

**RMC BFM** ADS

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE  
**RADIO & AUDIO 2025**



# EDITO

---

*En 2025, RMC BFM Ads renforcera ce lien unique avec les Français grâce à une stratégie d'innovation éditoriale et publicitaire. Chaque mois, nos marques plurimedia nous permettent ainsi d'adresser **52 millions de Français**. RMC, notre marque phare en audio consolide sa place de **2<sup>ème</sup> radio commerciale sur les 25-49 ans** et de **numéro 1 sur l'audio digital**.*

*Nous sommes très fiers d'accélérer notre **stratégie 2025 sur l'audio digital** en continuant de **développer nos radios digitales et événementielles**. Nous renforcerons nos **offres de ciblage et d'émergence** et continuerons **d'enrichir notre catalogue data**.*

*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 RADIO-AUDIO UNIQUES | <b>P.04</b> |
| 2. NOTRE STRATÉGIE                 | <b>P.15</b> |
| 3. NOS OFFRES                      | <b>P.25</b> |
| 4. NOS ÉVÉNEMENTS                  | <b>P.49</b> |
| 5. EASY PILOT                      | <b>P.53</b> |
| 6. CONDITIONS COMMERCIALES         | <b>P.59</b> |
| 7. ANNEXES                         | <b>P.69</b> |



# UNE OFFRE RADIO-AUDIO UNIQUE

1

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

# 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



/ 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<sup>ÈME</sup> RÉGIE AUDIOVISUELLE PRIVÉE**

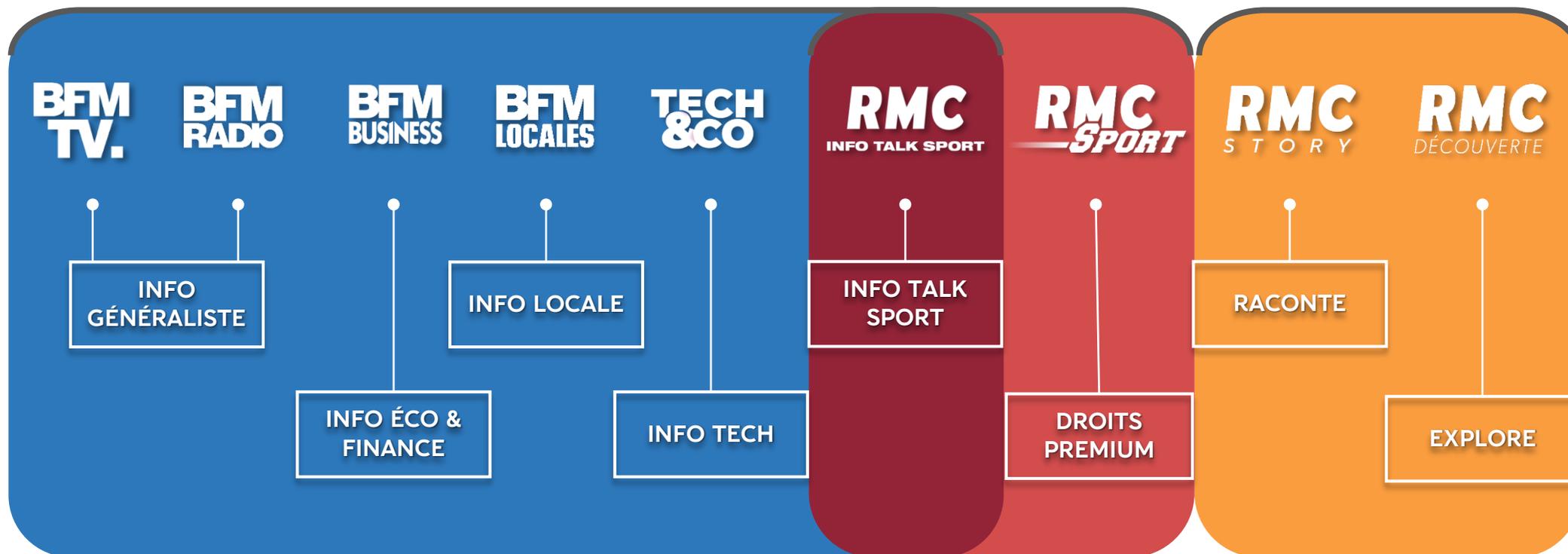
Sources : Médiamétrie Cross Médias juin 2024 / Médiamétrie Médiamat / Médiamétrie EAR AJ24 / Brightcove / Interne

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

# RMC BFM BIEN PLUS QUE DES RADIOS



# UNE OFFRE AUDIO UNIQUE



*Karim Nedjari,  
Directeur Général de RMC et RMC Sport*

## 1<sup>ÈRE</sup> MATINALE D'INFORMATION & D'OPINION

« Notre station se distingue par son ouverture, son pluralisme et son engagement à donner la parole à tous. L'auditeur est au cœur de notre projet, plus que jamais. »



*Arnaud de Courcelles,  
Directeur Général BFM Business*

## L'ÉCONOMIE À LA PORTÉE DE TOUS

« BFM Business est aujourd'hui le média leader de l'économie en radio télé et en digital avec sept millions de Français qui consomment BFM Business chaque mois. »



*Julien Mielcarek,  
Directeur délégué à l'information digitale*

## LA RÉFÉRENCE DE L'INFO EN RADIO

« BFMTV se décline aussi en radio avec le développement de BFM Radio qui a signé une saison d'audience record. BFM Radio est la grande nouvelle radio d'info avec les programmes de BFMTV mais aussi des contenus inédits ».

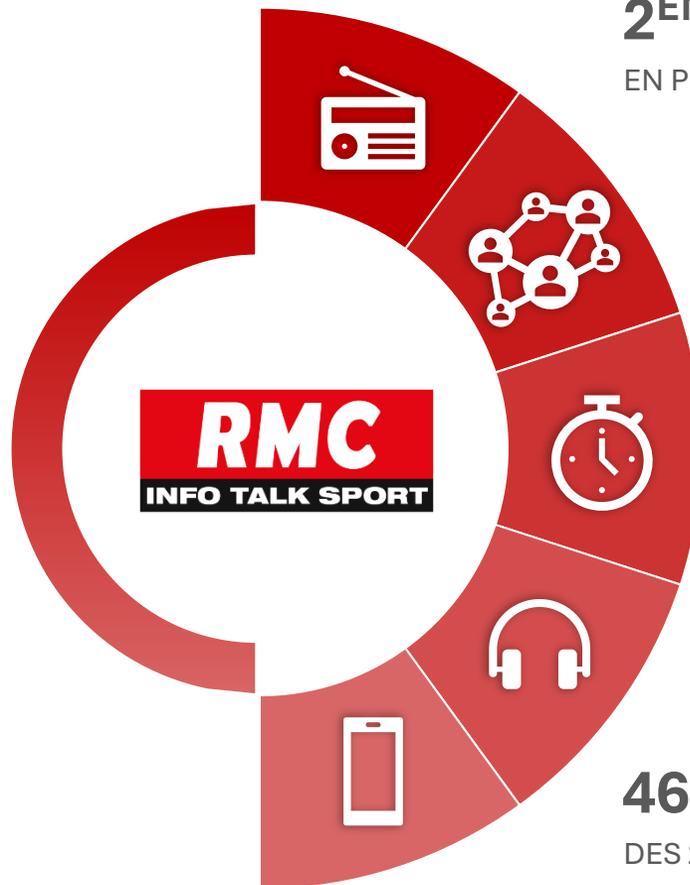
UNE OFFRE AUDIO UNIQUE

# RMC : LA RÉFÉRENCE DE L'INFO, DU SPORT ET DU DÉBAT



Apolline de Malherbe

Jérôme Rothen



**2<sup>ÈME</sup> RADIO PRIVÉE DE FRANCE**

EN PDA 25-49 ANS

**3.1M D'AUDITEURS**

13 ANS ET + CHAQUE JOUR

**1H56**

D'ÉCOUTE CHAQUE JOUR

**1<sup>ÈRE</sup> RADIO PRIVÉE DE FRANCE**

SUR L'AUDIO DIGITAL

**46% DE L'ÉCOUTE DE RMC**

DES 25-49 ANS SE FAIT VIA LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

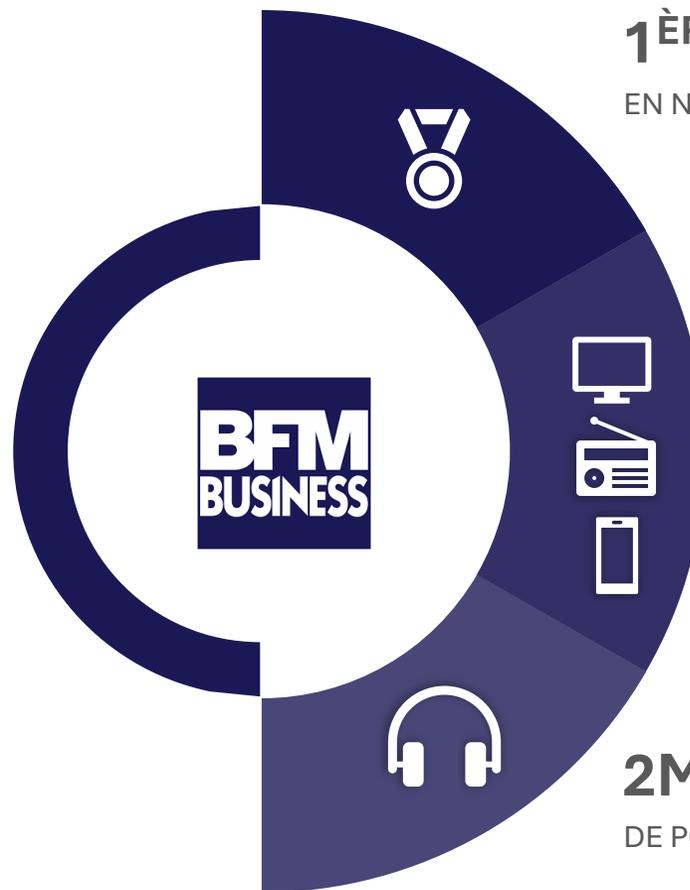
Source : Médiamétrie EAR AJ 2024 - 13 ans et + & 25-49 ans, Global Radio JM24 25-49 ans - LV - 05h-24h, ACPM et eStat Podcast saison 23-24

UNE OFFRE AUDIO UNIQUE

# BFM BUSINESS : L'ÉCONOMIE À LA PORTÉE DE TOUS



Laure Closier



**1ÈRE MARQUE ÉCONOMIQUE**  
EN NOTORIÉTÉ

**8M DE FRANÇAIS**  
CHAQUE MOIS TV/RADIO/DIGITAL

**2M DE TÉLÉCHARGEMENTS**  
DE PODCASTS PAR MOIS

Source : étude IPSOS & RMC BFM 2022, Médiamétrie Cross Media juin 2024, ACPM et eStat podcast saison 23-24

UNE OFFRE AUDIO UNIQUE

# BFM RADIO : LA FORCE DE BFMTV EN RADIO



Zacharie Legros



**1.7M DE TÉLÉCHARGEMENTS**

DE PODCASTS PAR MOIS

**1M D'ÉCOUTES LIVE**

PAR MOIS

**BFM RADIO SOIR**

Le rendez-vous d'information exclusivement sur BFM Radio soir de 20h à 22h du lundi au jeudi, présenté par Zacharie Legros

Source : ACPM et eStat podcast saison 23-24

# UN PROFIL SINGULIER DE NOS AUDITEURS



**LA PLUS JEUNE, ACTIVE & CSP+ DES GÉNÉRALISTES**

**72%**  
d'actifs

**52%**  
de moins de 50 ans



**1<sup>ÈRE</sup> RADIO EN AFFINITÉ SUR LES CIBLES PREMIUM**

**IA 149**  
Top Revenus > 120k€

**IA 134**  
Décideurs Finance

Source : Médiamétrie EAR National AJ24, actifs, CSPI+, 13-49 ans, ACPM One Next Influence 2024

# UN ECOSYSTEME SOCIAL PUISSANT



**48M**   
 de followers

**530M**   
 vidéos vues / mois

**1<sup>ER</sup> MÉDIA EUROPÉEN  
SUR  
Twitch**



**387K**   
 VIEWERS UNIQUE



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

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

# NOTRE STRATÉGIE

## 2

- Accélération de la stratégie audio digital
- Enrichissement du ciblage data
- Livestitching sur BFM Radio

LES GRANDES GŒULES SE METTENT SUR LEUR 31!

# L'AUDIO DIGITAL DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

## 56%

DE LA CONSOMMATION AUDIO  
SE FAIT VIA L'ÉCOUTE DIGITALE\*

## 81%

DES FRANÇAIS ÉCOUTENT  
**UN CONTENU AUDIO DIGITAL**  
AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS

Sur un mois, les podcasts radio (replay ou natifs) apportent  
**+ 6 POINTS DE COUVERTURE** à la radio en direct parlée



Source : Médiamétrie Global Audio 2024 – France entière 15-80 ans // \*Radio en direct sur supports digitaux / Podcasts radio (replay en natifs) / Podcasts natifs (hors radio) / Livres audio numériques / Streaming musical audio / Streaming musical vidéo en fond sonore

# RMC BFM LEADER SUR L'AUDIO DIGITAL



**1<sup>ÈRE</sup> RADIO PRIVÉE  
SUR LE LIVE DIGITAL**  
SUR LA SAISON 23-24

**20,8M**

d'écoutes live en moyenne



**1<sup>ÈRE</sup> RADIO PRIVÉE  
SUR LE PODCAST**  
SUR LA SAISON 23-24

**29,6M**

de téléchargements en moyenne



**1<sup>ER</sup> PODCAST DE FRANCE**

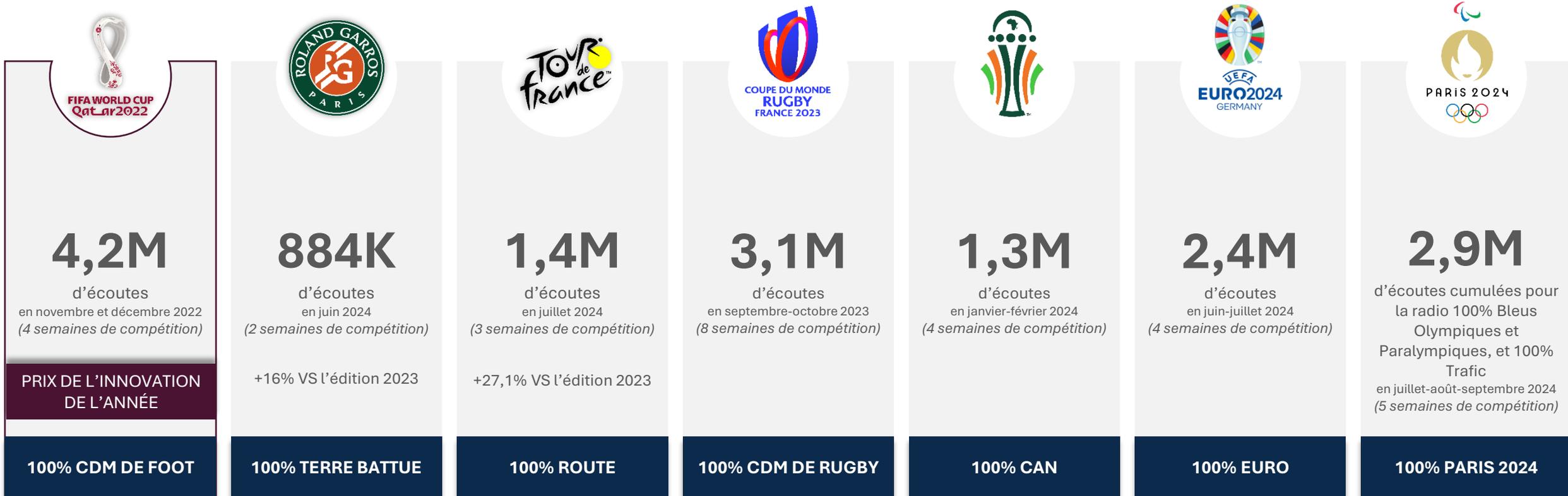
**15M**

de téléchargements en moyenne

Source : ACPM et Médiamétrie eStat podcast moyenne saison 23-24

# LES RADIOS 100% ÉVÉNEMENTIELLES

À chaque grand événement sportif, RMC crée une radio digitale sur mesure dédiée avec un contenu complet et accessible 24h/24 sur l'application RMC !



Source : ACPM live digital

# LES RADIOS 100% ÉVÉNEMENTIELLES EN 2025



Retrouvez de nouvelles radios digitales en 2025 :



# TOUTES LES TYPOLOGIES DE PODCASTS



## PODCAST REPLAY

Capitalisez sur la puissance de nos shows info, sport et éco autour du format replay



## PODCAST NATIF

RMC BFM innove et vous propose toujours plus de contenu avec ses podcasts natifs



## PODCAST DE MARQUE

Associez-vous à RMC BFM dans la production de votre podcast en vous appuyant sur notre savoir-faire sur l'audio-digital

# NOTRE STRATÉGIE

## UN LARGE ÉVENTAIL DE PODCASTS

**1<sup>ER</sup>**  
PODCAST DE FRANCE

### PODCAST REPLAY



### PODCAST NATIF



### PODCAST DE MARQUE



Source : Médiamétrie eStat podcast saison 23-24

# UNE OFFRE DATA PREMIUM & GRANULAIRE

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



21M de VU / mois  
3<sup>ème</sup> marque Info sur le digital



5M de VU / mois  
3<sup>ème</sup> marque Eco sur le digital



9M de VU / mois  
2<sup>ème</sup> marque Sport sur le digital

Source : Médiamétrie//NetRatings, juillet 2024

## + DE 300 SEGMENTS

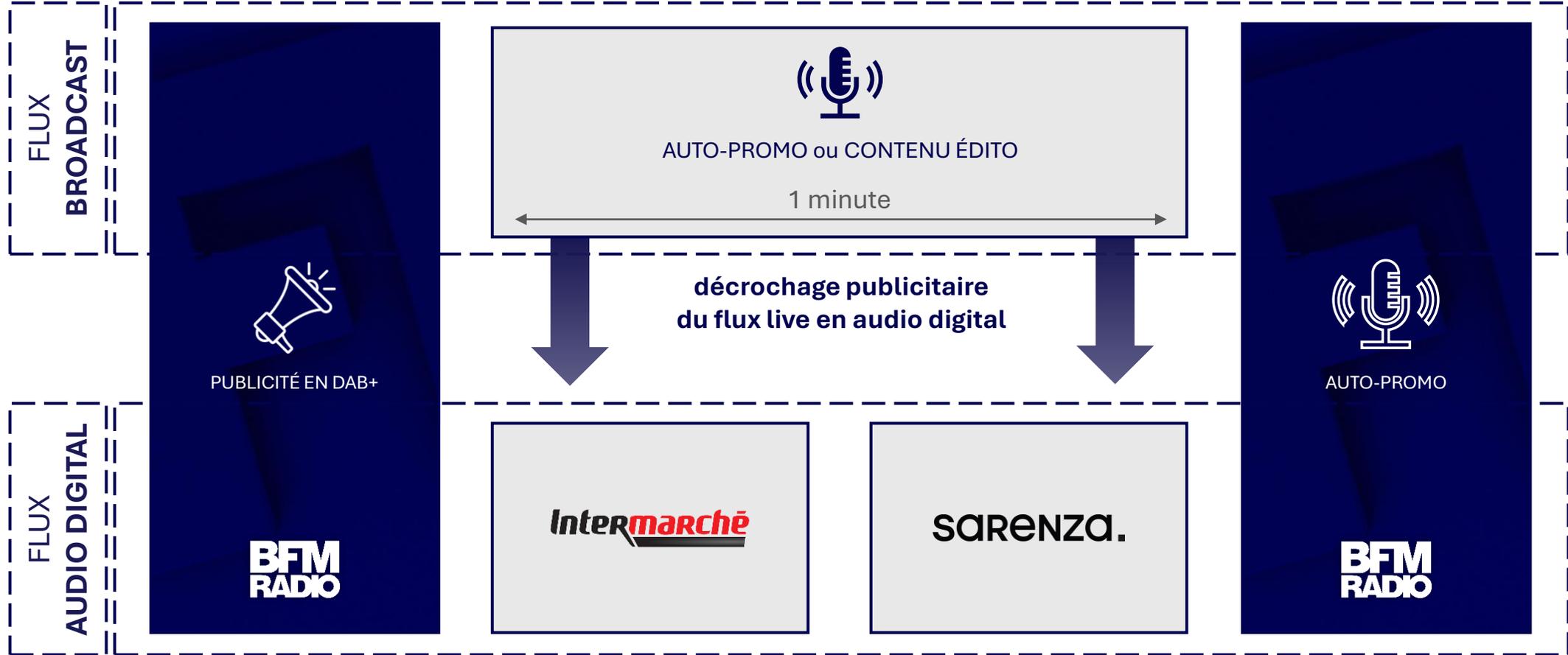
GÉOLOG | SOCIODÉMO | CONSO MÉDIA | SUR-MESURE



NOTRE STRATÉGIE

# LE LIVESTITCHING

Intégrez vos messages dans le flux live de BFM Radio pour une communication 100% digitale



# UNE INTÉGRATION PUBLICITAIRE OPTIMISÉE SUR LE PODCAST

CONDUCTEUR TYPE D'UN PODCAST



↓  
PRÉ-ROLL UNIQUE

↓  
POSITIONNÉE AU MÊME ENDROIT QUE LES COUPURES PUB LINÉAIRES

**[NEW] : VIRGULE SONORE PROPRE À CHAQUE MARQUE OFFRE  
UNE MEILLEURE CONTEXTUALISATION DE LA PUBLICITÉ**

# 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 performance, de contexte, de ciblage, RSE, et de contenus.

Apolline  
matin

Apolline  
matin

OFFRES COMMERCIALES

# TERRITOIRES D'OFFRES



**RMC BFM ADS**



**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



**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**

**Le Top Spot est un format qui capte les auditeurs de RMC avec un emplacement stratégique, en fin d'écran publicitaire & introduit par une virgule sonore RMC.**

|  |   |  |   |  |   |                     |  |
|--|---|--|---|--|---|---------------------|--|
| LES MOYENS   |   |  |   |  |   | TARIFS & CONDITIONS | Tarif net H.T. (20s) :<br><b>40 000€</b><br><br><i>Consultez-nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs &amp; conditions de cette offre</i> |
|  | 2 secondes<br><br><b>4.5 MILLIONS</b><br>de contacts 25-49 ans<br>avec 25 spots |  | 5 secondes<br><br><b>23 GRP</b><br>sur la cible 25-49 ans |  | De 5 à 20 secondes<br><br>Exemple de spot : |                     |  |
| Disponible sur   |   |  |   |  |   |                     |  |
| <i>Détail du dispositif :</i><br>Nous consulter - Performances données à titre indicatif, non contractuelles. Dispositif sous réserve de disponibilité planning à la date de réservation, de modifications de la mécanique et validation définitive par l'antenne et par l'éditeur pour le dispositif digital. |   |  |   |  |   |                     |  |

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

Émergez au cœur de nos programmes **grâce à nos voix antennes**, dans le studio en temps réel, **qui énoncent votre message en direct !**

LES MOYENS

**RMC**  
 INFO TALK SPORT  
 ÉDITO

LU EN DIRECT  
 DU PARTENAIRE

CITATION  
 RMC

PUB

PUB

**RMC**  
 INFO TALK SPORT  
 ÉDITO

*Message d'une durée de 10 à 30"*

**100%**

**D'EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS GARANTIS**

Détail du dispositif :  
 Nous consulter – sous réserve de validation antenne

Disponible sur

Exemple de spot :

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

● CGV RADIO/AUDIO 2025 | 
 
MARQUES RMC BFM
STRATÉGIE
OFFRES
ÉVÉNEMENTS
EASY PILOT
CONDITIONS COMMERCIALES
ANNEXES
P. 28

# SPONSORING ENRICHI

À travers nos **personnalités de l'antenne**, votre message publicitaire est **incarné par la même voix** que vous retrouvez au sein du podcast.

|            |  |  |   |   |                     |                                 |
|------------|--|--|---|---|---------------------|---------------------------------|
| LES MOYENS | <p>3 thématiques éligibles :</p>   |  |   | <p>Exemple de spot incarné par <b>Frédéric Simottel</b> :</p>  | TARIFS & CONDITIONS | <p>CPM net :<br/><b>80€</b></p> |
|            | <p><b>SPORT</b></p>  | <p><b>ÉCONOMIE</b></p>  | <p><b>TECH</b></p>  |   |                     |                                 |

**Prérequis :**  
Une durée maximale de 30 secondes et l'annonceur est soumis à validation de l'antenne.  
Exclusivement disponible en audio digital.

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

# POST-TEST PUBLICITAIRE

Mesurez et identifiez l'impact publicitaire d'une campagne radio sur les items de marque, branding & perception grâce à la granularité de notre panel propriétaire RMC BFM & Vous.



|                  |   |               |  |
|------------------|---|---------------|--|
| UNE MÉTHODOLOGIE |  <p><b>MODE DE RÉPONSE :</b><br/>100% digitales et RGPD compliant</p>  | DES RÉSULTATS | <p>Les gains moyens générés par une campagne bi-média TV et radio (reconnu vs non-reconnu)</p> |
|                  |  <p><b>LES RÉPONDANTS :</b><br/>Représentatifs de nos médias &amp; issus de notre panel propriétaire avec Toluna</p> |               | <p><b>+31 POINTS</b> VALEUR INCITATIVE</p>   |
|                  |  <p><b>L'ANALYSE :</b><br/>Comparaison des résultats des individus ayant reconnu vs non-reconnu la campagne</p>     |               | <p><b>+31 POINTS</b> APPRÉCIATION</p>  |
|                  |  <p><b>LES RÉSULTATS :</b><br/>Le traitement est réalisé par Harris Interactive et le rapport en interne</p>       |               | <p><b>+25 POINTS</b> NOTORIÉTÉ ASSISTÉE</p>  |

# BRAND LIFT SURVEY

Identifiez les **facteurs de l'efficacité** de votre campagne digitale en **audio** grâce à la récolte de données basées sur **l'exposition réelle**.



|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">UNE MÉTHODOLOGIE</p> | <p><b>MODE DE RÉPONSE :</b><br/>100% digitales et RGPD compliant</p> <p><b>LES RÉPONDANTS :</b><br/>Connexion en direct aux médias digitaux (app, site, RS) pour cibler une <b>exposition réelle</b></p> <p><b>L'ANALYSE :</b><br/>Les questionnaires sont collectés et traités <b>en temps réel</b></p> <p><b>LES RÉSULTATS :</b><br/>Accessibles en continue via un <b>dashboard interactif</b> et un <b>rapport clair</b> (vidéo, insights...)</p> | <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">DES RÉSULTATS</p> | <p>Exemple de gains générés pour une campagne (exposition réelle)</p> <p><b>+48 POINTS</b>    <b>ATTRIBUTION</b></p> <p><b>+36 POINTS</b>    <b>IMAGE DE MARQUE</b></p> <p><b>+20 POINTS</b>    <b>CONSIDERATION</b></p> |
|---|---|--|--|

# DRIVE-TO-STORE

Mesurez l'impact publicitaire d'une campagne audio sur vos points de ventes et identifiez l'incrément de trafic physique généré par la campagne.



|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">UNE MÉTHODOLOGIE</p> | <p><b>EXPOSITION MEDIA :</b><br/>Collecte des identifiants uniques mobile exposés durant la campagne</p> <p><b>VISITES EN POI :</b><br/>Collecte des MAID des personnes détectées en point de vente</p> <p><b>RÉCONCILIATION :</b><br/>Matching direct ou indirect des données d'exposition et de trafic physique</p> <p><b>LES RÉSULTATS :</b><br/>Accessibles via un <b>dashboard en ligne</b> ou un <b>rapport détaillé</b> réalisé en interne</p> | <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">DES RÉSULTATS</p> | <p>Exemple de performances de <b>visites en POI générées</b></p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 20px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center; width: 60px; height: 60px;"> <p><b>x2</b><br/>VS BENCH</p> </div> <div style="margin-left: 20px;"> <p><b>VISITES EN MAGASIN</b></p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 20px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center; width: 60px; height: 60px;"> <p><b>-52%</b><br/>VS BENCH</p> </div> <div style="margin-left: 20px;"> <p><b>COÛT PAR VISITE EN PDV</b></p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center; width: 60px; height: 60px;"> <p><b>+37</b><br/>POINTS</p> </div> <div style="margin-left: 20px;"> <p><b>UPLIFT</b></p> </div> </div> </div> <p style="font-size: small; margin-top: 20px;">Source : Campagne audio du 1 au 31 août 2024 avec une fenêtre d'attribution à J+14 diffusée sur RMC et BFM Business en audio digital pour un annonceur du secteur GSA.</p> |
|---|---|--|--|

# L'ATTENTION RADIO-AUDIO, LES LEVIERS D'OPTIMISATION DE LA CREATION PUBLICITAIRE PAR LES SCIENCES COGNITIVES

Le Bureau de la Radio s'associe à Impact Mémoire en **proposant une étude** pour mieux comprendre et optimiser **l'attention publicitaire en radio**.

La création publicitaire est le premier facteur contribuant à **amplifier l'attention, à hauteur de 67%**<sup>1</sup>. Et la radio et l'audio jouent un rôle clé pour maximiser l'attention grâce à une relation forte avec les auditeurs à travers des rendez-vous quotidiens avec les animateurs, des émotions et de la proximité.

Une écoute qui **les accompagne dans tous leurs moments de vie** : en mobilité, au travail, pendant leurs achats, leurs repas, leurs activités sportives, ... Pour aider les annonceurs à se démarquer avec leurs créations publicitaires, le Bureau de la Radio **s'est appuyé sur l'expertise d'Impact Mémoire** pour **identifier les leviers créatifs les plus performants**, et leur permettre d'optimiser les créations radio.

Impact Mémoire **s'appuie sur 20 ans d'expertise en Sciences Cognitives** en explorant les processus cognitifs liés à la création de souvenirs, et plus particulièrement les systèmes d'Attention.

À travers **l'analyse de plus de 100 spots**, cette étude identifie des **insights actionnables** en se concentrant sur l'Attention, tout en tenant compte des autres leviers essentiels de l'efficacité.

**RENDEZ-VOUS LE 3 DÉCEMBRE POUR DÉCOUVRIR LES RÉSULTATS.**

<sup>1</sup>Rapport ARF 2023, Attention Measurement Validation Initiative



# OFFRE PRIMO-ACCÉDANT

RMC BFM Ads partenaire de votre **performance** pour votre **première prise de parole** en radio et / ou audio digital !

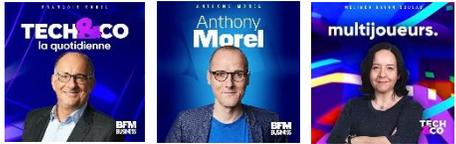
| LES MOYENS   | <br><p>exemple d'une campagne sur RMC à 30k€</p> <p><b>42 spots de 20'' en RADIO</b><br/>répartis sur le total journée du lundi au dimanche</p>           | <p><b>MÉDIAPLANNING TYPE</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Spots</th> <th>Lundi</th> <th>Mardi</th> <th>Mercredi</th> <th>Jeudi</th> <th>Vendredi</th> <th>Samedi</th> <th>Dimanche</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9h-12h</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> </tr> <tr> <td>12h-15h</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> </tr> <tr> <td>20h-24h</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> <td>20"</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> | Spots | Lundi | Mardi    | Mercredi | Jeudi    | Vendredi | Samedi   | Dimanche | 9h-12h | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 12h-15h | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20h-24h | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | 20" | TOTAL | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | TARIFS & CONDITIONS | <br><p>À partir de :</p> <p><b>20 000€</b></p> |
|--|--|--|-------|-------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|---|---|---|---|---|---|---|---------------------|---|
|  | Spots  |  | Lundi | Mardi | Mercredi | Jeudi    | Vendredi | Samedi   | Dimanche |          |        |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |       |   |   |   |   |   |   |   |                     |   |
| 9h-12h   | 20"  | 20"  | 20"   | 20"   | 20"      | 20"      | 20"      |          |          |          |        |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |       |   |   |   |   |   |   |   |                     |   |
| 12h-15h  | 20"  | 20"  | 20"   | 20"   | 20"      | 20"      | 20"      |          |          |          |        |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |       |   |   |   |   |   |   |   |                     |   |
| 20h-24h  | 20"  | 20"  | 20"   | 20"   | 20"      | 20"      | 20"      |          |          |          |        |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |       |   |   |   |   |   |   |   |                     |   |
| TOTAL  | 3  | 3  | 3     | 3     | 3        | 3        | 3        |          |          |          |        |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |       |   |   |   |   |   |   |   |                     |   |
| <br><p><b>AUDIO DIGITAL</b></p> <p><b>670 000</b><br/>impressions diffusées<br/>en live audio &amp; podcast en pré-roll et mid-roll</p> | <br><p>À partir de :</p> <p><b>10 000€</b></p> <p><small>FMA inclus, frais de production inclus<br/>format d'un spot radio 30'' (2 500€ HT)</small></p> |  |       |       |          |          |          |          |          |          |        |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |         |     |     |     |     |     |     |     |       |   |   |   |   |   |   |   |                     |   |

Disponible sur  et 

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

# PACK THÉMATIQUE

Communiquez **en exclusivité** en sponsorisant un pack thématique pour intégrer votre message dans un **contexte 100% affinitaire !**

|            |  |   |  |                     |  |
|------------|--|---|--|---------------------|--|
| LES MOYENS | <p><b>ACTUALITÉ</b></p>   | <p><b>ÉCONOMIE</b></p>  | <p><b>TECH</b></p>  | TARIFS & CONDITIONS | <p>Tarif net H.T. :<br/><b>50 000€</b></p> <p><i>Consultez-nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs &amp; conditions de cette offre</i></p> |
|            | <p>exemples de podcast présent dans chaque thématique – liste non exhaustive</p> <p><b>1M</b><br/>impressions diffusées</p> <p>dans le <u>pack thématique</u> en <b>sponsoring 100% de PDV</b></p> |   |  |                     |  |

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

# OFFRE JEUNE 15-34 ANS

Communiquez sur la 2<sup>ème</sup> radio de France pour adresser les 15-34 ans et au sein de l'After Foot, **LE show de référence** auprès des **moins de 35 ans** !

|            |  |  |                     |   |
|------------|--|--|---------------------|---|
| LES MOYENS | <p><b>RADIO</b></p>  <p><b>4M de contacts 15-34 ans</b><br/> <b>105 spots, soit 7 spots/jour</b><br/> répartis sur 3 semaines du lundi au vendredi<br/> 1 spot de 30'' dans chaque demi-heure entre<br/> 20h et 23h30</p> | <p><b>AUDIO DIGITAL</b></p>  <p><b>700 000</b><br/> <b>impressions</b> diffusées<br/> Sur le podcast After Foot<br/> +<br/> Ciblage data inclus</p> | TARIFS & CONDITIONS | <p>Tarif net H.T. (30s) :</p> <p><b>45 000€</b></p> <p><i>Consultez-nous pour avoir plus<br/> d'informations concernant les tarifs &amp;<br/> conditions de cette offre</i></p> |
|            |    |  |                     |   |

**Options supplémentaires :**  
La personnalisation automatique de votre message ou un message audio interactif en pré-roll sur les podcasts / Nous consulter. Sous réserve de validation planning.

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

C I B L A G E  
**OFFRE MÉTÉO**

**Adressez** facilement votre campagne au bon public en fonction d'un, voir plusieurs **critères météo**. Elle sera délivrée seulement si celui-ci est respecté.

|                   |   |                                |   |
|-------------------|---|--------------------------------|---|
| <p>LES MOYENS</p> | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Un large choix de critères : Température, ensoleillement, humidité, index UV, etc...</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Données météo alimentées J-1 par :</p>  <p><b>670K</b><br/>impressions</p> <p>Format Pre-Roll 100% audio digital<br/>en ciblage météo<br/>(podcasts streamé + player live)</p> </div> </div> | <p>TARIFS &amp; CONDITIONS</p> | <p>Tarif net H.T. :<br/> <b>20 000€</b></p> <p><i>Consultez-nous pour avoir plus d'informations concernant les tarifs &amp; conditions de cette offre</i></p> |
|-------------------|---|--------------------------------|---|

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

# 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



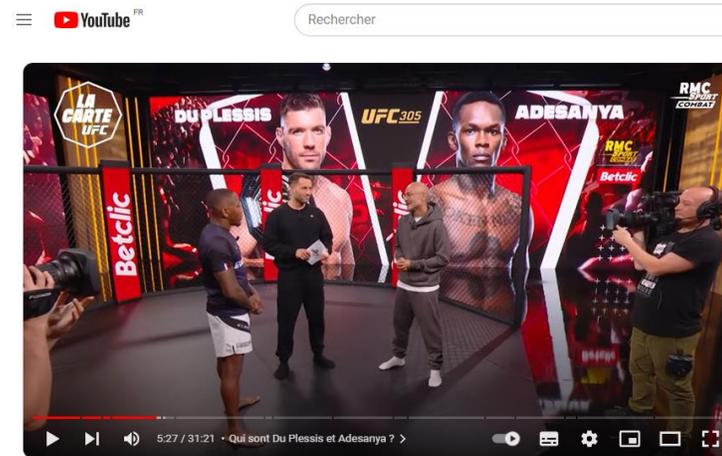
BtoC



Décideur  
CAC 40

# ADRESSER LES CIBLES JEUNES GRÂCE AU MEILLEUR DE RMC SUR LE SOCIAL

Des formats "social native" aux codes spécifiques : écriture, ton, prod, incarnations  
Inventer une nouvelle manière d'intégrer nos annonceurs



UFC 305 : Du Plessis vs Adesanya, "La Carte" Analyse et pronos DANS LA CAGE



# 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

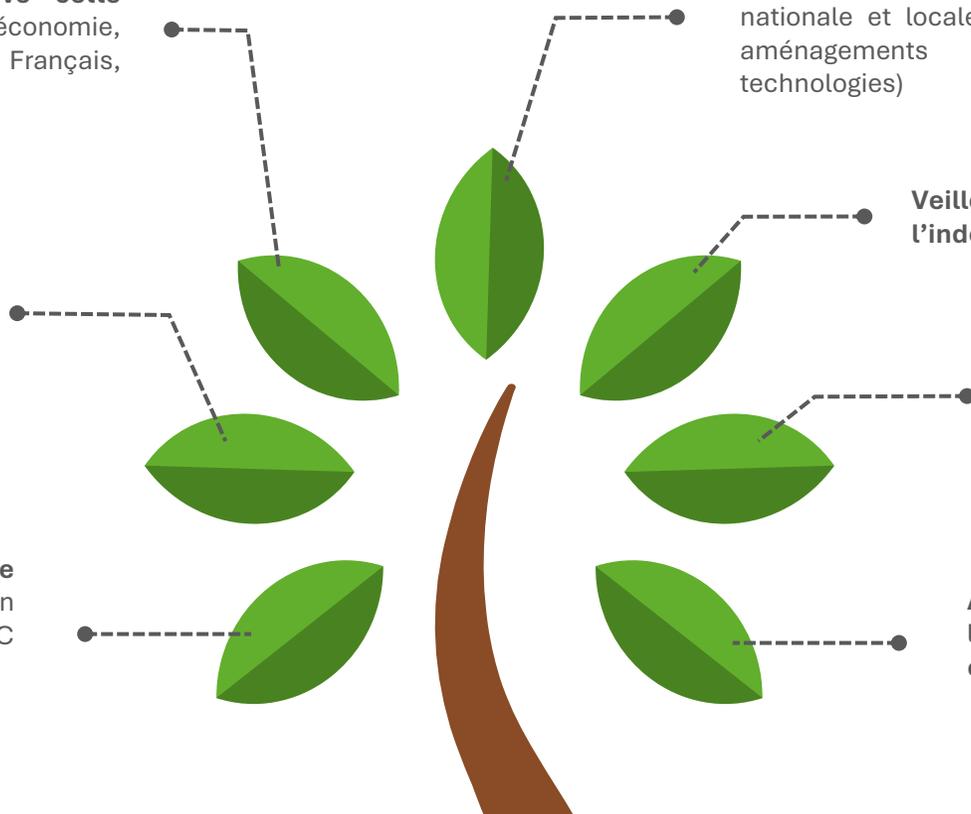
Assurer la transparence des sources dans le traitement des enjeux climatiques : en conformité avec la Charte déontologique RMC BFM

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

La filière publicitaire Radio, représentée par 9 régies publicitaires nationales radio lancent une calcullette carbone commune pour la diffusion des campagnes publicitaires en radio et audio digital.

En 2022, la filière publicitaire Radio, représentée par 9 régies publicitaires nationales radio, s'est rassemblée dans un groupe de travail afin d'aboutir à une mesure de l'empreinte de la diffusion d'un service de publicité Radio et Audio exprimée en t CO2e.

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

Dans cette démarche de développement d'une mesure coordonnée, ce référentiel est intégré depuis avril 2023 dans un calculateur commun à l'ensemble des 9 régies publicitaires développé par DK.

Les données utilisées pour ce calculateur sont issues de données de marché et de données moyennisées pour l'ensemble des régies intégrées au projet.



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

# UNIFORMISATION DES SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES DES MESSAGES PUBLICITAIRES AUDIO DIGITAUX

Les régies publicitaires du Bureau de la Radio (RMC BFM Ads, Lagardère Publicité News, M6 Publicité, NRJ Global) ont annoncé en mars 2024, une 1ère action pour réduire l'impact carbone de la diffusion des messages publicitaires en audio digital

Cette 1ère action vise à limiter le poids des messages publicitaires en audio digital afin de réduire l'impact carbone de la diffusion de la publicité. Cela réduit à la fois l'impact lié au stockage et à la diffusion des messages.

Ainsi, toutes les régies publicitaires se sont accordées pour que les messages de 30 secondes ne dépassent pas le poids de 1,5Mo, et les messages de 20 secondes, 1Mo.

Avec ces nouvelles spécificités techniques, l'impact carbone devrait être réduit respectivement d'environ de 10% à 20%. Après une 1ère étape d'information et de sensibilisation auprès des agences et annonceurs en 2024, ces spécificités techniques entreront en application partir du 1er janvier 2025.

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<sup>er</sup> 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



# 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**

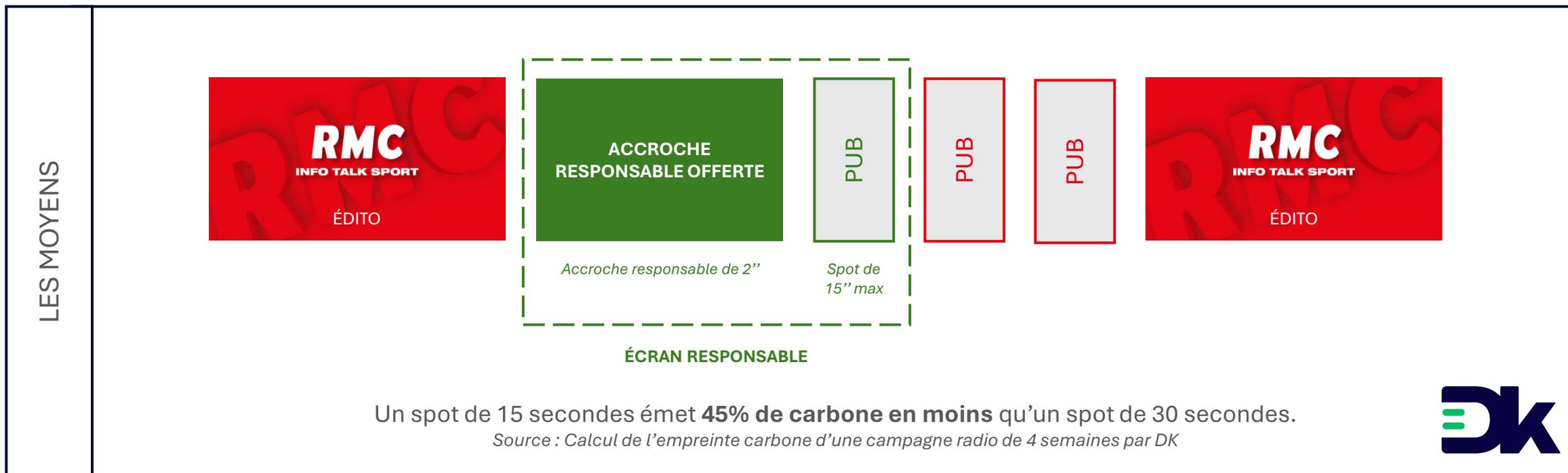


Avec **Thomas SASPORTAS**, « **BFM Climat L'émission** », sur les transformation et l'adaptation des entreprises à l'heure du changement climatique. Notre objectif : apporter de **l'expertise, des conseils et des solutions** pour aider les chefs d'entreprises et managers à **relever les défis** : adaptation,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

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

# ÉCRAN RESPONSABLE

Émergez à travers l'écran responsable ! Votre message RSE sera placé en tête d'écran publicitaire à la suite d'une accroche responsable de 2 secondes OFFERTE indiquant à l'auditeur qu'il va écouter une publicité responsable.



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

# CALENDRIERS DES EVENTS

# 4

RMC BFM Ads met à disposition à titre indicatif trois calendriers pour proposer des moments forts d'activation autour des temps-forts commerciaux, RSE et événementiels de l'année 2025.

## 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 RMC & 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 RMC & 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)

CALENDRIER D'ACTIVATIONS

# TEMPS-FORTS ÉVÉNEMENTS

Avec son réseau de communautés puissantes et son expertise de savoir-faire événementiel, 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

Les indices de saisonnalité :



| Périodes CGV | Du 01/01 au 05/01 | Du 06/01 au 19/01 | Du 20/01 au 02/03 | Du 03/03 au 11/05 | Du 12/05 au 13/07 | Du 14/07 au 24/08 | Du 25/08 au 16/11 | Du 17/11 au 30/11 | Du 01/12 au 24/12 | Du 25/12 au 31/12 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Indices      | 90                | 135               | 100               | 135               | 150               | 90                | 160               | 160               | 160               | 90                |



| Périodes CGV | Du 01/01 au 05/01 | Du 06/01 au 19/01 | Du 20/01 au 02/03 | Du 03/03 au 11/05 | Du 12/05 au 13/07 | Du 14/07 au 24/08 | Du 25/08 au 16/11 | Du 17/11 au 30/11 | Du 01/12 au 24/12 | Du 25/12 au 31/12 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Indices      | 80                | 115               | 90                | 115               | 125               | 80                | 125               | 130               | 125               | 80                |

L'achat Easy Pilot en coût GRP garanti est proposé sur une palette de 34 cibles (cf. annexes) pour RMC National.

En amont de la programmation, un Coût GRP net (30s) de référence (base 100/ hors majoration tarifaire) sur RMC est défini conjointement entre l'annonceur ou son mandataire et les équipes commerciales de RMC BFM Ads.

Ce Coût GRP net base 100 sera modulé sur RMC selon les choix de l'utilisateur sur la saisonnalité, les jours d'actions et les tranches horaires. La régie tient à disposition des utilisateurs un simulateur pour faciliter le calcul des indices.

Les saisonnalités s'appliquent sur le tarif HT en vigueur

# EASY PILOT

Les indices formats :

| Formats<br>Secondes | 5   | 8    | 10   | 15  | 20   | 25   | 30 | 35   | 40  | 45  | 50 | 55  | 60  |
|---------------------|-----|------|------|-----|------|------|----|------|-----|-----|----|-----|-----|
| Indices             | 0,5 | 0,59 | 0,65 | 0,8 | 0,92 | 0,95 | 1  | 1,25 | 1,5 | 1,7 | 2  | 2,1 | 2,4 |

Autres formats en annexes

Les Frais de Mise à l'Antenne (FMA) :

| Localisation | National | Île-de-France |
|--------------|----------|---------------|
| FMA (€)      | 32       | 27            |

Les frais de mise à l'antenne ne sont soumis à aucun dégressif commercial.

Les indices tranches horaires :

| Tranches horaires | < 50 ans; Hommes;<br>Actifs | CSP+ | > 35 ans |
|-------------------|-----------------------------|------|----------|
| PRIME             | 170                         | 155  | 170      |
| DAY+WE            | 85                          | 90   | 80       |
| DRIVE             | 110                         | 100  | 115      |
| NIGHT             | 45                          | 55   | 60       |

# EASY PILOT

## Impact Audio Digital :

Valable lorsque le montant est supérieur ou égal à 25K€ net au total Radio + Audio Digital en 2025 :

| CA global des investissements audio digital / CA RMC | <10%       | [10-15%[   | >=15%     |
|--|------------|------------|-----------|
| Modulation du CGRP net RMC                           | <b>103</b> | <b>100</b> | <b>99</b> |

Cette majoration 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 Audio Digital.

## Impact couplage (BFM Business et BFM Radio) :

Bonifiez votre CGRP net base 100 sur RMC National en référençant, en classique, sur une même campagne (mêmes dates) RMC National et BFM Business National ou BFM Radio, selon le barème suivant :

| % BFM Business et/ou BFM Radio / Total RMC | <5%        | [5-12%[    | >=12%     |
|--|------------|------------|-----------|
| Modulation du CGRP net RMC                 | <b>103</b> | <b>100</b> | <b>98</b> |

# EASY PILOT

## Géolocalisation :

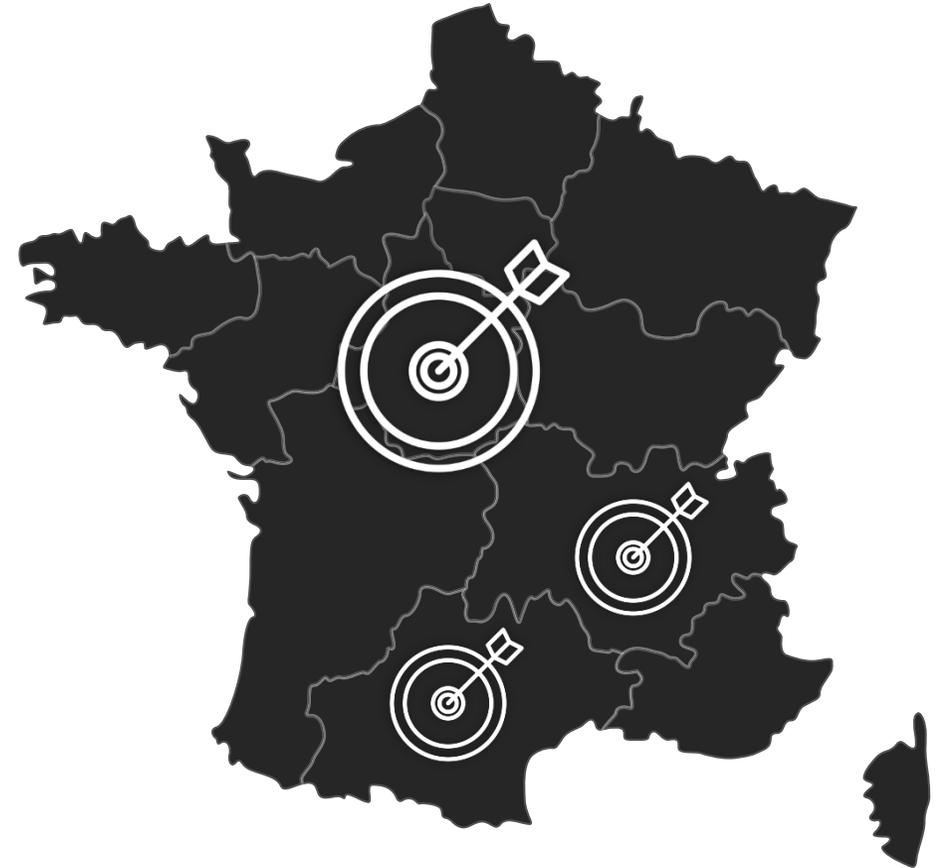
Grâce à son inventaire, RMC BFM Ads offre la possibilité de **géolocaliser votre campagne Audio Digital** sur la région de votre choix.

Un niveau d'impressions minimum par régions est garanti.

RMC BFM Ads tient à disposition des utilisateurs un outil pour faciliter le calcul du niveau d'impressions.

Un minimum d'**1 MILLION** d'impressions sur 15 jours garanties sur le **top 5 régions :**

IDF, Auvergne Rhône-Alpes, PACA, Nouvelle Aquitaine, Occitanie.



# AUDIO DIGITAL RATECARD



Ratecard 2025 :



| Supports                         | RMC | BFM Radio | BFM Business |
|----------------------------------|-----|-----------|--------------|
| Podcasts<br>CPM Net              | 14€ |           | 17€          |
| Player Live<br>CPM Net           | 14€ |           | 17€          |
| Sponsoring<br>CPM Net            | 50€ |           | 50€          |
| Sponsoring<br>Enrichi<br>CPM Net |     |           | 80€          |

| Majoration<br>si géolocalisé |
|------------------------------|
| +1€                          |
| +1€                          |

Format **Pré-roll** et **mid-roll** de maximum 30 secondes.  
Si le format est supérieur, nous consulter.

Si exigence 100% streaming une majoration de **2€** du CPM sera appliquée.

### SPONSORING :

100% de Part de Voix

Possibilité de s'associer au show du podcast :  
*exemple « L'After Foot vous est proposé par ... »*

### SPONSORING ENRICHIS :

Sponsoring incarné par la personnalité du podcast

Les indices de saisonnalité :

| Périodes<br>CGV | Du 01/01<br>au 02/03 | Du 03/03<br>au 11/05 | Du 12/05<br>au 13/07 | Du 14/07<br>au 24/08 | Du 25/08<br>au 31/12 |
|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Indices         | 100                  | 100                  | 100                  | 90                   | 120                  |



# CONDITIONS

## COMMERCIALES

# 6

# EMPLACEMENT PRÉFÉRENTIELS

*Emplacements payants :*

| Position                       | Majoration |
|--------------------------------|------------|
| Tête d'écran (T1)              | +30%       |
| Fin d'écran (F1)               | +25%       |
| 2 <sup>ème</sup> position (T2) | +20%       |
| Avant dernière position (F2)   | +20%       |

Dans le cas où aucun emplacement préférentiel n'est acheté RMC BFM Ads se réserve le droit de hiérarchiser l'écran à sa convenance.

# ABATTEMENTS CLASSIQUES

## *[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.

## *[Floating] : -50%*

Les messages en floating bénéficient de cet abattement.

## *[Nouvel Annonceur] : -50%*

Une remise nouvel annonceur de -50% sur le premier ordre publicitaire est accordée aux annonceurs n'ayant pas communiqué en radio et/ou sur un media commercialisé par RMC BFM Ads en 2024. Cette remise est exclusive de toute autre remise, dégressif ou abattement à l'exception de la remise de cumul de mandats.

CONDITIONS COMMERCIALES

# MAJORATIONS - CLASSIQUE

*[Deux messages dans le même écran] : +20%*

Le message le plus court se verra appliquer la majoration.

*[Exclusivité sectorielle] : +30%*

Toute exclusivité sectorielle se verra appliquer la majoration sur le spot à spot.

*[Écrans exclusifs] : +30%*

Émergez en prime grâce à une présence exclusive au sein d'un écran publicitaire (format < 30'' pour RMC National et < 60'' pour BFM BUSINESS National).

*[Double citation] : +25%%*

Les messages avec double citation sont impactés de cette majoration.

# MAJORATIONS – PARRAINAGE / OPS

Les opérations spéciales et de sponsoring sont majorées de **+25%**.

La définition d'opération spéciale et de sponsoring restant à la stricte appréciation de RMC BFM Ads.

*[Message hors écran ou écran isolé (encadré par un jingle)] : +30%*

Tout message hors écran ou écran isolé se voit appliquer la majoration.

*[Majoration événementielle] :*

À l'occasion d'événements spécifiques couverts par l'antenne, la régie se réserve le droit de majorer ses tarifs après information auprès de ses partenaires commerciaux.

*[Activation voix RMC et BFM BUSINESS] :*

L'activation des voix RMC et BFM BUSINESS à des fins publicitaires sous forme de lus direct et/ou messages préenregistrés est soumise à une tarification spécifique. SUR DEVIS.

# REMISES - CLASSIQUE

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.

# DÉGRESSIFS VOLUME

La remise professionnelle de **-15%** est intégrée dans l'ensemble des dégressifs ou offres. Le dégressif volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut généré par l'achat d'espace classique (hors produits et offres commerciales) d'un annonceur sur la station considérée entre le 1er janvier et le 31 décembre 2025.

- Le CA brut tarif est majoré des conditions d'emplacements spécifiques.
- Ne sont pas pris en compte dans le CA brut payant : les opérations spéciales et partenariats, les gracieux, les échanges (toute action hors publicité classique) et les FMA.



National

| CA > a          | CA < a     | Taux |
|-----------------|------------|------|
| CA < 44 000€    |            | -15% |
| 44 000€         | 99 000€    | -30% |
| 99 000€         | 330 000€   | -32% |
| 330 000€        | 770 000€   | -33% |
| 770 000€        | 1 210 000€ | -34% |
| 1 210 000€      | 1 705 000€ | -35% |
| 1 705 000€      | 2 145 000€ | -36% |
| 2 145 000€      | 2 420 000€ | -37% |
| 2 420 000€      | 2 750 000€ | -38% |
| CA > 2 750 000€ |            | -40% |



Île-de-France

| CA > a       | CA < a   | Taux |
|--------------|----------|------|
| CA < 11 000€ |          | -15% |
| 11 000€      | 16 500€  | -30% |
| 16 500€      | 33 000€  | -32% |
| 33 000€      | 100 000€ | -33% |
| 49 500€      | 82 500€  | -34% |
| CA > 82 500€ |          | -40% |



National

| CA > a        | CA < a   | Taux |
|---------------|----------|------|
| CA < 45 000€  |          | -15% |
| 45 000€       | 100 000€ | -30% |
| 100 000€      | 130 000€ | -32% |
| 130 000€      | 160 000€ | -33% |
| 160 000€      | 250 000€ | -34% |
| 250 000€      | 350 000€ | -35% |
| CA > 350 000€ |          | -40% |



Île-de-France

| CA > a        | CA < a   | Taux |
|---------------|----------|------|
| CA < 25 000€  |          | -15% |
| 25 000€       | 60 000€  | -17% |
| 60 000€       | 80 000€  | -20% |
| 80 000€       | 100 000€ | -25% |
| 100 000€      | 145 000€ | -30% |
| 145 000€      | 210 000€ | -35% |
| CA > 210 000€ |          | -40% |

# RETOUR PLANNING

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

| Date de réception du brief complet<br>(vs date de début de diffusion) | Réponse                              |
|---|--------------------------------------|
| Jusqu'à J-11  | J-6 ouvrés avant démarrage diffusion |
| De J-10 à J-5   | J-3 ouvrés avant démarrage diffusion |
| J+6 ouvrés  | Envoi du bilan EP par EDI            |

# ANNULATION

## *Annulation ordres de publicité :*

Toute modification ou annulation d'un Ordre de publicité, même partielle, doit être explicitement formulée par e-mail à l'adresse [planningradio@rmcbfm.com](mailto:planningradio@rmcbfm.com) ou par courrier à l'adresse 2 rue du Général Alain de Boissieu 75015 Paris, au plus tard cinq (5) jours ouvrés avant la date de première diffusion stipulée dans l'Ordre de publicité. Au-delà des 5 jours ouvrés : 100% du montant net est facturé.

## *Annulation OPS média / hors média & parrainage :*

Hors accord dérogatoire, toute demande d'annulation d'une campagne hors publicité classique doit être confirmée a minima quatre-vingt dix (90) jours ouvrables avant la date de première diffusion de celle-ci.

Des pénalités d'annulation seront appliquées sur l'ensemble de l'action dans les conditions ci-dessous :

- 75 jours ouvrés avant la date de la confirmation de la campagne : 50% du montant net est facturé
- 45 jours ouvrés avant la date de la première diffusion : 75% du montant total net est facturé
- 30 jours ouvrés avant la date de la première diffusion : 100% du montant net est facturé

# VARIO – INDICES DE SAISONNALITÉS

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 CRGP 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.

AFTER  
FOOT

LES  
ANNEXES

7

5H - 6H30

CHARLES  
MATINCHARLES  
MAGNIEN

6H30 - 9H

APOLLINE  
MATINAPOLLINE  
DE MALHERBE

9H - 12H

LES GRANDES  
GUEULESOLIVIER TRUCHOT  
ALAIN MARSCHALL

12H - 15H

ESTELLE  
MIDIESTELLE  
DENIS

15H - 18H

SUPER MOSCATO  
SHOWVINCENT  
MOSCATO

18H - 20H

ROTHEN  
S'ENFLAMMEJÉRÔME  
ROTHEN

20H - 22H

GÉNÉRATION  
AFTERNICOLAS JAMAIN  
LUNDI - JEUDI

20H - 23H

AFTER  
LIVENICOLAS VILAS  
LES SOIRS DE MATCH

22H/23H - 00H

AFTER  
FOOTGILBERT BRISBOIS  
DANIEL RIOLO

**GRILLE SAMEDI****6H – 9H****ANAÏS  
MATIN**ANAÏS  
CASTAGNA**9H – 12H****LES GRANDES  
GUEULES DU SPORT**CHRISTOPHE CESSIEUX  
JEAN-CHRISTOPHE DROUET**12H – 13H****LES PARIS  
RMC**JEAN-CHRISTOPHE  
DROUET**13H – 14H****LES COURSES  
RMC**DIMITRI  
BLANLEUIL**14H – 16H30****INTÉGRALE  
RUGBY**PHILIPPE SAINT ANDRÉ  
FLORA MOUSSY**16H30 – 19H****INTÉGRALE  
RUGBY**CHRISTOPHE CESSIEUX  
YANN DELAIGUE**19H – 21H****INTÉGRALE  
FOOT**BENOIT  
BOUTRON**21H – 00H****AFTER  
FOOT**THIBAUT  
GIANGRANDE

## GRILLE DIMANCHE

6H – 9H

ANAÏS  
MATINANAÏS  
CASTAGNA

9H – 12H

LES GRANDES  
GUEULES DU SPORTJEAN-CHRISTOPHE DROUET  
CHRISTOPHE CESSIEUX

12H – 13H

LES PARIS  
RMCJEAN-CHRISTOPHE  
DROUET

13H – 15H

STEPHEN  
BRUNCHSTEPHEN  
BRUN

15H – 17H

INTEGRALE  
SPORTCHRISTOPHE  
CESSIEUX

17H – 19H

INTEGRALE  
FOOTFLORA  
MOUSSY

19H – 20H

BARTOLI  
TIMEMARION  
BARTOLI

20H – 23H

AFTER  
LIVEJEAN-LOUIS  
TOURRE

23H – 00H

AFTER  
FOOTGILBERT BRISBOIS  
DANIEL RIOLO

# GRILLE SEMAINE

LUNDI : 6H - 18H

6H - 9H

good  
morning  
BUSINESS

LAURE  
CLOSIER



9H - 10H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



10H - 12H

TOU  
T POUR  
iNVESTIR

LORRAINE  
GUMOT



12H - 13H

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



13H - 14H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



14H - 15H

LE MONDE  
de Patrick Sauce

PATRICK  
SAUCE



15H - 18H

RMC  
CRYPTO BFM  
BOURSE

GUILLAUME  
SOMMERER



# GRILLE SEMAINE

LUNDI : 18H10 – MINUIT

18H10 - 18H30

LA GRANDE  
interview

HEDWIGE  
CHEVRILLON



18H30 – 20H

good  
evening  
BUSINESS

GUILLAUME PAUL  
& AUDREY TCHERKOFF



20H – 21H

TECH & CO  
la quotidienne

FRANÇOIS  
SOREL



21H30 – 22H30

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



22H30 – 23H30

LE MONDE  
de Patrick Sauce

PATRICK  
SAUCE



23H30 – 00H

ICONIC  
BUSINESS

AUDREY  
MAUBERT



# GRILLE SEMAINE

MARDI : 6H - 18H

6H - 9H

good  
morning  
BUSINESS

LAURE  
CLOSIER



9H - 10H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



10H - 12H

TOUJOURS  
iNVESTIR

LORRAINE  
GOMOT



12H - 13H

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



13H - 14H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



14H - 15H

C'EST  
VOTRE  
ARGENT  
Marc Fiorentino

MARC  
FIORENTINO



15H - 18H

BFM  
CRYPTO BFM  
BOURSE

GUILLAUME  
SOMMERER



# GRILLE SEMAINE

MARDI : 18H – MINUIT

18H10 - 18H30

LA GRANDE  
interview

HEDWIGE  
CHEVRILLON



18H30 - 20H

good  
evening  
BUSINESS

GUILLAUME PAUL  
& AUDREY TCHERKOFF



20H - 21H

TECH & CO  
la quotidienne

FRANÇOIS  
SOREL



21H30 - 22H30

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



22H30 - 23H30

TECH  
& CO  
BUSINESS

FRÉDÉRIC  
SIMMOTEL



23H30 - 00H

HEBDO  
COM

REBECCA  
BLANC-LELOUCH



# GRILLE SEMAINE

MERCREDI : 6H - 18H

6H - 9H

good  
morning  
BUSINESS

LAURE  
CLOSIER



9H - 10H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



10H - 12H

TOUT POUR  
iNVESTIR

LORRAINE  
GOMOT



12H - 13H

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



13H - 14H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



14H - 15H

TECH  
& CO  
BUSINESS

FRÉDÉRIC  
SIMMOTEL



15H - 18H

BFM  
CRYPTO BOURSE

GUILLAUME  
SOMMERER



# GRILLE SEMAINE

MERCREDI : 18H - MINUIT

18H10 - 18H30

LA GRANDE  
interview

HEDWIGE  
CHEVRILLON



18H30 - 20H

good  
evening  
BUSINESS

GUILLAUME PAUL  
& AUDREY TCHERKOFF



20H - 21H

TECH & CO  
la quotidienne

FRANÇOIS  
SOREL



21H30 - 22H30

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



22H30 - 23H30

PARI  
ETI

PATRICE  
BEGAY



23H30 - 00H

LE MONDE  
de Patrick Sauce

PATRICK  
SAUCE



# GRILLE SEMAINE

JEUDI : 6H - 18H

6H - 9H

good  
morning  
BUSINESS

LAURE  
CLOSIER



9H - 10H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



10H - 12H

TOUT POUR  
iNVESTIR

LORRAINE  
GOMOT



12H - 13H

AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



13H - 14H

Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



14H - 15H

Pionniers  
de l'Net  
Mazzella

FRÉDÉRIC  
MAZZELLA



15H - 18H

BFM  
CRYPTO BFM  
BOURSE

GUILLAUME  
SOMMERER



# GRILLE SEMAINE

JEUDI : 18H - MINUIT

18H10 - 18H30

**LA GRANDE**  
interview

HEDWIGE  
CHEVRILLON



18H30 - 20H

good  
evening  
BUSINESS

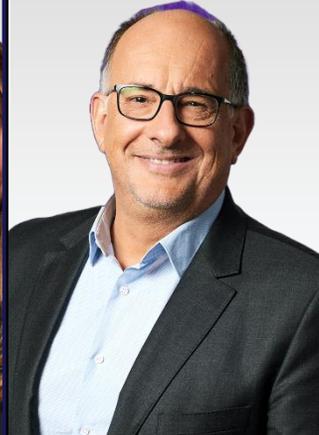
GUILLAUME PAUL  
& AUDREY TCHERKOFF



20H - 21H

**TECH & CO**  
la quotidienne

FRANÇOIS  
SOREL



21H30 - 22H30

**AVEC**  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



22H30 - 23H30

LA  
LIBRAIRIE  
DE L'ÉCO

EMMANUEL  
LECHYPRE



23H30 - 00H

LA FRANCE  
A TOUT POUR  
RÉUSSIR

JÉRÔME  
TICHT



# GRILLE SEMAINE

VENDREDI : 6H - 18H

6H - 9H

9H - 10H

10H - 12H

12H - 13H

13H - 14H

14H - 14H30

14H30 - 15H

15H - 18H

good  
morning  
BUSINESS

LAURE  
CLOSIER



Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



TOUJOURS POUR  
INVESTIR

LORRAINE  
GOMOT



AVEC  
VOUS

SANDRA  
GANDOUIN



Les  
experts

NICOLAS  
DOZE



HEBDO  
COM

REBECCA  
BLANC-LELOUCH



LA FRANCE  
A TOUT POUR  
RÉUSSIR

JÉRÔME  
TICHIT



BFM  
CRYPTO BFM  
BOURSE

GUILLAUME  
SOMMERER



# GRILLE SEMAINE

VENDREDI : 18H - MINUIT

18H10 - 18H30

18H30 - 20H

20H - 21H

21H30 - 22H30

22H30 - 23H30

23H30 - 00H

23H30 - 00H

23H30 - 00H



GUILLAUME PAUL  
& AUDREY TCHERKOFF

FRÉDÉRIC  
MAZZELLA

MARC  
FIORENTINO

AUDREY  
MAUBERT

SANDRA  
GANDOUIN

JÉRÔME  
TICHIT

PATRICE  
BEGAY

THOMAS  
SASPORTAS



# GRILLE SEMAINE

| 4H30 – 8H30  | 8H30 – 9H  | 9H – 12H  | 12H – 15H  | 15H – 17H  | 17H – 19H  |
|--|--|---|--|--|--|
| <b>PREMIERE EDITION</b>  | <b>FACE A FACE</b>   | <b>LE LIVE SWITEK</b>   | <b>LE DEJ INFO</b>   | <b>L'APREM INFO</b>  | <b>BFM STORY</b>   |
| CHRISTOPHE DELAY<br>ADELINE FRANÇOIS   | APOLLINE<br>DE MALHERBE  | MAXIME<br>SWITEK  | ASHLEY<br>CHEVALIER  | PAULINE<br>SIMONET   | ALAIN MARSHALL<br>OLIVIER TRUCHOT  |
|  |  |  |  |  |  |

# GRILLE JEUDI & VENDREDI

JEUDI

19H – 20H30

**BFM RADIO SOIR**

ZACHARIE LEGROS



20H30 – 22H

**LE 90 MINUTES**

ALICE DARFEUILLE



22H – 00H

**JULIE JUSQU'À MINUIT**

JULIE HAMMETT



VENDREDI

19H – 20H30

**WEEK-END 3D**

FRANCOIS GAPIHAN



20H – 22H

**LE 90 MINUTES**

RONALD GUINTRANGE



22H – 00H

**WEEKD-END DIRECT**

ALICE DARFEUILLE



# CIBLES GARANTIES

| CIBLES                                      |   |
|---|---|
| <b>&lt; 50 ANS<br/>HOMMES<br/>ACTIFS</b>    | RDA 25-54 ans                                     |
|   | RDA 15-49 ans                                     |
|   | 25 ans et + foyer avec enfants de moins de 15 ans |
|   | 20-49 ans   |
|   | 15-49 ans   |
|   | 18-49 ans   |
|   | 25-49 ans   |
|   | 25-59 ans   |
|   | Actifs  |
|   | RDA 25-59 ans                                     |
|   | RDA -60 ans                                       |
|   | Hommes 35-64 ans agglomération - 50 000           |
|   | Hommes 35-59 ans                                  |
|   | Hommes 25-59 ans                                  |
|   | 25-49 actifs                                      |
| Hommes 25-49 ans                            |   |
| Hommes 25-49 ans actifs                     |   |
| <b>CSP+I</b>                                | Hommes Artisans-Commerçants                       |
|   | 25-49 ans CSP+I                                   |
|   | Artisans-Commerçants Chefs Cadres                 |
|   | 25-59 ans CSP+I                                   |
|   | 25-59 ans CSP+I Agglomération + 50 000            |
|   | 25-64 ans CSP+I Urbains                           |
|   | CSP+I   |
|   | 35-59 ans CSP+I                                   |
|   | Artisans-Commerçants                              |
|   | 25-59 ans foyers 2 personnes et +                 |
| RDA 20-64 ans CSPC hors étudiant hors Paris |   |
| 50 ans et + CSP+I                           |   |
| <b>&gt; 35 ANS</b>                          | 35-59 ans   |
|   | 30-64 ans   |
|   | Ensemble 13 ans et +                              |
|   | 35 ans et +                                       |
|   | 50 ans et +                                       |

## SAISONNALITÉ IDF

Les indices de saisonnalité :



| Périodes<br>CGV | Du 01/01<br>au 05/01 | Du 06/01<br>au 19/01 | Du 20/01<br>au 02/03 | Du 03/03<br>au 11/05 | Du 12/05<br>au 13/07 | Du 14/07<br>au 24/08 | Du 25/08<br>au 16/11 | Du 17/11<br>au 30/11 | Du 01/12<br>au 24/12 | Du 25/12<br>au 31/12 |
|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Indices         | 90                   | 135                  | 100                  | 135                  | 150                  | 90                   | 160                  | 160                  | 160                  | 90                   |



| Périodes<br>CGV | Du 01/01<br>au 05/01 | Du 06/01<br>au 19/01 | Du 20/01<br>au 02/03 | Du 03/03<br>au 11/05 | Du 12/05<br>au 13/07 | Du 14/07<br>au 24/08 | Du 25/08<br>au 16/11 | Du 17/11<br>au 30/11 | Du 01/12<br>au 24/12 | Du 25/12<br>au 31/12 |
|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Indices         | 80                   | 115                  | 90                   | 115                  | 125                  | 80                   | 125                  | 130                  | 125                  | 80                   |

Les saisonnalités s'appliquent sur le tarif HT en vigueur, sur RMC & BFM Business Ile-de-France.

# NORMES TECHNIQUES GÉNÉRALES RADIO 2025

## Format des fichiers:

Norme de compression : WAV  
Fréquence d'échantillonnage : 48 KHz  
Résolution: 16 Bits  
Niveau de modulation moyen: -14 dBfs (Full Scale)  
Niveau crête: -9 dBfs (Full Scale)  
Mode: Mono ou Stéréo et si stéréo, compatible mono

## CONTACT

2 rue du Général Alain de Boissieu, 75015 Paris  
01 87 25 50 52  
E-Mail :  
[sandrine.castelli@rmcbfm.com](mailto:sandrine.castelli@rmcbfm.com),  
[timothee.begel-blancheton@rmcbfm.com](mailto:timothee.begel-blancheton@rmcbfm.com)

**Le format AIFF n'est pas accepté.**

**La durée réelle du message doit être strictement conforme au format commercial.**

Le format dématérialisé est recommandé.  
Nous vous invitons à vous rapprocher de notre partenaire:  
[COPIESTATION](http://COPIESTATION) => [www.copiestation.com](http://www.copiestation.com)

L'envoi par mail reste possible.

**RMC BFM Ads doit réceptionner les spots 3 jours ouvrables avant diffusion.**

**RMC BFM** ADS

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE  
**RADIO & AUDIO 2025**

