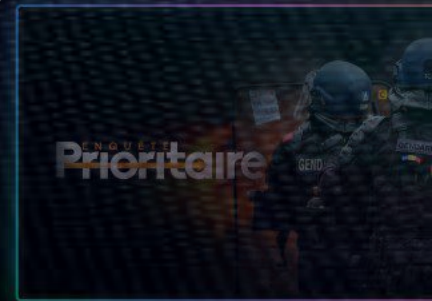
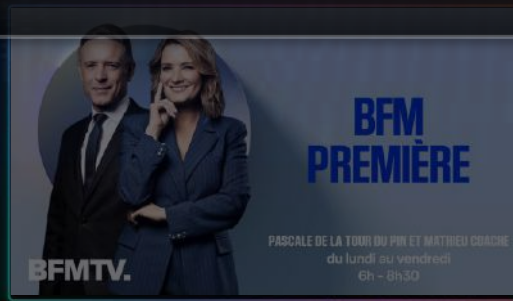
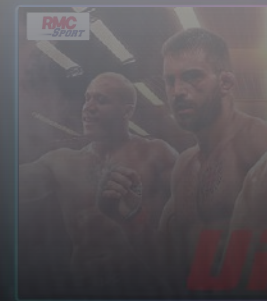
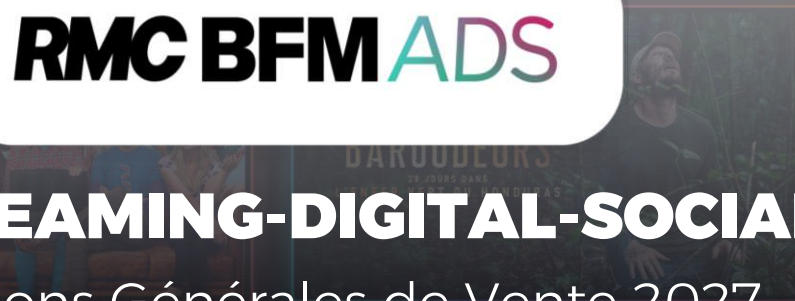
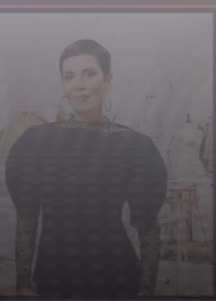




TV-STREAMING-DIGITAL-SOCIAL

Conditions Générales de Vente 2027

BFM
TV.

BFM Business

LA
TRIBUNE

RMC
SPORT

RMC
STORY

RMC
DÉCOUVERTE

RMC
LIFE

RMC+

Brut.

EDITO



Raphaël Porte,
Directeur Général revenus
et distribution CMA Média

RMC BFM ADS

« En 2027, **RMC BFM Ads franchit une nouvelle étape** avec une ambition : **connecter nos marques de référence à tous les publics, sur tous les écrans.**

Cette ambition s'incarne d'abord dans **un pôle d'information unique**, associant la **puissance du direct de BFMTV** à la **force d'engagement de Brut**, et enrichi par un nouveau **pôle économique réunissant les expertises de BFM Business et de La Tribune.**

Elle se prolonge avec **RMC+, nouvelle destination de streaming** où nos programmes rencontrent les **usages émergents et la créativité de nouveaux talents.**

Cette même logique d'expériences fortes et incarnées se poursuit avec **RMC Sport, déployée en 360° en télévision, audio, digital, social et événementiel.**

Grâce à **l'hyperdistribution et à la puissance de nos communautés**, tous ces univers se **répondent et accompagnent les audiences** au plus près de leurs usages. Nous proposons ainsi aux annonceurs et à leurs agences une **offre cohérente, associant puissance, engagement, créativité et efficacité.**

Plus qu'un portefeuille de médias, RMC BFM Ads construit un **écosystème de marques capable de créer des liens durables entre contenus, audiences et annonceurs.** »

SOMMAIRE

1. MARQUES TV-VIDÉO UNIQUES	P. 04
2. AXES STRATÉGIQUES 2027	P. 08
3. OFFRES RMC BFM ADS	P. 30
4. ÉVÈNEMENTS	P. 78
5. EASY PILOT	P. 82
6. CONDITIONS COMMERCIALES	P. 91
7. ANNEXES	P. 98

01

UNE OFFRE TV-VIDÉO

UNIQUE

RMC BFM Ads propose aux publics et aux annonceurs une variété de supports de référence autour de 3 thématiques : l'information, le sport et le divertissement

UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE AUTOUR DE 3 THÉMATIQUES

RMC BFM ADS

95% DE FRANÇAIS 15+
CHAQUE MOIS

INFORMATION GENERALISTE & ECO

SPORT

ENTERTAINMENT



Information
Généraliste

Brut.

Info 100%
Vidéo



Info
Eco-Finance

LA TRIBUNE
DIMANCHE

Information
Généraliste

RMC

Info - Talk -
Sport



Droits
Premium

RMC
SPORT

Info Sport

STORY

Real Life

DÉCOUVERTE

Docs

LIFE

Feel Good

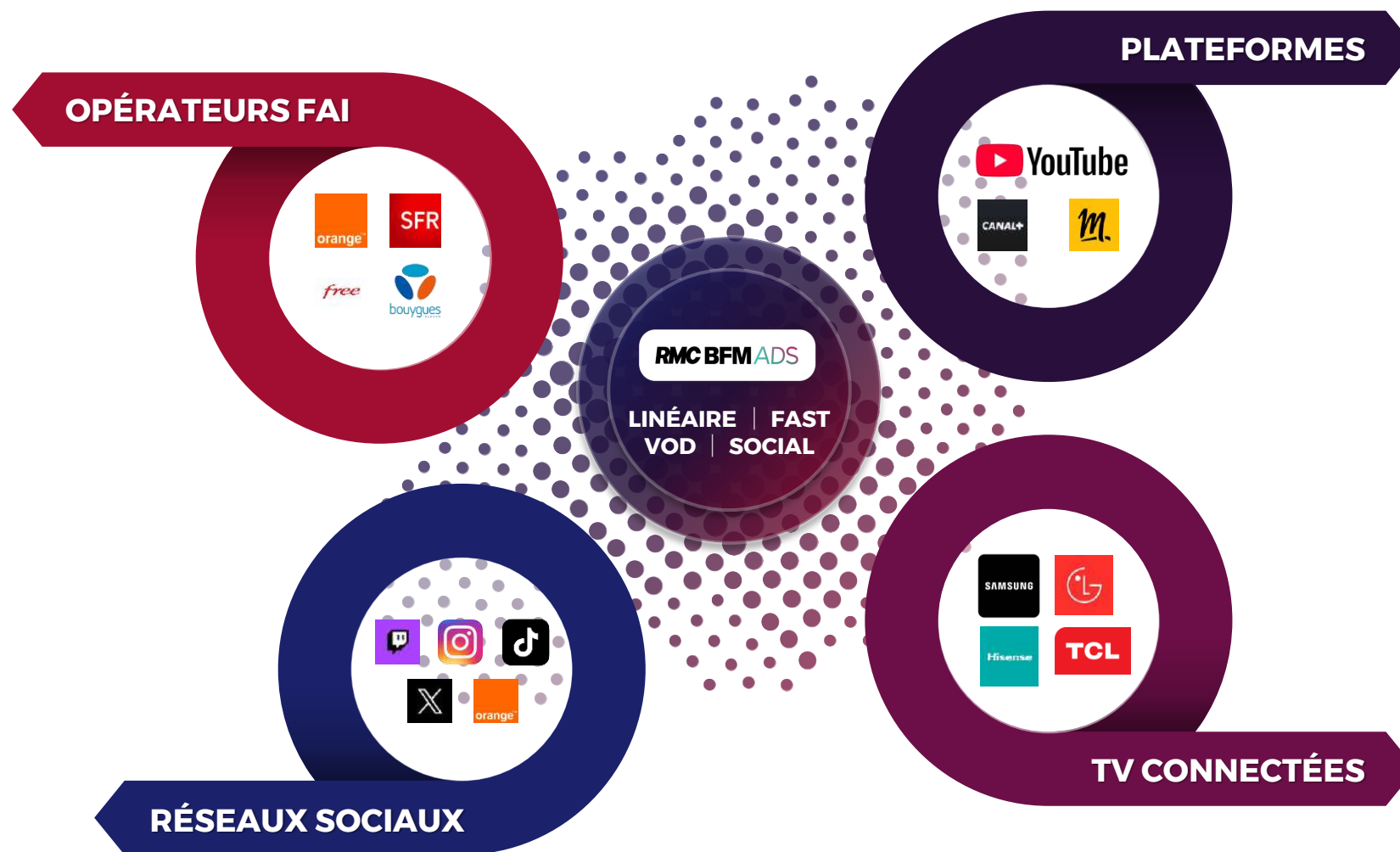
RMC+

Source : Médiamétrie Cross-Médias – Juin 2024



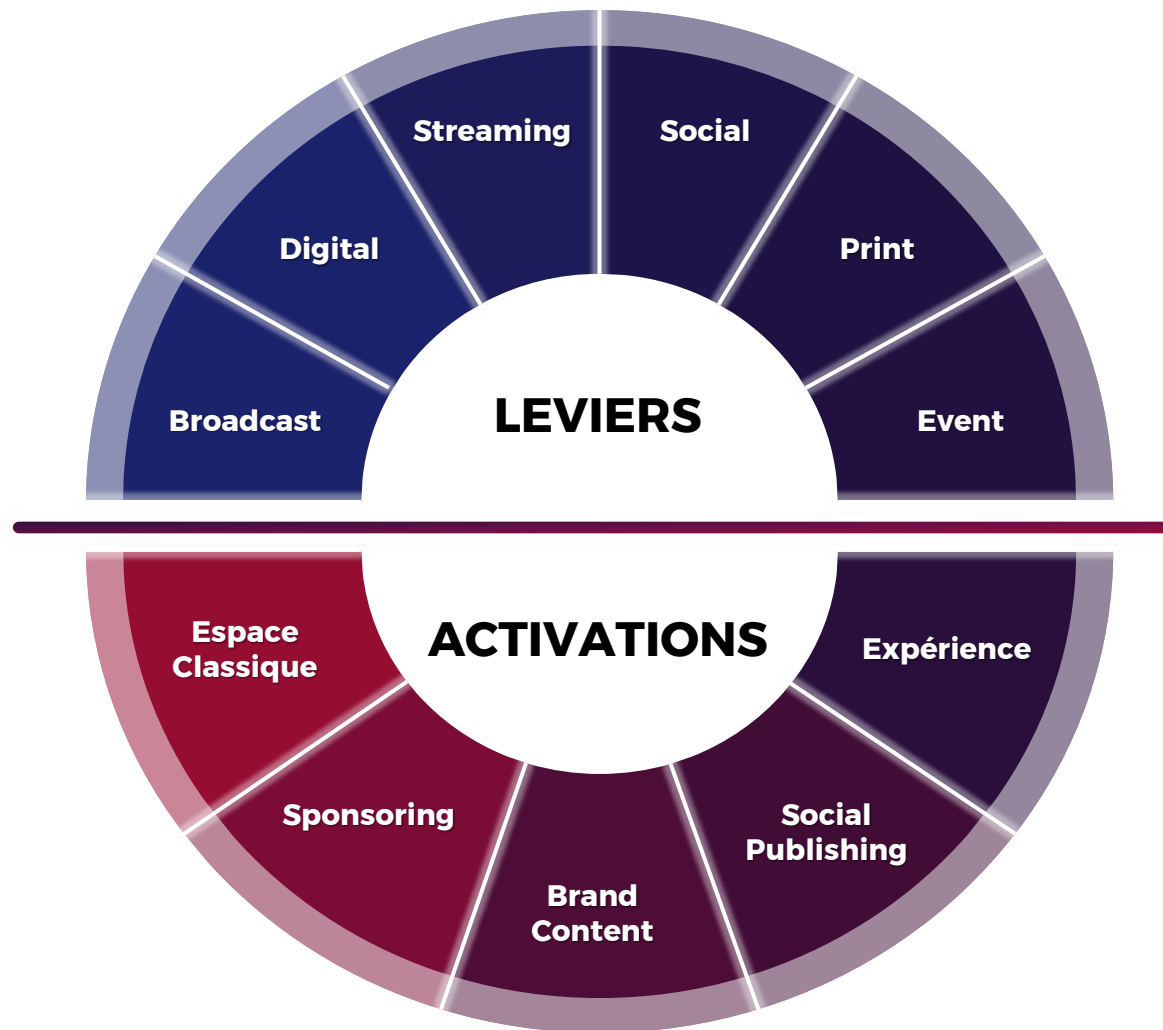
UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

UNE STRATÉGIE D'HYPERDISTRIBUTION DE TOUS NOS CONTENUS



UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

COMBINER PUISSANCE & ENGAGEMENT À TRAVERS TOUS LES MÉDIAS



02

NOTRE STRATÉGIE

En 2027, RMC BFM Ads s'affirme comme un acteur incontournable grâce à une stratégie centrée sur l'innovation, la diversification et la puissance de nos écosystèmes.

**BFMTV,
LA PUISSANCE DU DIRECT**

LE RÉFLEXE DU LIVE

*être au plus près de l'information, faire vivre
l'actualité en temps réel, avec la réactivité que
l'époque exige*

L'EXIGENCE DU TERRAIN

*Se déployer partout où l'actualité l'impose pour
observer, vérifier et transmettre les faits.*

LA RIGUEUR DE L'ANALYSE

*Des experts et consultants qui analysent les
informations en plateau pour donner toutes les clés
de compréhension en direct*

**BRUT,
LA FORCE DE L'ENGAGEMENT**

**RASSEMBLER AUTOUR
DE L'AUTHENTIQUE**

*Donner la parole directement à celles et ceux
qui vivent l'actualité. Bâtir un lien de confiance
fort et durable avec son audience*

**L'INFORMATION
À PORTÉE DE MAIN**

*Le smartphone devient un outil de proximité
qui capte les émotions et la vérité d'un
quotidien sans mise en scène*

BFMTV.

Brut.

BFMTV : LA PUISSANCE D'UN LEADER, L'EXPERTISE SUR TOUS LES TERRAINS

BFMTV : 1^{ÈRE} CHAÎNE INFO DE FRANCE

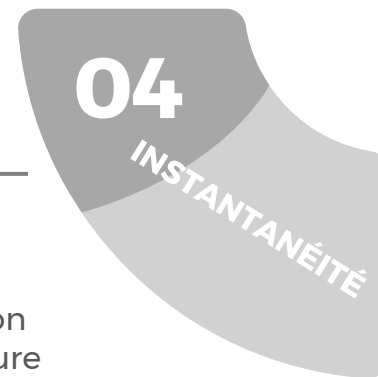
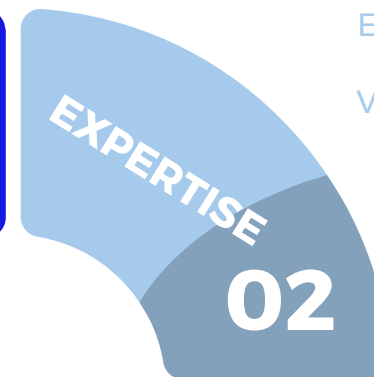


LES 4 PILIERS DE BFMTV

Courtes vidéos, décryptage
et lutte contre les fausses
informations



Experts certifiés, crédibilité
de l'information et
Vérification de la légitimité



Réactivité, intervention
immédiate et couverture
journalistique en temps
réel



Diversité des voix, pluralité
politique et multiplicité des
opinions

Source : Médiamétrie Médiamat - Accu TSP / Saison 25-26

DES MARQUES DE RÉFÉRENCE ET DES REPÈRES PUISSANTS

BRUT : UNE COMMUNAUTÉ ENGAGÉE, DES CONTENUS QUI DONNENT LA PAROLE

Brut.

LE MÉDIA D'UNE GÉNÉRATION, SUIVI PAR TOUTES LES GÉNÉRATIONS

48 M.
ABONNÉS

100%
REACH 18-35 ANS

N°1
SUR TIKTOK

N°1
SUR INSTAGRAM

AUTHENTICITÉ

Transparence,
spontanéité, confiance
et proximité

INCARNATION

Immersion,
témoignages, intime
et humain

PLURALISME

Diversité,
engagement et
multiplicité des
points de vue

ACCESSIBILITÉ

Pédagogie, clarté,
décryptage et
compréhension

Source : données back office des plateformes

DES MARQUES DE RÉFÉRENCE ET DES REPÈRES PUISSANTS

UN DISPOSITIF PRÉSIDENTIELLES 2027 EN 360°

1 - BAROMÈTRE INÉDIT : « LA COURSE À L'ÉLYSÉE »

Analyse des candidats sur les réseaux sociaux

2 - PRÉSIDENTIELLE : DEMANDEZ LE PROGRAMME !

Accéder facilement aux principales mesures défendues par les candidats

3- LA VÉRIF'

Controler en temps réel chiffres, citations et affirmations politiques

4 - FORMATS AUDIO & VIDÉOS

De nouveaux formats raconteront les présidentielles à travers ceux qui les vivent et donneront la parole aux candidats 2027.

5- BFM2, LE CANAL DIGITAL DE LA PRÉSIDENTIELLE

Un canal digital complémentaire pour suivre deux fois plus d'actualité politique.

6- DES FORMATS VERTICAUX SUR LE TERRAIN

Des formats adaptés pour le social.

——— 2027 ———
LE CHOIX DES FRANÇAIS



BFMTV SE RENOUVELLE POUR UNE SAISON AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ

SONIA MABROUK OUVRE UN NOUVEAU CHAPITRE SUR BFMTV.

Un rendez-vous quotidien ancré dans l'actualité chaude et l'analyse, construit autour de quatre piliers : **le respect des intervenants, la diversité des opinions, la qualité de la conversation et un débat constructif.**

Son objectif : faire dialoguer plutôt que s'affronter, confronter les points de vue et mieux comprendre les grands enjeux de l'actualité.

Un rendez-vous qui prendra toute sa dimension à l'approche de **l'élection présidentielle de 2027**, échéance majeure de la vie politique française.

100%
MABROUK



BFMTV ENRICHT SA PROGRAMMATION POUR LES PRÉSIDENTIELLES ET DONNE LA PAROLE AUX FRANÇAIS

LE FORUM BFMTV

Présenté par Maxime Switek :

- La **parole aux citoyens** et **responsables** politiques
- **Débats** autour des grands sujets d'actualité

FACE À BFM

- Invités au **cœur de l'actualité politique**
- Face aux journalistes et experts de BFMTV & BFM Business

VOUS, PRÉSIDENT ?

Présenté par Maxime Switek :

- **Émission interactive** en public
- Un panel d'indécis face au candidat
 - Personnalité, vision, réformes, 100 premiers jours

GRANDS DÉBATS INÉDITS ET EXCLUSIFS

- **Confrontations** entre principaux candidats
- **Débats** autour des grandes familles politiques
- **Échanges** équilibrés et dans le respect du pluralisme



CONSOLIDATION D'UN PÔLE ECONOMIQUE DE RÉFÉRENCE

BFM BUSINESS & LA TRIBUNE REUNISSENT LEUR EXPERTISE EDITORIALE ET PUBLICITAIRE

1^{ER} GROUPE MÉDIA

9.6M

D'INDIVIDUS 15+
CHAQUE MOIS

SUR **BFM BUSINESS & LA TRIBUNE**
TV | RADIO | DIGITAL | ÉVÈNEMENT



EXPERTISE

Une expertise qui fait émerger de nouveaux formats, offres et rendez-vous



ÉCOSYSTÈME

Une organisation rapprochée autour de deux redactions



SYNERGIE

Une synergie des marques autour des événements et du social



**L'éco en premier.
Et en mieux.**



Source : Médiamétrie Cross-Médias – Juin 2024





BRANDLINK PROGRAM

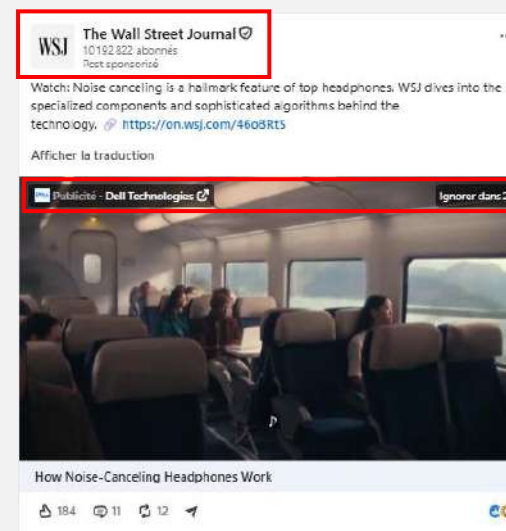
600 publishers membres dans le monde.

- **3 publishers sélectionnés** en France dont **CMA Média**.

Un offre vidéo unique :

- Un format exclusif aux publishers membres
- 16 catégories de ciblage 1P LinkedIn disponibles

Transparence & simplicité d'activation



PUISSANCE DE CIBLAGES



CAUTION DE MÉDIAS PREMIUM

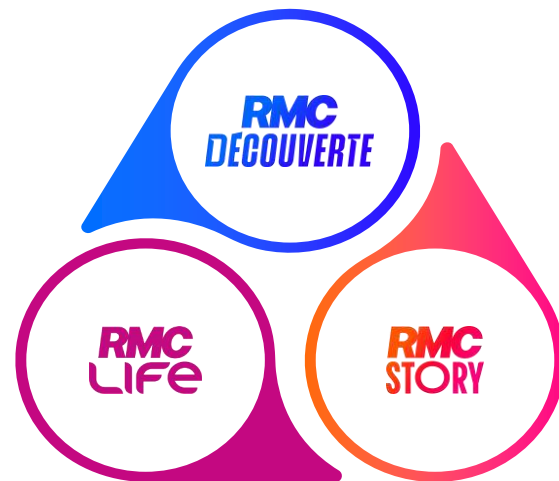


CONTEXTE DE DIFFUSION BRANDSAFE



DES MARQUES DE RÉFÉRENCE ET DES REPÈRES PUISSANTS

RMC³ : LA RÉFÉRENCE DE LA FICTION ET DU LIFESTYLE



DES MARQUES **COMPLÉMENTAIRES** :
TERRAINS DE JEUX PRIVILÉGIÉS POUR LES ANNONCEURS !

62%
HOMME



MIXTE

54% HOMME

46% FEMME

65%

FEMME



Source : Médiamétrie Médiamat – STA TM (%) – Hom15+ / Fem15+ – Saison 2025-2026



LA CHAÎNE QUI CÉLÈBRE LES FEMMES !

+ PUISSANT

+30%

+ FÉMININ

**LA CHAÎNE
LA + FÉMININE**

+ JEUNE

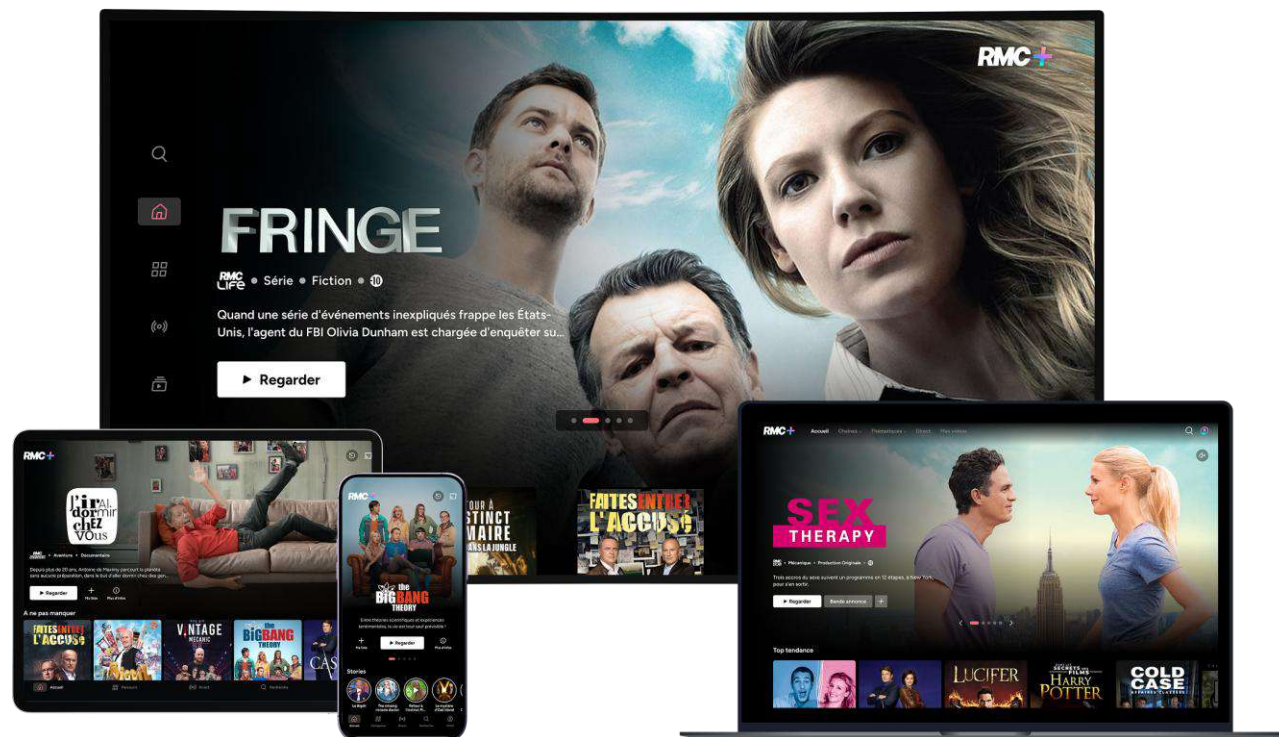
-3 ans



Source : Médiamétrie Médiamat – TME Fem25-49 ans –
STA TM (%) FRDA15+ – Age Moyen TM – S25-26 vs S24-25

LA NOUVELLE DESTINATION DE STREAMING

UNE EXPÉRIENCE **+** RICHE, **+** MODERNE, **+** PERSONNALISÉE



☆ favoris

♥ likes

🔍 recommandations personnalisées

Mettez vos programmes en favoris, retrouvez les dans votre liste « mes vidéos ». Likez vos contenus pour nous permettre de vous recommander des contenus qui vont vous plaire.

📺 navigation plus intuitive

📍 expérience plus fluide

Création des homes catégories pour permettre aux users une navigation plus intuitive. Refonte des pages player avec notamment la description du programme intégrée.

▶ nouveau player

🔍 découverte facilitée des contenus

Nouveau player qui permet un meilleur UX ainsi que des nouveaux formats publicitaires.

Changement de prestataire sur la recherche, résultats plus pertinents et recherche contextuelle.

RMC+ : LA NOUVELLE DESTINATION DE STREAMING

AMPLIFIER NOS AUDIENCES AVEC LA CREATOR ECONOMY !

RMC
STORY

RMC
DECOUVERTE

RMC
LIFE



Baptiste



Loury
Lag



Nota
Bene



Joyca



Gillian



Canelle
Sab



Antoine
S2S



Clémentine
Galey

RMC+ : LA NOUVELLE DESTINATION DE STREAMING DE NOUVEAUX RENDEZ-VOUS EMBLÉMATIQUES EN 2026-2027 !

RMC
STORY



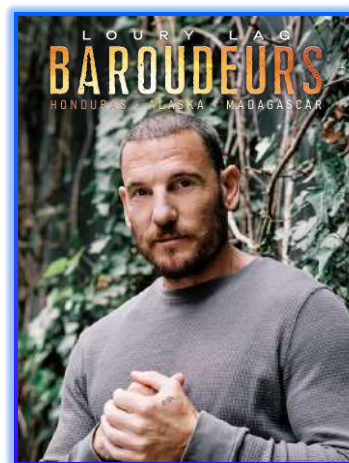
RMC
STORY



RMC
DÉCOUVERTE



RMC
DÉCOUVERTE



RMC
LIFE



RMC
LIFE



TOUS NOS PROGRAMMES DISPONIBLES AU SEIN DE NOTRE NOUVELLE PLATEFORME DE STREAMING !

RMC+

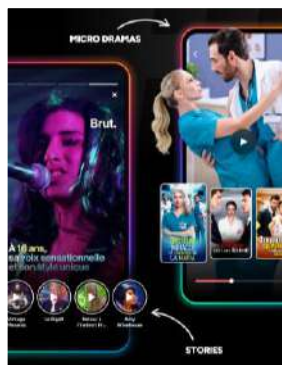
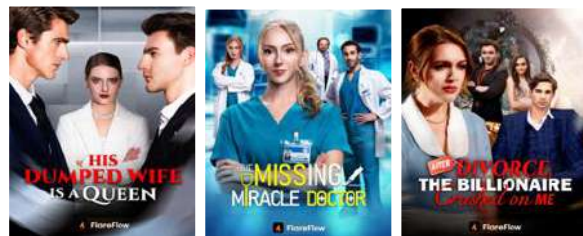
DE L'ANTENNE AU 100 % DIGITAL, UNE OFFRE UNIQUE ET COMPLÈTE

UN CATALOGUE MASSIF DE PLUS DE 10 000 HEURES DE CONTENUS GRATUITS,
IMMERSIFS ET INCARNÉS, REGROUPÉS EN DEUX GRAND ENSEMBLE

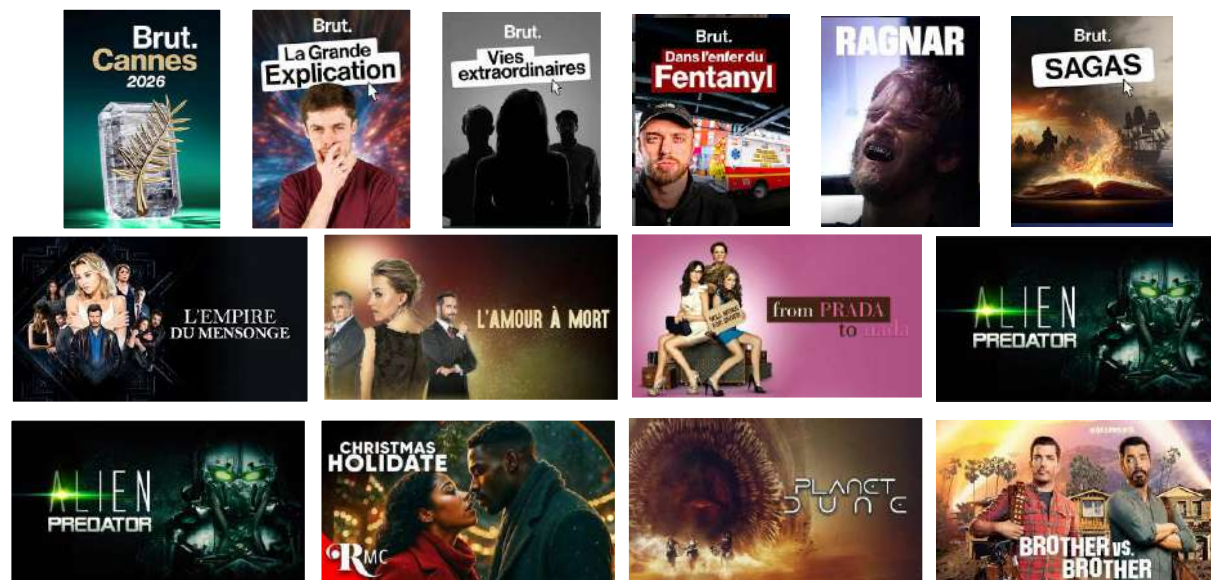
CONTENUS 100% DIGITAUX

DES CONTENUS VERTICAUX
avec JOIN

LES MICROS DRAMAS

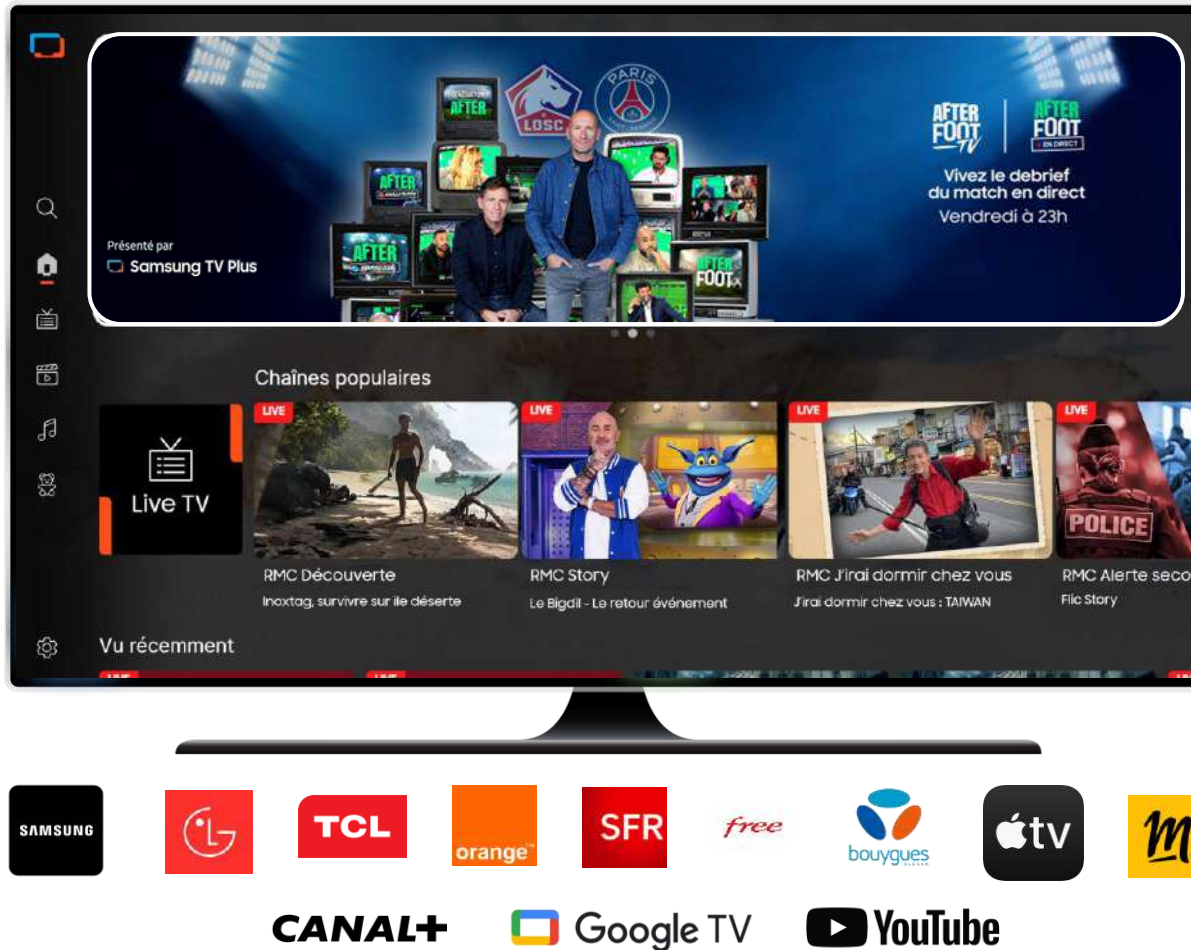


ENCORE + DE CONTENUS



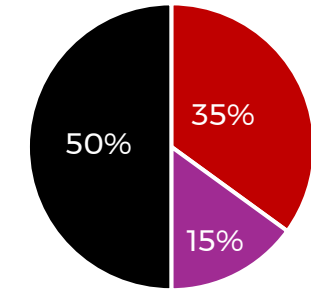
TV CONNECTÉE : À LA CONQUÊTE DES 18-49 ANS

UN PUISSANT DÉPLOIEMENT EN CTV POUR ADRESSER DES AUDIENCES EXCLUSIVES



5M
de users/mois*

Répartition de l'audience par support



■ FAI ■ Plateformes ■ Constructeurs

TOP 3 DES CHAINES FAST

42%
DE L'AUDIENCE CTV
EST GÉNÉRÉE **PAR LES**
CHAINES FAST



Source : données ctv back office de plateforme - *hors Youtube

TV CONNECTÉE : À LA CONQUÊTE DES 18-49 ANS

L'AFTER FOOT, UN CARTON SUR TOUS LES ENVIRONNEMENTS VIDÉOS

DES AUDIENCES BOOSTÉES PAR LA COUPE DU MONDE



550_k

USERS EN MOYENNE
CHAQUE JOUR DEPUIS LE
DÉBUT DE LA COMPÉTITION

x3

DE USERS EN MOYENNE
CHAQUE JOUR AU DÉMARRAGE
DE LA COUPE DU MONDE
VS SAISON 25-26

Source : données YT Studio et Cascada 11/06 au 23/06 vs audiences moyennes saison

L'EXPERTISE ÉDITORIALE DE RMC BFM ADS ALLIÉE À LA PUISSANCE DE YOUTUBE



+1000 HEURES DE CONTENUS PREMIUM SUR YOUTUBE



+750H DE CONTENUS TV
intégrales d'émissions & replay à J+14



**+30 CONTENUS
ORIGINAUX**
créations "made for YouTube"



RELAIS DES GRANDS ÉVÉNEMENTS
des contenus inédits & replay



**HIGHLIGHT DE
COMBAT**
docs, magazine &
reportages

6M D'HEURES VISIONNÉES SUR L'ENSEMBLE DE NOS CHAÎNES

DIVERTISSEMENT



SPORT



INFO & TALK



SOCIÉTÉ



UNE EXPÉRIENCE PUBLICITAIRE DE QUALITÉ

Cadre de diffusion premium & pression publicitaire maîtrisée

PILIER CENTRAL DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

DIVERSIFICATION DES CONTENUS

L'EXPERTISE RMC / RMC SPORT
POUR CRÉER DES
CONTENUS ORIGINAUX



DISTRIBUTION DES CONTENUS

SYNERGIES CROSS-MÉDIAS
POUR AMPLIFIER LA VISIBILITÉ
DES CONTENUS SPORTIFS

CRÉATION D'UNE CHAÎNE FAST
AFTER FOOT TV



MÉDIA DE REFERENCE



ACTEUR MAJEUR DE
L'ESSOR DU MMA
EN FRANCE



RADIO OFFICIELLE DES PLUS
GRANDES COURSES RUNNING



DÉVELOPPEMENT RMC SPORT

ACQUISITION
DE NOUVEAUX DROITS

DISTRIBUTION ÉLARGIE

FAI • Constructeurs • Plateformes

AMÉLIORER LA VISIBILITÉ
DE LA PLATEFORME



UNE SYNERGIE UNIQUE DE CONTENUS POUR UNE PRÉSENCE SOCIALE PUISSANTE, PREMIUM ET ENGAGÉE

RMC

L'ENGAGEMENT PAR LA PASSION

RMC Running • Diffuseur officiel du HOKA
Les Templiers 2026


Brut.

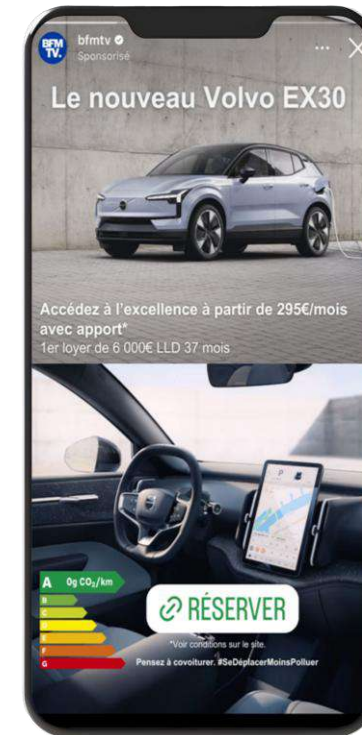
LA RÉALITÉ SANS FILTRE PAR LE TÉMOIGNAGE

Brut • En partenariat
avec MAAF


BFM

UNE SIGNATURE PREMIUM DE CONFIANCE

BFMTV • Social publishing
avec Volvo



DATA LA MISE EN PLACE D'UN GRAPH ID POUR DES AUDIENCES UNIFIÉES, ACTIVABLES ET MESURABLES

DES ENVIRONNEMENTS
RICHES & FRAGMENTÉS



RMC+

YouTube



AUDIO



WEB



APP

255 MRDS
DE SIGNAUX CAPTÉS

ID PARTAGÉS

utiq first-id

DATA SOURCING

RMC BFM **implit** VALIUZ **Sirdata**
bouygues **orange** **unlimitail**
The Retail Media PowerHouse

QUALIFIER

Enrichissement des
profils
Compréhension des
comportements



GRAPH
ID

ACTIVER

Tous les
environnements
Tous les écrans
Toutes les audiences

MESURER

Performances
Insights
Business Impact

30M
PROFILS ACTIFS

+500
SEGMENTS D'AUDIENCES

SEGMENTS & CATÉGORIES

SOCIO-DÉMO

GÉOLOC

PROFILS

INTENTIONS

SHOPPERS

INTÉRÊTS

RETARGETING

LIFESTYLE

PRE-DIFFUSION

PERSONA SUR-MESURE

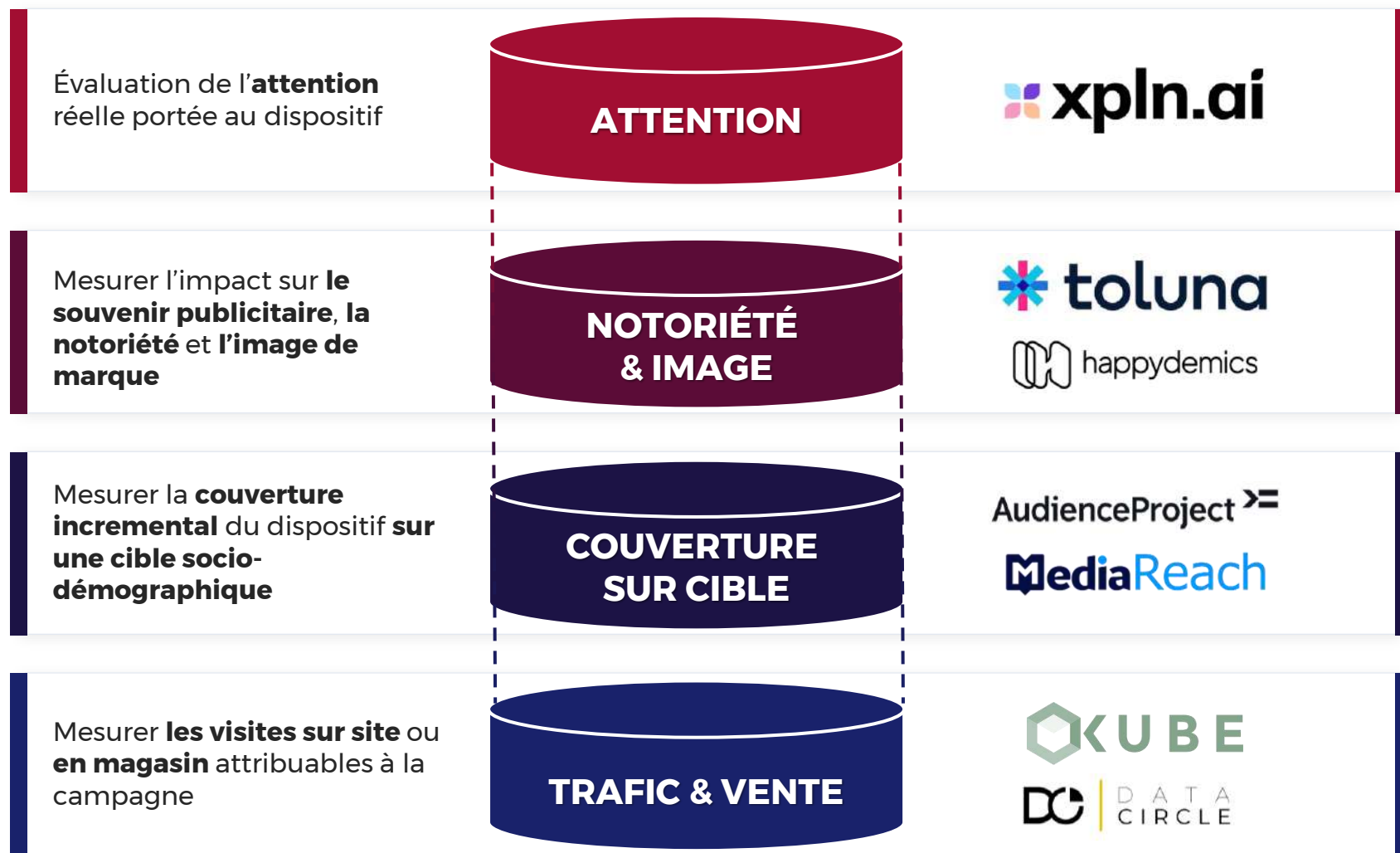
POST-DIFFUSION

AUDIENCE PROFILING



UNE MESURE À 360° POUR DES DÉCISIONS ÉCLAIRÉES

UNE APPROCHE FULL FUNEL POUR UNE MESURE TOTALE



03

NOS OFFRES

RMC BFM Ads met à disposition ses supports et ses solutions afin de proposer aux annonceurs des offres qui répondent à leurs problématiques : contexte, performance, ciblage, mesure, innovation, RSE et social.

OFFRE

NOTRE TERRITOIRE D'OFFRES



CONTEXTE

Associez-vous à des contextes programmes forts pour répondre à vos enjeux de branding et d'affinité



PERFORMANCE

Boostez vos performances media et/ou business à travers des offres innovantes tout en mesurant leur ROI



CIBLAGE

Adressez des audiences captives grâce à nos solutions de ciblage et data premium



MESURE

Optimisez chacun de vos plans média avec une approche full funnel pour répondre à chaque enjeu business



INNOVATION



Boostez vos performances avec nos offres innovantes et pensées pour améliorer votre couverture

CONTENT



Communiquez autour de vos thématiques et enjeux grâce à la création d'expériences et de contenus sur-mesure

SOCIAL



Profitez de la puissance sociale de nos marques pour communiquer

RSE



Prenez la parole sur vos enjeux et actions responsables

BFMTV MAX

Accédez simplement aux espaces publicitaires du **1^{er} contexte info de France** regroupés au sein d'une seule offre. La garantie d'une présence au sein d'une **thématique forte qui favorise l'attention du public.**

Une offre contextuelle **100% info**, qui regroupe la commercialisation de **l'ensemble des écrans publicitaires de BFMTV** et ceux **en contexte des matinales d'information sur RMC Story** (Apolline Matin) **et RMC Life** (Good Morning Business).



Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

RMC³

Accédez simplement aux espaces publicitaires de nos **contextes divertissement** de référence. L'assurance de communiquer au sein de **trois chaînes puissantes** avec une ligne éditoriale propre et d'adresser des **publics complémentaires**.

L'offre **100% divertissement**, désigne l'offre publicitaire agrégeant **l'ensemble des écrans** (hors contexte info) des chaînes RMC :

RMC Story, RMC Découverte et RMC Life.



Accédez à nos **écrans les plus puissants diffusés en simultanément** : la **garantie d'une forte couverture instantanée**. Afin de maximiser la couverture, **ces écrans sont non substituables par l'ad-switching ou la TV segmentée**.

INFO

MORNING
REACH

Bénéficiez de **plus de la moitié de l'audience matinale disponible** en publicité TV grâce à nos **3 écrans MORNING REACH simultanés** sur 3 chaînes différentes.

BFM
TV.AM
APOLLINE
MATINGOOD
MORNING
BUSINESS

6H41

7H11

8H11

ENTERTAINMENT

PEAK
REACH

Bénéficiez d'un **niveau de reach rare** grâce à notre écran **PEAK REACH** diffusé en simultanément sur les **3 Primes RMC³**

STORY

DÉCOUVERTE

LIFE

21H11



Bénéficiez de **tout le potentiel de couverture** des programmes phares de RMC³ avec **ADD REACH**.
Au-delà de la diffusion en linéaire, les écrans **ADD REACH** sont également diffusés au sein du même programme en replay.



FLUX LIVE



FLUX REPLAY

UN **UNIQUE** ÉCRAN PUBLICITAIRE
POUR LE FLUX **LIVE** ET **DÉLINÉAIRE**



SPOT #1



SPOT #2

NON SUBSTITUABLE
PAR L'AD-SWITCHING OU LA TVS !

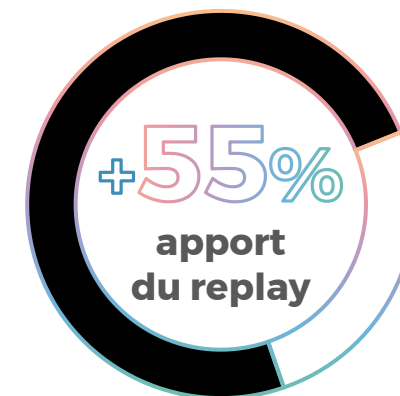


FLUX LIVE



FLUX REPLAY

EXEMPLE D'**APPORT D'AUDIENCE DU REPLAY**
EN MOYENNE SUR UN DE NOS PROGRAMMES PHARES :



Audience live | Audience replay

L'activation de ce dispositif par RMC BFM ADS fera l'objet d'une communication marché pour en préciser les modalités

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Accédez aux 3 écrans **MORNING REACH** pendant **une semaine**. Communiquez sur notre pic d'audience en contexte info pour maximiser votre visibilité **avant toute autre exposition publicitaire**.



3 MATINALES D'INFORMATIONS → 45 SPOTS TV SUR LA SEMAINE

Une couverture puissante garantie par la diffusion de 15 MORNING REACH sur la semaine

20 000€

Tarif net (20s) base 100 :

Profitez de la **puissance** de nos **contextes divertissement** pendant une semaine sur
nos environnements TV linéaire et vidéo

DIFFUSION TV LINÉAIRE

STORY

DÉCOUVERTE

LIFE

3 primes divertissement

21 spots TV sur la semaine en contexte

Cinéma



Moteur



Divertissement



Mesurable
MediaReach

25 000€

Tarif net (20s) base 100

DIFFUSION OTT, RMC+ & YOUTUBE

STREAMING TV

RMC+

10 CHAINES FAST



41 CHAINES
YouTube

Brut.



1M impressions

Diffusion 4 écrans

Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable
Garantie taux de complétion moyen > 90%



DES DROITS PREMIUM



UNE DIFFUSION 360°

BROADCAST



3 À 5 SPOTS PAR SOIRÉE
SOIT UN SPOT
SUR CHAQUE COMBAT

DIGITAL **RMC**
SPORT

4 écrans

2M D'IMPRESSIONS



100 000€

Tarif net (20s) base 100 pour une saison

Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans streaming !

STREAM

Profitez du meilleur de RMC BFM
en streaming live, fast ou replay



Diffusion 4 écrans
Live Broadcast, Fast, Replay RMC+
Pré-roll / mid-roll Replay + Live (adswitching)

Option vidéo enrichi (majoration)
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD
Garantie taux de complétion moyen > 90%

LIVE cTV

Invitez-vous chez les
petits conso TV



Diffusion 100% téléviseur
Live Broadcast, Fast
Mid-roll Live (adswitching)
CTV OTT : Ciblage natif petits conso TV*
Garantie taux de complétion moyen > 95%

Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD
*Ciblez une audience complémentaire avec
41% de petits conso TV en CTV !

COVIEW cTV

Optimisez votre présence
sur les temps forts en coviewing

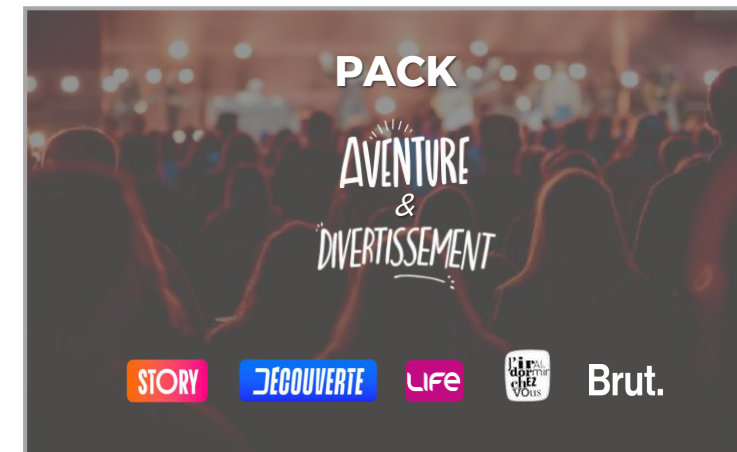


Diffusion 100% téléviseur
Live Broadcast, Fast, Replay RMC+
Pré-roll / mid-roll Replay + Live (adswitching)
Ciblage horaire : 21h-23h
Ciblage top programmes :
(BigDil, Top Meca, etc.)
Formats disponibles : 15s - 20s - 30s
Garantie taux de complétion moyen > 95%
Le meilleur de l'écoute conjointe :
>1,5 contact / impression (source Médiamétrie)

* Etude Harris Interactive pour RMC BFM Ads auprès de 928 répondants, juillet 2024



Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans au sein de **contextes affinitaires** !



Achat : Gré à Gré ou Programmatique garanti via DV360

Device : 4 écrans

Diffusion : OTT, RMC+ & YouTube

+ site & app BFM Business (pour le pack Eco)

Formats : Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable



Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans au sein de nos **contextes sport** !

PACK MULTI



- **Achat** : Gré à Gré ou Programmatique garanti via DV360
- **Device** : 4 écrans
- **Diffusion** : OTT, RMC+, & YouTube, site & app RMC Sport.
- **Formats** : Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable

PACK AFTER



- **Achat** : Gré à Gré ou Programmatique garanti via DV360
- **Device** : 4 écrans
- **Diffusion** : CTV OTT, RMC+ & YouTube.
- **Formats** : Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable

PACK COMBAT



- **Achat** : Gré à Gré ou Programmatique garanti via DV360
- **Device** : 4 écrans
- **Diffusion** : CTV OTT, RMC+ & YouTube.
- **Formats** : Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable

Optez pour une **diffusion prioritaire de vos campagnes** sur nos chaines YouTube !

PACK 100% YOUTUBE

Achat : Gré à gré ou Programmatique garanti via DV360

Diffusion : en RON (toutes chaines)

INSTREAM

Préroll / Midroll non skippable

20s

**4
écrans**

30s

CTV

BUMPER AD

Préroll non skippable

6s

4 écrans

**OPTION : CIBLAGE SOCIO-DÉMO OU ENVIRONNEMENT :
+1€ DU CPM**

D·ONE

Maximisez la visibilité de votre produit et/ou service au lancement de votre campagne en profitant de la **puissante couverture quotidienne de BFMTV MAX** associée à un volet digital auprès d'une cible de petits consommateurs TV.

DIFFUSION TV LINÉAIRE

20 spots tout au long de la journée
(1/heure de 5h à 25h)

dont

**nos 3 écrans les plus puissants
en contexte info**



DIFFUSION OTT, RMC+ & YOUTUBE

STREAMING TV



10 CHAINES FAST



41 CHAINES YouTube



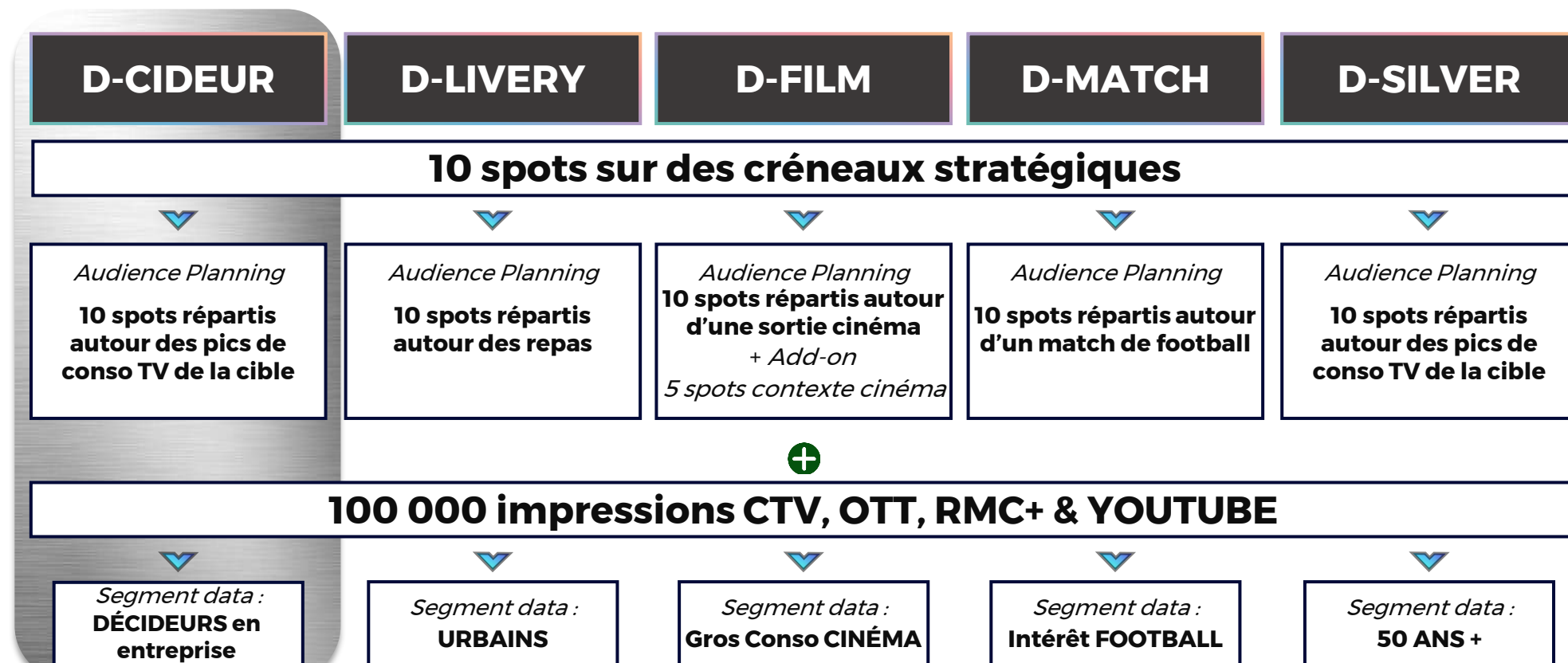
400K impressions

Diffusion 4 écrans

Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable
Garantie taux de complétion moyen > 90%

20 000€ Tarif net (20s) base 100:

Maximisez la visibilité de votre lancement TV dès le 1er jour grâce à une **couverture quotidienne puissante**



Audience Planning sur base
de l'Observatoire du BtoB

10 000€ Tarif net (20s) base 100:

TV RETAIL CONNECT, LA 1^{ÈRE} MARKETPLACE MEDIA EN TV SEGMENTÉE !

RMC BFM ADS**BFMTV.** **RMC** **DÉCOUVERTE** **RMC** **STORY** **RMC** **LIFE****france.tv**
publicité
• 2 • 3 • 3 • 5
régions**6**
UNLIMITED
6 **W9** **6ter**

ACTIVATION D'UN CATALOGUE UNIFIÉ

unlimitail
The Retail Media PowerHouse

SIMPLICITÉ

- Point d'entrée **unique**
- Deal **unique**
- **Reporting unifié** & détaillé par chaîne

QUALITÉ

- **16 chaînes** premium
- **Data Carrefour** (>14M d'encartés)

PUISSANCE

- ~**40%** de PDA 25-49 ans
- > de **50 segments** disponibles

EFFICACITÉ

- **Jusqu'à +17% d'acheteurs additionnels***
- **Mesure offerte** sous conditions

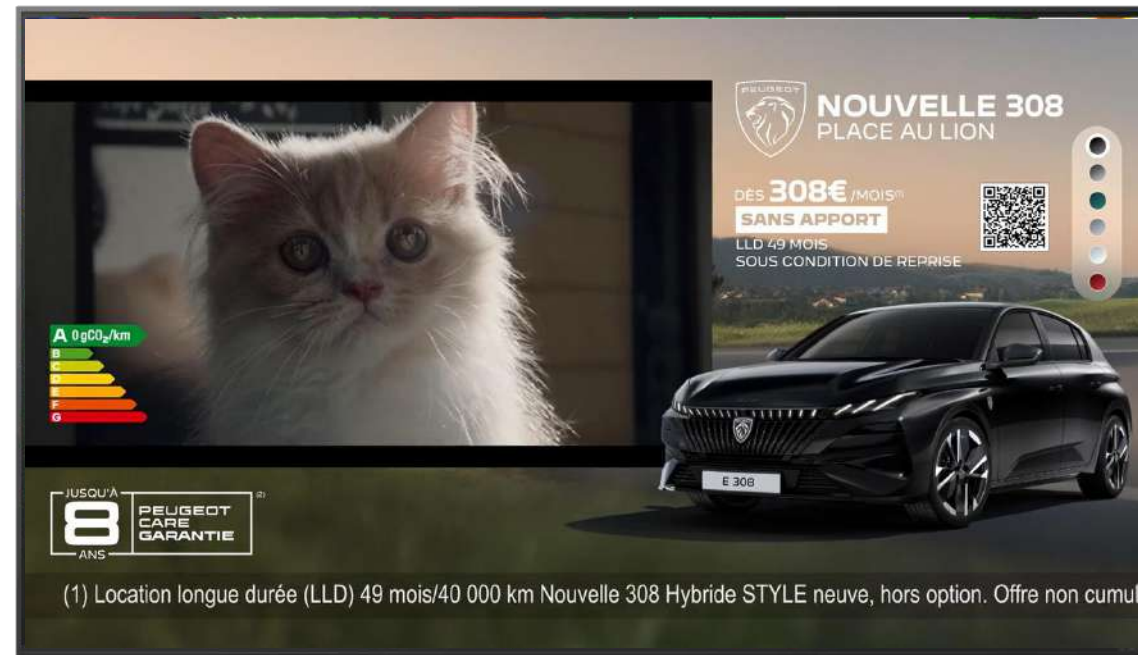
* Source : Etudes Liveramp

DES FORMATS ÉVÈNEMENTS POUR OPTIMISER L'ÉMERGENCE ET LA PERFORMANCE

Des formats vidéo **interactifs, innovants et personnalisables**, pour augmenter l'impact de la **création** publicitaire, améliorer **l'attention** de l'utilisateur et maximiser les résultats des campagnes. Disponibles en 4 écrans.



Animated Overlay
Qonto



Color Selector
Peugeot E-308

UN DISPOSITIF CLÉ EN MAIN 100% GÉOLOCALISÉ SUR TV CONNECTÉS

DISPOSITIF

- **Levier** : TV Segmentée & CTV OTT
- **Ciblage** : 100% géolocalisée (150 zones max)
- **Spot** : adressage spot inclus (150 zones max)
- **Mesure** : Trafic incrémental par zone, via la solution oKube

MOYENS

- **Tech** : Développement, automatisation et intégration via API d'un script propriétaire pour générer et piloter les campagnes
- **Data** : intégration des ciblages et segments géoloc par zone

USE CASE CAMPAGNE AUTO

DISPOSITIF

- **Levier** : Campagne TVS Segmentée
- **Ciblages** : Zones de chalandise des concessions, CSP+, 35 ans+
- **Nombre de PDV** : 144 concessions

PERFORMANCES

- **Impressions mesurées** : 11M
- **Visites en concession** : 10,8k
 - **Dont Visites incrémentales** : 2,1k
- **Lift global** : +24%

Source : oKube

UNE FINE CONNAISSANCE ET COMPRÉHENSION DE NOS AUDIENCES POUR RÉPONDRE À TOUS VOS BESOINS EN CIBLAGES

QUALIFIER

255 Milliards de signaux collectés et qualifiés par an, pour vous offrir un catalogue data exclusif, riche et durable.

UN CATALOGUE PREMIUM

Data RMC BFM Ads

Socio-Démo, CSP, foyers, intérêts, météo, géoloc

Contextes éditoriaux affinitaires

Actu, Sport, Economie, Lifestyle...

Multiples partenaires premium

Opérateurs, Unlimitail, Sirdata, Implcit, Valiuz

DES PROFILS UNIFIÉS

Résolution d'identité

Consolidation des signaux utilisateurs cross-device
& cross-domain

Enrichissement des audiences

Réconciliation des identifiants propriétaires et partenaires

Ciblages contextuels intelligents

Qualification des intérêts à partir des contenus consommés en CTV live et replay



ENRICHI

Résoudre les identités et croiser les différents signaux afin de construire une vision plus complète d'un individu / foyer / device.

UNE OFFRE DATA LIQUIDE ET INTEROPÉRABLE AU SERVICE DE VOS ACTIVATIONS

ACTIVER

30M de profils activables pour adresser les bonnes audiences sur nos différents environnements.

UNE DATA LIQUIDE

+500 audiences activables

TVS, CTV Live, BVOD, website, app, audio

Création de personae sur-mesure

À partir de signaux socio-démo, liés au foyer, au profil professionnel, au lifestyle, aux intérêts, et comportements d'achat

Automatisation et optimisation des activations

Activation automatisée des segments et retargeting des audiences selon les comportements et signaux observés

ONBOARDING DATA

Onboarding de vos données CRM

Réconciliation avec nos audiences grâce au matching multi-ID : email, Utiq, First ID, Device ID, IP

3 clean rooms partenaires

LiveRamp (Safe Haven), Decentriq, mediarithmics

Data providers

Retail, Automobile, Intérêts

UN CADRE D'ACTIVATION CONTRÔLÉ

Connexions protégées

Des activations opérées dans un cadre sécurisé et conforme aux exigences RGPD

Données consenties

Interopérabilité avec les DMP et CMP ou plateformes partenaires

Matching multi-ID sécurisé

segmentation, génération d'un scoring ou création d'un segment lookalike



RELIE

Lien entre les différents identifiants et environnements, afin de rendre une audience activable au-delà d'un seul écran ou d'une seule plateforme.

BÉNÉFICIEZ D'UNE MEILLEURE LECTURE DE VOS AUDIENCES ET PERFORMANCES MÉDIAS

MESURER

Une évaluation précise des audiences ciblées et exposées, transformée en enseignements pour vos prochaines campagnes.

INSIGHTS PRÉ-CAMPAGNE

Construction de Persona sur-mesure
pour affiner et ajuster le choix de ciblagés

Données disponibles :
âge, genre, CSP, géographie, device, intérêts

Dataviz des profils
associés à chaque segment activé

INSIGHTS POST-CAMPAGNE

Audience Profiling
Analyse des profils exposés afin de comprendre
leurs usages et consommation

Analyse du ciblage recommandé
vs audiences réellement touchées

Granularité par environnement
device ou type de contenu

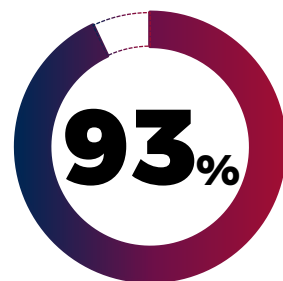
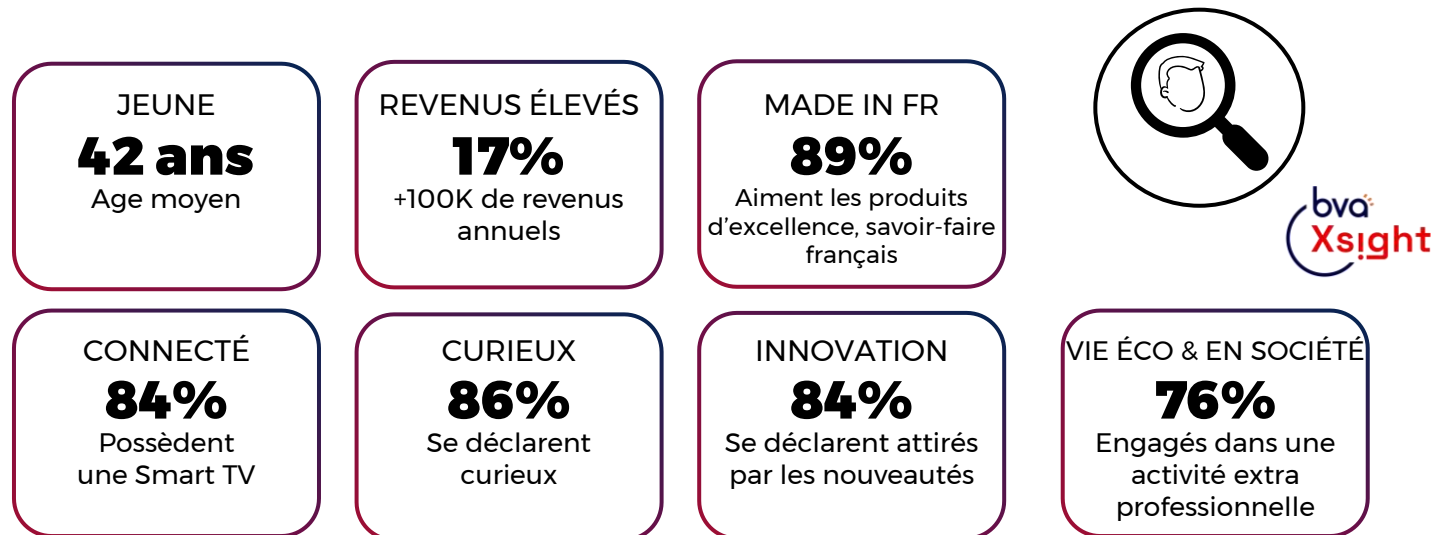


RÉCONCILIE

*Rapprocher les **identités** pour mieux identifier **les audiences exposées** et consolider les **analyses pré et post-campagne**.*

Engagez la **cible premium** des **décideurs B2B** avec les marques **RMC BFM** !

Qui sont-ils ? Comment consomment-ils ?



**DES DÉCIDEURS CONSOMMENT AU MOINS
UNE DES MARQUES DU GROUPE RMC BFM !**

Pour découvrir l'étude plus en détail, [contactez-nous](#).

Source : Etude BVA Xsight – Observatoire du BTOB – Juin 2025

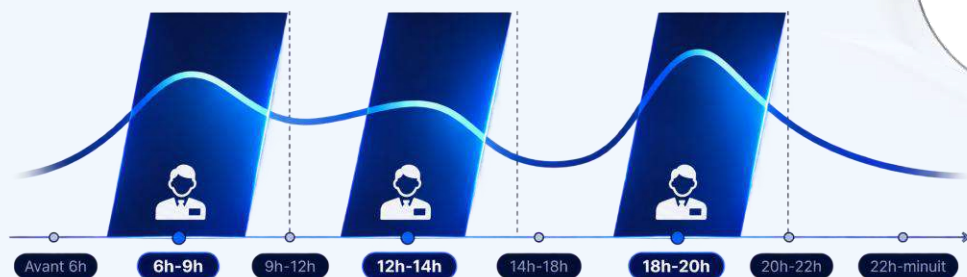
Ciblez et engagez les décideurs BtoB avec une solution media exclusive, pensée pour maximiser vos performances et renforcer **l'efficacité de vos campagnes**, s'appuyant sur les enseignements uniques de notre **Observatoire du BtoB**.

DIFFUSION TV LINÉAIRE



50 spots TV sur la semaine

Planifiés sur les carrefours d'audience des décideurs en entreprise



DIFFUSION OTT, RMC+, YOUTUBE ET SITE & APP BFM BUSINESS



500K impressions



Cible data Décideurs en entreprise

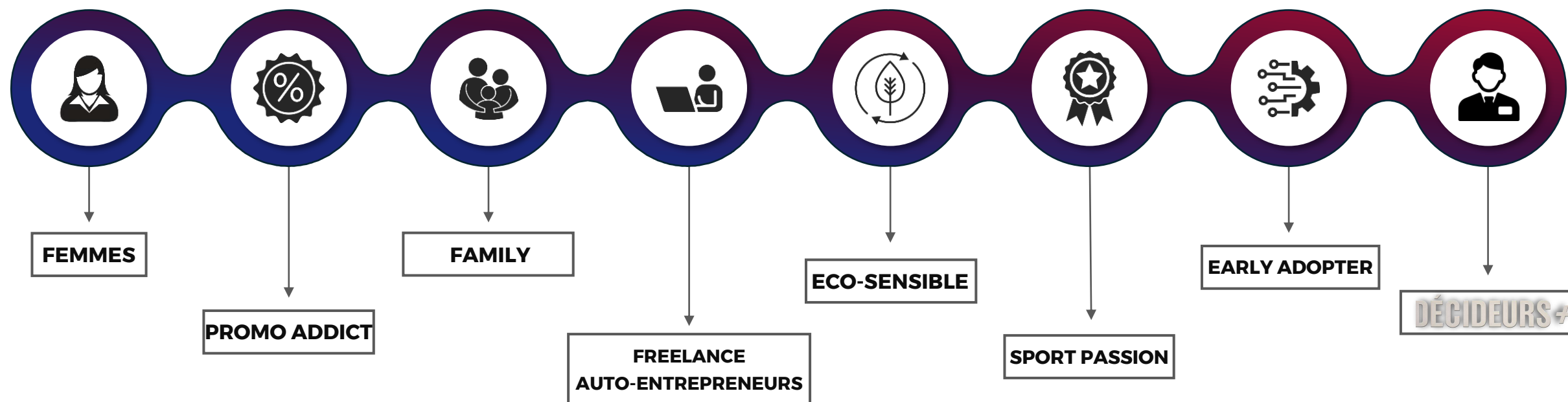
Diffusion 4 écrans

Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable
Garantie taux de complétion moyen > 90%

20 000€ Tarif net (20s) base 100:

Emergez grâce à notre catalogue d'offres sur-mesure auprès de votre **cible** sur **BFMTV** ou **RMC³**

À partir de 10 000€ *Tarif net (20s) base 100*



Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

POST-TEST PUBLICITAIRE : LA MESURE BRANDING DE VOTRE CAMPAGNE TV OU RADIO VIA NOTRE PANEL PROPRIÉTAIRE

ENJEU

MESUREZ L'**IMPACT PUBLICITAIRE** D'UNE CAMPAGNE TV/RADIO SUR **LES ITEMS DE BRANDING & PERCEPTION** GRÂCE À NOTRE PANEL PROPRIÉTAIRE.

PARTENAIRE



MÉTHODOLOGIE

MODE DE RÉPONSE

100% digital & RGPD compliant

RÉPONDANTS

Issus de notre panel propriétaire et représentatifs de nos consommateurs

ANALYSE

Comparaison basée sur l'exposition

RÉSULTAT

Traitement réalisé par Toluna Harris Interactive

RÉSULTATS

Gains moyens générés par une campagne : **exposés vs non-exposés**

+42
POINTS

**INTENTION D'ACHAT
ET DE
RENSEIGNEMENT**

+39
POINTS

**APPRÉCIATION DE LA
CAMPAGNE**

+18
POINTS

**NOTORIÉTÉ
ASSISTÉE**

BRAND LIFT SURVEY : LA SOLUTION SIMPLE & CLÉ EN MAIN POUR MESURER L'IMPACT DE VOS CAMPAGNES DIGITALES

ENJEU

MESUREZ **L'EFFICACITÉ DE VOTRE CAMPAGNE** DIGITALE (VOL, CTV, DISPLAY, AUDIO) GRÂCE À LA RÉCOLTE DE DONNÉES BASÉES SUR **L'EXPOSITION RÉELLE**.

PARTENAIRE



MÉTHODOLOGIE

MODE DE RÉPONSE

100% digital & RGPD compliant

RÉPONDANTS

Exposition réelle via une connexion en direct aux medias digitaux

ANALYSE

Collecte & traitement en temps réel

RÉSULTAT

Accessibilité en continu via un dashboard interactif

RÉSULTATS

Gains moyens générés par une campagne : **exposés vs non-exposés**

+48
POINTS

ATTRIBUTION

+36
POINTS

IMAGE DE MARQUE

+23
POINTS

INTÉRÊT

COUVERTURE INCRÉMENTALE : OPTIMISEZ VOTRE MIX MÉDIA DIGITAL ET MAXIMISEZ VOTRE COUVERTURE SUR CIBLE

ENJEU

OPTIMISEZ VOTRE MIX MÉDIA (VIDÉO/CTV/SOCIAL) ET MAXIMISEZ VOTRE COUVERTURE SUR CIBLE

PARTENAIRE

AudienceProject

MÉTHODOLOGIE

MODE DE RÉPONSE

Collecte declarative à partir d'un panel propriétaire

RÉPONDANTS

Un panel représentatif de la population ciblée qui croise usage media et profil socio-démographique

ANALYSE

Modélisation des duplications et des audiences uniques

RÉSULTAT

Vision consolidée de la couverture, des duplications et de l'increment apporté par chaque canal

DRIVE TO STORE : LA MESURE D'IMPACT DE VOS INVESTISSEMENTS MÉDIAS SUR VOS VENTES

ENJEU

MESUREZ **LES VISITES INCRÉMENTALES** GÉNÉRÉES PAR UNE **CAMPAGNE MÉDIA** (TV, RÉSEAUX SOCIAUX, SEO/SEA, INAPP)

PARTENAIRE



MÉTHODOLOGIE

MODE DE RÉPONSE

100% digital & RGPD compliant

RÉPONDANTS

Collecte des exposés médias via un tag et en magasin via smartbox

ANALYSE

Croisement entre les exposés medias et données de visites en magasin

RÉSULTAT

Livrable PDF réalisé par Okube

RÉSULTATS

Gains moyens générés par une campagne :

+23
%

UPLIFT SUR LES VISITES

COÛT / VISITE EN POINT DE VENTE

NB DE VISITES INCRÉMENTALES

COÛT / VISITE INCRÉMENTALE

UNE OFFRE VIDÉO CLÉ EN MAIN AVEC MESURE AU CHOIX

IMPACT**READY**

25K€ net HT* base 20"
1.8M d'impressions

Preroll / Midroll | **1 segment** socio-démo inclus | **1 mesure** au choix offerte | **3 semaines** de communication



MAXIMISER L'ATTENTION

Identifier les créations et contextes les plus engageants



Live & Replay
Broadcast, Fast, RMC+,
Publishing
4 écrans



ÉVALUER LA COUVERTURE INCRÉMENTALE

Évaluer la couverture socio-démo de tous les assets digitaux



Live & Replay
Broadcast, Fast, RMC+,
Publishing
4 écrans



GÉNÉRER DES VISITES SUR SITE

Mesurer le trafic sur site généré à la suite d'une exposition publicitaire vidéo



Live & Replay
Broadcast, Fast, RMC+
CTV



BOOSTER LE TRAFIC EN POINT DE VENTE

Évaluer l'impact de la campagne sur les visites physiques



Live & Replay
Broadcast, Fast, RMC+,
Publishing
4 écrans

**Pour DataCircle, des frais techniques supplémentaires de 2700€ si aucun tag partenaire existant sur le site annonceur.*

Une offre vidéo exclusive pour **maximiser le reach** grâce à la **puissance combinée** de la **TV & Vidéo**

DIFFUSION TV LINÉAIRE

Nos **écrans les plus puissants, diffusés en simultané**



4 écrans par jour → **60 spots TV sur la semaine**

DIFFUSION OTT, RMC+ & YOUTUBE

STREAMING TV



10 CHAINES FAST



41 CHAINES YouTube



1M impressions

Diffusion 4 écrans

Pré-roll / mid-roll replay, YouTube video 20" non skippable
Garantie taux de complétion moyen > 90%



Mesurable
MediaReach

40 000€

Tarif net (20s) base 100

BEYOND TV : UNE OFFRE UNIQUE VIDÉO/DIGITAL/SOCIAL POUR ADRESSER DES PETITS CONSO TV LINÉAIRE, AVEC PUISSANCE & ENGAGEMENT

OFFRE

- Diffusion **marques RMC, BFM, Brut**
- Format vidéo **15s complété**
- **3.1M** de vidéos vues complétées 15s garanties – CPVV : 0,016€ la vidéo vue
- Sur **CTV (Live & FAST), YouTube et Meta**
- Ciblage Data sur 18-49 ans
- Couverture mesurée par **AudienceProject**
- Attention mesurée par **Xpln.AI**

50K€ net

Marques



**RMC
Brut.**



Environnements

INSIGHTS

AudienceProject >= | xpln.ai

UNE EFFICACITÉ AU RENDEZ-VOUS !

Entre 6% et 10% de couverture sur cible 18-49 ans

Entre 65% et 80% de taux d'impressions sur cible 18-49 ans

Entre 2,5 et 3,5 de répétition moyenne / user

88% de taux d'attention à 1 seconde



SPONSORING



TACTIQUE

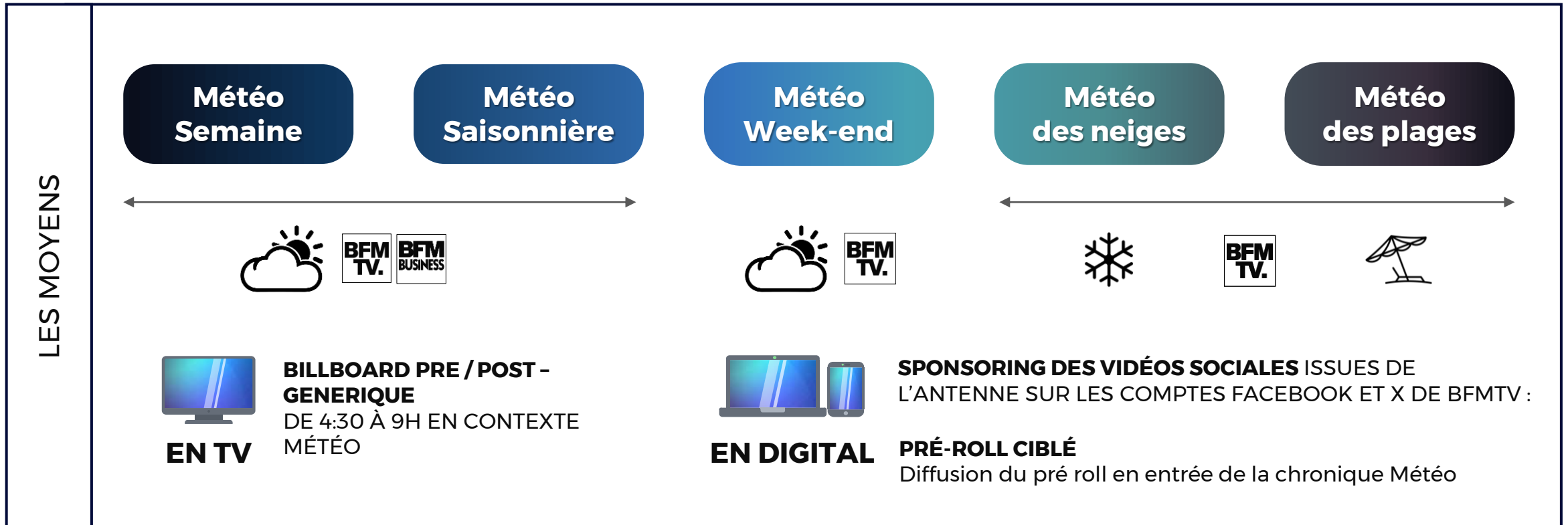


CONTENT



EVENT

Sponsorisez la météo de **BFM Première** sur BFMTV pour profiter d'une **visibilité maximale** auprès de millions de téléspectateurs chaque matin !



Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Assurez une **émergence maximale** de votre spot
(diffusion en dernière position dans le dernier écran de l'heure)
pour **rythmer** la journée des téléspectateurs !

LES MOYENS

AUTRES SPOTS

TAG TOP HORAIRE
(5" GRACIEUSE)

SPOT ANNONCEUR
(MAX 15" PAYANTE)

JINGLE PUB

REPRISE ÉDITO

Exemple de perception du dispositif dans le cadre d'une étude publicitaire :

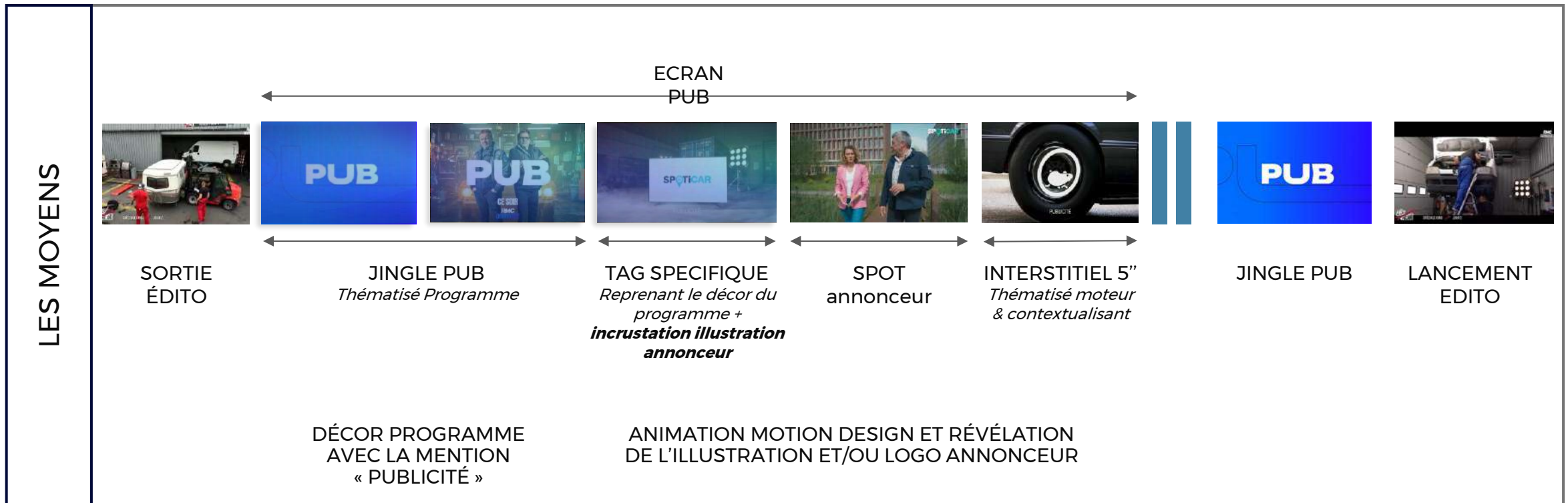
81%

du public juge que la marque est mise en valeur grâce à ce dispositif*.

Source Interne – Post-Test Publicitaire

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Bénéficiez d'un tremplin de communication en **intégrant l'identité visuelle de nos chaînes** et en détournant un **élément éditorial pour capter l'attention** de nos téléspectateurs et **booster votre visibilité**.



Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Dynamisez vos campagnes TV, BFMTV adopte les couleurs de votre marque. Avec un design thématique et des visuels captivants, **le plateau se transforme et immerge le public dans votre univers.**

LES MOYENS



SORTIE EDITO



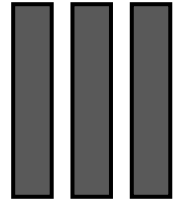
JINGLE PUB



UN PLATEAU TRANSFORMÉ



SPOT ANNONCEUR



AUTRES SPOTS

Exemple de perception du dispositif dans le cadre d'un post-test publicitaire :

80% du public juge que la marque est mise en valeur grâce à ce dispositif*.

Source Interne – Post-Test Publicitaire

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Transformez votre publicité en une **expérience interactive** grâce à BFM 3D, **alliant QR code et réalité augmentée** pour maximiser l'impact et le drive to app.

LES MOYENS

Lancée par un jingle thématisé, la publicité apparaît à l'écran avec la présence d'un QR code adossé au logo BFM 3D.



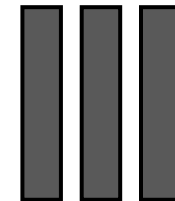
SORTIE EDITO



JINGLE PUB



JINGLE THÉMATISÉ

SPOT ANNONCEUR
AVEC QR CODEAUTRES
SPOTS

SCAN RENVOYANT VERS

- UNE OFFRE COMMERCIALE
- SUR LE PRODUIT REMODÉLISÉ
- SUR UNE PROJECTION VIA RÉALITÉ AUGMENTÉ

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Profitez de la **garantie d'image de BFM Business** et de ses incarnants. Cette solution est associée à un **plan de communication en TV, Digital et Social** pour faire parler de cette conférence et de votre marque.

LES MOYENS



Conférence en direct sur **LinkedIn**
avec replay disponible

**Communication post-conférence sur
les intervenants de l'évènement**

**Campagne TV**

BFM Business
et/ou BFMTV

**Digital**

Vidéos sur
nos univers

Social

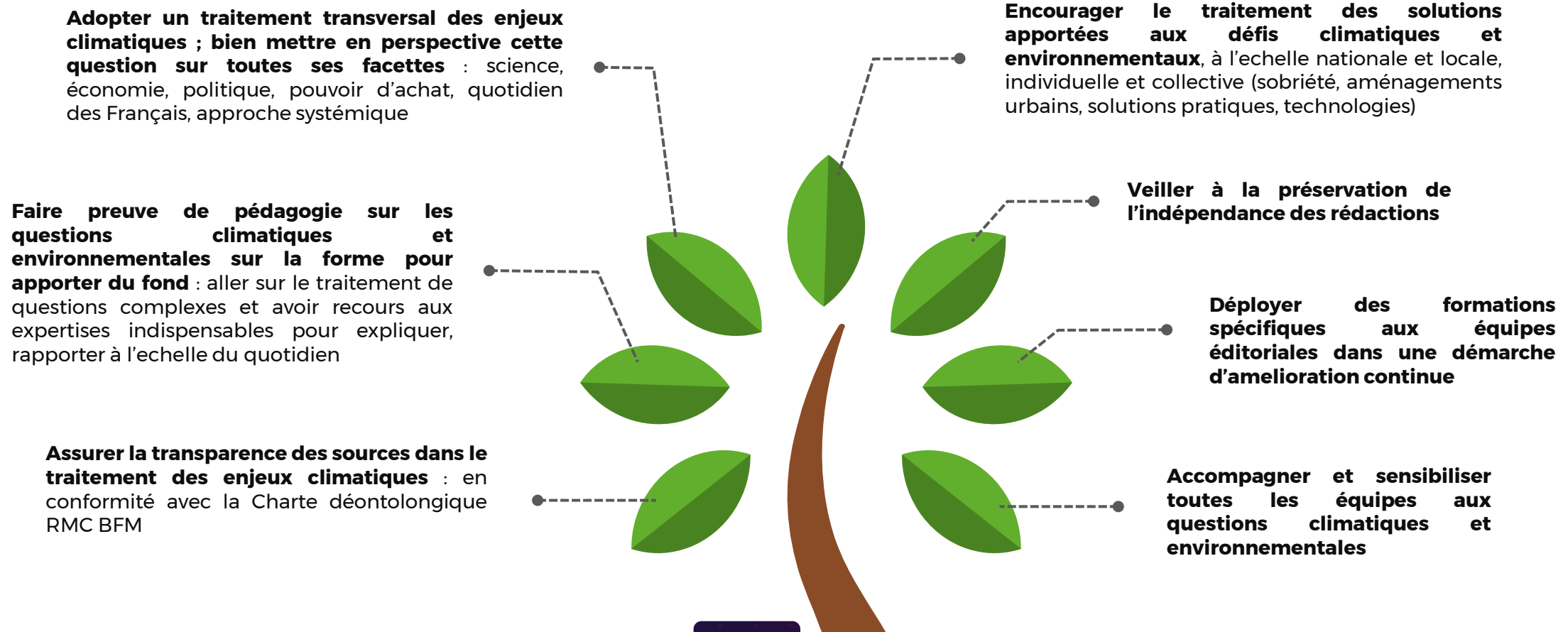
Facebook &
LinkedIn



Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).



RMC BFM amplifie son engagement pour accompagner le traitement des enjeux environnementaux et climatiques et se dote d'une Charte éditoriale.





Création d'un programme d'actions complet pour l'éducation à l'information.



RMC BFM, à travers ses marques, est un **acteur majeur de l'information nationale comme régionale.**

Ses équipes sont mobilisées **chaque jour sur le terrain pour vérifier, décrypter et contextualiser l'actualité** afin d'offrir aux Français une information **fiable et de qualité.**

RMC BFM a une **responsabilité, celle de partager son expérience et de donner les clés de compréhension de l'information**, pour que chacun puisse s'informer de manière critique et utiliser les réseaux sociaux avec discernement et exigence. C'est l'ambition du programme **l'Info en Vrai lancé par RMC BFM**. Sous forme de différents dispositifs, ce programme **s'adresse à tous, partout sur le territoire.**

Au global ce sont plus de 60 évènements réalisés & 2500 participants.





Les régies publicitaires de l'ADMTV ont lancé une calculette carbone commune pour la diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire, TV Segmentée, CTV & Replay.

En juin 2023, l'ADMTV, accompagné par BL évolution, a publié son référentiel méthodologique pour la mesure de l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire et replay, puis en TV Segmentée et CTV.

Ce référentiel **synthétise l'état de l'art d'une réflexion de fond sur l'empreinte carbone de la diffusion TV/Vidéo** qui sera amenée à être complétée et approfondi à l'avenir.

Dans cette démarche de développement d'une mesure coordonnée, ce référentiel est intégré dans un calculateur commun à l'ensemble des régies membres de l'ADMTV développé par DK.

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



Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).





Depuis 2024, le programme Sustainable Digital Ad Trust (SDAT) 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.

Structuré autour de **prérequis et de 15 critères exigeants**, classés **selon 3 thématiques** :

- Maîtrise de **l'environnement de diffusion**
- Optimisation de la **chaîne de valeur technologique**
- Démarche **RSE**

Le programme défend une **vision plurielle de la responsabilité** articulant qualité de l'offre et engagement corporate.

Pour le 4^{ème} cycle du programme (Vague 4) :

- 17 sur 25 régies membres du SRI se sont engagées dans le programme
- Moyenne globale des scores des 18 régies est de 82/100





BFMTV : UNE OFFRE DE PROGRAMMES SOUS-TITRES ELARGIE ET UN NOUVEAU RENDEZ-VOUS HEBDOMADAIRE AUDIODECRI

Le groupe RMC BFM franchit une étape majeure en faveur des publics sourds, malentendants, aveugles et malvoyants. RMC BFM élargit son offre de programmes sous-titrés et lance un rendez-vous hebdomadaire inédit en audiodescription, affirmant ainsi la volonté du groupe de rendre l'information encore plus accessible à tous.

BFMTV : UNE OFFRE DE PROGRAMMES SOUS-TITRES ELARGIE ET UN NOUVEAU RENDEZ-VOUS HEBDOMADAIRE AUDIODECRI

Depuis le lundi 1^{er} septembre 2025, BFMTV renforce son accessibilité en proposant le sous-titrage intégral de ses programmes en semaine de 8h30 à 14h (Face à Face, Apolline de 9 à 10, Arnaud Direct, BFM Midi) et le week-end de 6h à 12h (BFM Première, BFM Direct).

Parallèlement, chaque samedi dans BFM Non-Stop, la chaîne lance un rendez-vous hebdomadaire en audiodescription conçu pour revenir sur les temps forts de l'actualité avec une narration adaptée, offrant ainsi une compréhension enrichie et inclusive de l'information.

RMC STORY : 10 HEURES D'ANTENNE 100% SOUS-TITREES CHAQUE JOUR RMC

Story propose désormais dix heures d'antenne entièrement sous-titrées chaque jour. Du lundi au vendredi, entre 5h et 15h, toutes les émissions d'information et de débat sont accessibles aux publics sourds et malentendants, notamment 5/7 : Le Morning RMC, Apolline Matin, Le Morning : Le Supplément, Les Grandes Gueules et Estelle Midi





Mettez en lumière vos actions RSE et affirmez votre engagement à travers une série de **2 publi-reportages intégrée, diffusée en TV et sur le digital.**

LES MOYENS	 BFM TV. RMC STORY BFM Business Diffusion d'un teaser en EP la veille du lancement de la campagne Diffusion du publi 60" en écran pub isolé et encadré par un jingle pub spécifique « Respons'actes »	 BFM TV.COM 2 articles publipédactionnels embeddant les 2 contenus 60" pour approfondir vos engagements avec une médiatisation spécifique pour driver nos audiences vers ces articles.	TARIFS & CONDITIONS	Offre Socle : 31K€ nets production à partir de 180K€ nets médiatisation Offre 100% digital : 8K€ nets production à partir de 15K€ nets médiatisation

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

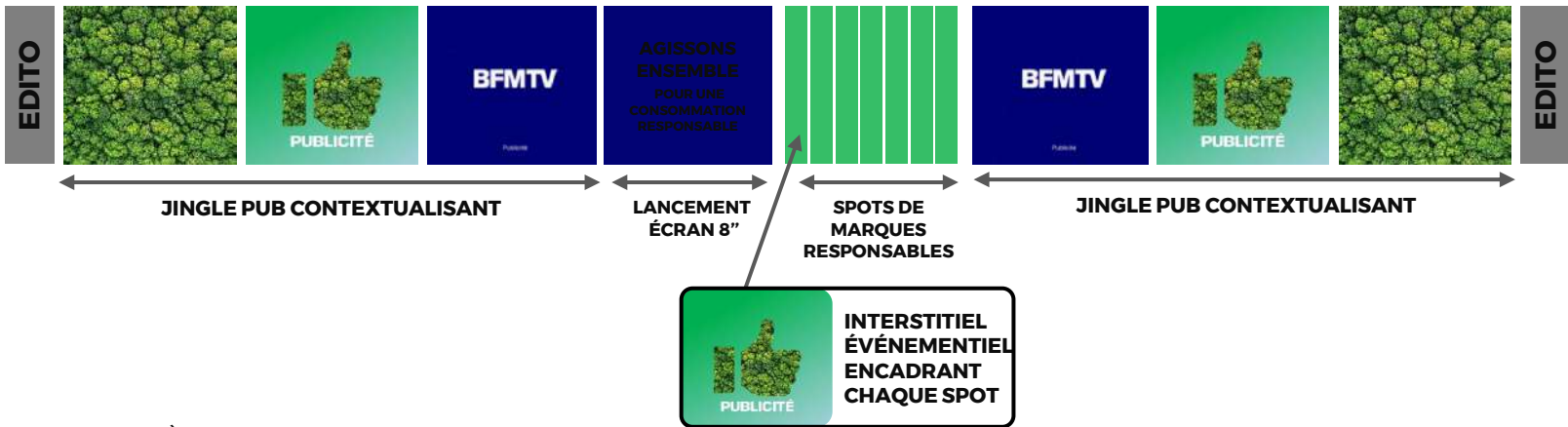


Faites connaître votre engagement pour l'environnement
grâce à une contextualisation de votre spot au sein d'un format dynamique

LES MOYENS	 Création d'un tag 5" ou 10" en lien avec la thématique RSE de l'annonceur (environnement, société...) + Un nombre de spots équivalent à 20K€ nets.	TARIFS & CONDITIONS	
	PUB TAG INSTANT GREEN (5" GRACIEUSES) SPOT ANNONCEUR JINGLE PUB REPRISE ÉDITO 		3 000€ Production 20 000€ Médiatisation

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

Intégrez l'identité visuelle de nos chaînes et bénéficiez d'un **écran publicitaire** pour faire émerger votre marque dans un **contexte 100% responsable** lors des temps-forts green ou sociétaux

LES MOYENS	 ÉCRAN PUB 100% RESPONSABLE  <td data-kind="parent" data-rs="2">TARIFS & CONDITIONS</td> <td data-kind="parent" data-rs="2"> À partir de 25 000€ nets Activables sur certains événements : <i>Nous consulter</i> </td>	TARIFS & CONDITIONS	À partir de 25 000€ nets Activables sur certains événements : <i>Nous consulter</i>
	OFFRE OUVERTE À 5 PARTENAIRE		

Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

DES DISPOSITIFS SOCIAL PREMIUM POUR LES MARQUES



SPONSORING

Associez votre **marque** à des contenus premium pour maximiser visibilité et affinité



BRAND CONTENT

Créez des **contenus engageants** qui racontent la marque et amplifient son message



SNACKS

Des **formats courts en 9:16**, rapides à produire pour une prise de parole agile et efficace



AMPLIFICATION

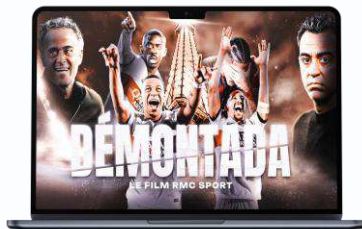
Diffusez et **optimisez** les contenus pour toucher la bonne audience au bon moment

CASE

Winamax x RMC Sport

Format :
Intégration de la marque sur un **format premium natif de 50 mins**

- Résultats :
- **N°1 sur YouTube** dès sa sortie
 - **1,6M** de vues
 - **Meilleure démarrage de visionnage** pour la chaîne (plus d'un million en 48h)



CASE

Engie x Brut

Format :
3 contenus produits et diffusés en **organique** sur **l'écosystème de Brut** avec une **amplification paid media** auprès d'audiences affinitaires

- Résultats :
- **11.2M** de vues au total
 - **101K** interactions au total



CASE

Westfield x BFMTV

Format :
Formats **courts et rapides** à produire avec le contenu qui est publié en **Dark Post**

- Résultats :
- **560K** vues
 - **930K** d'impressions
 - **570K** de couverture
 - **1,3K** interactions



CASE

Maximiles x RMC Sport

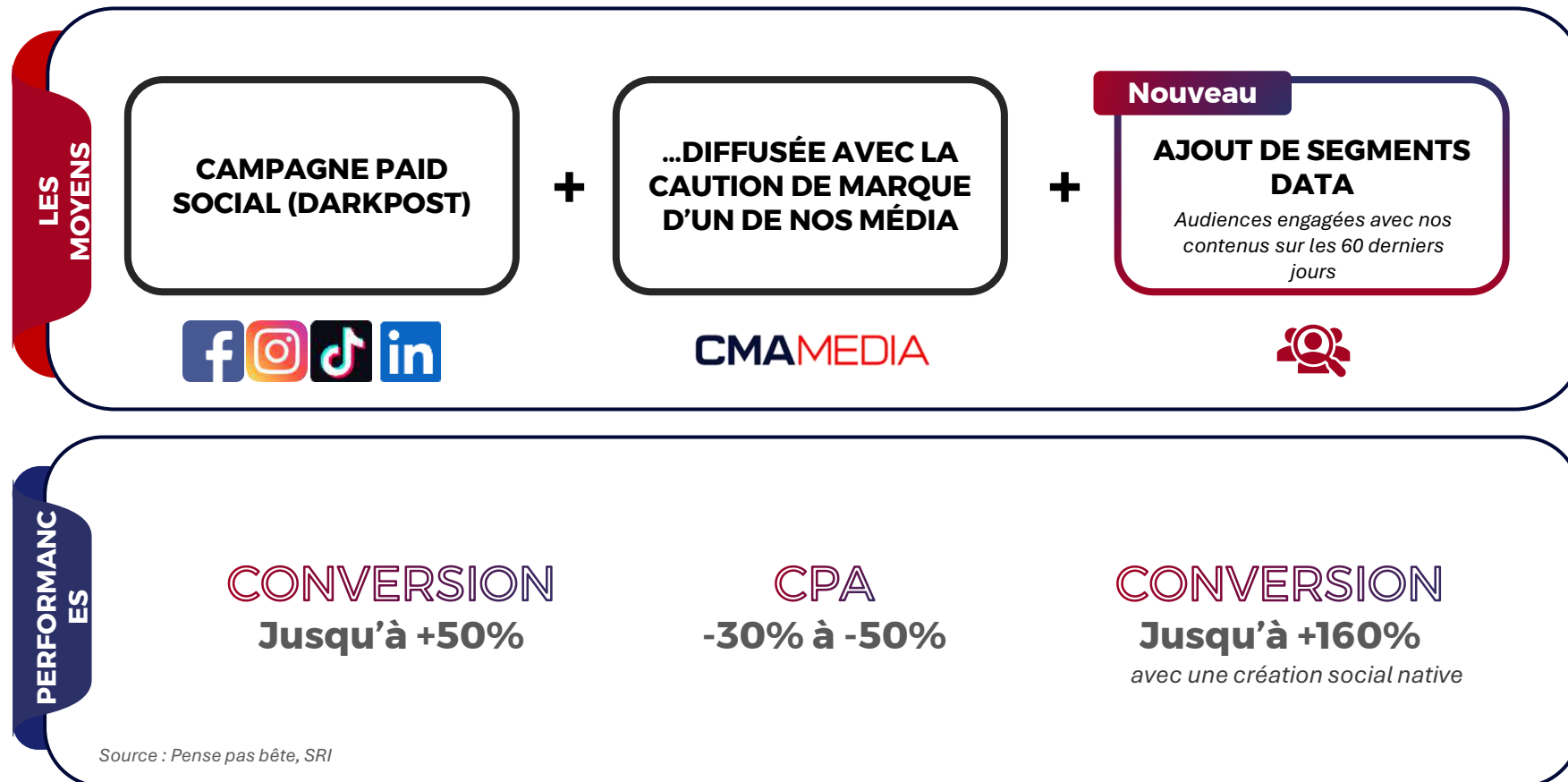
Format :
Publication d'un contenu **sponsorisé** directement sur les **réseaux sociaux** de RMC Sport

- Résultats :
- **x5.4** de leads
 - **+118%** CTR



BOOTEZ LES PERFORMANCES DE VOS CAMPAGNES MÉDIA

Optimisez les performances de vos campagnes paid social grâce à la puissance et la résonance des marques de CMA Média sur le Digital.



04

CALENDRIER DES ÉVÈNEMENTS

RMC BFM Ads met à disposition deux calendriers pour proposer des moments forts d'activation autour des temps-forts commerciaux, RSE & Event de l'année 2027

CALENDRIERS D'ACTIVATIONS

TEMPS-FORTS COMMERCIAUX

Pour évenementialiser votre prise de parole, nous vous proposons un **calendrier des temps forts** de l'année. Vous pourrez y activer nos différents dispositifs d'émergence pour profiter de la **puissance de BFMTV** & de **son traitement de tous les grands événements commerciaux**.

JANV-FÉV



- **Soldes d'hiver** (02/01 au 30/01)
- **Saint-Valentin** (14/02)
- **Salon de l'agriculture** (27/02 au 07/03)

MARS-AVRIL



- **Premier jour du Printemps** (20/03)
- **Pâques** (28/03)
- **1^{er} tour des présidentielles** (18/04)

MAI-JUIN



- **2^{ème} tour des présidentielles** (02/05)
- **Fête des Mères** (30/05)
- **Fête des Pères** (20/06)
- **Début de l'été** (21/06)
- **Soldes d'été** (30/06 au 27/07)

JUIL-AOÛT



- **Coupe du monde de football féminine** (24/06)
- **Tour de France** (02/07 au 25/07)
- **Fête nationale** (14/07)
- **Vacances scolaires**

SEPT-OCT



- **Début de l'automne** (23/09)
- **French Days** (21/09 au 27/09)
- **Coupe du monde de rugby** (01/10)
- **Halloween** (31/10)

NOV-DÉC



- **Black Friday** (27/11)
- **Cyber Monday** (30/11)
- **Noël** (25/12)
- **Nouvel An** (31/12)

CALENDRIERS D'ACTIVATIONS

TEMPS-FORTS RSE

Pour évenementialiser votre prise de parole, nous vous proposons un **calendrier des temps forts** de l'année. Vous pourrez y activer nos différents dispositifs d'urgence pour profiter de la **puissance de BFMTV** & de **son traitement de tous les grands événements RSE**.

JANV-FÉV



- **Journée internationale de l'éducation** (24/01)
- **Journée mondiale contre le cancer** (04/02)

MARS-AVRIL



- **Journée mondiale de l'eau** (22/03)
- **Journée internationale des droits des femmes** (08/03)
- **Journée mondiale de la santé et de la sécurité au travail** (28/04)

MAI-JUIN



- **Journée mondiale de la biodiversité** (22/05)
- **Journée mondiale de l'environnement** (05/06)
- **Semaine des fiertés/ Gay Pride** (28/06)

SEPT-OCT



- **Semaine Européenne du développement durable**
- **Journée mondiale de l'alimentation** (16/10)

NOV-DÉC



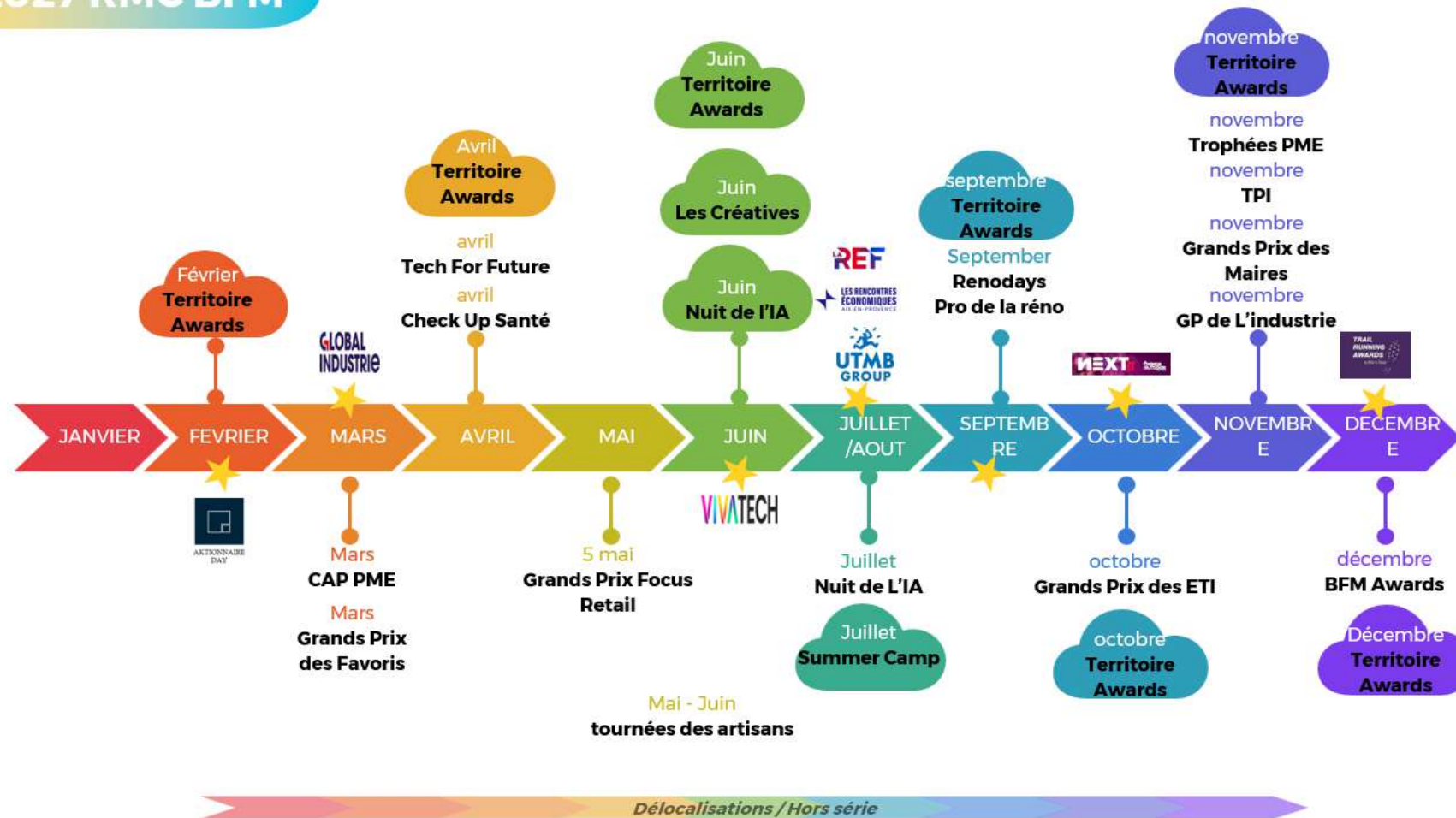
- **Semaine Européenne de réduction des déchets**
- **Sidaction**
- **Journée inter. des personnes handicapées** (03/12)

CALENDRIERS D'ACTIVATIONS

TEMPS-FORTS ÉVÉNEMENTS

Avec son réseau de communautés puissantes et son expertise de savoir-faire évènementiel, RMC BFM Ads propose tous les ans des centaines d'évènements. *(Liste non-exhaustive et sans engagement)*

2027 RMC BFM



05

EASY PILOT

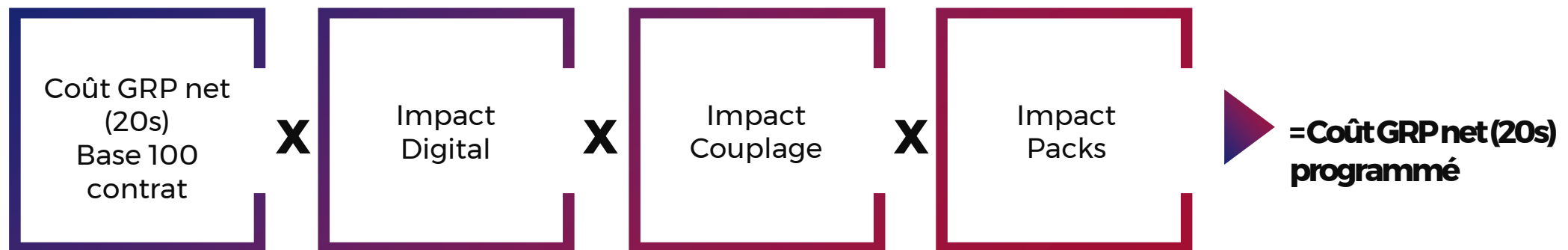
Avec Easy Pilot, pilotez vos investissements publicitaires
d'une manière simple et efficace

RMC BFM Ads prolonge le mode de commercialisation des espaces publicitaires de ses chaînes TNT autour de trois offres contextuelles :

- **RMC³** : le meilleur du divertissement sur nos 3 chaînes RMC Story, RMC Découverte et RMC Life
- **BFM TV MAX** : le meilleur de l'info sur BFM TV et les matinales d'information Apolline Matin sur RMC Story et Good morning business sur RMC Life
- **Les chaînes THEMA** avec la chaîne n°1 sur l'économie, BFM Business TV et la chaîne n°1 sur les sports de combat, RMC Sport.

L'achat Easy Pilot en coût GRP garanti est proposé sur une palette de 41 cibles (cf. annexes) pour les offres BFMTV MAX et RMC³. En amont de la programmation, un Coût GRP net (20s) de référence (base 100 hors majoration tarifaire) par offre est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et les équipes commerciales de RMC BFM Ads. Ce Coût GRP net base 100 sera d'abord modulé par offre selon les choix d'impacts suivants : digital, couplage et packs.

CALCUL DU COÛT GRP NET BASE 100 PROGRAMMÉ



IMPACT DIGITAL

Afin de suivre la mutation des usages de nos audiences, de plus en plus digitalisées, tout annonceur investissant sur RMC BFM Ads se verra appliquer une modulation sur son CGRP base 100 selon son poids d'investissement en digital vidéo en fonction du barème suivant :

% VOL / Total TV + VOL	<5%	[5 – 10%[	[10 – 15%[	>=15%
Modulation	105	100	97	95

Pour tout investissement digital strictement inférieur à 3000€, l'impact 105 sera appliqué.

Ces ajustements tarifaires seront appliqués :

- sur le CGRP base 100 pour les achats Easy Pilot
- sur le brut payant pour les achats au spot à spot.

Cette modulation ne sera pas appliquée si l'agence n'est pas mandatée sur les investissements digitaux de l'annonceur et/ou si l'annonceur n'investit pas en digital.

IMPACT COUPLAGE

En 2027, pour tout investissement au CGRP supérieur à 60k€ net, le CGRP net base 100 sera modulé en fonction du choix des offres selon le barème suivant :

	BFMTV MAX <u>OU</u> RMC ³	BFMTV MAX <u>ET</u> RMC ³	BFMTV MAX <u>ET</u> / <u>OU</u> RMC ³ <u>ET</u> THEMA	
Modulation	105	100	[5%-10%[de THEMA	>=10% de THEMA
			97	95

La répartition des spots sur les chaînes composant les offres sera optimisée par RMC BFM Ads selon les meilleurs écrans disponibles sur la cible d’achat. Sur BFMTV MAX & RMC³, l’annonceur et/ou l’agence mandatée recevront une facture unique pour l’ensemble des spots programmés sur chaque offre. Tout annonceur pourra toutefois continuer à communiquer de manière indépendante sur BFM TV, RMC Découverte ou RMC Story sous condition d’une majoration tarifaire de 10%.

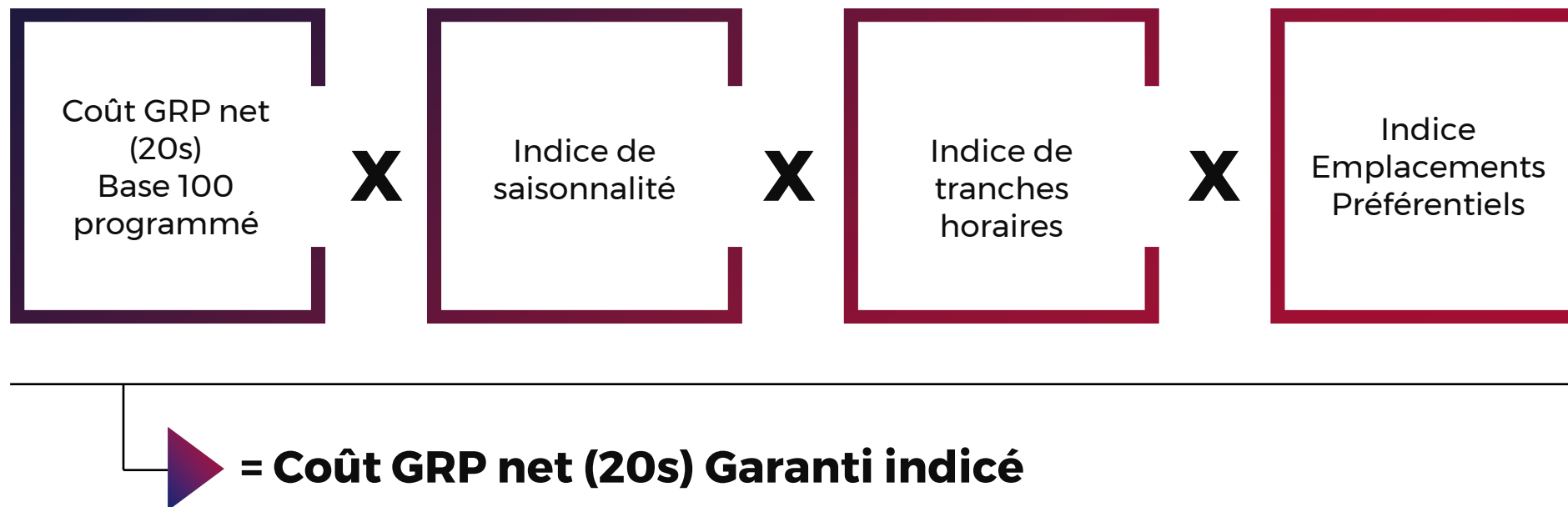
IMPACT PACK

Afin d’encourager l’accès de nos clients à nos packs à forte valeur, en 2027 RMC BFM Ads met en place un bonus permettant de moduler le CGRP net base 100 des chaînes TNT selon le barème suivant :

% Packs / Total TV	<10%	>=10%
Modulation	100	98

Ce Coût GRP net base 100 programmé sera ensuite modulé par offre selon les choix de l'utilisateur sur la saisonnalité, les tranches horaires et les emplacements préférentiels (EP). La régie tient à disposition des utilisateurs un simulateur pour faciliter le calcul des indices.

CALCUL DU COÛT GRP NET GARANTI INDICÉ



LES INDICES DE SAISONNALITÉ

Périodes CGV	01/01 - 28/02	01/03 - 04/04	05/04 - 16/05	17/05 - 04/07	05/07 - 25/07	26/07 - 22/08	23/08 - 24/10	25/10 - 19/12	20/12 - 31/12
Indices	95	120	110	135	80	65	155	140	90

LES INDICES TRANCHES HORAIRES

Tranches horaires	Adultes, Hommes		CSP+		Femmes, Shoppers		Silver		Jeunes Adultes	
	BFMTV MAX	RMC ³	BFMTV MAX	RMC ³	BFMTV MAX	RMC ³	BFMTV MAX	RMC ³	BFMTV MAX	RMC ³
DAY	85	85	85	90	90	80	90	70	85	80
ACCESS	105	115	100	125	110	135	100	145	100	105
PEAK	135	140	135	130	145	145	175	150	185	150
NIGHT	75	70	70	70	85	70	80	90	70	100
ECRANS REACH	155	160	155	150	165	165	195	170	205	170

LES INDICES EP

Type EP	2 positions	4 positions	6 positions
Indices	110	106	104

L'achat Easy Pilot en coût GRP garanti est proposé sur une palette de plus de 41 cibles réparties en 5 groupes :

FEMMES, SHOPPERS		ADULTES, HOMMES, CSP+	
Femmes 25-49 ans	FRDA & Enf < 15 ans	25-49 PM Conso Pub	Hommes 25-59 ans
Femmes 25-59 ans	FRDA 15+	Actifs	Hommes 35-49 ans
Femmes 35-49 ans	FRDA 15-49 ans	Ensemble 15-49 ans	Ensemble 35-59 ans
Femmes 35-59 ans	RDA – 60 ans	Ensemble 25-49 ans	Hommes 15-49 ans
Femmes actives	FRDA 25-59 ans	Ensemble 25-59 ans	Hommes 35-59 ans
FRDA & Enf < 25 ans	Shoppers	Ensemble 35-49 ans	Hommes 25-49 ans

CSP+
Individus CSP+
Prof Libérales + Cadres Sup
Ensemble 50-70 CSP+
Chef Foyer CSP+
Ensemble 25-49 ans CSP+

SILVER	
Ensemble > 35 ans	Femmes > 35 ans
Ensemble > 50 ans	Femmes > 50 ans
Ensemble > 60 ans	Hommes > 35 ans
Ensemble 50-59 ans	Hommes > 50 ans

JEUNES ADULTES
Ensemble 15-34 ans
Hommes 25-34 ans
Ensemble 25-34 ans
Hommes 15-34 ans



Conscients des défis liés à la fragmentation croissante des usages vidéo, RMC BFM Ads propose une alternative au CGRP garanti, avec une expérimentation autour du **CPM unifié**, ce mode d'achat innovant avec un CPM unique permettra de piloter vos investissements TV linéaire et digital vidéo.

L'objectif est clair : **simplifier vos processus d'achat** via une monnaie et une négociation unique au CPM. Le principe repose sur la délégation à RMC BFM Ads de la répartition de vos investissements entre la **télévision linéaire** et la **vidéo**, de manière optimisée et transparente. Cette approche vous permet de bénéficier d'une simplification de l'achat ainsi que d'un **bonus additionnel** sur vos conditions commerciales par l'application d'un indice 98 sur le CPM b100 contrat.



UN **ACCOMPAGNEMENT PAS À PAS** DE NOS CLIENTS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU CPM UNIFIÉ :



06

CONDITIONS

COMMERCIALES

Conditions d'achat au Coût GRP net garanti

Pour des raisons d'optimisation des campagnes au planning, ce mode d'achat est réservé aux campagnes > 10 000 € net HT base 20s par semaine active sur les chaînes mesurées.

Dans le cadre d'achat au coût GRP net garanti, RMC BFM Ads décidera seule de la programmation des spots, en suivant autant que possible et selon les disponibilités du planning, la répartition des contacts demandée par le client sur l'ensemble de la journée.

Audience de référence pour le calcul du coût GRP net garanti

Pour BFMTV, la référence sera le fichier bimestriel de médiaplanning (source Médiamétrie Médiamat Bimestriel) applicable au moment de la programmation de la campagne (hors vague Médiamétrie Juillet-Août), selon le calendrier suivant :

Bimestre d'étude :	Septembre-Octobre 26	Novembre-Décembre 26	Janvier-Février 27	Mars-Avril 27	Mai-Juin 27	Septembre-Octobre 27
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	01/01/2027-31/01/2027	01/02/2027-31/03/2027	01/04/2027-31/05/2027	01/06/2027-31/08/2027	01/09/2027-30/11/2027	01/12/2027-31/12/2027

L'étude utilisée pour RMC Story, RMC Découverte et RMC Life sera le Médiamat National Quotidien.
Pour l'ensemble des chaînes mesurées, les GRP appliqués du 1^{er} janvier au 31 décembre 2027 seront calculés sur une base France entière.

Remise de Référence

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur **BFMTV MAX, RMC³, BFM Business TV et RMC Sport** bénéficie d'une remise de 15% appliquée sur le chiffre d'affaires brut payant (à l'exclusion des frais techniques) déduction faite en cascade des remises présentées ci-après (avant cumul des mandats).

Remise Volume

Le dégressif volume s'applique sur les investissements Bruts Payants réalisés sur **BFMTV MAX, RMC³, BFM Business TV et RMC Sport** à l'exception des gracieux, des échanges et des opérations spéciales (toute action de communication hors publicité classique). Cette remise s'applique au premier euro. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers, ou fait l'objet d'un avoir de régularisation.

CA Brut payant supérieur ou égal à	CA Brut payant inférieur ou égal à	Taux
99 000 €	500 000 €	15%
500 001 €	1 500 000 €	20%
1 500 001 €	4 500 000 €	25%
4 500 001 €	10 000 000 €	30%
Supérieur à 10 000 000 €	-	35%

Dans le cadre de conditions particulières négociées soumises à un volume d'investissements minimum non atteint, le barème ci-dessus s'appliquera.

La remise de **cumul de mandats est de 3%** et s'applique au premier euro investi.

Cette remise n'est appliquée que si RMC BFM Ads est en possession d'une attestation de mandat conforme.

La remise de cumul de mandats s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé HT du 1er janvier au 31 décembre 2027 après déduction de toutes les primes et remises des présentes conditions de vente à tout annonceur utilisant un mandataire associant au moins 2 mandats et assurant à ses frais exclusifs la totalité des missions suivantes :

- Gestion des ordres
- Regroupement des factures à échéance
- Expertise média (médiaplanning)
- Contrôle de la diffusion

Le chiffre d'affaires net HT est égal au chiffre d'affaires brut payant HT diffusé entre le 1er janvier et le 31 décembre 2027 diminué de la totalité des dégressifs, primes et remises déjà effectués.

Campagnes de publicité collective : -30%

Concerne les campagnes publicitaires au profit d'un organisme professionnel, d'une association, d'une marque collective, en excluant les publicités pour des marques commerciales.

La qualification « campagne collective » est laissée à l'appréciation de RMC BFM Ads et sera attribuée par la régie après examen d'un dossier de demande.

Cette remise s'applique sur le CA brut Payant HT et est exclusive de toute autre remise, dégressif ou abattement à l'exception de la remise de cumul de mandats.

Campagnes SIG, grandes causes et messages sanitaires de santé publique France : -60%

Cette remise est exclusive de toute autre remise, dégressif ou abattement à l'exception de la remise de cumul de mandats.

Les majorations tarifaires sont appliquées au spot à spot sur le tarif brut HT en vigueur :

- Emplacement préférentiel (première / dernière position) au sein d'un écran : +25%
- Emplacement préférentiel (deuxième / avant dernière position) au sein d'un écran : +20%
- Emplacement préférentiel (troisième / antépénultième position) au sein d'un écran : +15%
- Présence ou citation de la marque d'un autre annonceur dans l'écran : +20%
- Présence ou citation de plusieurs produits d'une même marque : +15%
- Produit à codes secteur multiples : +15%

Majoration mono chaîne : +10%

Tout annonceur pourra communiquer de manière indépendante sur BFM TV, RMC Découverte, RMC Story ou RMC Life sous condition d'une majoration tarifaire de 10%.

CONDITIONS COMMERCIALES

PROGRAMMATION ET ANNULATION

Modalités de programmation :

Chaque vague Easy Pilot fait l'objet d'un brief incluant :

- Dates
- Format(s)
- Cible(s)
- Budget net
- Répartition du budget par offre
- Répartition de la pression par tranche horaire pour chaque offre
- Répartition de la pression par semaine

Les équipes planning assureront exclusivement la programmation des vagues, dans le plus strict respect des éléments transmis dans le brief.

Les contraintes de programmation sectorielles appliquées seront conformes à la nomenclature ADMTV.

Chaque brief doit nous être transmis via les outils de médiaplanning du marché (norme top) qui garantissent une réactivité et une précision optimale ou par écrit.



CONDITIONS COMMERCIALES

PROGRAMMATION ET ANNULATION

Toutes les demandes de programmations reçues seront renvoyées selon le calendrier suivant :

Date de réception du brief complet (vs date de début de diffusion)	Délai de réponse
Jusqu'à S-4	Traitement à S-3
De S-3 à J-7	Traitements en 3 jours ouvrés

Ajustements mix chaînes :

Tout ajustement de cet ordre se fera via envoi EDI, 3 semaines avant le démarrage de la campagne. RMC BFM Ads se réserve la possibilité de procéder à des ajustements de programmation.

Ces ajustements peuvent consister au transfert d'au maximum 10% du budget d'une chaîne vers une ou plusieurs autres chaînes mesurées (et exclusivement au sein du périmètre des chaînes initialement investies). Ce transfert s'effectue aux conditions de la chaîne d'où provient le budget transféré.

Annulation des Ordres :

Toute annulation d'un Ordre doit être adressée au moins vingt-huit (28) jours calendaires avant la date de diffusion stipulée dans l'Ordre de publicité.

A défaut, le ou les Messages annulés seront facturés intégralement au Client, RMC BFM Ads se réservant le droit de disposer des espaces concernés.

07

ANNEXES

Coefficients Formats :

Les indices formats sont calculés sur la base du tarif brut d'un spot au format 20 secondes :

Format	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Indice	0,29	0,35	0,41	0,46	0,51	0,56	0,60	0,61	0,65	0,68	0,73	0,77	0,81	0,85	0,86

Format	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Indice	0,92	0,94	0,96	1,00	1,01	1,02	1,03	1,04	1,05	1,06	1,07	1,08	1,09	1,10	1,33

Format	32	33	34	35	36	37	38	39	40	45	50	55	60
Indice	1,37	1,44	1,55	1,60	1,65	1,70	1,76	1,84	1,90	2,15	2,42	2,72	3,00

Autres formats : nous consulter.

ANNEXES

REMISE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

La livraison des Films publicitaires se fait auprès du service Diffusion de RMC BFM Ads (diffusionpub@rmcbfm.com) six (6) jours ouvrés avant la première diffusion.

Chaque film doit être déposé à l'ARPP et recevoir son aval.

Toutes les instructions de diffusion des messages publicitaires, à savoir :

- La date de livraison des éléments de publicité sous forme dématérialisée,
- La confirmation du ou des films publicitaires à diffuser,
- Le plan de roulement,

doivent être déposés sur MyDiffTV (www.mydiff.tv), la plateforme dédiée au service pour les régies souscriptrices et ce, au plus tard dix jours calendaires avant la date de première diffusion des messages publicitaires concernés.

Une solution de livraison dématérialisée est disponible et permet via les plateformes de la société XR EXTREME REACH (ADSTREAM) www.xr.global, CAPE.IO (PEACH) www.cape.io et NOMALAB <http://ad.nomalab.com> de transmettre à RMC BFM Ads les films publicitaires sans support physique.

Les films publicitaires livrés doivent respecter les Recommandations Techniques CST-RT018 v.3.0 et CST-RT040 et les valeurs édictées par l'ARCOM, en application de la délibération n° 2011-29.

Le format de livraison est du 16/9ème, HD pour l'ensemble des chaînes.

Le détail des normes techniques est disponible à l'adresse suivante :

<https://www.rmcbfm-ads.com/tarif-cgv.html>

A noter : pour toutes les campagnes vidéos (IPTV / VOL / TVS) RMC BFM Ads a un accès dédié sur XR EXTREME REACH (ADSTREAM), CAPE.IO et NOMALAB
(cf. normes digitales).

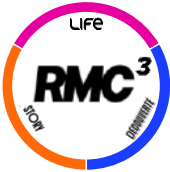
VARIO – indices de saisonnalité

RMC BFM Ads se réserve la possibilité d'appliquer des modulations sur ses tarifs.

La majoration ou minoration du Vario lorsqu'il est déclenché se fera selon les modalités suivantes :

- Pour les campagnes négociées au taux : une modulation du tarif
- Pour les campagnes au CGRP ou au CPM unifié : une modulation de l'indice de saisonnalité

Toute publication par RMC BFM Ads d'une modulation tarifaire interviendra au plus tard, vingt (20) jours calendaires avant le début de la période concernée.



DAY	Lundi à Vendredi (LàV) : 0300-0599 / 0900-1799 Samedi-dimanche : 0300-2699	Lundi à Dimanche (LàD) : 0300-1799
ACCESS	LàV : 1800-1999	LàD : 1800-1999
PEAK	LàV : 0600-0899 & 2000-2199	LàD : 2000-2199
NIGHT	LàV : 2200-2699	LàD : 2200-2699
ECRANS REACH	LàV : 641-711-811	LàD : 2111

ADVERTISING-BASED VIDEO ON DEMAND (AVOD) :

Service vidéo financé par la publicité.

AD-SWITCHING :

Décrochage publicitaire d'un flux linéaire.

AUTO-SUBSTITUTION :

Adaptation d'un spot lors d'une campagne en TV Segmentée sur la base d'une campagne nationale.

BILLBOARD (BB) :

Vidéo publicitaire courte (+/- 8 secondes) avant et/ou après un programme TV.

BVOD :

Service de vidéo à la demande proposé par les broadcaster et financé par la publicité, permettant de regarder des programmes en live ou en replay.

CAPPING :

Technique publicitaire consistant à limiter le nombre d'exposition d'un internaute à une même campagne publicitaire sur le digital.

COÛT GRP :

Calcul consistant à la division du coût de la campagne par le nombre de GRP correspondants.

CONNECTED TV (CTV) :

Téléviseur connecté à Internet par l'intermédiaire d'un opérateur (IPTV FAI) ou directement (OTT).

COUVERTURE / REACH :

Nombre de personnes touchées par un programme ou une chaîne sur une période donnée.

DATA RETAIL :

Données collectées par les distributeurs et e-commerçants à partir de leurs fichiers client, des transactions réalisées en ligne ou en physique, ou issues du parcours de navigation.

DRIVE-TO-STORE :

Ensemble des actions marketing visant à générer et mesurer le trafic en point-de-vente physique.

DRIVE-TO-WEB :

Ensemble des actions marketing visant à générer et mesurer le trafic sur le site web.

DURÉE D'ÉCOUTE PAR INDIVIDU (DEI) :

Moyenne du temps passé à l'écoute de la télévision par l'ensemble des individus (y compris ceux des non-télespectateurs) d'une cible donnée.

DURÉE D'ÉCOUTE PAR TÉLÉSPECTATEUR (DET) :

Moyenne du temps passé par les téléspectateurs à regarder une émission, une chaîne, la télévision, pendant une tranche horaire ou l'ensemble de la journée.

FOURNISSEUR D'ACCÈS INTERNET (FAI) :

Société proposant une connexion Internet et des services TV grâce à un décodeur spécifique (SFR, Bouygues, Orange, Free).

FREE AD-SUPPORTED STREAMING (FAST CHANNEL) :

Chaîne de télévision linéaire digitale financée par la publicité.

GROSS RATING POINT (GRP) :

Indicateur de performance d'un plan média. Nombre de contacts pour 100 personnes d'une cible étudiée.

$GRP = \text{Couverture (\%)} \times \text{Répétition}$

INSTREAM :

Message publicitaire vidéo intégré à un player vidéo.

INREAD :

Format publicitaire intégré nativement dans le flux éditorial d'un site web ou d'une application.

L-SHAPE :

Format publicitaire innovant et non intrusif car diffusé sur un côté de l'écran et sans interrompre le contenu vidéo. Il occupe 1/3 de la hauteur et de la largeur de l'écran formant un "L".

MID-ROLL :

Vidéo publicitaire insérée au cours la visualisation d'un contenu éditorial sur le digital.

OVER THE TOP (OTT) :

Moyen de fournir du contenu vidéo via des services de streaming sur Internet, sans passer par les opérateurs FAI.

PART D'AUDIENCE (PDA) :

Pourcentage d'audience d'une chaîne de télévision calculé par rapport à l'audience du média TV.

PRÉ-ROLL :

Vidéo publicitaire insérée avant la visualisation d'un contenu éditorial sur le digital.

SMART TV :

Téléviseur raccordé directement ou indirectement à Internet afin de fournir des services et fonctionnalités spécifiques.

STREAMING :

Méthode qui consiste à visionner des vidéos ou écouter de la musique sans avoir à télécharger des fichiers.

SVOD :

Modèle de VOD où les utilisateurs paient un abonnement pour accéder à une bibliothèque de contenus vidéos.

TAUX DE VISIBILITÉ :

Indicateur publicitaire sur le digital, correspondant au nombre de publicités visibles à l'écran pour cent affichages.

TAUX DE COMPLÉTION :

Indicateur publicitaire sur le digital, correspondant au nombre de publicités visionnées jusqu'au bout par l'internaute, pour cent diffusions.

TAUX MOYEN EXTRAPOLÉ (TME) :

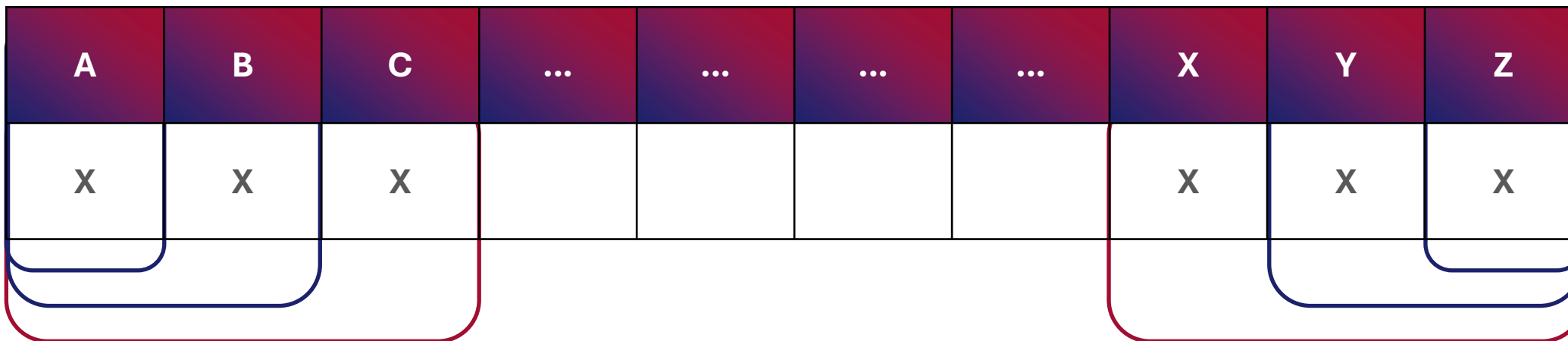
Audience moyenne obtenue à chaque seconde, exprimée en nombre de téléspectateurs, pour un moment donné.

VISITEUR UNIQUE (VU) :

Individu ayant consulté un site web ou application sur une période donnée.

EMPLACEMENT PRÉFÉRENTIEL (EP) :

Les emplacements préférentiels au sein d'un écran publicitaire sont situés au début et à la fin de l'écran. Ils bénéficient d'une plus grande audience et attention de la part des individus exposés et donc d'une meilleure efficacité publicitaire.

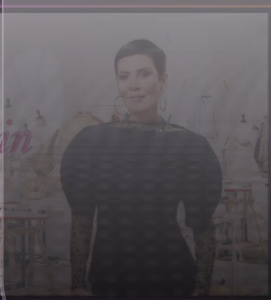
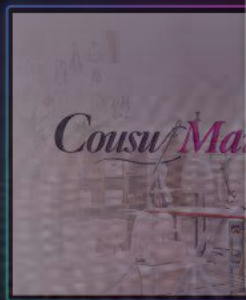
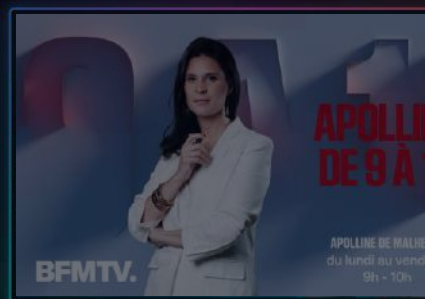
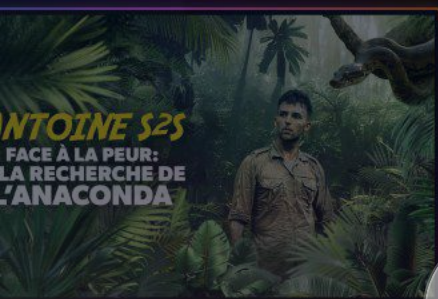


Note :

EP2 = AZ

EP4 = ABYZ

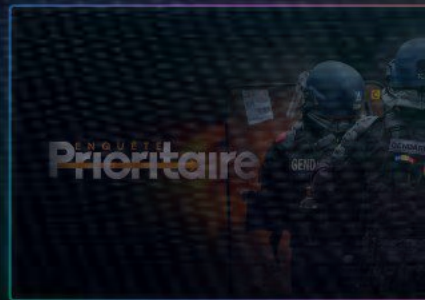
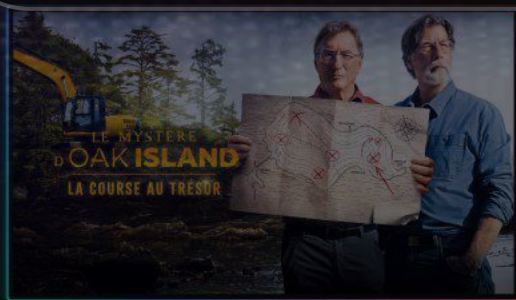
EP6 = ABCXYZ



RMC BFM ADS

TV-STREAMING-DIGITAL-SOCIAL

Conditions Générales de Vente 2027



**BFM
TV.**

BFM Business

**LA
TRIBUNE**

**RMC
SPORT**

**RMC
STORY**

**RMC
DÉCOUVERTE**

**RMC
LIFE**

RMC+

Brut.