts : Bruno sur Fun radio, Cyril Hanouna et les Merguez, La Team Fun radio

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*
BUDGET :
35K€

Médiamétrie EAR Avril-Juin 26, EAR Insights 2026, période rouge, tarifs au 24 août 2026 Budget FMA inclus jusqu'à 2 semaines sur l'audio digital/Radio : Contacts cible 13+ tarifs susceptibles de modification

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

Pack POP-ROCK

RTL2 LE SON POP-ROCK

13 MILLIONS DE CONTACTS

Radio
- 9 spots par jour
- Base 20 secondes

Audio digital
- Player live RTL2
- Radios digitales RTL2
- Podcasts RTL2

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*
BUDGET :
55K€

Pack FAMILLE

4 MILLIONS DE CONTACTS

Radio
- 14 spots par jour
- Base 8 secondes

Audio digital
- Podcasts des émissions Destination Ailleurs, Entrez dans l'Histoire (RTL)

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*
BUDGET :
10K€

Pack JEUNESSE

FUN RADIO

13 MILLIONS DE CONTACTS

Radio
- 11 à 24 spots par jour
- Base 20 secondes

Audio digital
- Player live FUN RADIO
- Radios digitales FUN RADIO
- Podcasts FUN RADIO

1 SEMAINE DE CAMPAGNE*
BUDGET :
45K€

**Médiamétrie EAR Avril-Juin 26, EAR Insights 2026, période rouge, tarifs au 24 août 2026 Budget FMA inclus jusqu'à 2 semaines sur l'audio digital/Radio : Contacts cible 13+ tarifs susceptibles de modification*

PROFITEZ DES OPPORTUNITÉS DE SPONSORING SUR M RADIO

Sponsoring	NOMBRE DE MESSAGE / JOUR		Nombre de message / mois
	Habillage	Auto-Promo	
Météo	**L au V de 6h à 10h : 5 spots de 7s** « la météo sur M Radio avec... »	**D au J : 4 spots de 15s** « Retrouvez la météo du lundi au vendredi sur M Radio avec + signature pub »	**60 habillages 80 auto-promo**
Horoscope	**L au V de 6h à 10h : 5 spots de 7s** « l'horoscope sur M Radio avec... »	**D au J : 4 spots de 15s** « Retrouvez l'horoscope du lundi au vendredi sur M Radio avec + signature pub »	**60 habillages 80 auto-promo**

	Habillage	
Top horaire Matin	**L à D de 6h à 13h : 8 spots de 7 sec** « ... vous donne l'heure »	**224 habillages**
Top horaire Après-midi	**L à D de 14h à 21h : 8 spots de 7 sec** « ... vous donne l'heure »	**224 habillages**



Confidentiel

04

NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

CC - Confidentiel

M6 AD MANAGER +

My6 évolue et devient M6 Ad Manager+, un nouveau nom, le même engagement. M6 Ad Manager+ est la plateforme de consultation, de gestion et d'achat de campagnes média développée par M6 Unlimited, et qui s'est ouverte en 2024 à l'univers radio.

Par cette plateforme, chaque administrateur et/ou utilisateur aura accès, une fois logué, aux documents suivants, et ce dans le respect des CGU disponibles sur M6 Ad Manager+ :

ESPACE CLIENT RADIO

- Les confirmations de commandes
- Les justificatifs de diffusion et bilans EP

D'autres éléments sur les campagnes de nos clients pourront être intégrés dans cet espace courant 2027.

OFFRES & CGV

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

ACTUALITÉS

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

ÉTUDES

Retrouver les enseignements clés des études réalisées par M6 Unlimited.

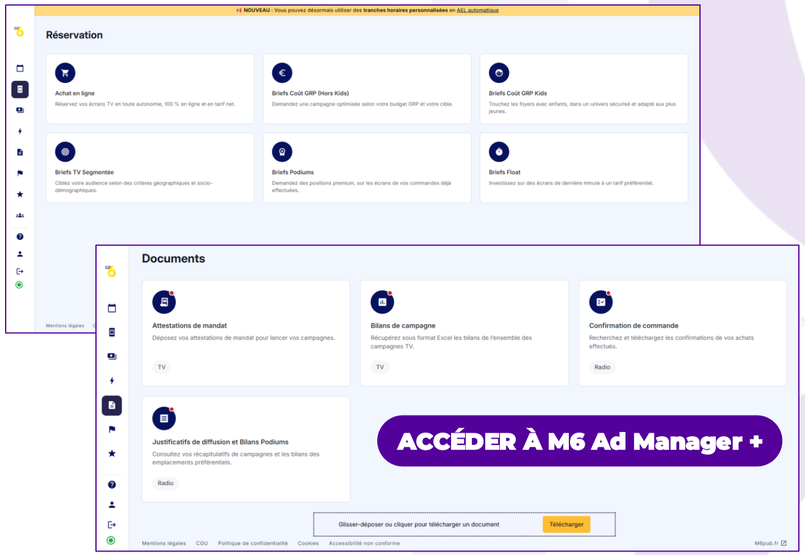
SIMPLIFIER LE QUOTIDIEN DES ACHETEURS MÉDIA

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

Depuis 2019, M6 Ad Manager + est devenue une plateforme servicielle et transactionnelle personnalisée, pour une expérience client optimisée. L'accès à M6 Ad Manager + est soumis à l'acceptation et au respect par l'administrateur/utilisateur des présentes CGV et des conditions générales d'utilisation de M6 Ad Manager + .

M6 Ad Manager + peut être amenée à évoluer et/ou à ne plus être accessible temporairement, et ce à tout moment.

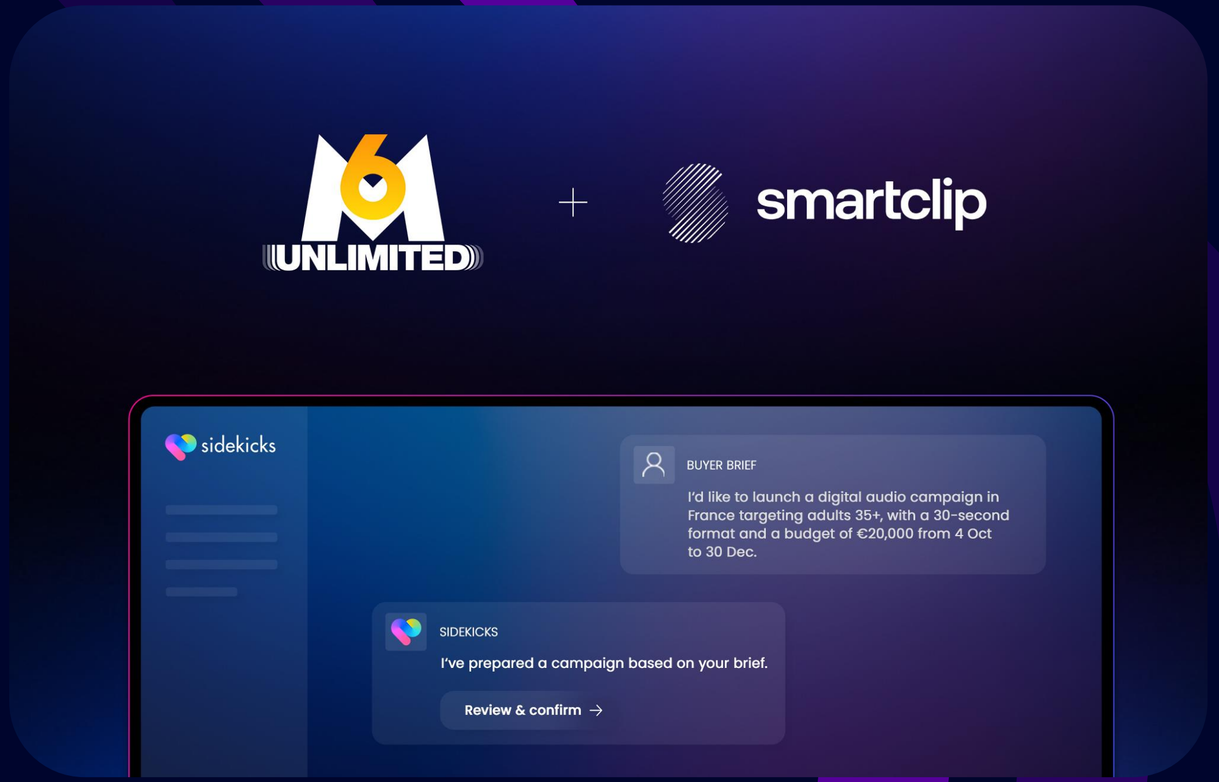
Pour créer votre compte en tant qu'agence média, contactez adv@m6.fr



L'ACHAT MÉDIA DE DEMAIN DISPONIBLE DÈS AUJOURD'HUI !

UNE 1ère APPLICATION CONCRÈTE DE L'IA AGENTIQUE À LA PUBLICITÉ AUDIO NUMÉRIQUE

- Un brief **formulé en langage naturel** : audience, budget, KPI et paramètres de campagne.
- Une offre média automatiquement **adaptée à l'inventaire premium de RTL, RTL2 et Fun Radio**.
- Un parcours **simplifié de bout en bout** : création de l'offre, validation des prix, réservation et reporting.
- **Des bénéfices directs pour les agences** : gain de temps, réduction de la complexité opérationnelle et campagnes davantage personnalisées.



Confidentiel

STEP BY M6
LA SOLUTION ADAPTÉE POUR UNE 1re COMMUNICATION

PUISSANCE

BOOSTEZ VOTRE PERFORMANCE !

- Écosystème plurimédia unique : TV, radio, digital et influence.
- 99% des Français touchés chaque mois.
- Marques leader : M6 (2e chaîne nationale), RTL (1re radio privée de France), M6+ (33 millions de personnes touchées chaque mois).



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 M6 Ad Manager.

EXPERTISE

POUR OPTIMISER VOTRE EFFICACITÉ PUBLICITAIRE

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

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

Étude Cross Média vague 2024.1
Médiamétrie - Médiamat - Saison 2024-2025 sur les principales cibles commerciales.
EAR Septembre 24-Juin 25, LàV, 5h/24h, Base QHM 16 radios commerciales nationales - Cible 13 ans et +
AVOD : Médiamétrie-Médiamat Moyenne Janvier-Août 25 - Mesure 4 écrans - Cible 4+

Confidentiel

M6 UNLIMITED LOCALE

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&BEYOND

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

M6&Beyond, c'est le vaisseau créatif de **M6 Unlimited**, la régie du Groupe M6. Un terrain de jeu où les idées sortent du cadre pour faire émerger les marques.

Opérations spéciales, brand content, nouvelles narrations, expériences, social, influence… Si ça n'existe pas encore, on l'invente.

Notre force ? Faire partie d'un Groupe qui imagine, produit et raconte des histoires qui rassemblent des millions de Français, sur tous les écrans et dans tous les usages.

Émissions, licences, talents, plateformes, médias et savoir-faire éditorial : **nous mettons toute la galaxie M6 au service des marques**, de la télévision au digital, du social à l'influence, jusqu'à l'expérience terrain.

Nous créons des dispositifs pour émerger, engager et laisser une trace.

M6 Unlimited repousse les frontières de la publicité.
M6&Beyond repousse celles de la créativité.



UNE IDÉE. PLUSIEURS TERRITOIRES. TOUTES LES AUDIENCES.

PROLONGER NOS HISTOIRES, ÉLARGIR LEUR PORTÉE ET TOUCHER DE NOUVELLES AUDIENCES.

M6&Beyond imagine des dispositifs qui vivent **sur tous les écrans**, en activant les licences, les talents et surtout les plateformes qui parlent à chaque communauté : **YouTube, Twitch, Instagram, et bien d'autres…**

Une approche **clé en main** pour démultiplier les points de contact et adresser toutes les cibles des annonceurs.

→ Une même idée, pensée pour plusieurs usages et plusieurs audiences.



ÉVÉNEMENTIEL

LE PÔLE EVENTS M6&BEYOND

Créer des expériences qui rapprochent les marques de leurs publics.

Le **pôle Events de M6&Beyond** imagine et accompagne des expériences **B2B et B2C** pour répondre aux enjeux des agences et des annonceurs : **divertir, promouvoir, informer, fédérer et accompagner.**

Des événements corporate aux lancements de produits, en passant par les prises de parole institutionnelles, les séminaires, les conventions ou les expériences de marque, le pôle crée des dispositifs qui permettent de **capitaliser sur les expertises d'un Média pour créer du lien avec les audiences** de ses clients.

Le pôle Events accompagne également les **grands rendez-vous qui rassemblent**, en imaginant de nouvelles façons de les faire vivre et de prolonger l'expérience : *watch parties, expériences immersives, événements sportifs ou festivals…*

Une approche portée par l'ADN du groupe M6 depuis plus de 30 ans : **l'humain, l'émotion, la proximité et l'audace.**



De l'idée à la réalisation, M6&Beyond transforme les enjeux des marques en expériences qui rassemblent et marquent les esprits.

Pour plus d'informations, contactez
Stéphane Rives
stephane.rives@m6.fr - 06 63 86 71 97

INFLUENCE
ÉCOSYSTÈME PUISSANT D'AMBASSADEURS

PERSONNALITÉS TV/RADIO

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


Flavie Flament


Stéphane Rotenberg


Karine Le Marchand


Bruno Guillon


Éric Antoine


Cyril Lignac


Faustine Bollaert


Norbert Tarayre


Philippe Etchebest

INFLUENCEURS CANDIDATS TV

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


Timothée
Le Meilleur Pâtissier


Alice & Florian
Mariés au premier regard


Mathieu Stepson
La France a un incroyable talent


Manon
Le Meilleur Pâtissier


Lucile & Jérôme
L'amour est dans le pré


Danny Khezzar
Top Chef


Justine Pliuso
Top Chef


Ryad & Louison
Pékin Express


Mohamed Cheikh
Top Chef

INFLUENCEURS DIGITAL NATIVE

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


Camille Cerf

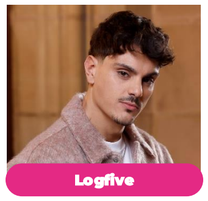

Juju Fitcats


Laurent Maistret


Natoo


Whoogy's


Lola Rossi


Logfive


L'atelier de Roxane


Cindy Poumeyrol

LE LAB6
L'EXPERTISE CRÉATIVE AUDIOVISUELLE DU GROUPE M6

soundBox

Précurseur et innovant, le LAB6 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)

L'IA POUR RÉVOLUTIONNER LA CRÉATION AUDIO

Dans la continuité de notre service LAB6, qui accompagne les annonceurs dans l'optimisation de leurs scripts et de leurs créations publicitaires, nous intégrons l'intelligence artificielle dans le parcours d'accompagnement. Création de voix sur mesure, text-to-speech ou aide à la projection des concepts : ces usages permettent d'enrichir la réflexion créative et de proposer un accompagnement toujours plus complet autour de LAB6.

M6 - Confidentiel

CRÉATION D'UN PÔLE PERFORMANCE AU SERVICE DE L'EFFICACITÉ PUBLICITAIRE



NOUVELLE ÉQUIPE DÉDIÉE

UN PÔLE D'EXPERTISE
À VOS CÔTÉS POUR OPTIMISER
LA PERFORMANCE
DE VOS CAMPAGNES



NOUVEL OUTIL

UNE SOLUTION DE MESURE
DE VOS DISPOSITIFS
CO-CONSTRUITE AVEC
VOUS
SELON VOS OBJECTIFS

ECHO

Avec notre partenaire
de confiance

toluna



INTER-OPÉRABILITÉ

UNE COMPATIBILITÉ TECHNIQUE
DE NOS INVENTAIRES AUDIO
AVEC L'ENSEMBLE
DES SOLUTIONS DE MESURE
DU MARCHÉ ET DANS LE
RESPECT DU RGPD

Confidentiel

05

NOS CONDITIONS TARIFAIRES

CSC - Confidentiel

TARIFICATION

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

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

1. TARIF BRUT

Le tarif brut correspond au coût unitaire d’une insertion publicitaire au sein d’un écran publicitaire de l’un des supports commercialisés par M6 Unlimited Radio en 2027.

Ce tarif est variable en fonction du support et de la demi-heure de démarrage de l’écran publicitaire dans lequel se situe l’insertion.
Il est exprimé sur la base d’un format de 30 secondes et est pondéré par l’indice format (cf. chapitre ‘’Indices formats’’).

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

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

Les conditions commerciales applicables aux tarifs bruts sont celles inscrites aux CGV M6 Unlimited Radio 2027.

2. FIRST MUSIC

First Music est un tarif unique permettant d'acheter simultanément sur une même vague d'un même produit FUN RADIO national, RTL2 national et M RADIO national. Ce tarif doit faire l’objet d’une validation au moment de la réservation avec la direction commerciale.

M6 Unlimited se réserve également le droit de ne pas proposer l'offre FIRST MUSIC sur certaines périodes de l'année, notamment en fonction des disponibilités planning.

Ce tarif correspond à la somme unitaire cumulée des 3 stations et il est révisable à chaque vague d'audience nationale publiée par Médiamétrie. Le tarif pris en compte (et l’audience) lors de la diffusion d’un message est le tarif (et l’audience) correspondant à la demi-heure de démarrage de l’écran publicitaire sur chaque station. En cas de litige, l’horodatage de chaque antenne concernée fera foi. Le tarif First Music ne bénéficie pas de conditions d’emplacements hormis les majorations prévues dans le cadre des annonces multiples.

Modalités de réservation : les plannings First Music devront être optionnés au minimum 6 semaines avant la date du premier jour de diffusion de la campagne. Tous les plannings optionnés en deçà de ces 6 semaines seront budgétés sur la base des tarifs unitaires de chacune des stations et facturés aux conditions de vente propres à chacune d’elles.

First Music n’est pas accessible aux achats en coût GRP net garanti et n'est pas cumulable avec l'achat d'un Pass 48h.
Les frais de mise à l’antenne seront facturés 32 euros nets HT par message diffusé et par station. Ils ne sont soumis à aucun des dégressifs commerciaux.

Les conditions commerciales applicables au tarif First Music sont celles inscrites aux CGV M6 Unlimited Radio.Audio 2027.

3. ÉCRINS

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

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

Les écrins doivent faire l’objet d’une demande spécifique auprès des directions commerciales.
Les écrins ne sont pas accessibles aux achats en coût GRP net garanti.

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

Les conditions commerciales applicables aux tarifs Écrins sont celles inscrites aux CGV M6 Unlimited Radio.Audio 2027.

MODULATIONS

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

1. INDICES FORMATS

DURÉE (secondes)	INDICE FORMAT
5	50
10	65
15	81
20	93
25	97
30	**100**
35	125
40	150
45	170
50	190
55	210
60	240

Le format des messages livrés doit strictement respecter la durée réservée. Pour tout autre format, nous consulter pour la faisabilité et l'indice associé.

2. INDICES DE SAISONNALITÉ

2.1 RADIO NATIONAL

PÉRIODE	INDICE SAISONNALITÉ
01/01 – 03/01	100
04/01 – 17/01	125
18/01 – 28/02	100
01/03 – 14/03	160
15/03 – 16/05 et 17/05 – 30/05	145
31/05 – 13/06	180
14/06 – 11/07	160
12/07 – 22/08	100
23/08 – 12/09	190
13/09 – 03/10	180
04/10 – 24/10	190
25/10 – 07/11	160
08/11 – 14/11	180
15/11 – 28/11	190
29/11 – 24/12	180
25/12 – 31/12	100

Pour chaque période, les tarifs valables sont ceux indiqués dans le document « Tarifs M6 Unlimited Radio 2027 » accessible sur le site de M6 Unlimited.

M6 Unlimited se réserve le droit de modifier les indices de saisonnalité « RADIO NATIONAL » en cours d'année.
Dans ce cas, la période ainsi que le nouvel indice seront communiqués au plus tard 21 jours calendaires avant la date d'application de cette modification.

2.2 AUDIO DIGITAL

En Audio digital, les indices de saisonnalité s'appliqueront sur l'ensemble des CPM négociés entre M6 Unlimited et un annonceur ou son mandataire, ces CPM étant négociés sur une « base 100 ».

PÉRIODE	INDICE SAISONNALITÉ
01/01 – 28/02	100
01/03 –11/07	110
12/07 – 22/08	90
23/08 – 31/12	115

M6 Unlimited se réserve le droit de modifier les indices de saisonnalité « AUDIO DIGITAL » en cours d'année. Dans ce cas, la période ainsi que le nouvel indice seront communiqués au plus tard 21 jours calendaires avant la date d'application de cette modification.

MODULATIONS

3. CONDITIONS D'EMPLACEMENT

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

3.1 PASS 48H

Dans un contexte de maîtrise du temps de publicité sur nos antennes, M6 Unlimited commercialise le Pass 48h afin de garantir à ses annonceurs l'accès au planning, notamment dans les périodes chargées.

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

Il permet également de bloquer sa programmation, même très en amont de la diffusion. Dans le cadre du Pass 48h, une majoration de **+25%** sera appliquée sur la campagne concernée (soit sur le coût GRP net pour les achats en coût GRP net garanti, soit sur le tarif brut espace pour les achats en taux), quelle que soit la station ou la tranche horaire.

Les demandes de Pass 48h doivent être effectuées au minimum 21 jours ouvrés avant la diffusion du 1er spot concerné par le Pass.
En cas d'annulation d'un Pass 48h parvenue à 10 jours ouvrés ou moins de la date de démarrage prévue (15 jours pour les spots ≥ 45''), un dédit correspondant à 100% du montant net du ou des messages publicitaires annulés (y compris la majoration du Pass 48h) sera dû par l'annonceur ou son mandataire.
M6 Unlimited se réserve le droit de ne pas appliquer le Pass 48h (sur certaines périodes, certains écrans, etc).

3.2 LE SERVICE À L'ÉCRAN

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

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

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

3.3 EMPLACEMENT PRÉFÉRENTIEL

Le placement d'un spot au début ou à la fin d'un écran publicitaire offre à l'annonceur une visibilité supplémentaire. Elle est valorisée pour les positions tête d'écran (T1), 2e position (T2), 3e position (T3), antépénultième position (F3), avant-dernière position (F2), fin d'écran (F1) :

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

3.4 EMPLACEMENT SPÉCIFIQUE

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

- Toutes tranches horaires : **+25%**

3.5 PÔLE POSITION

1re position avec jingle thématisé.

- Toutes tranches horaires : **+30%**

3.6 HORS ÉCRAN

Service accessible sur devis.

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

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

3.8 ANNONCES MULTIPLES

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

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

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

ACHAT AU COÛT GRP NET GARANTI

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

Dans ce cadre, un coût GRP net non indicé base 30'' 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.

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

- Aux formats.
- À la saisonnalité (cf indices publiés page 43).
- À l'indice audio digital.

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

Pour les achats en coût GRP net garanti, M6 Unlimited se réserve le droit de modifier la programmation jusqu'à 2 jours avant diffusion du spot et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire via l'envoi d'un nouveau bon de commande. Dans le cadre des contrepropositions et modifications de programmation faites sur des campagnes achetées en coût GRP net garanti, M6 Unlimited se réserve le droit de programmer un maximum de 30% des GRP demandés par un annonceur sur une station différente de celle demandée initialement.

SPÉCIFICITÉS DES ACHATS EN COÛT GRP NET GARANTI

- Le poids maximum de GRP demandés sur RTL, RTL2 ou FUN RADIO au sein de la tranche du Prime (6h-9h en lundi-vendredi) ne pourra pas dépasser 50%.
- Pour toute campagne supérieure à 2 semaines calendaires, M6 Unlimited se réserve le droit de faire un retour partiel par quinzaine.
- Toute campagne comprenant une interruption de 7 jours ou plus pourra être traitée sous la forme de campagnes distinctes, et donc faire l'objet de retours de planning distincts (dans le respect des délais indiqués dans le paragraphe 5 page 54 du présent document).

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

Dans le cadre de l'achat au coût GRP net garanti, M6 Unlimited met une matrice de brief à disposition des acheteurs. Ce brief détaille la stratégie médiaplanning adoptée sur la vague. Sur cette base, M6 Unlimited prend en charge la programmation des spots.

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

INDICE AUDIO DIGITAL

M6 Unlimited appliquera un indice « Audio Digital » sur les achats en coût GRP net garanti, valable sur l'ensemble des stations en National, en fonction de la part du CA investi en audio digital dans le CA total audio* en 2027 :

% CA audio digital / CA total audio*	< 10%	≥ 10% et < 20%	≥ 20%
INDICES	102	100	98

M6 Unlimited régularisera, si nécessaire, les conditions commerciales de l'annonceur en cours d'exercice, sachant qu'un suivi trimestriel des engagements sera effectué entre M6 Unlimited et ledit annonceur ou son mandataire.

**Le CA total audio correspond à la somme du CA classique National réalisé sur les 4 stations en régie chez M6 Unlimited (RTL, RTL2, FUN RADIO et M RADIO) et leurs déclinaisons en digital (gré à gré ou programmatique) hors parrainage, hors OPS, hors display et hors CA issus de tiers revendeurs.*

CONDITIONS DE RÉFÉRENCEMENT DES STATIONS MUSICALES DE L'OFFRE M6 UNLIMITED

Dans le cadre d'un achat au coût GRP net garanti, toute demande de campagne effectuée sur l'offre musicale M6 Unlimited devra intégrer les 3 stations musicales (RTL2, FUN RADIO et M RADIO). L'EDI correspondant devra donc initialiser obligatoirement ces 3 stations.

GESTION DES DEMANDES PLANNING

Afin de fluidifier au mieux la gestion de la demande et de répondre au plus près à la volonté de ses clients aux moments les plus stratégiques pour eux, M6 Unlimited maintient en 2027 un calendrier de priorisation des demandes selon différents critères en fonction d'événements (calendaires notamment) spécifiques.

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

SEMAINES DE PORTES OUVERTES AUTOMOBILES*
- Pass 48h de la famille Automobile/transport
- Pass 48h des autres familles
- Autres campagnes

SEMAINES D'ACTUALITÉS PROMOTIONNELLES FORTES (SOLDES, BLACK FRIDAY…)*
- Pass 48h de la famille Distribution
- Pass 48h des autres familles
- Autres campagnes

AUTRES SEMAINES DE L'ANNÉE
- Pass 48h
- Autres campagnes

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

Ces semaines sont, à la date de publication des CGV Radio.Audio 2027 de M6 Unlimited, les suivantes :

Soldes 2027 :
- Du 6 janvier au 02 février 2027
- Du 23 juin au 20 juillet 2027

Black Friday 2027 :
- Du 15 au 28 novembre 2027

Journées Portes Ouvertes Automobiles 2027 :
- Semaine du 11 au 17 janvier 2027
- Semaine du 08 au 14 mars 2027
- Semaine du 07 au 13 juin 2027
- Semaine du 06 au 12 septembre 2027
- Semaine du 11 au 17 octobre 2027

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

TARIFICATION
LIVE, RADIOS DIGITALES ET PODCASTS

GRÉ À GRÉ	OFFRES	FORMAT	CONTENUS	TARIF NET BASE 100 (CF INDICES DE SAISONNALITÉ PAGE 43)
	ALL			**12 €**
PACKS	Divertissement, Bien-être, News-business, True-crime, TOP 15 RTL, Sport, matinale, RTL au féminin…	**0-30"**	Live, Radios digitales & Podcasts	**13 €**
SUR MESURE	À la carte		Station, Player live, Radios digitales ou Podcast au choix	**14 €**
CIBLAGE DATA			Nous consulter	

Live



Podcasts



06

LES REMISES COMMERCIALES

CSE - Confidentiel

LES REMISES COMMERCIALES

L'ensemble des conditions décrites ci-dessous s'applique aux dispositifs achetés sur les stations commercialisées par M6 Unlimited en 2027 sur la base des tarifs bruts, des tarifs écrins et des tarifs First Music. Ces conditions ne s'appliquent pas aux dispositifs achetés en digital.

1. DÉGRESSIF DE VOLUME

Le dégressif de volume est déterminé par le chiffre d'affaires net généré par de l'achat en espace classique d'un annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par M6 Unlimited (RTL, RTL2 national, FUN RADIO national, M RADIO national) entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027.

Le dégressif de volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant généré par l'achat en espace classique de cet annonceur, hors produits et offres commerciales, sur l'ensemble des stations commercialisées par M6 Unlimited (RTL, RTL 2 national, FUN RADIO national, M RADIO national) entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027.
Tout engagement devra faire l'objet d'un accord écrit entre M6 Unlimited et l'annonceur dès l'investissement du premier euro. Ces dégressifs sont déduits chaque mois sur facture et s'appliquent selon les barèmes suivants :

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

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

2. CONDITIONS D'APPLICATION DES REMISES

Les offres commerciales ne donnent pas droit au dégressif volume, et leurs CA bruts payants ne rentrent pas dans l'assiette de dégressif volume sauf explicitement précisé dans les modalités d'achat de ladite offre. Les remises :

- Ne se cumulent pas entre elles.
- Sont applicables à condition d'être précisées au moment de la réservation d'espace. Tout changement d'offres ou de services entraînera la refonte totale du dispositif, en fonction des disponibilités en vigueur le jour du changement.

LES REMISES COMMERCIALES

3. CONDITIONS “COLLECTIVES ET CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES”

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

- Les campagnes visant à promouvoir la transition écologique, c’est-à-dire toute campagne d’information émanant d’une administration et/ou d'une organisation (à l’exclusion des organisations caritatives liées à des annonceurs ou groupements d’annonceurs) qui promeut des pratiques responsables et l’utilisation de produits moins polluants.

- Les campagnes collectives visant à promouvoir une alimentation et une activité sportive favorables à la santé, c’est-à-dire lorsqu’elles ont pour objectif de promouvoir des produits ou des services présentés de manière collégiale dans le secteur de l’alimentation et/ou du sport, sans mettre en avant une ou plusieurs marques des produits ou des services concernés.

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

4. COMMERCIALISATIONS 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 desquels 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 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 2027 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).

LES REMISES COMMERCIALES

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 aux offres Green.

4.2.2 Conditions d'accès

Les annonceurs devront intégrer dans le spot, de façon distincte et visible, l'information environnementale sélectionnée par l'ADEME (labels, étiquettes, indices…) autour du produit ou service mis en avant. Tous les produits mis en avant dans le spot devront répondre au cahier des charges et être porteurs d'une ou des informations environnementales sélectionnées par l'ADEME.

4.2.3 Commercialisation

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

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

*Annonceurs n'ayant jamais communiqué au sein des stations en régie chez M6 Unlimited.

5. CASCADE DU TARIF BRUT AU TARIF NET

TARIF BRUT
- Indice format

TARIF BRUT FORMAT
- Majoration service à l'écran
- Majoration emplacement préférentiel
- Majoration emplacement spécifique
- Majoration Pôle Position
- Majoration multi spots au sein d'un même écran
- Majoration annonces multiples
- Majoration Pass 48h

TARIF BRUT PAYANT MAJORÉ
- Dégressif volume

TARIF NET

6. LETTRES D'ENGAGEMENT

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

07

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

CGV - Confidentiel

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

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

- Reconnaissent avoir pris connaissance des CGV énoncées ci-après, en acceptent les termes et leur application.
- S'engagent à respecter les lois, règlements et usages qui régissent la publicité et la communication commerciale radiodiffusée

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 des antennes radio et/ou audio.

3. ATTESTATION DE MANDAT

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

L'attestation de mandat, dont le modèle est disponible sur m6unlimited.fr, n'est valable que pour l'année 2027. Elle doit être adressée par mail au format pdf à l'adresse : adv@m6.fr.

Les adhérents à EDIPub et/ou les annonceurs, mandataires ayant souscrit au service mymandat développé par EDIPub pourront faire parvenir à M6 Unlimited ladite attestation de mandat via cette plateforme mymandat.
Toute autre disposition présente dans l'attestation de mandat ne pourra en aucun cas être opposable à M6 Unlimited.

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 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 ÉLECTRONIQUE

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 règlementation eIDAS 2014/910 et listé en tant que tel dans la liste des PSCE, disponible sur le site de l'ANSSI. En partenariat avec DocuSign, CDC Arkhinéo assure le stockage à valeur probante des documents signés pour chaque partie signataire. Les contrats sont automatiquement archivés dans ce coffre électronique garantissant ainsi la conservation et l'intégrité des documents durant 10 ans renouvelable.

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

5. MODALITÉS DE RÉSERVATION

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

La demande de réservation fait l'objet d'un bon de commande adressé par M6 Unlimited à l'annonceur et/ou son mandataire au maximum 6 jours ouvrés avant le démarrage de la première diffusion. Cet envoi se fait via EDI ou, le cas échéant, par tout autre moyen.

Ce bon de commande doit être renvoyé signé par l'annonceur ou son mandataire à M6 Unlimited au plus tard 2 jours ouvrables après son envoi.
L'achat est dans tous les cas considéré comme ferme et définitif par M6 Unlimited en cas d'absence de retour de l'annonceur ou de son mandataire dans ce délai.

Pour les achats en coût GRP net garanti, M6 Unlimited se réserve le droit de modifier la programmation jusqu'à 2 jours avant diffusion du spot et en informe dans ce cas l'annonceur ou son mandataire via l'envoi d'un nouveau bon de commande. Dans le cadre des contrepropositions et modifications de programmation faites sur des campagnes achetées en coût GRP net garanti, M6 Unlimited se réserve le droit de programmer un maximum de 30% des GRP demandés par un annonceur sur une station différente de celle demandée initialement.

6. EXÉCUTION DES ORDRES

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

M6 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 et usages régissant la publicité et la communication radiodiffusée ou contraire aux intérêts des éditeurs des antennes radio en régie chez M6 Unlimited et du Groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
- Si les circonstances ayant permis l'acceptation du texte publicitaire étaient modifiées.
- Si l'ARCOM juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du film publicitaire à l'antenne.

M6 Unlimited, dans ce cas, n'est redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

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

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

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

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

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

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

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

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

7. LE SERVICE À L'ÉCRAN

Le service à l'écran ou choix de l'écran est disponible sur la station nationale RTL. Le choix de l'écran se fait parmi les écrans présents au sein d'une même unité de vente, au moment de la réservation. Le tarif appliqué à l'écran choisi est le tarif brut de la ½ heure dans laquelle se situe l'écran. Le tarif pris en compte lors de la diffusion d'un message est le tarif en vigueur au moment de la diffusion. Le service à l'écran est accessible à l'ensemble des annonceurs, à l'exception des opérations spéciales, du sponsoring, du barter et des échanges. L'ensemble des conditions commerciales (dégressifs et primes) figurant dans les présentes CGV s'applique aux dispositifs achetés sur la base du service à l'écran. Le chiffre d'affaires brut payant généré sur RTL dans le cadre de ce service rentre dans l'assiette de dégressif volume M6 Unlimited Radio 2027.

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

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

8. PRESTATIONS SPÉCIALES – OPÉRATIONS SPÉCIALES (OPS)

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

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

9. CONDITIONS D'ANNULATION

HORS CAS DE FORCE MAJEURE

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

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

- Spots **< 45''** (hors Pass 48h) : pour toute modification ou annulation parvenue à 5 jours ouvrés ou moins de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 100% du montant net du ou des messages publicitaires annulés (y compris majorations éventuelles) sera dû par l'annonceur ou son mandataire.
- Spots **≥ 45''** : pour toute modification ou annulation parvenue à 15 jours ouvrés ou moins de la date de démarrage prévue, un dédit correspondant à 100% du montant net du ou des messages publicitaires annulés (y compris majorations éventuelles) sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

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

Pour toute modification ou annulation intervenant entre 35 et 15 jours ouvrés avant le premier jour de démarrage de la campagne, un dédit correspondant à 50% du montant net de la confirmation de commande sera dû par l'annonceur ou son mandataire.
Pour toute modification ou annulation intervenant à moins de 15 jours ouvrés du premier jour de démarrage de la campagne, un dédit correspondant à 100% du montant net de la confirmation de commande sera dû par l'annonceur ou son mandataire.

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

CAS DE FORCE MAJEURE

9.3. Si l'annulation résulte d'un cas de force majeure (Cf. définition page 70), l'annonceur ou son mandataire doit notifier l'événement 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'événement.

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

10. MESURES D'AUDIENCE

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

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

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

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

PÉRIODE	VAGUE DE RÉFÉRENCE	PUBLICATION DES AUDIENCES	PUBLICATION DES TARIFS	APPLICATION DES TARIFS
1er janvier – 31 janvier 2027	Septembre – Octobre 2026	Vendredi 13 novembre 2026	Mercredi 25 novembre 2026	Vendredi 1er janvier 2027
1er février – 2 mai 2027	Novembre – Décembre 2026	Mercredi 13 janvier 2027	Vendredi 22 janvier 2027	Lundi 1er février 2027
3 mai – 22 août 2027	Janvier – Mars 2027	Mardi 13 avril 2027	Vendredi 23 avril 2027	Lundi 3 mai 2027
23 août – 31 décembre 2027	Avril – Juin 2027	Mardi 13 juillet 2027	Vendredi 23 juillet 2027	Lundi 23 août 2027

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

11. FACTURATION

11.1. 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.
11.2. Les prix sont indiqués hors taxes : les impôts et taxes afférents à l'ordre de publicité au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur.
11.3. La facturation des messages publicitaires ainsi que des frais de mise à l'antenne associés à ces messages est établie hebdomadairement.

Facturation électronique
Conformément à la réglementation applicable en matière de facturation électronique, notamment aux dispositions issues de la loi de finances, M6 Unlimited met en œuvre la facturation électronique dans les conditions et selon le calendrier prévu par la réglementation en vigueur.
À ce titre, les factures sont émises et transmises sous format électronique par l'intermédiaire d'une plateforme agréée, lorsque la réglementation l'exige.
Le Client et/ou les agences s'engagent à communiquer à M6 Unlimited, et sous leur seule responsabilité, les informations nécessaires à l'établissement et à la transmission des factures électroniques, notamment leur numéro code routage et les informations relatives à leur adresse de facturation.
Pour toutes questions relatives à la facturation électronique, veuillez les adresser à rfe.m6unlimited@m6.fr

12. PAIEMENT

12.1. 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.

12.2. Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. À défaut, les pénalités et sanctions prévues ci-après s'appliqueront de plein droit. M6 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 défauts 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.

12.3. 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.

12.4. 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'auront 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.

12.5. 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.

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

13. CONFIDENTIALITÉ

L'annonceur et son mandataire ainsi que l'Éditeur 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 des 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 Unlimited 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.

14. 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 énoncées, ceux-ci étant conjointement et solidairement responsables et ci-après désignés ensemble « l'annonceur ».

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

M6 Unlimited et l'annonceur sont ci-après désignés ensemble ou séparément « une/la(les) partie(s) ».

14.1 PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES UTILISATEURS DES SERVICES M6

14.1.1 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, dans le cadre d'une offre de ciblage publicitaire, tel que prévu au paragraphe suivant, 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. 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 ce faire. M6 aura la possibilité de vérifier à tout moment le respect de ces obligations, et de s'assurer, par tout moyen ou solutions techniques, ou technologiques qu'aucun cookie non conforme aux règles data applicables ne soit déposé sur les Services M6.

14.1.2 EXCEPTIONS / DPA

En cas d'accord de M6 Unlimited pour que l'annonceur puisse collecter et/ou traiter des données personnelles dans le cadre d'une opération de ciblage publicitaire en audio digital proposée par M6 (telle que l'offre SMART AUDIO ou autre offre nouvelle proposée et intégrée aux présentes CGV), les parties devront le contractualiser spécifiquement par le biais d'un accord spécifique (« l'accord data spécifique ») ou a minima respecter les règles suivantes formant accord de protection des données (le DPA).

A ce titre, les seules données qui pourront être collectées par le biais des cookies par l'annonceur (ou dans ce cadre désigné ci-après « le déposant ») sont des informations de navigation des utilisateurs non directement identifiantes ou identifiables concernant les contenus consultés sur les Services M6, à des fins de mesure (statistiques, analyses, bilans, comptage, etc.) et/ou afin de permettre à l'annonceur d'adapter ses messages publicitaires (en fonction de la localisation ou de critères socio-démographiques notamment), ou toute autre finalité prévue dans l'accord data spécifique, dans le respect des règles data applicables.

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

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

- Aux caractéristiques techniques des cookies.
- Au type d'informations collectées par l'intermédiaire des cookies.
- À la finalité de la collecte d'information effectuée par l'intermédiaire des cookies.
- Au(x) destinataire(s) des informations collectées par l'intermédiaire des cookies.
- À la durée de vie des cookies sur le terminal des utilisateurs et/ou des Services M6 (étant précisé que les cookies déposés ne devront pas pouvoir être conservés sur les terminaux des utilisateurs au-delà de la durée légale de vie des cookies conformément aux règles data applicables).
- Aux lieux d'hébergement et de stockage des données. Il est rappelé que, dans le cadre des règles data applicables, l'utilisateur doit pouvoir à tout moment, simplement et gratuitement, choisir de refuser l'enregistrement de cookies sur son terminal, ce que l'annonceur, son prestataire et/ou son mandataire reconnaissent et acceptent expressément.

En tout état de cause, 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 suite au dépôt et/ ou au traitement des cookies, le respect de la finalité des informations collectées, la non-utilisation des informations collectées par des tiers autres que le(les) destinataire(s) mentionnés dans l'accord data spécifique, la suppression des cookies au-delà de leur durée de vie, etc.

En cas de manquement par l'annonceur à l'une ou l'autre des obligations susvisées et/ou à toutes règles data applicables, M6 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.

14.1.3 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 RGPD »), la (iii) Directive

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

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 données 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.
- 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.

14.2 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 connaitre 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/**

15. 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'Ethique 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.).
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.

NOS CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

16. UTILISATION DES FONCTIONNALITÉS REPOSANT SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Les Services M6 Unlimited peuvent intégrer des fonctionnalités reposant, en tout ou partie, sur des technologies d'intelligence artificielle générative ou non (ci-après les « Outils d'IA »), incluant notamment des agents conversationnels (chatbots) avec lesquels l'Annonceur et/ou son mandataire peuvent interagir directement.

L'Annonceur et/ou son mandataire reconnaissent que les contenus, analyses, recommandations, résultats, données, synthèses ou suggestions produits par les Outils d'IA sont générés de manière automatisée à partir des informations disponibles au moment de leur traitement et peuvent comporter des inexactitudes, omissions, erreurs, biais, approximations ou informations obsolètes. Les résultats générés par les Outils d'IA sont fournis à titre exclusivement indicatif et d'assistance à la décision. Ils ne constituent ni une prise de décision, ni un engagement contractuel de M6 Unlimited.

L'Annonceur et/ou son mandataire s'engagent à procéder, sous leur seule responsabilité, à toute vérification, analyse critique, validation par les personnes habilitées et contrôle de cohérence des résultats issus des Outils d'IA avant toute utilisation, communication à des tiers, prise de décision ou mise en œuvre opérationnelle.

Aucune information, recommandation, réponse ou contenu généré par les Outils d'IA ne saurait être considéré comme validé, approuvé ou opposable à M6 Unlimited tant qu'il n'a pas fait l'objet d'une confirmation expresse par une personne dûment habilitée au sein de celle-ci.
Enfin, l'Annonceur et/ou son mandataire demeurent seuls responsables des informations, requêtes ou documents (notamment les briefs) qu'ils soumettent aux Outils d'IA. Ils s'interdisent d'y inclure des données à caractère personnel sensibles ou des informations strictement confidentielles dont la divulgation porterait préjudice à leurs intérêts.

17. 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 2027. M6 Unlimited et l'éditeur se réservent le droit de modifier tout ou partie de ces CGV en cours d'année, en particulier en fonction de la législation.
Ces modifications seront publiées sur le site de M6 Unlimited ou sur M6 Ad Manager + .

08

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

CCS - Confidentiel

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

1. DIFFUSION DES MESSAGES PUBLICITAIRES DISPOSITIONS GÉNÉRALES

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

Tout autre moyen de transmission des instructions de diffusion ne pourra pas être pris en compte par M6 Unlimited. Au-delà de l'envoi des sons et instructions de diffusion, toute question doit être adressée à diffusionpubradio@m6.fr.

1.2. Les fichiers audio de diffusion doivent impérativement être livrés au format WAV ou MP3 (256 Kbit/s), Stéréo, fréquence d'échantillonnage 48Khz.

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

- Annonceur.
- Nom du Produit/de la campagne identique à celui utilisé pour la réservation d'espace.
- Titre du son identique à celui utilisé au sein des instructions.
- Durée (format).
- Version du son, si versions multiples.
- Dans le cadre d'un son comportant une mention légale pouvant faire l'objet d'alternance (notamment : automobile, ...), préciser la mention concernée par le son.
- Références musicales associées à chaque son (titre, auteur-compositeur, éditeur).

La précision des références musicales et la durée effective des extraits utilisés est obligatoire pour permettre à M6 Unlimited de remplir son rôle de déclaration auprès de la SACEM.

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

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

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

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

1.5. La livraison des fichiers de diffusion à M6 Unlimited doit intervenir au plus tard 3 jours ouvrés avant la première diffusion.
En cas de retard dans la remise du matériel ou de remise non-conforme aux exigences énoncées aux présentes CGV entraînant une non-diffusion, le prix du message programmé sera intégralement dû par l'annonceur à M6 Unlimited. Si le délai de remise des éléments n'est pas respecté et si les sons et instructions de diffusion n'ont pas été communiquées via CopieStation.com, toute erreur ou omission dans la diffusion d'un message publicitaire engageront la seule responsabilité de l'annonceur, ainsi que de son mandataire (agence, production) en charge de l'envoi du son et des instructions de diffusion.

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

1.7. Toute réclamation concernant la programmation et/ ou la diffusion d'un message et/ou la qualité technique d'un message doit être impérativement formulée, à peine de déchéance, dans les 3 jours après diffusion dudit message. Si l'annonceur, son mandataire ou la société en charge de la production,

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

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.

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

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

1.10. Les intitulés des unités de vente et écrans publicitaires figurant sur les tarifs, grilles de programmes ou sur les ordres de publicité ne correspondent pas à des horaires prévus de diffusion mais désignent des emplacements à l'intérieur ou entre les programmes. L'obligation de M6 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. En conséquence, l'horaire de diffusion d'un écran publicitaire ne saurait en aucun cas justifier une modification du tarif de l'ordre et/ou ouvrir droit à une quelconque indemnisation.

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

1.12 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.

1.13 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.

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

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 contraire aux intérêts des éditeurs des antennes radio en régie chez M6 Unlimited du groupe M6 ou de l'une de ses sociétés.
- Si l'ARCOM juge a posteriori un message non-conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande le retrait du message publicitaire à l'antenne.

M6 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.

3. RESPONSABILITÉS

3.1. Tout message publicitaire est diffusé sous la seule responsabilité de l'annonceur qui déclare connaitre et respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle, en France et dans le pays d'émission des stations. L'annonceur, son mandataire ainsi que la société en charge de la production s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la règlementation, en suivant notamment les recommandations de l'ARPP.

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

3.2. L'annonceur, son mandataire, ainsi que la société en charge de la production du message publicitaire déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. Ils garantissent conjointement et solidairement M6 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 son et indiqué au sein des instructions de diffusion soit le même que celui de la campagne réservée au planning et ne corresponde pas à un autre produit et/ou service que celui présenté dans le message. Toute diffusion d'un message publicitaire en lieu et place d'un autre son publicitaire, résultant d'un mauvais libellé ou d'un titre différent, restera due par l'annonceur. Dans le cas de campagnes portant des noms provisoires, M6 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 messages publicitaires fournis et celui des campagnes réservées au planning soient rigoureusement identiques. À défaut, la responsabilité de M6 Unlimited ne pourra être engagée et les messages diffusés seront intégralement dus.

4. UTILISATION DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

La commande ou l'ordre de publicité donne aux supports et à la régie, relativement aux messages qui en font l'objet, le droit de reproduire, de présenter, de faire écouter, d'archiver et de réaliser la pige desdits messages en vue de leur communication pour une information professionnelle ou autre, selon tous procédés et usages en la matière, quels que soient les supports ou les procédés techniques.
Cette autorisation est accordée à titre non-exclusif, pour la durée légale des droits de propriété intellectuelle sur lesdits messages.

5. SECTEURS INTERDITS OU RÉGLEMENTÉS

5.1. Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité radiophonique. Pour d'autres produits et secteurs économiques, cet accès est encadré et/ou réglementé. Les secteurs interdits de publicité radiophonique et/ou réglementés par des conditions particulières de diffusion ont un fondement législatif, réglementaire ou déontologique.

Dans ce cadre, la réglementation actuelle impose des messages pédagogiques dans les publicités de certains secteurs économiques (informations à caractère sanitaire, domaine de l'énergie, crédit à la consommation, jeux d'argent et de hasard, etc.).

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

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

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

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

ÉLÉMENTS DE DIFFUSION

6. ÉLÉMENTS ET DÉLAIS

STATIONS



ÉLÉMENTS À FOURNIR

- 1 fichier audio WAV ou MP3 (256 Kbit/s), stéréo, fréquence d'échantillonnage 48Khz, par son.
- Niveau sonore : -9db.
- Transcription texte de chaque son.
- Références musicales associées à chaque son (titre, auteur-compositeur, éditeur, durée de l'extrait utilisé).
- Instructions de diffusion (dont plans de roulement par station).

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

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

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

DÉLAI DE REMISE DES ÉLÉMENTS

3 jours ouvrés avant la 1re diffusion.

7. SPÉCIFICITÉS DIGITALES

UNIFORMISATION DES SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES DES MESSAGES PUBLICITAIRES AUDIO DIGITAUX

Les régies publicitaires de **l'Alliance de la Radio** (Ketil, Lagardère Publicité News, M6 Unlimited, NRJ Global, RMC BFM ADS, Skyrock Public) ont **renforcé l'action** initiée en 2024 par le Bureau de la Radio **pour réduire l'impact carbone de la diffusion** des messages publicitaires en **audio digital**.

Cette première action **permet de réduire** à la **fois l'impact lié au stockage** et à **la diffusion des messages.**

Ainsi, **toutes les régies publicitaires nationales** ont **uniformisé les spécificités techniques** pour que les messages de **30 secondes** ne dépassent pas le poids de **1,5 Mo**, et les messages de **20 secondes** le poids de **1Mo**.

Ces spécificités entrées en vigueur le 1er janvier 2025 **seront de nouveau applicables** à compter du **1er janvier 2027**.

09

DÉFINITIONS

SCS - Confidentiel

DÉFINITIONS

CAMPAGNE RADIO

Diffusion simultanée d'une communication commerciale avec une création identique sur M6 Unlimited Radio (RTL et/ou RTL2 national et/ou FUN RADIO national et/ou M RADIO national), avec interruption maximum de 6 jours.

ANNONCEUR

Au sens des présentes conditions générales de vente (CGV), sont réputées constituer un seul et même annonceur toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire en radio. Sont considérées par M6 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 2027, 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 sur les stations en régie chez M6 Unlimited. Le mandat - pour une mission donnée - est impérativement unique.

MARQUE

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

PÉRIMÈTRE M6 UNLIMITED RADIO

C'est l'ensemble des stations commercialisées par M6 Unlimited : RTL, RTL2 national, FUN RADIO national et M RADIO national.

UNITÉ DE VENTE

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

CHIFFRE D'AFFAIRES BRUT PAYANT

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

CHIFFRE D'AFFAIRES NET

Le chiffre d'affaires net correspond au chiffre d'affaires brut payant réalisé entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027 diminué des remises prévues aux présentes CGV.

CAS DE FORCE MAJEURE

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

UNLIMITED

La publicité. Sans limite.

CONTACT

M6 Unlimited
107 avenue Charles de Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine
+33 (0)1 41 92 38 88
m6unlimited.fr
contactez-nous