

EDITO

En 2025, RMC BFM Ads renforcera **ce lien unique avec les Français** grâce à une stratégie d'innovation éditoriale et publicitaire. Fort **d'importants investissements dans les contenus**, nous consoliderons la **place de 3^{ème} régie audiovisuelle privée**. Chaque mois, nos marques plurimedia nous permettent ainsi **d'adresser 52 millions de Français** et de totaliser près de **640 millions de vidéos vues sur le digital** (saison record).

Nous sommes très fiers d'annoncer le **lancement de BFM2**, la mise à disposition de la Data sur TV Connectée et **l'accélération sur le social avec l'offre Swipe**.

L'acquisition de **RMC BFM par CMA CGM** ouvre une nouvelle ère enthousiasmante, et qui va nous permettre **d'accélérer sur l'innovation** et des **investissements importants dans les contenus et la technologie**.



Raphaël Porte,
Directeur Général
RMC BFM Ads

SOMMAIRE

1. DES MARQUES TV-VIDÉO-AUDIO UNIQUES	P.04
2. STRATÉGIE RMC BFM Ads	P.12
3. OFFRES RMC BFM Ads	P.21
4. ÉVÈNEMENTS	P.63
5. EASY PILOT	P.67
6. CONDITIONS COMMERCIALES	P.76
7. ANNEXES	P.83





UNE OFFRE TV-VIDÉO-AUDIO UNIQUE

1

RMC BFM ADS propose aux téléspectateurs et aux annonceurs une variété de supports de référence autour de 3 thématiques : l'information, le sport, le divertissement & docs

LE TEMPS DE L'ACCÉLÉRATION AVEC CMA CGM

N°3 MONDIAL DU FRET MARITIME
N°5 MONDIAL DE LA LOGISTIQUE

UN GROUPE CENTRÉ SUR L'INNOVATION

50 Mds €
de CA



160
pays

160 000
employés



6 000
clients

 **kyutai**

Laboratoire de
recherche en IA

**TNN
GR
NM**

Nouveau centre
d'innovation et de formation

UN PUISSANT INVESTISSEMENT DANS LES MÉDIAS AVEC CMA MÉDIA
LA PLUS GRANDE RÉDACTION PRIVÉE DE FRANCE AVEC PLUS DE 1 000 JOURNALISTES

RMC BFM

LaProvence.

**corse
matin**

**LA
TRIBUNE**
PARTAGEONS L'ÉCONOMIE

**LA TRIBUNE
DIMANCHE**

PRODUCTEUR & DIFFUSEUR DE CONTENU

À travers ses 4 leviers **TV, Radio, Digital et ses événements**, RMC BFM adresse chaque mois 52 millions de français, soit une **couverture mensuelle de plus de 95% des Français !**



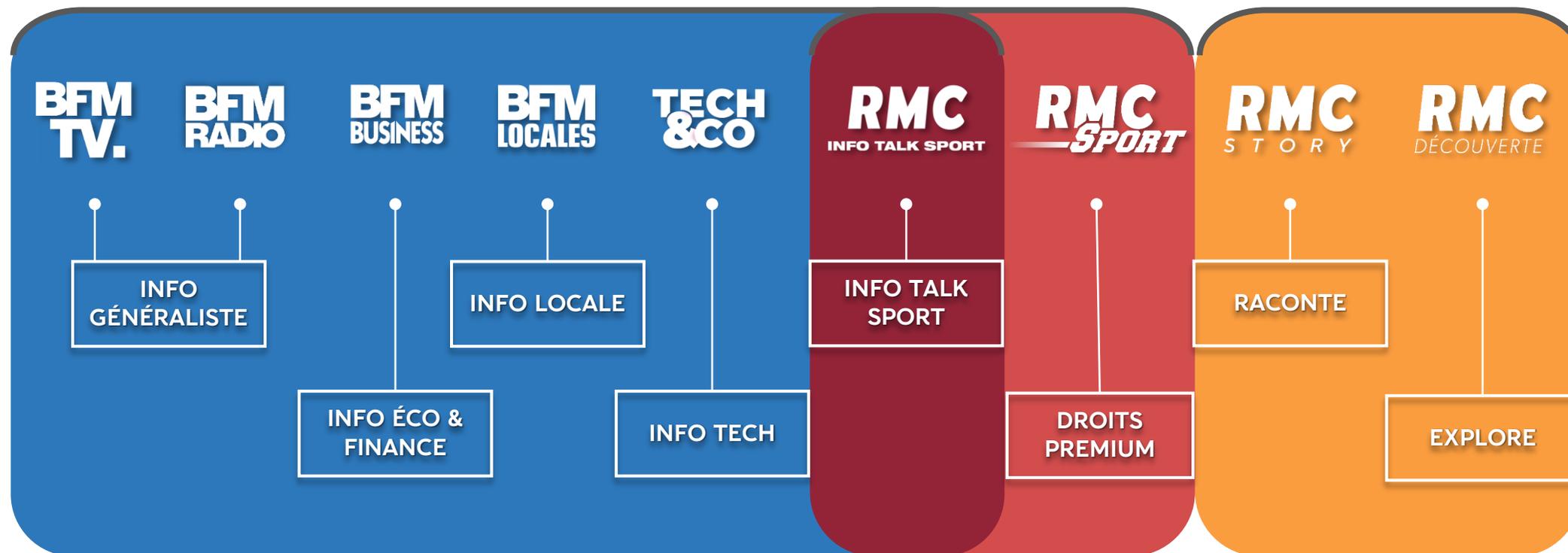
3^{ÈME} RÉGIE AUDIOVISUELLE PRIVÉE

UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE AUTOUR DE 3 THÉMATIQUES

INFORMATION

SPORT

DIVERTISSEMENT & DOCS

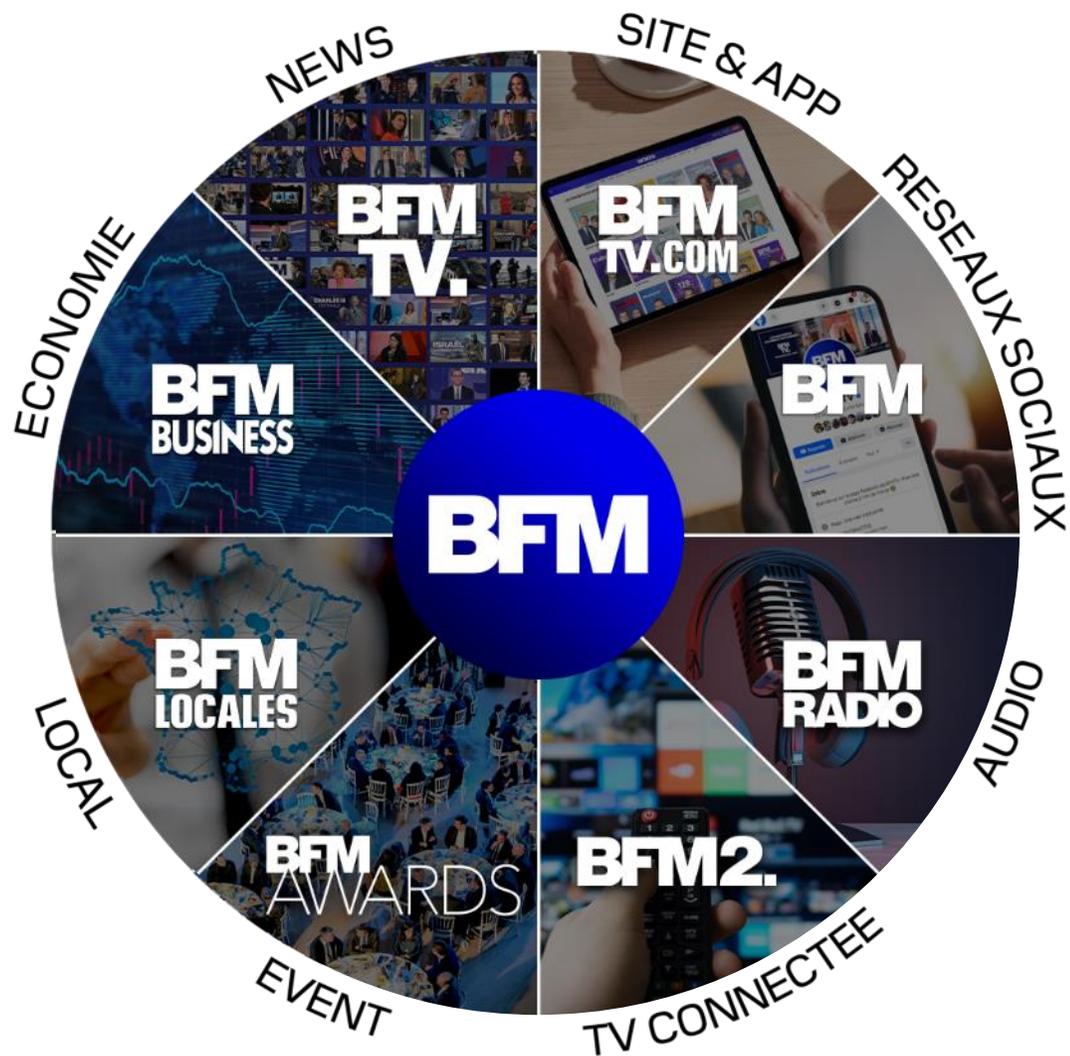


TOUS NOS CONTENUS INFO SPORT REAL LIFE & DOCS

RMC BFM
play

À RETROUVER EN REPLAY ET EN LIVE SUR RMC BFM PLAY

BFM, LA PLATEFORME INFO DE RÉFÉRENCE



BFM, LA PLATEFORME INFO DE RÉFÉRENCE



1^{ÈRE} MARQUE INFO DE FRANCE

12.5M de tisp / jour
1^{ère} chaîne de France de 4:30 à 12:00 en 25-49 ans

1^{ère} marque digitale
d'actualité sur le **social**



L'ÉCONOMIE À LA PORTÉE DE TOUS

1^{ère} marque économique
en notoriété

8M de personnes chaque mois
TV/Radio/Digital



L'OFFRE D'INFORMATION LOCALE N°1

10 Chaînes locales
6.1M de tisp/saison

+ de **20M** de visites/mois (sites & apps)

UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

RMC, A CHACUN SA PASSION



RMC, A CHACUN SA PASSION



ON APPREND EN S'AMUSANT

5.8M de téléspectateurs
chaque jour

Chaîne TNT préférée des Français



ON SE DIVERTIT

5.9M de téléspectateurs
chaque jour

Matinale TNT préférée des Français



C'EST LA PASSION QUI PARLE

19M de followers sur les
réseaux sociaux !

2ème marque d'actualité sportive sur le digital



NOTRE STRATÉGIE

2

- Accélération de l'hyperdistribution
- Affirmation de notre positionnement de plateforme Info de référence.
- Investissements importants dans les contenus.
- Création d'offres sur le social

AXES STRATÉGIQUES 2025



Conquérir de nouvelles audiences
grâce à une hyper-distribution en CTV



Garantir une puissance instantanée
grâce à la force du live



Bénéficier d'un écran publicitaire
puissant au sein de marques fortes
grâce aux investissements sur RMC²



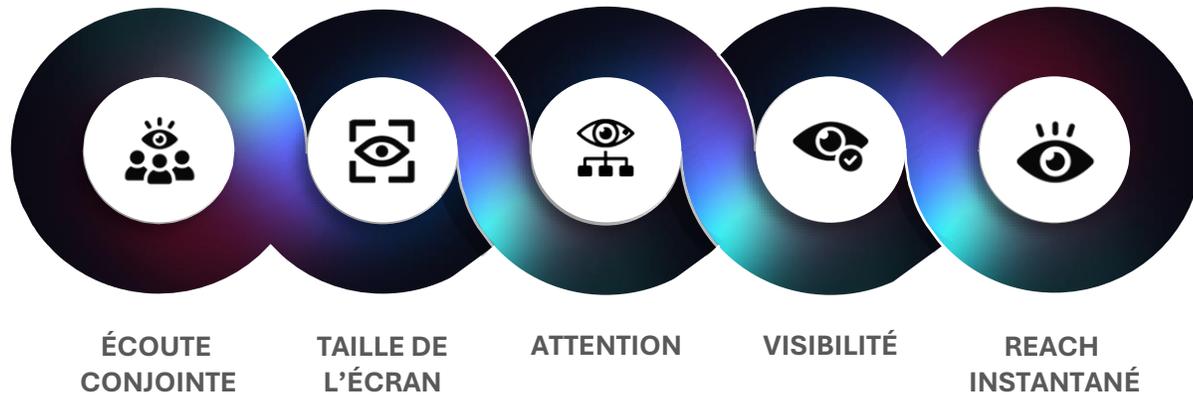
Adresser les cibles jeunes
grâce au meilleur de RMC BFM
sur le social



CONQUÉRIR DE NOUVELLES AUDIENCES GRÂCE À UNE HYPERDISTRIBUTION EN CTV

LE TÉLÉVISEUR,
L'ÉCRAN ÉCRIN & LE PLUS CONSOMMÉ

LA TV CONNECTÉE,
DES AUDIENCES RARES



73% DES CONTENUS VIDÉO
SONT CONSOMMÉS
SUR LE TÉLÉVISEUR

PETITS CONSO TV
41%
< 1h/jour

+ JEUNES
45,9
moyenne d'âge

PREMIUM
150
IA hauts revenus

Source : Médiamétrie – Global Vidéo V32

Source : Etude Harris Interactive – Juillet 2024

CONQUÉRIR DE NOUVELLES AUDIENCES GRÂCE À UNE HYPERDISTRIBUTION EN CTV

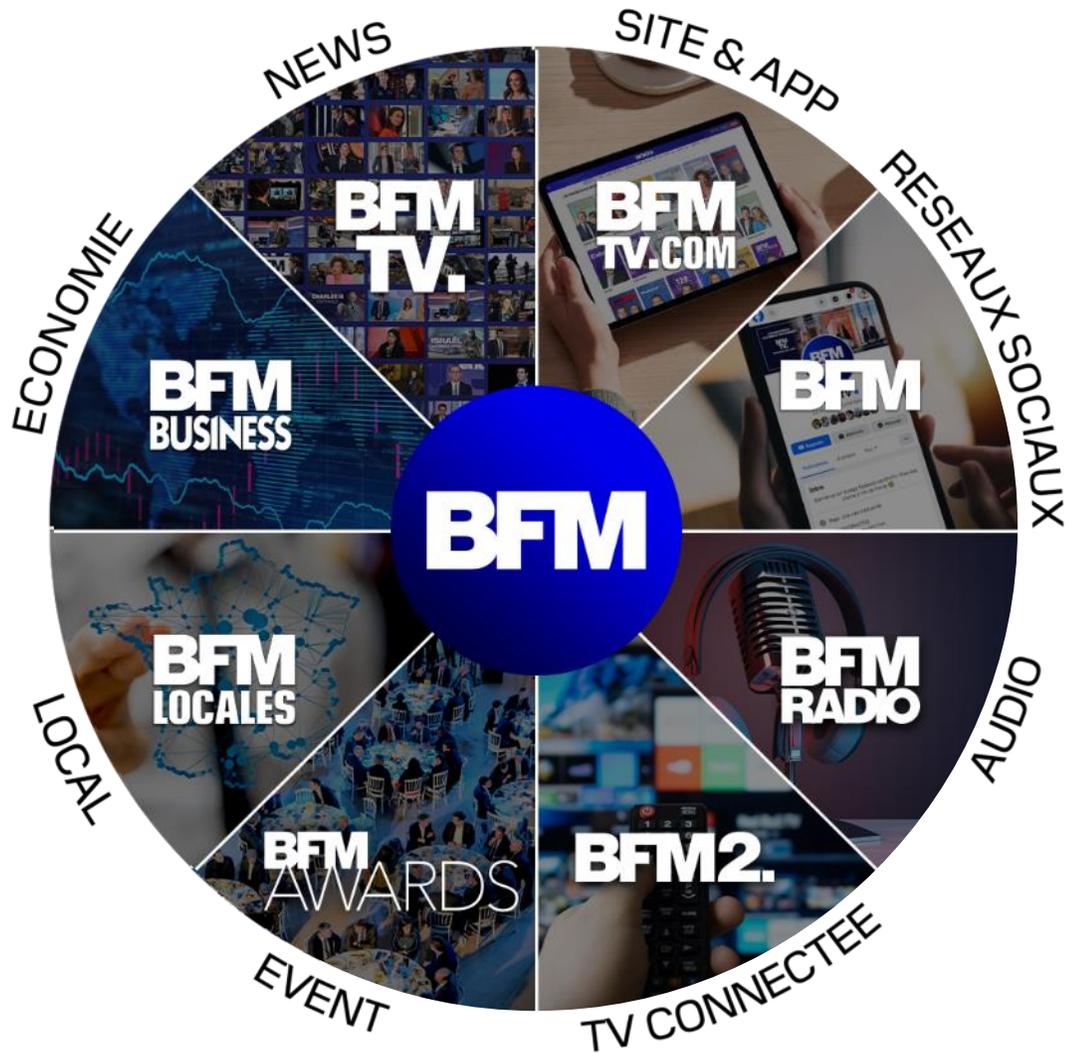


NOUVEAU

Lancement du ciblage Data
sur les TV Connectées



BFM, LA PLATEFORME INFO DE RÉFÉRENCE



LANCEMENT DE BFM2

BFM2.

DEUX FOIS PLUS D'INFOS

BFMTV LANCE UNE NOUVELLE CHAÎNE D'INFORMATION EN DIRECT !

BFMTV poursuit sa dynamique d'innovation avec **le lancement de BFM2**, une nouvelle chaîne d'information proposant des événements supplémentaires **en direct** et complémentaires à ceux diffusés sur BFMTV.

BFM2 proposera le « **L Shape** », un format publicitaire innovant et non intrusif diffusé dans un côté de l'écran sans interrompre le contenu vidéo.

BFM2 disponible fin septembre sur Box opérateurs, TV Connectée, smartphone, tablette et ordinateur.



[En savoir plus](#)

RMC, A CHACUN SA PASSION



CRÉATION D'UNE CASE CINÉMA !

DES INVESTISSEMENTS FORTS DANS LES CONTENUS

CASE CINÉMA & PLUS DE DIVERTISSEMENT POP CULTURE !

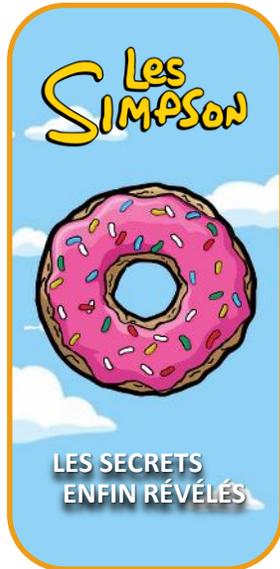
DES PRODUCTIONS INÉDITES !



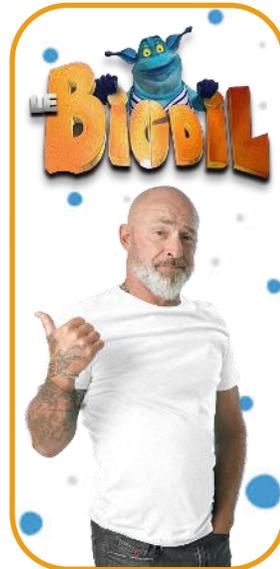
RMC
STORY



RMC
STORY



RMC
STORY



RMC
STORY



RMC
STORY



RMC
DÉCOUVERTE



RMC
DÉCOUVERTE



RMC
DÉCOUVERTE

9 MILLIONS

de téléspectateurs par jour sur nos chaînes

Source : Médiamétrie Médiamat – TCE 4 ans et plus – S1 2024

UN ECOSYSTEME SOCIAL PUISSANT



1^{ER} MÉDIA EUROPÉEN SUR
twitch



La story BFMTV

48M **530M**
de followers vidéos vues / mois



387K
VIEWERS UNIQUE



2.1M
DE VIDÉOS VUES SUR
LES RÉSEAUX SOCIAUX
& DÉCOUPES LIVE

Source : Twitch Tracker, Pollynome, données internes / Source interne



NOS OFFRES

3

RMC BFM ADS met à disposition ses supports et ses solutions afin de proposer aux annonceurs des offres qui répondent à leurs problématiques de contexte, performance, ciblage, locales, émergence et RSE

TERRITOIRES 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

local

Adressez des audiences locales grâce à nos chaînes BFM Locales

content innovations

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

rse

Prenez la parole sur vos enjeux et actions responsables

T V

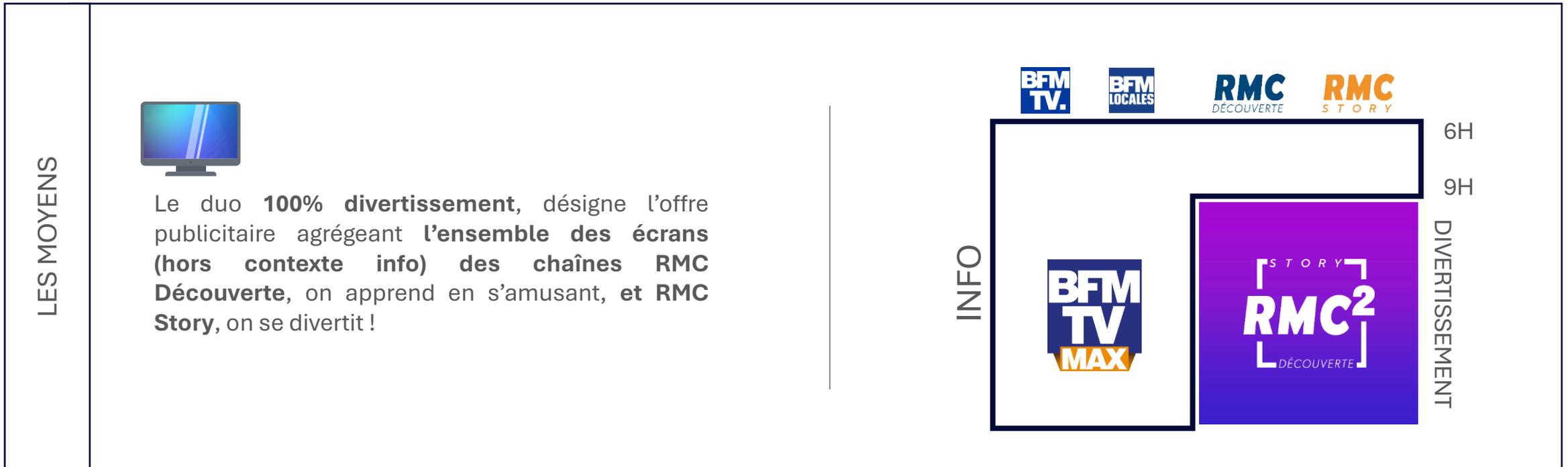
BFMTV MAX

Accédez simplement aux espaces publicitaires du **1er contexte info de France** grâce au **gain de couverture incrémentale des 13 matinales info sur la même tranche horaire.**

LES MOYENS	 <p>Une offre contextuelle 100% info, qui regroupe la commercialisation de l'ensemble des écrans publicitaires de BFMTV et BFM Locales, et ceux en contexte des matinales d'information sur RMC Découverte (Good Morning Business) et RMC Story (Apolline Matin).</p>	 <p>The diagram illustrates the advertising spots for BFMTV and BFM Locales, and those in the context of morning information programs on RMC Découverte (Good Morning Business) and RMC Story (Apolline Matin). It shows a central box containing the BFM TV MAX and RMC2 DÉCOUVERTE logos, with 'INFO' and 'DIVERTISSEMENT' labels and time slots 6H and 9H.</p>
------------	---	---

TV
RMC²

Accédez simplement aux espaces publicitaires de nos contextes divertissement de référence. L'assurance de communiquer au sein de **deux chaînes puissantes avec un ADN commun, la curiosité** (documentaires, divertissement, immersion...), et d'adresser **deux publics complémentaires**.



TV + DIGITAL PACKS VIDÉOS

Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans au sein de nos contextes news, replay & téléviseur !

LES MOYENS	<p>GLOBAL VIDÉO CTV – DESKTOP - MOBILE - TABLETTE</p>  <p>Diffusion 4 écrans pré-roll & Adswitching Garantie taux de complétion moyen > 80% Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD</p> <p>CPM 10.5 € Base 100 (20'')</p>	<p>REPLAY CTV – DESKTOP - MOBILE - TABLETTE</p>  <p>Diffusion 4 écrans pré-roll ou mid-roll Garantie taux de complétion moyen > 90% Diffusion CTV IPTV >75% Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD</p> <p>CPM 13 € Base 100 (20'')</p>	<p>TÉLÉVISEUR CTV</p>  <p>Diffusion écran téléviseur Pré-roll & Adswitching Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD Garantie taux de complétion moyen > 90% Ciblez une audience complémentaire avec 41% de petits conso TV en CTV* !</p> <p>CPM 15 € Base 100 (20'')</p>
------------	--	---	--

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

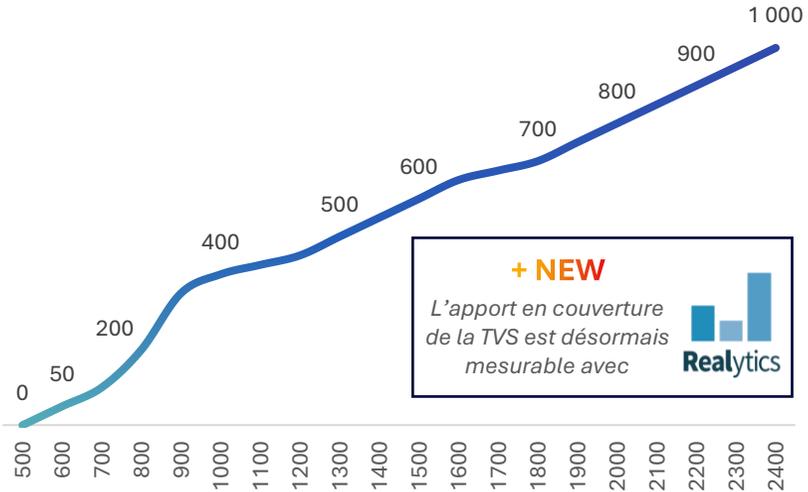
TV + DIGITAL PACKS VIDÉOS

Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans au sein de nos contextes thématiques Business, Passions, Sport et Combat !

		THEMA			
		DESKTOP - MOBILE - TABLETTE - CTV			
LES MOYENS	BUSINESS	PASSIONS		SPORT	COMBAT
		   			
	Diffusion en contexte Eco	Diffusion en contexte affinitaire		Diffusion en contexte RMC Sport Site – App – YouTube *	Diffusion en contexte RMC Sport Combat Site – App – YouTube *
	BFM Business, 4 ^{ème} marque Eco sur le Digital	RMC Story & RMC Découverte, A chacun sa passion		RMC Sport, 2 ^{ème} marque de sport sur le Digital	RMC Sport Combat, + de 20M de vidéos vues sociales
	CPM 13 € Base 100 (20'')			CPM 11 € Base 100 (20'') – Format 20'' max	
* Format 20'' non skippable					

TV + DIGITAL
D·ONE

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

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">LES MOYENS</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">   <p>20 spots tout au long de la journée (1/heure de 5h à 25h) dont 3 écrans MORNING REACH</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>+</p>  <p>TV segmentée / OTT segmentée 200 000 impressions diffusées</p> <p>Cible data : Petits conso TV</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>Exemple de progression de la couverture 25-49 ans (000) sur les 20 spots</p>  </div>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">TARIFS & CONDITIONS</p>	<p>Tarif net (20s) base 100 : 24 000€</p> <p>Contactez-nous pour en savoir plus.</p>

D·ONE TARGET

Maximisez la visibilité de votre produit et/ou service le premier jour du lancement de votre campagne TV en profitant de la **puissante couverture quotidienne de BFMTVMAX.**



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

TV
MORNING
REACH

Bénéficiez de plus de la moitié de l'audience matinale disponible en publicité grâce à nos 3 écrans MORNING REACH synchronisés sur 14 chaînes différentes.



GOLDEN WEEK

Bénéficiez de TOUS les écrans **MORNING REACH** pendant une semaine ! Communiquez quotidiennement sur notre pic d'audience du lundi au vendredi avec les 3 écrans MORNING REACH, en contexte info, **avant toute autre exposition publicitaire.**

LES MOYENS	  + BFM2					TARIFS & CONDITIONS
	14 matinales d'informations → 210 spots TV sur la semaine					
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	
	3 écrans 	+	3 écrans 	+	3 écrans 	+
						
						
	Tarif net (20s) base 100 : 30 000€ Contactez-nous pour en savoir plus.					

TV
ADD REACH

Bénéficiez de **tout le potentiel de couverture** des programmes phares de RMC² avec **ADD REACH**.
Au-delà de la diffusion en linéaire, les écrans **ADD REACH** sont également diffusés au sein du même programme en replay

LES MOYENS



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 !

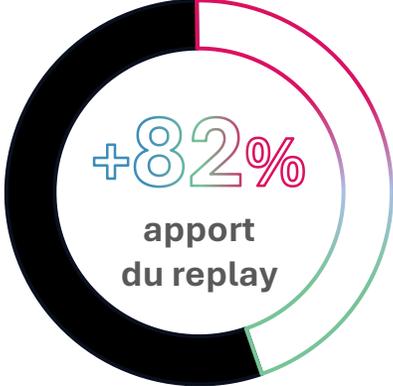


FLUX LIVE



FLUX REPLAY

EXEMPLE D'APPORT D'AUDIENCE 25-49 ANS DU REPLAY
EN MOYENNE SUR UN DE NOS PROGRAMMES PHARES :



+82%
apport
du replay

Audience live | Audience replay

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



Soyez au plus près de l'action dans notre **contexte MMA exclusif** regroupant le meilleur des **9 ligues**. Profitez-en pour cibler l'audience grandissante des passionnés.

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">LES MOYENS</p>	 <p>PRÉSENCE SUR +100 ÉVÉNEMENTS</p>  <p>3 À 5 SPOTS PAR SOIRÉE SOIT UN SPOT SUR CHAQUE COMBAT</p>  	  <p>1 MILLION D'IMPRESSIONS</p> <p>CONTEXTES 100% HIGHLIGHTS & RÉSUMÉS DES COMBATS</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">TARIFS & CONDITIONS</p>	<p>Tarif net (20s) base 100 : 100 000€</p> <p><i>Pour en savoir plus :</i></p> 
---	---	---	--	--

POST-TEST PUBLICITAIRE

Mesurez l'impact publicitaire d'une campagne TV/Radio sur les items de marque, branding et perception grâce à nos études de post-tests publicitaires réalisées via notre **panel propriétaire**.



<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">UNE MÉTHODOLOGIE</p>	<p>MODE DE RÉPONSE : 100% digital et RGPD compliant</p> <p>LES RÉPONDANTS : Représentatifs de nos médias & issus de notre panel propriétaire avec Toluna</p> <p>L'ANALYSE : Comparaison des résultats des individus ayant été exposés vs non-exposés à la campagne.</p> <p>LES RÉSULTATS : Le traitement est réalisé par Harris Interactive et le rapport en interne</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">DES RÉSULTATS</p>	<p>Les gains moyens générés par une campagne (exposés vs non-exposés)</p> <ul style="list-style-type: none"> +25 POINTS INTENTION D'ACHAT & DE RENSEIGNEMENT +24 POINTS APPRÉCIATION +18 POINTS NOTORIÉTÉ ASSISTÉE
---	---	--	--

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

BRAND LIFT SURVEY

Mesurez l'efficacité de votre campagne digitale (VOL, CTV, TVS, display, audio) grâce à la récolte de données basées sur l'exposition réelle.



UNE MÉTHODOLOGIE	 <p>MODE DE RÉPONSE : 100% digital et RGPD compliant</p>	DES RÉSULTATS	Exemple de gains générés pour une campagne (exposition réelle)	
	 <p>LES RÉPONDANTS : Connexion en direct aux médias digitaux (app, site, RS) pour cibler une exposition réelle</p>		 <p>ATTRIBUTION</p>	
	 <p>L'ANALYSE : Les données sont collectées et traitées en temps réel</p>		 <p>IMAGE DE MARQUE</p>	
	 <p>LES RÉSULTATS : Accessibles en continu via un dashboard interactif et un rapport clair (vidéo, insights...)</p>		 <p>CONSIDERATION</p>	

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

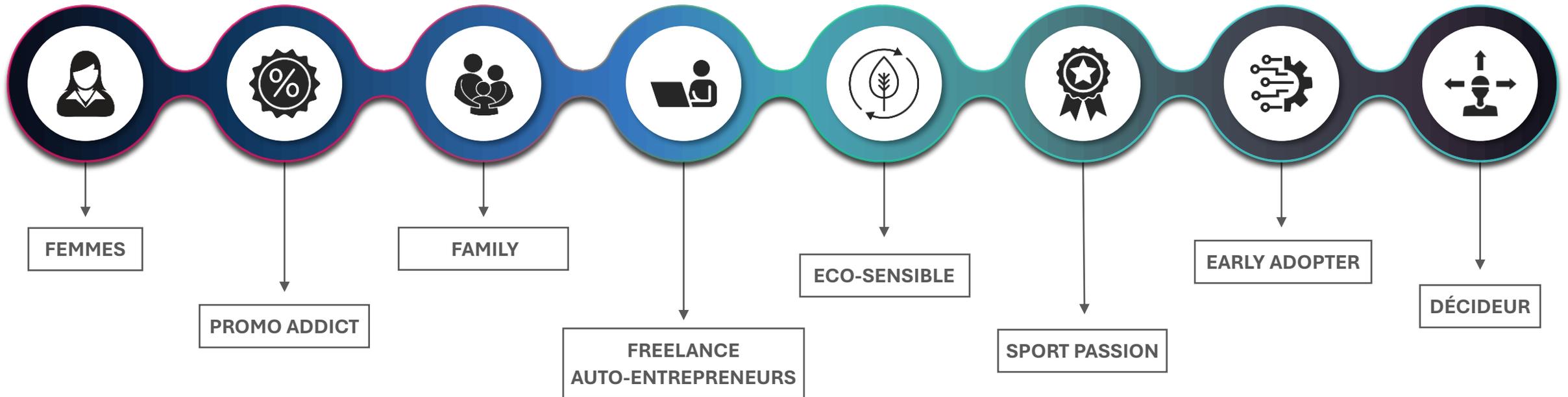
MESURES DE PERFORMANCE

Mesurez l'efficacité d'une campagne TV-Vidéo quel que soit l'objectif marketing ou les enjeux business.

LES MOYENS	<h3>ATTENTION PUBLICITAIRE</h3>  <p>+3 points sur RMC BFM Play <i>vs. benchmark</i></p> <p>+7 points sur BFMTV.com <i>vs. benchmark</i></p>	<h3>NOTORIÉTÉ & LA PERCEPTION</h3>  <p>Mesurez l'impact de la publicité sur des items de marque : mémorisation, considération, attribution.</p>	<h3>TRAFIC SUR SITE</h3>  <p>Analysez toutes les interactions, visites et conversions enregistrées sur le site web à la suite de l'exposition TV.</p>
		<h3>AUDIENCE INCRÉMENTALE EN TV</h3>  <p>Évaluez la contribution exclusive/complémentaire des dispositifs TV segmentée, Replay & IPTV.</p>	<h3>TRAFIC EN MAGASIN</h3>  <p>Réconciliez les données d'exposition média avec les performances de trafic physique.</p>
		<p>Pour en savoir plus, contactez-nous.</p>	

TV-DIGITAL PACKS CIBLES

Emergez grâce à notre catalogue d'offres sur-mesure auprès de votre **cible** sur **BFMTV** ou **RMC²**



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

UNE OFFRE DATA PREMIUM & COOKIELESS

Bénéficiez de tous les types de data pour répondre à l'ensemble de vos besoins de ciblage

DATA RMC BFM

INFO ECO SPORT TECH
PUISSANCE & AFFINITÉ

BFM TV. 21M de VU / mois
3^{ème} marque Info sur le digital

BFM BUSINESS 5M de VU / mois
3^{ème} marque Eco sur le digital

RMC SPORT 9M de VU / mois
2^{ème} marque Sport sur le digital

DATA TIERCE

RETAIL AUTO MULTI

unlimitail
The Retail Media PowerHouse

40 segments
14M encartés

AAA DATA

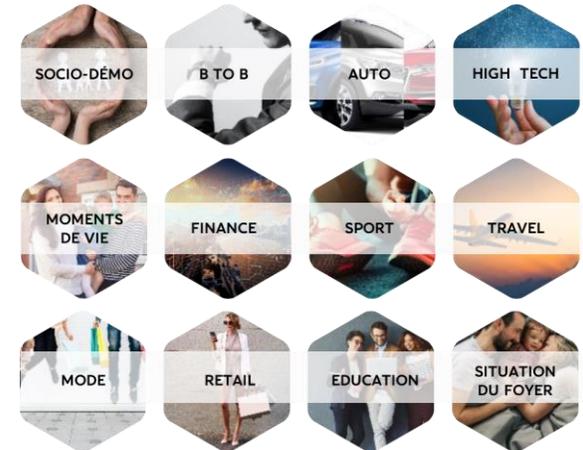
70M de véhicules
20M d'individus

Sirdata

33 clusters
6 catégories

+ DE 500 SEGMENTS

GÉOLOC | SOCIO-DÉMO | CONSO MÉDIA | SUR-MESURE



Source : Médiamétrie//NetRatings, juillet 2024

CIBLAGE COOKIELESS AVEC



DES PARTENARIATS AUTO & RETAIL

Activez le meilleur de la Data Auto & Retail pour répondre à tous vos besoins de ciblage en TV Segmentée et Replay IPTV

**AAA DATA : LA RÉFÉRENCE
DE LA DONNÉE VÉHICULES EN FRANCE (IMMATRICULATION)**

AAA DATA

LA BASE AUTO LA PLUS VOLUMIQUE DU MARCHÉ

UNE CAPACITÉ À CIBLER LES INTENTIONNISTES ACHATS AUTO

PLUS DE 20 SEGMENTS ACTIVABLES

**UNLIMITAIL : LA PLUS GRANDE BASE DE DONNÉES 1ST PARTY
SUR LES ACHATS DE PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION**

 **unlimitail**
The Retail Media PowerHouse 

UNE BASE DE DONNÉES ISSUE DE 14M D'ENCARTÉS

UN IMPACT SUR LES VENTES DE +8% EN MOYENNE PAR CLIENT

PLUS DE 50 SEGMENTS ACTIVABLES

TV SEGMENTÉE : UNE OFFRE TOTALE



TOUTES
NOS CHÂÎNES

TOUS
LES OPÉRATEURS

TOUS LES
MODES D'ACHAT

TOUS LES
TYPES DE
CIBLAGE



- Gré à gré
- Programmatique garanti



MÉTÉO



ZONE DE CHALANDISE



EXCLUSIFS CONSO TV RMC BFM

- ✓ Tech Viewer
- ✓ Investisseurs immobiliers
- ✓ Courses Hippiques
- ✓ BFM Business - Intérêt Eco
- ✓ BFM Business - Intérêt Banque Finance

LES PACKS ACCESS TV SEGMENTÉE

Alliez la précision du ciblage en digital à la qualité de l'écran TV pour faire émerger votre message avec une efficacité maximale. **Ciblez des audiences précises** grâce à nos différentes solutions **accessibles** en géoloc (ciblage régions / villes), socio démo (ciblage familles / hauts revenus), et conso TV (ciblage conso TV)

LES MOYENS							TARIFS & CONDITIONS	<p>À partir de 5 000€ nets Sur une durée de 14 jours</p> <p>Contactez-nous pour en savoir plus.</p>
	 <p>City :</p> <p>Audiences géolocalisées sur les 3 plus grandes villes de France</p>	 <p>Agglo :</p> <p>Audiences géolocalisées selon la taille d'agglomération</p>	 <p>Geo Max :</p> <p>Audiences géolocalisées en TV segmentée & chaînes locales</p> <p>+</p> 	 <p>Affinity :</p> <p>Audiences avec centre d'intérêt TV identifié (sport, business, cinéma, etc.)</p>	 <p>Family :</p> <p>Audiences familles avec enfant(s)</p>	 <p>Hauts revenus :</p> <p>% Audiences habitant des communes à hauts revenus</p>		

UN RÉSEAU PUISSANT DÉDIÉ À L'INFORMATION LOCALE ET LA PROXIMITÉ

INFO

Toute l'info en continu sur les territoires



10 Chaînes régionales

SERVICES

Des infos servicielles de proximité (météo, qualité de l'air, culture...)



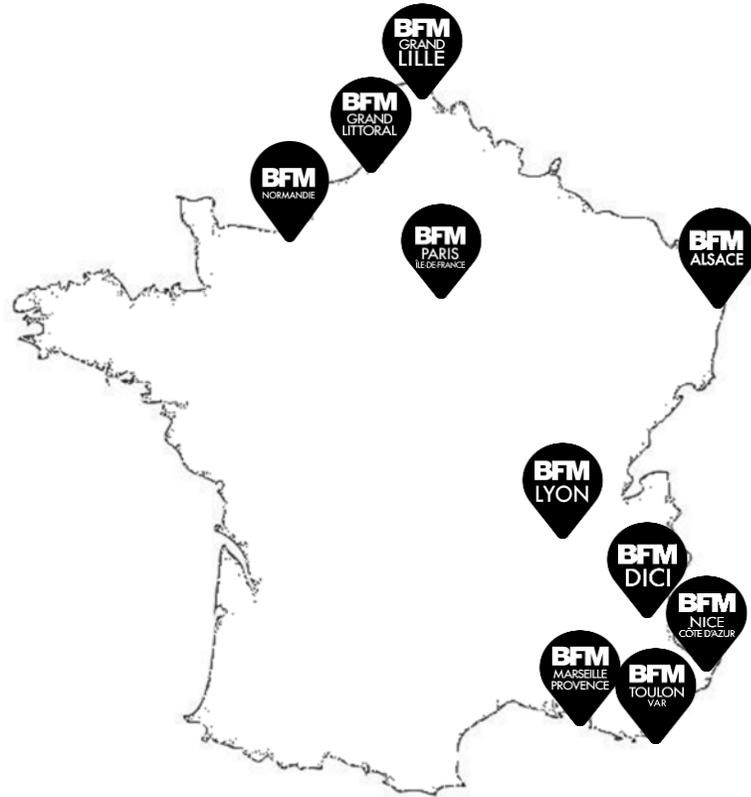
175 Journalistes dédiés

PROXIMITÉ

Tout sur la vie pratique et les loisirs

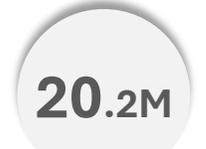


50% De la population couverte par notre offre



+6%

6.1M De téléspectateurs sur la saison



+39%

20.2M De visites en moyenne par mois sur le digital (sites & applications)

Source : Médiamétrie Etude TV Locales, Septembre 2023 – Juin 2024 vs N-1 / AT Internet – visites moyennes sur la saison 2023-2024 vs N-1

TV LOCALE

QUICKBOOST

Profitez de la puissance des **BFM Locales & du portail BFMTV.com** pour communiquer sur une courte période, avec une forte récurrence publicitaire. Bénéficiez d'une visibilité maximale avec au minimum un spot TV par heure sur chacune des 10 chaînes locales

LES MOYENS				<p>COUVERTURE PAR JOUR DES BFM Locales*</p> <table border="1"> <caption>COUVERTURE PAR JOUR DES BFM Locales*</caption> <thead> <tr> <th>Tranche horaire</th> <th>Couverture</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>06:30 - 07:00</td><td>22 500</td></tr> <tr><td>07:30 - 08:00</td><td>~40 000</td></tr> <tr><td>08:30 - 09:00</td><td>130 000</td></tr> <tr><td>09:30 - 10:00</td><td>~160 000</td></tr> <tr><td>10:30 - 11:00</td><td>210 000</td></tr> <tr><td>11:30 - 12:00</td><td>~250 000</td></tr> <tr><td>12:30 - 13:00</td><td>310 000</td></tr> <tr><td>13:30 - 14:00</td><td>~340 000</td></tr> <tr><td>14:30 - 15:00</td><td>380 000</td></tr> <tr><td>15:30 - 16:00</td><td>~410 000</td></tr> <tr><td>16:30 - 17:00</td><td>450 000</td></tr> <tr><td>17:30 - 18:00</td><td>~490 000</td></tr> <tr><td>18:30 - 19:00</td><td>550 000</td></tr> <tr><td>19:30 - 20:00</td><td>~590 000</td></tr> <tr><td>20:30 - 21:00</td><td>630 000</td></tr> <tr><td>21:30 - 22:00</td><td>~670 000</td></tr> <tr><td>22:30 - 23:00</td><td>750 000</td></tr> </tbody> </table>	Tranche horaire	Couverture	06:30 - 07:00	22 500	07:30 - 08:00	~40 000	08:30 - 09:00	130 000	09:30 - 10:00	~160 000	10:30 - 11:00	210 000	11:30 - 12:00	~250 000	12:30 - 13:00	310 000	13:30 - 14:00	~340 000	14:30 - 15:00	380 000	15:30 - 16:00	~410 000	16:30 - 17:00	450 000	17:30 - 18:00	~490 000	18:30 - 19:00	550 000	19:30 - 20:00	~590 000	20:30 - 21:00	630 000	21:30 - 22:00	~670 000	22:30 - 23:00	750 000	TARIFS & CONDITIONS	<p>Tarif net (20s) base 100 : 22 500 €</p> <p>Pour en savoir plus :</p>
	Tranche horaire	Couverture																																								
06:30 - 07:00	22 500																																									
07:30 - 08:00	~40 000																																									
08:30 - 09:00	130 000																																									
09:30 - 10:00	~160 000																																									
10:30 - 11:00	210 000																																									
11:30 - 12:00	~250 000																																									
12:30 - 13:00	310 000																																									
13:30 - 14:00	~340 000																																									
14:30 - 15:00	380 000																																									
15:30 - 16:00	~410 000																																									
16:30 - 17:00	450 000																																									
17:30 - 18:00	~490 000																																									
18:30 - 19:00	550 000																																									
19:30 - 20:00	~590 000																																									
20:30 - 21:00	630 000																																									
21:30 - 22:00	~670 000																																									
22:30 - 23:00	750 000																																									
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>OFFRE 1 JOUR</p> <hr/> <p>200 spots TV Minimum 10 spots/h + 275K impressions pré-roll</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>OFFRE 2 JOURS</p> <hr/> <p>400 spots TV Minimum 10 spots/h + 550K impressions pré-roll</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>OFFRE 3 JOURS</p> <hr/> <p>600 spots TV Minimum 10 spots/h + 885K impressions pré-roll</p> </div> </div>																																										

Source : Médiamétrie, Médiamat Local Janv24-Juin24 TCE 4+ / *Audience non garantie

TV LOCALE
LOCAL REACH

Ciblez grâce à la puissance des **BFM Locales**, de la **TV segmentée & du digital** la région idéale pour toucher vos clients dans **votre zone de chalandise**.

LES MOYENS	 BFM LOCALES 5 CHAÎNES AU CHOIX					TARIFS & CONDITIONS	Tarif net (20s) base 100 : À partir de 5 000 € Pour en savoir plus : 
	ÎLE-DE-FRANCE  	AUVERGNE-RHÔNE-ALPES  	HAUTS-DE-FRANCE   	GRAND-EST  	NORMANDIE  		
	TV segmentée :  BFM TV. RMC RMC DÉCOUVERTE STORY		+	En digital :   BFM TV.COM Géolocalisé dans la région en question			

ILLIMITÉES LOCALES

Bénéficiez sur une période de 6 mois d'un stock de **1 200 à 1 500 spots TV** & d'une **campagne digitale** à **activer quand vous le souhaitez**. **Ajustez** vous-même **vo**tre **pression publicitaire TV** selon vos besoins et temps fort de l'année !

LES MOYENS	 BFM LOCALES <p>1 200 à 1 500 spots TV activable quand vous le souhaitez* Sur une période de 6 mois</p>	<p>JANV-FÉV SOLDES D'HIVER SAINT-VALENTIN</p>	<p>MAR-AVRIL PÂQUES JOURNÉE MONDIAL DE LA TERRE</p>	<p>MAI-JUIN FÊTE DES MÈRES FÊTE DES PÈRES SOLDES D'ÉTÉ</p>	TARIFS & CONDITIONS	<p>Tarif net (20s) base 100 : À partir de 18 000 €</p> <p><i>Pour en savoir plus :</i></p> 
	 BFM TV.COM Géolocalisé dans la région en question <p>1.2M d'impressions pré-roll sur une période de 6 mois</p>	<p>JUIL-AOÛT VACANCES SCOLAIRES SOLDES D'ÉTÉ SAINT-VALENTIN PRÉPA RENTRÉE</p>	<p>SEPT-OCT BACK TO SCHOOL FRENCH DAYS HALLOWEEN</p>	<p>NOV-DÉC BLACK FRIDAY NOËL NOUVEL AN</p>		

*Dans la limite de 20 spots par jour / Diffusion des spots en floating

LES PILIERS DE NOTRE STRATÉGIE OPS



UN SAVOIR FAIRE RECONNU

UN SAVOIR-FAIRE ÉVÉNEMENTIEL

Nous **produisons** avec la **même exigence éditoriale et artistique des contenus** pour nos **marques clientes et nos éditeurs.**



NOS COMMUNAUTÉS PUISSANTES



NOTRE EXPERTISE ÉDITORIALE



NOS COMMUNAUTÉS PUISSANTES



TPE
PME



ARTISANS
PROS



Elus
Collectivité



BtoC



Décideur
CAC 40

T V

BFM ON SET

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



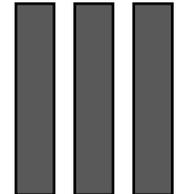
JINGLE PUB



PLATEAU AVEC MASCOTTES



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*.

Exemple de création



Source Interne – Post-Test Publicitaire juin 2024

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

T V

CONFÉRENCE BtoB

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 et LinkedIn



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

● CGV TV - VIDEO 2025

MARQUES RMC BFM

STRATÉGIE

OFFRES

ÉVÉNEMENTS

EASY PILOT

CONDITIONS COMMERCIALES

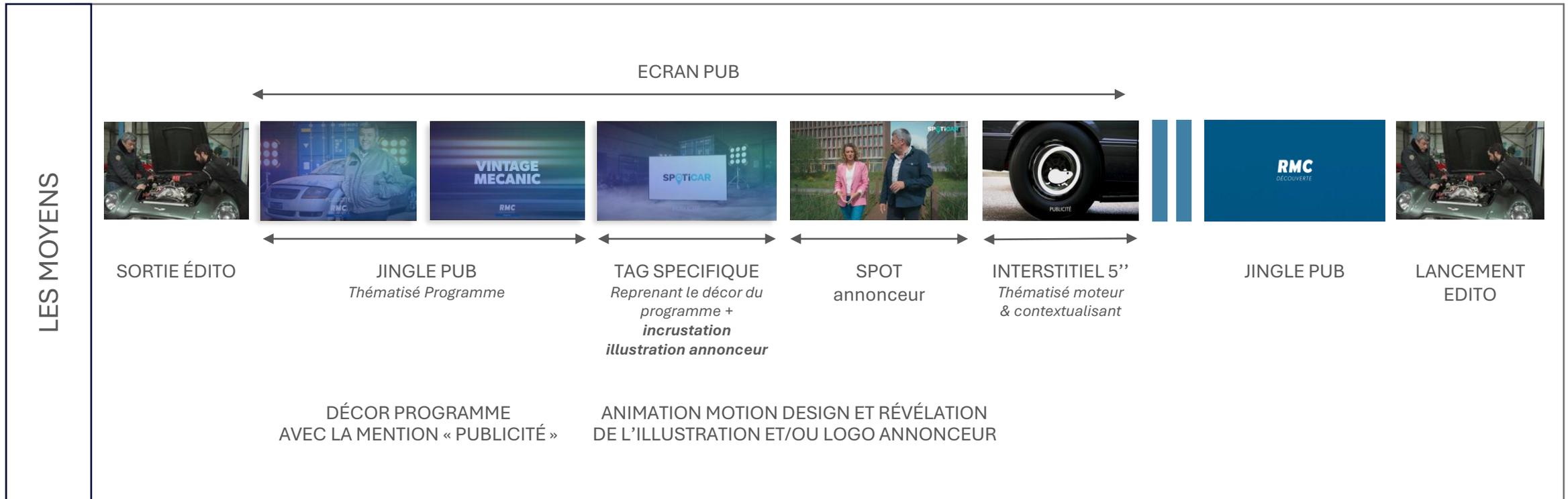
ANNEXES

P. 49

T V

JINGLE CUSTOMISÉ

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](#).

T V

BFM 3D

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



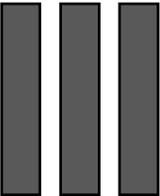
PUBLICITÉ



JINGLE THÉMATISÉ



SPOT ANNONCEUR
AVEC QR CODE



AUTRES
SPOTS



SCAN RENVOYANT VERS

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

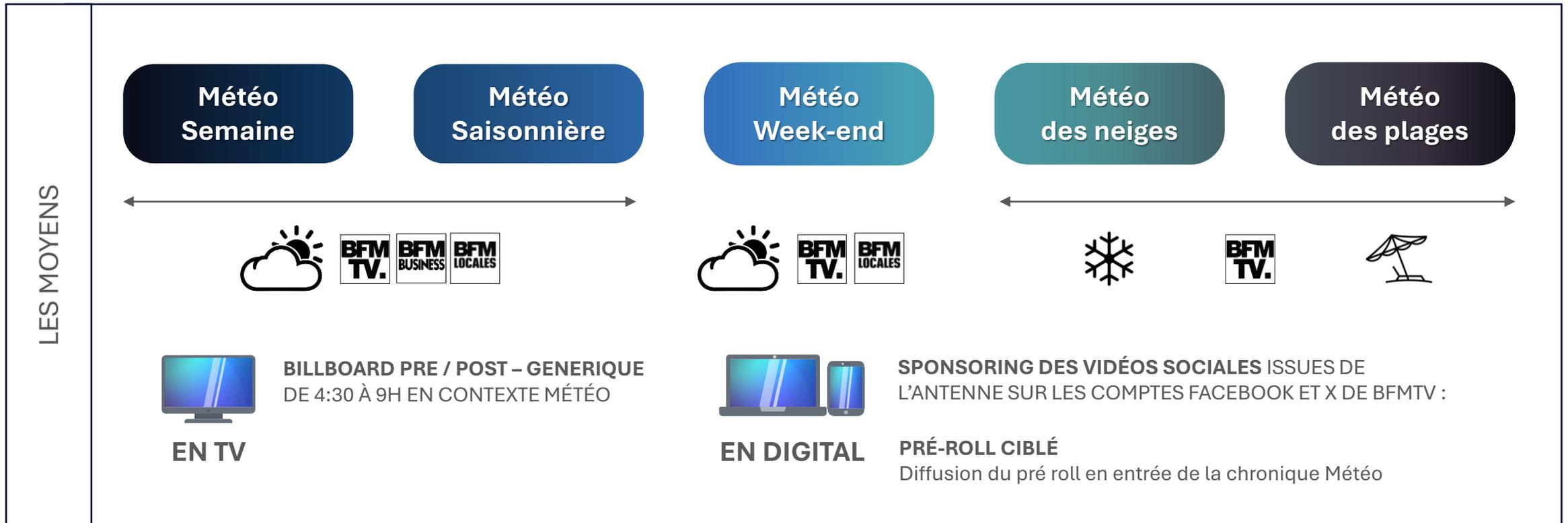
Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

● CGV TV - VIDEO 2025 |
 🏠
MARQUES RMC BFM
STRATÉGIE
OFFRES
ÉVÉNEMENTS
EASY PILOT
CONDITIONS COMMERCIALES
ANNEXES
P. 51

T V

SPONSORING METEO

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



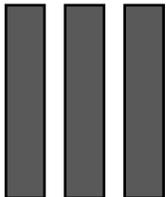
Pour en savoir plus, [contactez-nous](#).

T V

TOP HORAIRE

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 juin 2024

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

Adressez les **15-34 ans** avec une écriture éditoriale **pensée pour le social** sur leur territoire de consommation.

LES MOYENS



DES CRÉATIONS DIGITALES NATIVES
CO-CONSTRUITES AVEC DES ANNONCEURS

ÉMISSIONS & FILMS



Les émissions : Génération Africa avec Winamax, La Carte UFC avec Betclac

Les films RMC SPORT : Netflix, Impulstar & Adidas

CAPSULES



Les émissions : DailyCan avec Winamax

LIVE ÉVÉNEMENTS



Live immersif / live sport : Quizz de Noël Live Twitch

Acquisitions spécifiques digitales : Tennis de table ...

UNE DIFFUSION DE L'ENSEMBLE DE NOS CANAUX EN 360

twitch

LIVE

YouTube

LIVE
REPLAY

RÉSEAUX
SOCIAUX

NATIF
DÉCOUPES

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

RMC BFM S'ENGAGE

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

Adopter un traitement transversal des enjeux climatiques ; bien mettre en perspective cette question sur toutes ses facettes : science, économie, politique, pouvoir d'achat, quotidien des Français, approche systémique

Faire preuve de pédagogie sur les questions climatiques et environnementales sur la forme pour apporter du fond : aller sur le traitement de questions complexes et avoir recours aux expertises indispensables pour expliquer, rapporter à l'échelle du quotidien

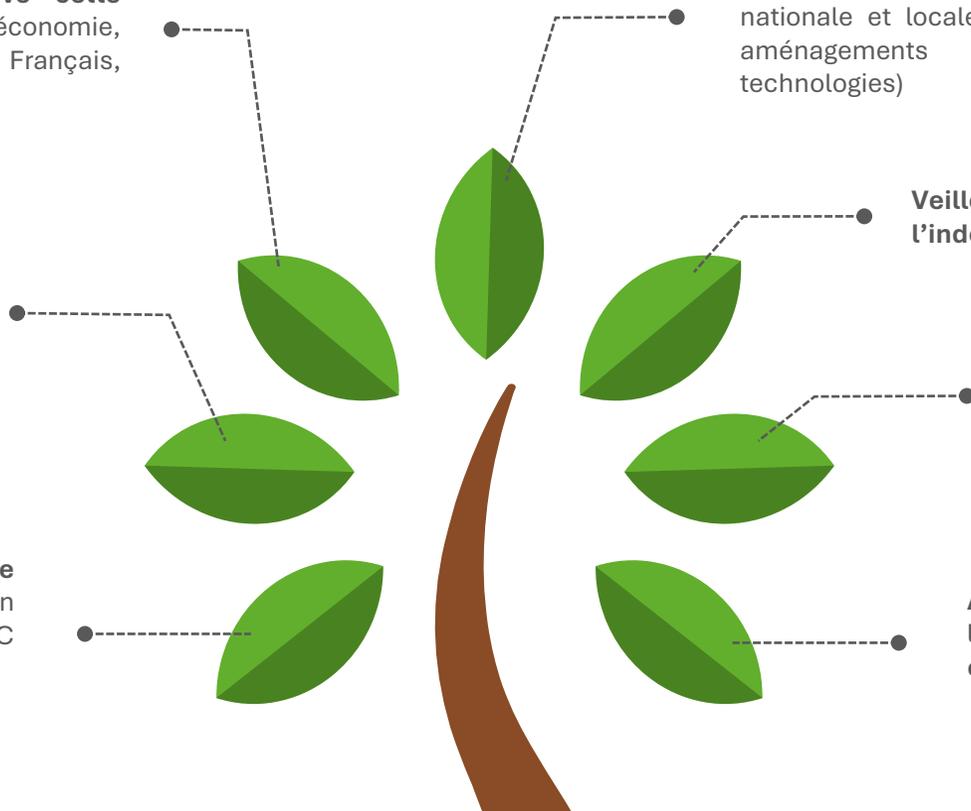
Assurer la transparence des sources dans le traitement des enjeux climatiques : en conformité avec la Charte déontologique RMC BFM

Encourager le traitement des solutions apportées aux défis climatiques et environnementaux, à l'échelle nationale et locale, individuelle et collective (sobriété, aménagements urbains, solutions pratiques, technologies)

Veiller à la préservation de l'indépendance des rédactions

Déployer des formations spécifiques aux équipes éditoriales dans une démarche d'amélioration continue

Accompagner et sensibiliser toutes les équipes aux questions climatiques et environnementales



RMC BFM S'ENGAGE

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.**

Sur la dernière année c'est plus de 60 évènements réalisés & 2500 participants.



MESURE D'IMPACT CARBONE

Les régies publicitaires du SNPTV ont lancé une calculette carbone commune pour la diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire et replay.

En juin 2023, le SNPTV, accompagné par BL évolution, a publié son référentiel méthodologique pour la mesure de l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes publicitaires en TV linéaire.

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

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

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



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

PROGRAMME SDAT

Lancé en décembre 2023, 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 1^{er} cycle du programme (V1) :

- 18 sur 25 régies membres du SRI se sont engagées dans le programme
- Moyenne globale des scores des 18 régies est de 67/100



R S E

BFM CLIMAT

BFM Business renforce son engagement pour le climat !



BFM Business est une référence dans le domaine de l'information économique et financière en France. Forts de cette crédibilité et de la confiance de notre audience, BFM Business est idéalement placé pour aborder les enjeux complexes de la transition écologique avec rigueur et clarté.

A cette occasion, BFM Business lance une **nouvelle verticale dédiée au climat** ainsi que **deux rendez-vous hebdomadaires** sur son antenne.

→ **Une chronique** dans **Good Morning Business** !



Animée par **Philippine DOLBEAU**, cette chronique apportera chaque semaine un **éclairage** pertinent, au cœur des entreprises sur les **avancées et défis de la transition écologique**. Philippine Dolbeau, avec son expertise et son dynamisme, saura capter l'attention de nos téléspectateurs et les sensibiliser aux enjeux climatiques.

→ Une émission **dédiée au climat**



Avec **Thomas SASPORTAS**, « **BFM Climat L'émission** », sur les transformation et l'adaptation des entreprises à l'heure du changement climatique. Notre objectif : apporter de **l'expertise, des conseils et des solutions** pour aider les chefs d'entreprises et managers à **relever les défis** : adaptation, décarbonation, sobriété, transformation des business model.

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

RESPONS'ACTES

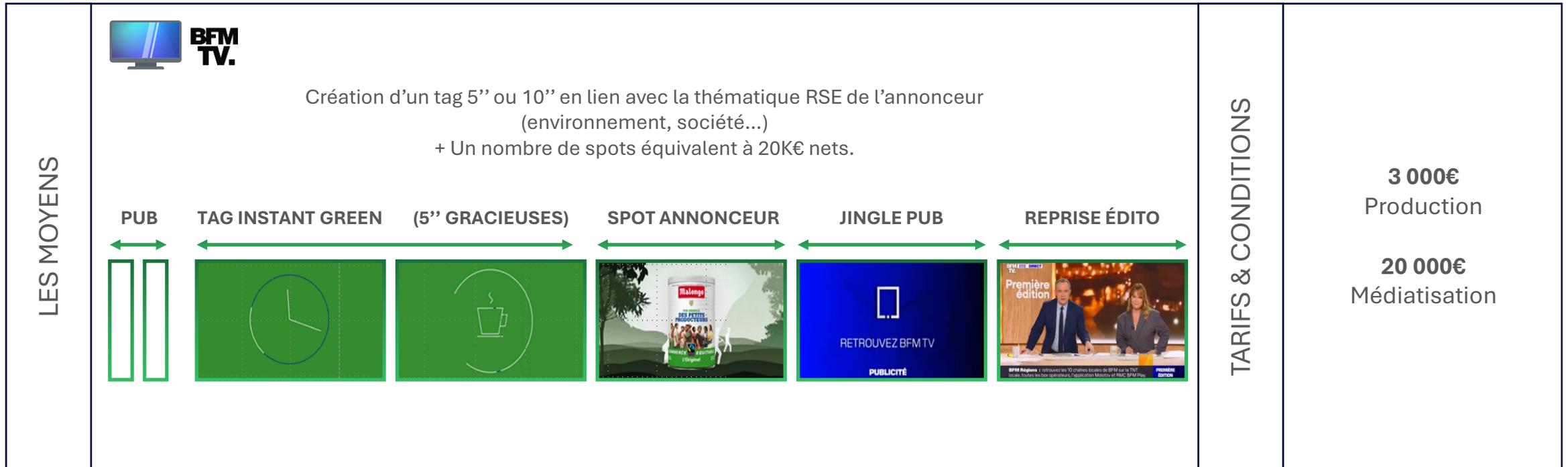
Mettez en lumière vos actions RSE et affirmez votre engagement à travers une série de **2 publi-reportages intégrée, diffusée en TV et sur le digital.**

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">LES MOYENS</p>	 <p>Diffusion d'un teaser en EP la veille du lancement de la campagne</p> <p>Diffusion du publi 60'' en écran pub isolé et encadré par un jingle pub spécifique « Respons'actes »</p>	 <p>2 articles publidactionnels embeddant les 2 contenus 60'' pour approfondir vos engagements avec une médiatisation spécifique pour driver nos audiences vers ces articles.</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">TARIFS & CONDITIONS</p>	<p>Offre Socle : 31K€ nets production à partir de 180K€ nets médiatisation</p> <p>Offre 100% digital : 8K€ nets production à partir de 15K€ nets médiatisation</p>

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

INSTANT GREEN

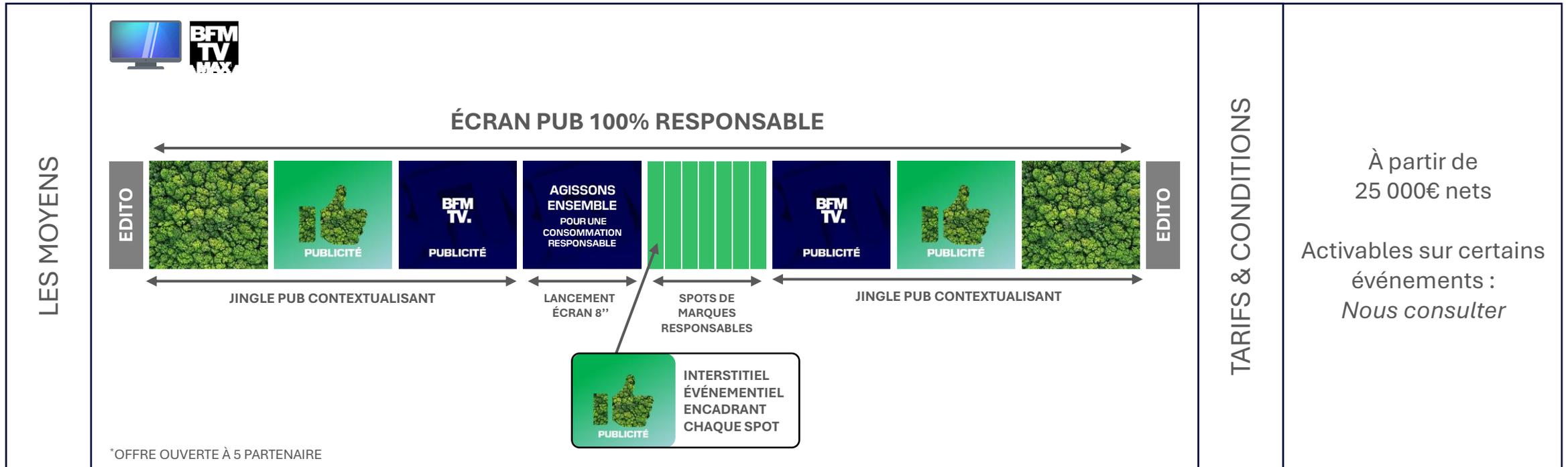
Faites connaître votre engagement pour l'environnement
grâce à une contextualisation de votre spot au sein d'un format dynamique



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

ÉCRANS ENGAGÉS

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



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



CALENDRIERS DES EVENTS

4

RMC BFM ADS met à disposition ses supports et ses solutions afin de proposer aux annonceurs des offres qui répondent à leurs problématiques de performance, de contexte, de ciblage, rse, locales, et de contenus.



TEMPS-FORTS RSE

Pour événementialiser 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 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 (07/04)

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)

TEMPS-FORTS COMMERCIAUX

Pour événementialiser 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** (10/01 au 06/02)
- **Dry January**
- **Mardi Gras** (13/02)
- **Saint-Valentin** (14/02)
- **Salon de l'agriculture** (24/02 au 03/03)

MARS-AVRIL



- **Premier jour du Printemps** (20/03)
- **Pâques** (31/03)

MAI-JUIN



- **Fête des Mères** (26/05)
- **Fête des Pères** (16/06)
- **Début de l'été** (20/06)
- **Soldes d'été** (28/06 au 25/07)

JUL-AOÛT



- **Tour de France** (29/06 au 21/07)
- **Fête nationale** (14/07)
- **Vacances scolaires**
- **EURO féminin de football** (2 au 27/07)

SEPT-OCT



- **Début de l'automne** (22/09)
- **French Days** (27/09 au 30/09)
- **Halloween** (31/10)

NOV-DÉC



- **Black Friday** (22/11)
- **Cyber Monday** (02/12)
- **Noël** (25/12)
- **Nouvel An** (31/12)

CALENDRIERS D'ACTIVATIONS

TEMPS-FORTS ÉVÈNEMENTS

Avec son réseau de communautés puissantes et son expertise de savoir-faire évènementiel, RMC BFM Ads propose tous les ans des centaines d'évènements.



Exemples d'évènements (liste non-exhaustive et sans engagement de reconduction en 2025)



ESPACE CLASSIQUE EASY PILOT

5

RMC BFM ADS propose avec Easy Pilot un mode d'achat simple et efficace

EASY PILOT

NOS CHAINES

RMC BFM Ads prolonge le mode de commercialisation des espaces publicitaires de ses chaînes TNT autour de trois offres contextuelles **RMC², BFMTV MAX & les chaînes Théma.**

Une approche Content Planning qui a pour objectif de proposer un accès simple et performant à des contextes Info et Curiosité de référence.



CHAINES THÉMA

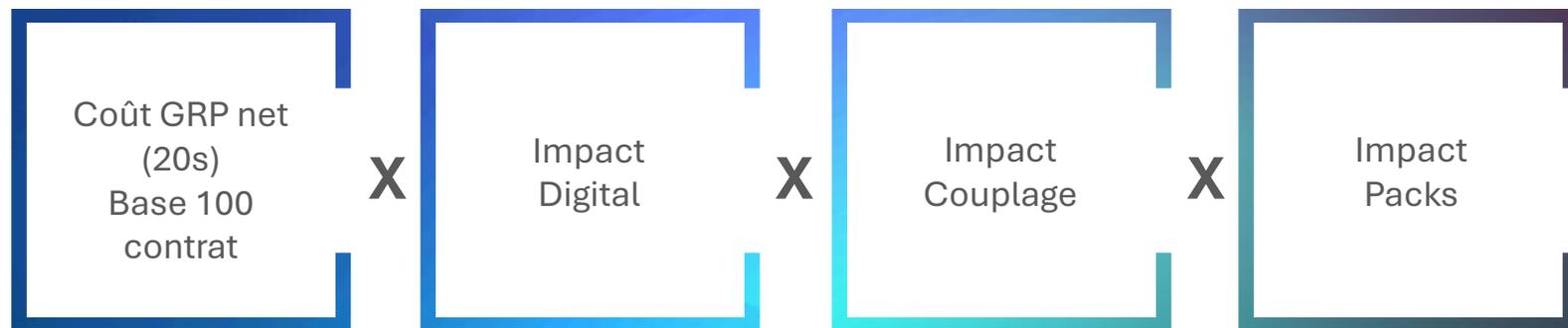
Les chaînes thématiques comprennent la chaîne N°1 sur l'économie, BFM Business, et la chaîne N°1 sur les sports de combat, RMC Sport.

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 & RMC², 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, BFM Locales, RMC Découverte ou RMC Story sous condition d'une majoration tarifaire de 10%.

EASY PILOT

L'achat Easy Pilot en coût GRP garanti est proposé sur une palette de 41 cibles (cf. annexes) pour les offres BFMTV MAX et RMC². 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



= Coût GRP net (20s) programmé

EASY PILOT

Impact digital

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

% VOL / Total TV + VOL	<5%	[5 – 10%[[10 – 15%[>=15%
Modulation	105	100	98	96

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.

EASY PILOT

Impact Couplage

En 2025, 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 :

Modulation	BFMTV MAX OU RMC ²	BFMTV MAX ET RMC ²	BFMTV MAX ET /OU RMC ² ET THEMA	
			[5%-10%[de THEMA	>=10% de THEMA
	105	100	98	96

Impact Pack

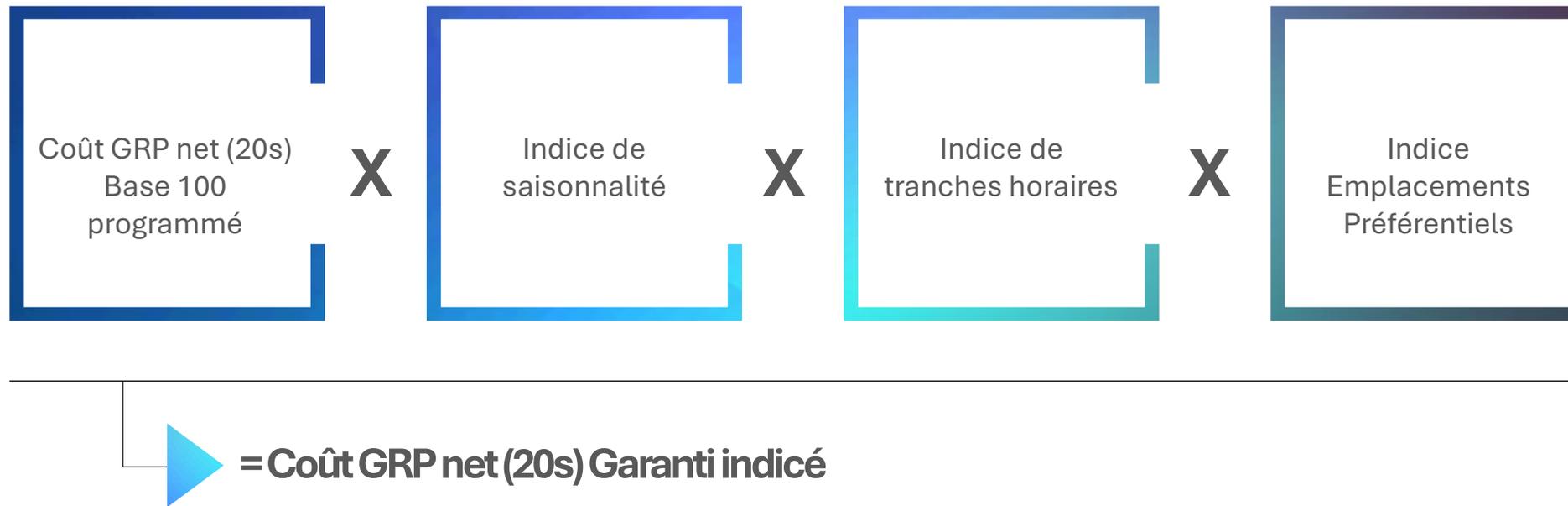
Afin d'encourager l'accès de nos clients à nos packs à forte valeur, en 2025 RMC BFM Ads met en place un bonus permettant de moduler le CGRP net base 100 des chaînes TNT selon le barème suivant :

% Packs / Total TV	<10%	>=10%
Modulation	100	99

EASY PILOT

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 Indiqué



EASY PILOT

Les indices de saisonnalité

Périodes CGV	01/01 - 02/03	03/03 - 13/04	14/04 - 11/05	12/05 - 06/07	07/07 - 27/07	28/07 - 17/08	18/08 - 19/10	20/10 - 21/12	22/12 - 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 ²	BFMTV MAX	RMC ²	BFMTV MAX	RMC ²	BFMTV MAX	RMC ²	BFMTV MAX	RMC ²
DAY	85	85	85	90	90	80	90	70	85	80
ACCESS	105	110	100	120	110	130	100	140	100	100
PEAK	130	130	130	120	140	135	170	140	180	140
NIGHT	75	70	70	70	85	70	80	90	70	100
MORNING REACH	150		150		160		190		200	

Les indices EP

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

LES CIBLES GARANTIES

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+	
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+	SILVER		JEUNES ADULTES
Individus CSP+	Ensemble > 35 ans	Femmes > 35 ans	Ensemble 15-34 ans
Prof Libérales + Cadres Sup	Ensemble > 50 ans	Femmes > 50 ans	Hommes 25-34 ans
Ensemble 50-70 CSP+	Ensemble > 60 ans	Hommes > 35 ans	Ensemble 25-34 ans
Chef Foyer CSP+	Ensemble 50-59 ans	Hommes > 50 ans	Hommes 15-34 ans
Ensemble 25-49 ans CSP+			

EASY PILOT TV SEGMENTÉE

Une tarification par catégorie de segment cible :

CPM DE BASE 20s : 22€

Inclus : 1 segment « Access » au choix
Segments Access : région / socio-démo* / intérêt TV

* Age, genre, CSP

MULTI-ACCESS

Cumul 2 segments Access : **+1.5€**

Cumul 3 segments Access : **+3€**

SEGMENTS « PREMIUM »

PROFILS : +3€	GÉOLOC : +4€	Usage TV : +5€	SUR-MESURE : +5€	MULTI-PREMIUM* (inter-intra catégorie)
<ul style="list-style-type: none"> Haut revenus Composition foyer Type d'habitat Petit pro 	<ul style="list-style-type: none"> Département(s) / Agglomérations Zone à faibles émissions (ZFE) Zone urbaine / zone rurale Ville / Code Postal Météo / Chalandise 	<ul style="list-style-type: none"> Petits conso TV Audiences exclu contenus RMC BFM • Tech Viewer • Investisseurs immobilier • Banque – Finance • Viewer BFM Business • Courses Hippiques 	<ul style="list-style-type: none"> Onboarding data tierce Onboarding data CRM annonceur 100% Prime 6h - 9h Mono-chaîne 	<p>Cumul 2 segments Premium: +7€</p> <p>Cumul 3 segments Premium: +9€</p> <p>4 segments Premium et + : Nous contacter</p>

* Hors sur-mesure

Gré à gré | programmation garanti
 DSP : Hawk, The Trade Desk, Xandr, DV 360, Beeswax
5 copies maximum autorisées par campagne
 Majoration de 500€ par copie supplémentaire

Indices formats

Les indices formats suivants s'appliquent :

Format	15''	20''	30''
Indice	85	100	110

Seuls les formats 15'', 20'' et 30'' sont disponibles en TV Segmentée (hors auto-substitution).



CONDITIONS

COMMERCIALES

6



CONDITIONS COMMERCIALES

CONDITIONS D'ACHAT

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 24	Novembre–Décembre 24	Janvier–Février 25	Mars–Avril 25	Mai–Juin 25	Septembre–Octobre 25
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	01/01/2025-31/01/2025	01/02/2025-31/03/2025	01/04/2025-31/05/2025	01/06/2025-31/08/2025	01/09/2025-30/11/2025	01/12/2025-31/12/2025

Pour les chaînes BFM Locales, la référence sera le fichier semestriel de médiaplanning (source : Médiamat Local) applicable au moment de la programmation de la campagne, selon le calendrier suivant :

Vague d'étude Médiamat Local :	Janvier-Juin 24	Septembre 24-Février 25	Janvier-Juin 25
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	01/01/2024-30/04/2024	01/05/2024-31/08/2024	01/09/2024-31/12/2024

L'étude utilisée pour RMC Découverte et RMC Story sera le Médiamat National Quotidien.

Pour l'ensemble des chaînes mesurées, les GRP appliqués du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025 seront calculés sur une base France entière.

CONDITIONS COMMERCIALES

CONDITIONS D'ACHAT

Remise de Référence

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur **BFMTV MAX, RMC², BFM Business TV, BFM Locales, 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, RMC², BFM Business TV, BFM Locales, 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.

Investissements du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025 (en € HT)

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.

REMISES

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 2025 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 2025 diminué de la totalité des dégressifs, primes et remises déjà effectués.

REMISES

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 : -40%

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, BFM Locales, RMC Découverte ou RMC Story sous condition d'une majoration tarifaire de 10%.

PROGRAMMATION & 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 SNPTV.

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.

telmar peaktime
A Telmar Group Company

popcorn
media

PROGRAMMATION & 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	Traitement 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.



LES ANNEXES 7



INDICES FORMATS

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.

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 Adstream (www.adstream.com/fr) et Peach Connect (www.peach.me) 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 le CSA, 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 IPTV / VOL / TVS, RMC BFM Ads a un accès dédié sur ADSTREAM et PEACH CONNECT (cf. normes digitales).

VARIO

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 : une modulation du CGRP net

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.

En cas de publication d'un vario à la hausse en 2025, celui-ci ne sera pas appliqué aux annonceurs s'étant engagés à investir au minimum 15% en VOL de leur volume total chez RMC BFM Ads en TV+VOL avant le 30 juin.

TRANCHES HORAIRES



DAY	Lundi à Vendredi (LàV) : 0300-0599 / 0900-1799 / 2100-2199 Samedi-dimanche : 0300-2699	Lundi à Dimanche (LàD) : 0300-1799
ACCESS	LàV : 1800-1999	LàD : 1800-1999
PEAK	LàV : 0600-0899 & 2000-2099	LàD : 2000-2199
NIGHT	LàV : 2200-2699	LàD : 2200-2699
MORNING REACH	LàV : 641-711-811	

GUIDE DE LECTURE

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.

GUIDE DE LECTURE

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.

$GRP = Couverture (\%) \times Répétition$

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.

GUIDE DE LECTURE

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.

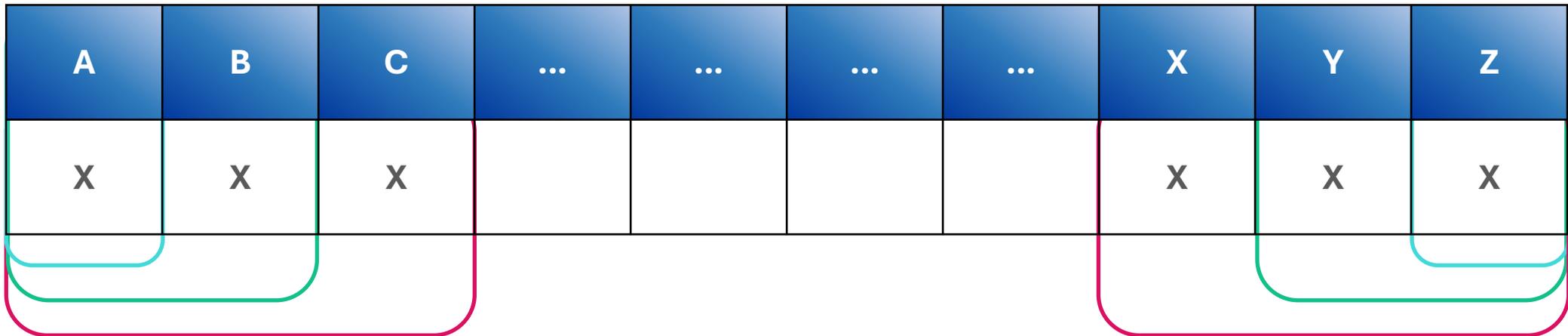
VISITEUR UNIQUE (VU) :

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

GUIDE DE LECTURE

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

CGV TV-VIDEO 2025

BFM TV.

BFM BUSINESS

BFM LOCALES

TECH & CO

RMC
INFO TALK SPORT

RMC
SPORT

RMC
STORY

RMC
DÉCOUVERTE