RMC BFM ADS

CGV TV-VIDEO 2026

BFM TV. BFM BUSINESS BFM LOCALES RMC INFO TALK SPORT RMC SPORT RMC STORY RMC DÉCOUVERTE RMC LIFE RMC+

EDITO

***Raphaël Porte**,*
Directeur Général
RMC BFM Ads

« En 2026, RMC BFM Ads s'affirmera comme un acteur incontournable grâce à une stratégie centrée sur l'innovation, la diversification et la puissance de nos écosystèmes.

Avec le lancement de RMC Life, le développement de RMC+, l'hyperdistribution sur TV connectées, et une présence renforcée sur les réseaux sociaux, nous offrons à nos annonceurs des solutions publicitaires performantes, adaptées aux nouveaux usages et à des audiences toujours plus segmentées.

Notre ambition est claire : connecter nos marques fortes à tous les écrans et à toutes les générations. »

SOMMAIRE

1. MARQUES TV-VIDÉO-AUDIO UNIQUES P.04

2. AXES STRATÉGIQUES 2026 P.09

3. OFFRES RMC BFM ADS P.27

4. ÉVÉNEMENTS P.74

5. EASY PILOT P.78

6. CONDITIONS COMMERCIALES P.85

7. ANNEXES P.92

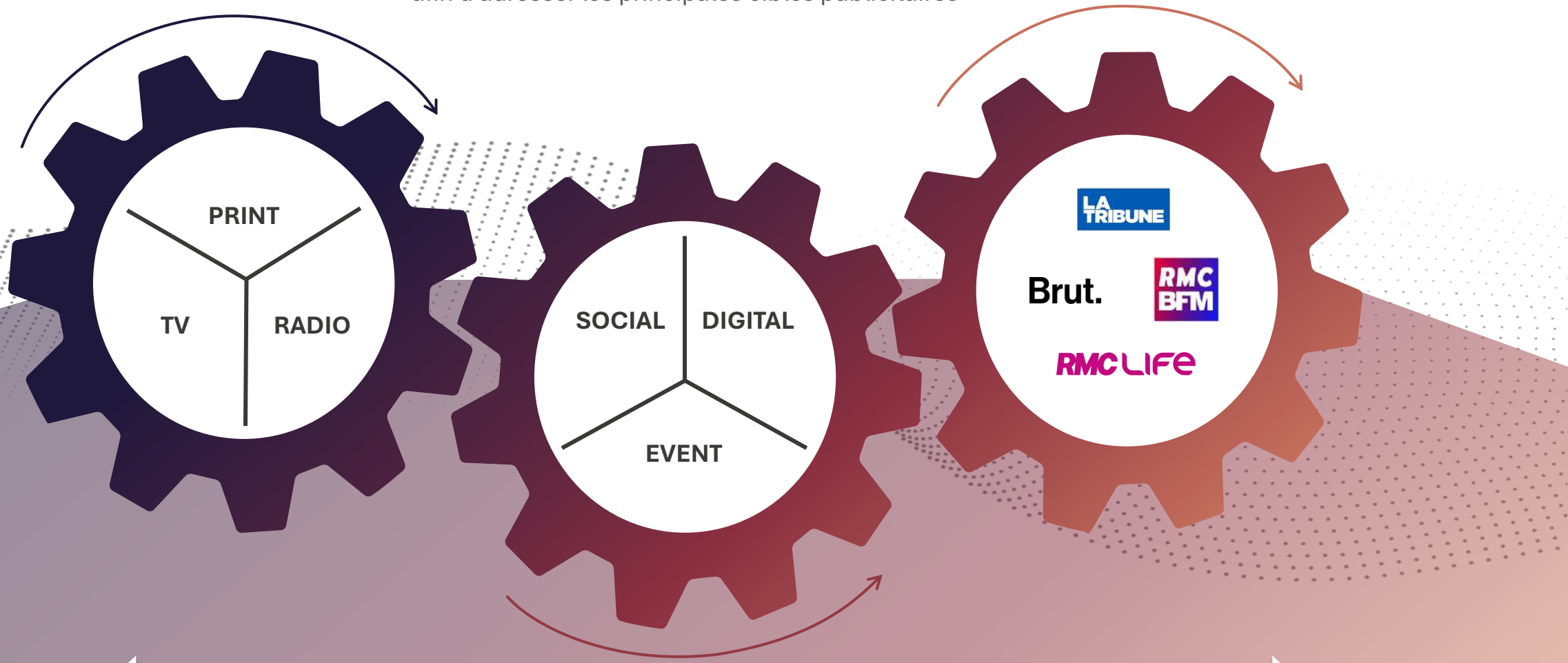
01

UNE OFFRE TV-VIDÉO-AUDIO UNIQUE

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

CMA MEDIA : UN GROUPE MÉDIA INCONTOURNABLE

La consolidation d'un groupe média puissant qui sollicite tous les leviers et supports disponibles afin d'adresser les principales cibles publicitaires



4+ | 15-34 | 25-49 | H25-49 | F25-49 | DÉCIDEURS

UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

AUTOUR DE TROIS THÉMATIQUES

INFORMATION | SPORT | DIVERTISSEMENT

BROADCAST

BFM TV. | BFM BUSINESS | BFM LOCALES | RMC INFO TALK SPORT | RMC SPORT | RMC STORY | RMC DÉCOUVERTE | RMC LIFE

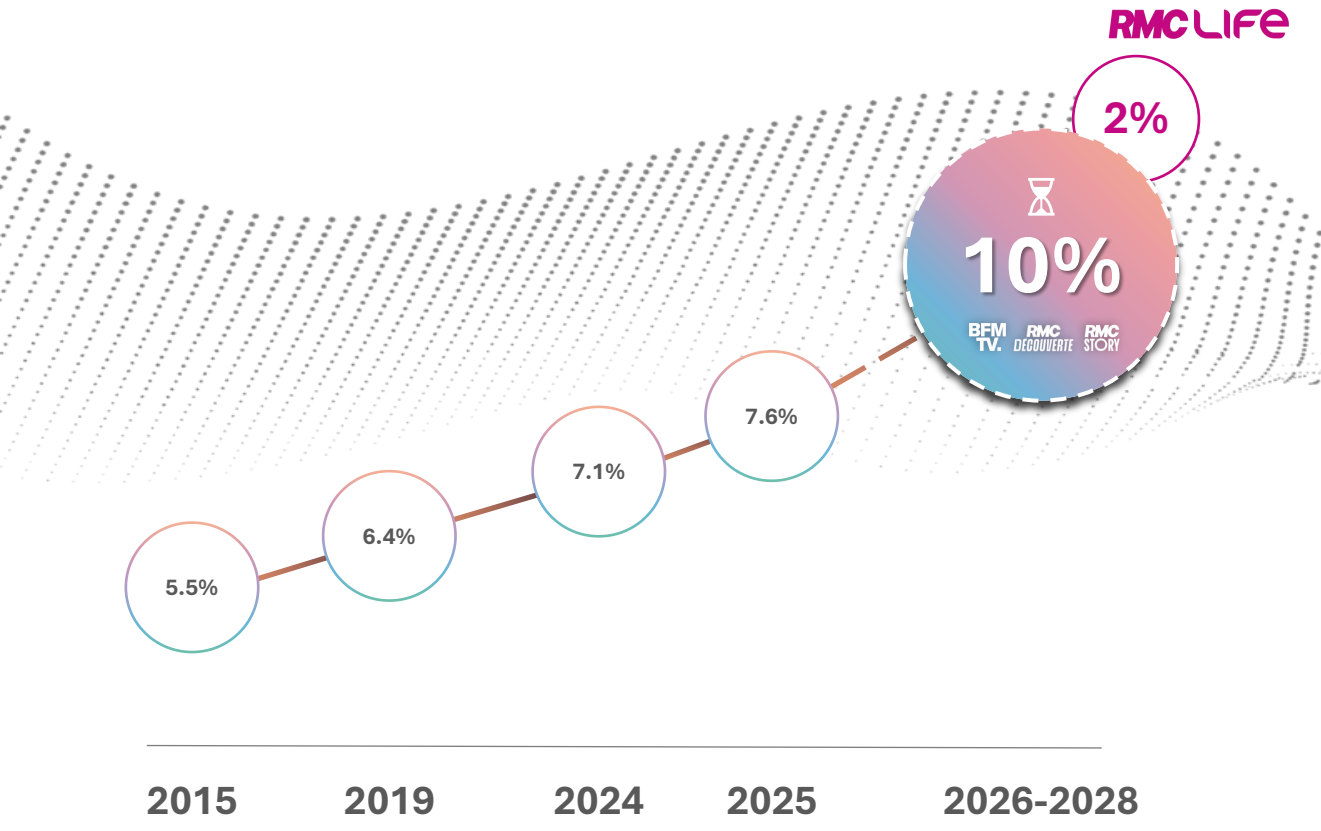
FAST

BFM GRANDS REPORTAGES | BFM 2 | RMC TALK INFO | AFTER FOOT TV | RMC MECANIC | RMC ALERTE SECOURS | RMC WOW | RMC MYSTÈRE | J'ir Al. dormir chez vous

TOUS NOS CONTENUS INFO, SPORT & DIVERTISSEMENT ← RMC+ → À RETROUVER EN STREAMING SUR RMC+

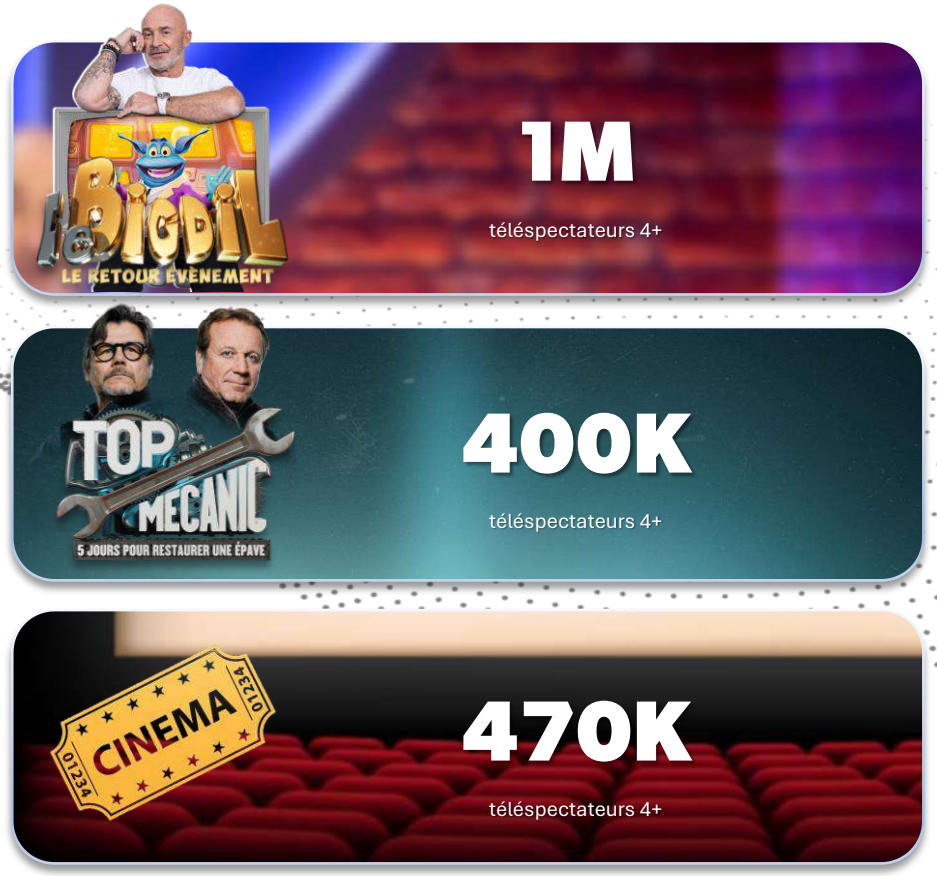
DES INVESTISSEMENTS QUI PORTENT LEURS FRUITS !

SEUL GROUPE PRIVÉ À PROGRESSER SUR LA SAISON SUR LES 25-49 !



Médiamétrie Médiamat – PDA – 2015 à 2025

UNE SAISON 2024-2025 REMPLIE DE SUCCÈS !



Médiamétrie Médiamat - TME - Saison 2024-2025

UNE OFFRE PLURIMEDIA UNIQUE

PRODUCTEUR & DIFFUSEUR DE CONTENU

À travers ses 4 leviers **TV, Radio, Digital et ses événements, RMC BFM** adresse chaque mois 53 millions de français, soit une **couverture mensuelle de plus de 95% des Français** !

95% DES FRANÇAIS 15+ CHAQUE MOIS

3ème RÉGIE AUDIOVISUELLE PRIVÉE

Près de **17M de téléspectateurs** chaque jour

1ère radio généraliste privée sur les **25-49 ans** avec **7.1% de PDA**

850 millions de vidéos vues en moyenne

+100 événements organisés / an

Sources : Médiamétrie Cross Médias juin 2024 / Médiamétrie Médiamat TCE 4+ Rentrée 2025 / Médiamétrie EAR JM25 / Brightcove + Social Août 2025 / Interne

02

NOTRE

STRATÉGIE

En 2026, RMC BFM Ads s’affirme comme un acteur incontournable grâce à une stratégie centrée sur l’innovation, la diversification et la puissance de nos écosystèmes.

AXES STRATÉGIQUES 2026

01 DE RMC² À RMC³

Création de RMC³ : la consolidation d'une offre puissante & complémentaire

02 RMC+, LA NOUVELLE EXPÉRIENCE DE STREAMING

Le lancement de la nouvelle plateforme de streaming

03 BFMTV, NOUVELLE ÈRE

De BFMTV à BFM : une nouvelle dynamique pour la plateforme d'info de référence

05 LA POURSUITE DE L'HYPERDISTRIBUTION EN CTV

Poursuivre la conquête de nouveaux publics grâce à une hyperdistribution en CTV

04 UN ECOSYSTÈME SOCIAL PUISSANT

Adresser les cibles jeunes grâce au meilleur de RMC BFM sur le social à travers *Swipe*

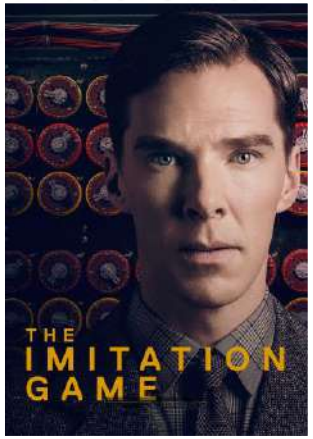
RMC LIFE

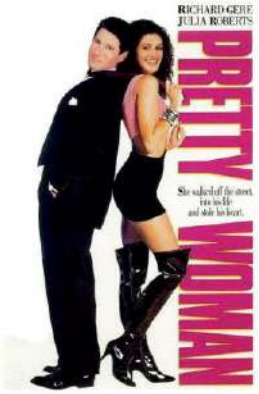
LA CHAÎNE QUI FAIT DU BIEN !
OÙ LES FEMMES TIENNENT LE HAUT DE L'AFFICHE

RMC LIFE

UNE AMBITION CLAIRE : ADRESSER LES FEMMES 25-49 ANS AVEC 3 THÉMATIQUES AFFINITAIRES

CINÉMA



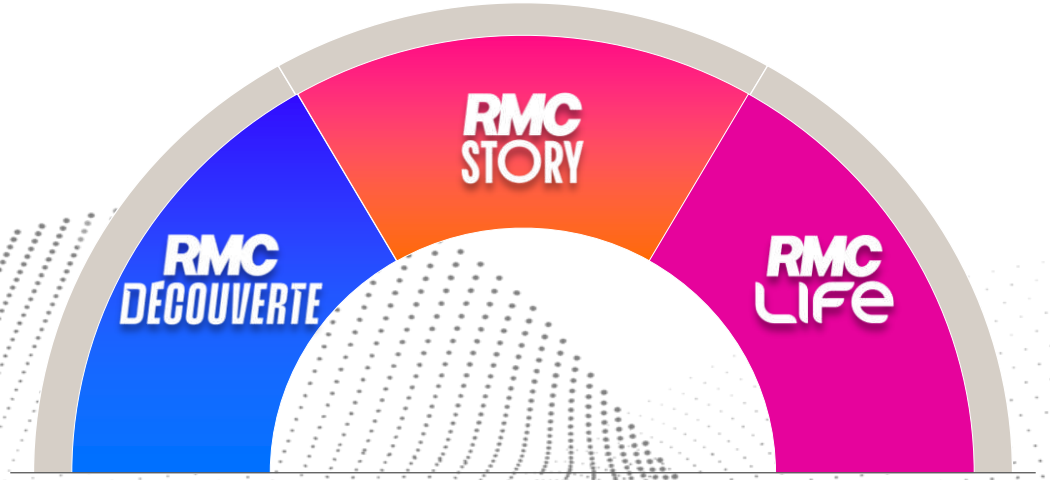


Illustrations à titre d'exemples

MAGAZINE

SÉRIE

RMC3 : LA CONSOLIDATION D'UNE OFFRE PUISSANTE & COMPLÉMENTAIRE



62% HOMME

MIXTE
52% HOMME
48% FEMME

68% FEMME

Source : Médiamétrie Médiamat – STA TM (%) – Base Ind 15+ - S1 2025

LANCEMENT D'UNE NOUVELLE PLATEFORME DE STREAMING

RMC+

LANCEMENT 1ER SEMESTRE 2026

- **NOUVELLE IDENTITÉ**
- UNE **NOUVELLE ARCHITECTURE TECHNOLOGIQUE**
- **2X PLUS DE CONTENUS**
- **DISTRIBUTION RENFORCÉE**

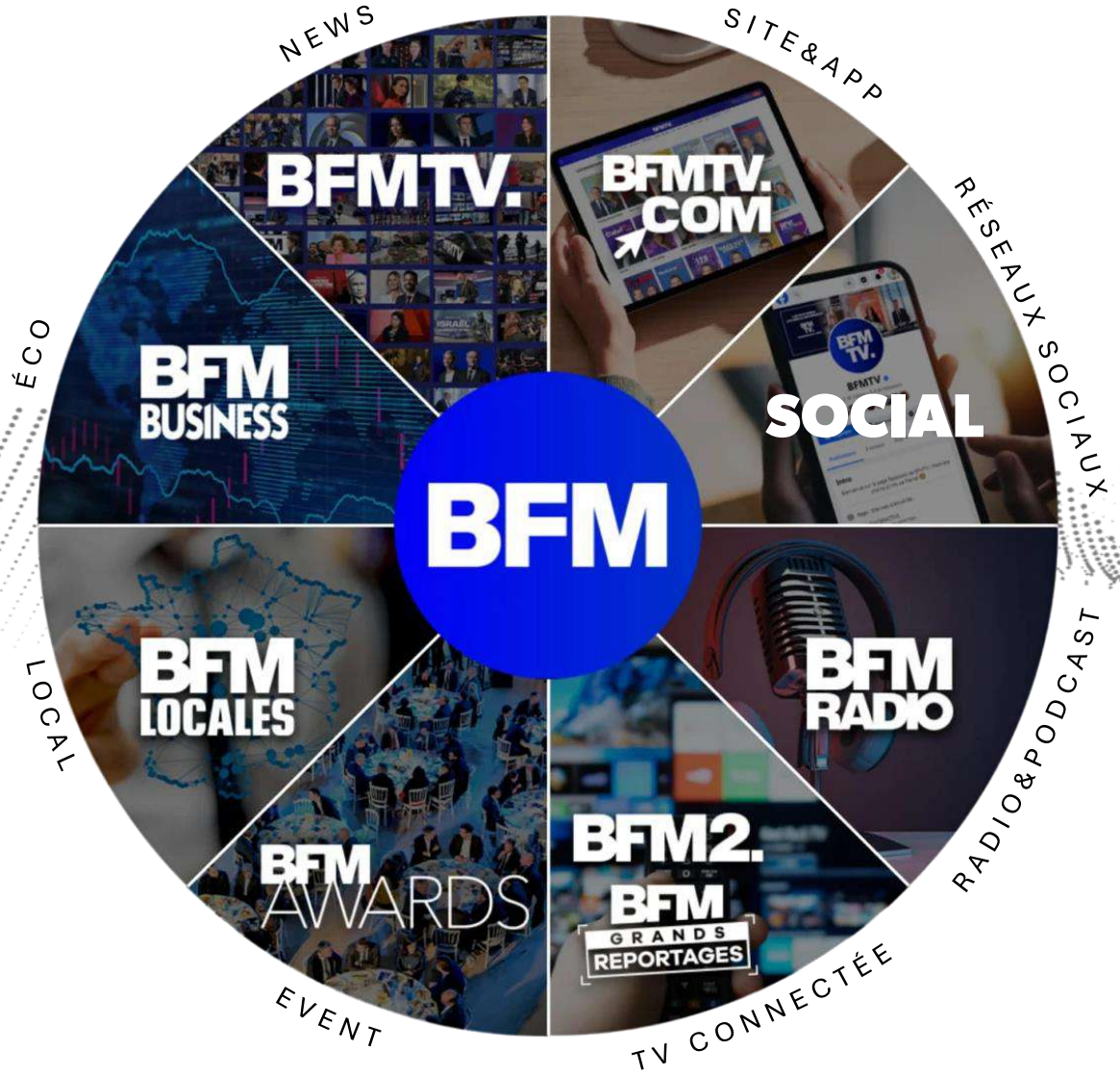
DES FORMATS PUBLICITAIRES PERFORMANTS

HOME+

PAUSE+

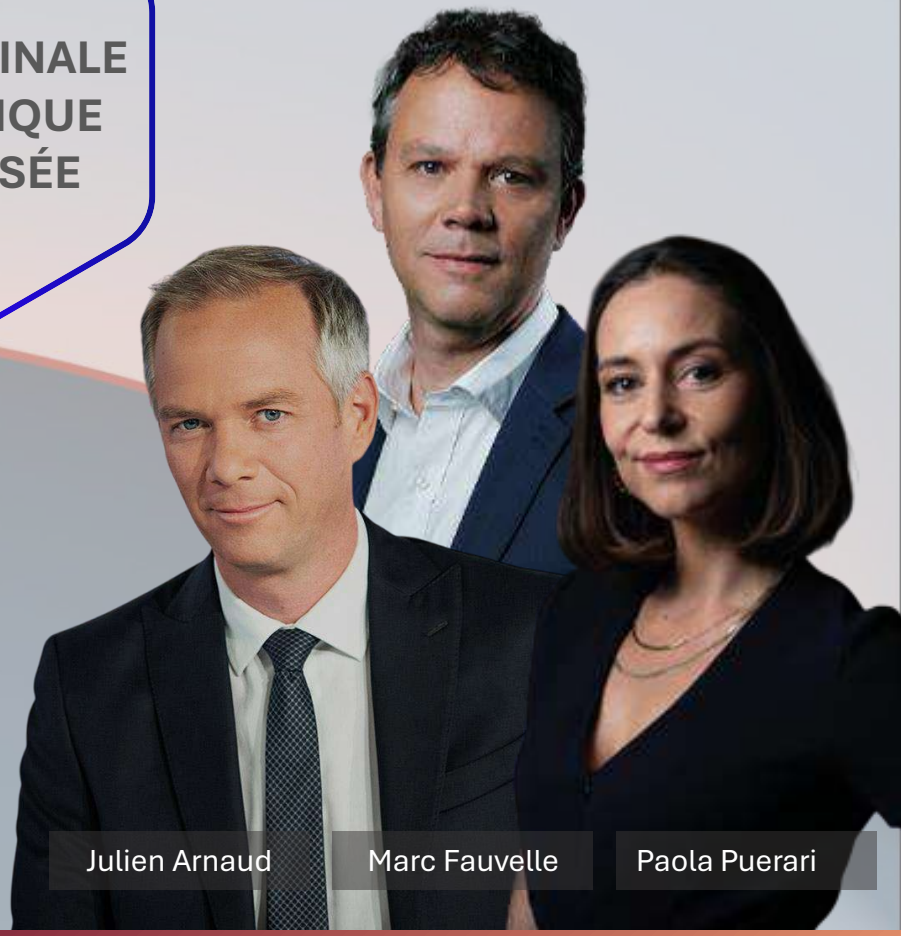
IMPACT+

BFM, LA PLATEFORME INFO DE RÉFÉRENCE



BFMTV : UNE NOUVELLE ÈRE

1. DE NOUVEAUX TALENTS RÉFÉRENTS
2. UN HABILLAGE REVISITÉ
3. UNE MATINALE HISTORIQUE REPENSÉE
4. UN LEADERSHIP SUR L'INFO
5. UNE NOUVELLE PLATEFORME BFM

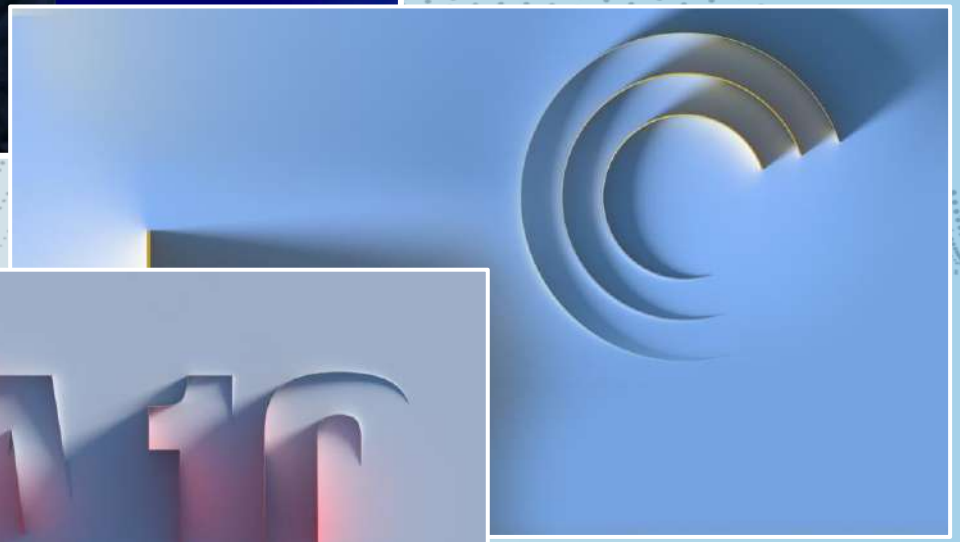


BFMTV : UNE NOUVELLE ÈRE

DE NOUVEAUX TALENTS RÉFÉRENTS

BFMTV : UNE NOUVELLE ÈRE

UN HABILLAGE REVISITÉ



Nouvel habillage – Arnaud Direct

Nouvel habillage – 9 à 10

BFMTV : UNE NOUVELLE ÈRE

UNE MATINALE HISTORIQUE REPENSÉE

UN NOUVEAU DÉCOR

Une ambiance plus chaleureuse et conviviale.

UN DUO D'INCARNANTS ET UNE ÉQUIPE DE CHRONIQUEURS RENOUVELLÉS

Un nouveau binôme, une nouvelle équipe de chroniqueurs, encore plus d'interactivité avec les téléspectateurs et toujours plus de sujets en lien direct avec la vie quotidienne des Français.

BFMTV : UNE NOUVELLE ÈRE

UN LEADERSHIP SUR L'INFO

LEADER SUR CIBLE

12.1M de tlsp 4+

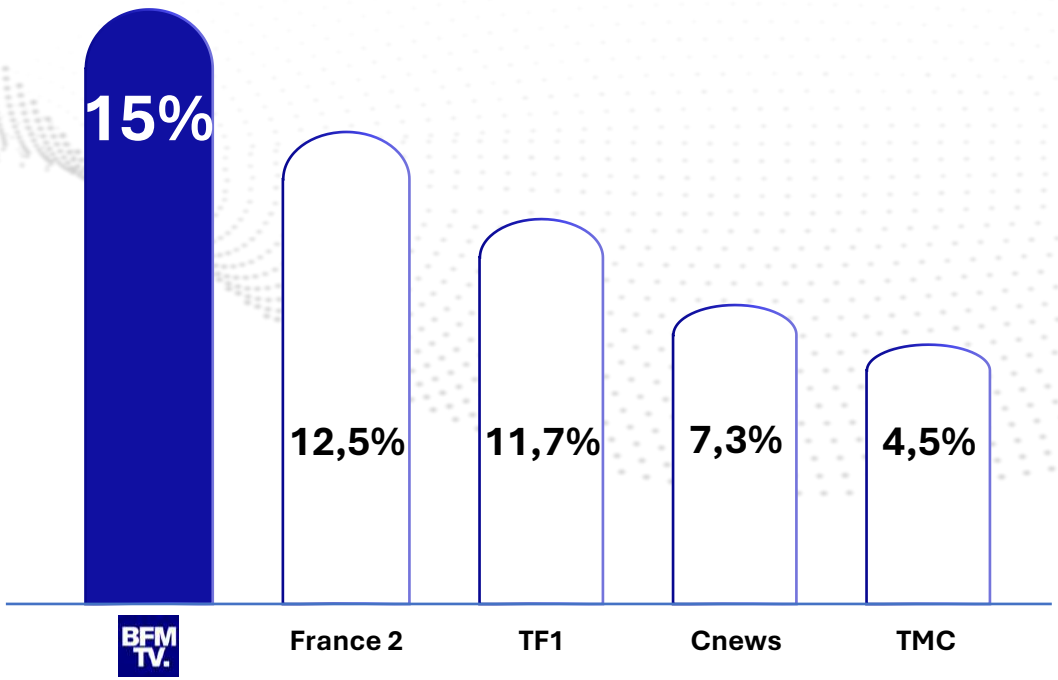
2,9 M. de + que la 2ème chaine info

3.3% de PDA 25-49 ans

1,1 pt de + que la 2ème chaine info

1ère chaîne info auprès des décideurs

PREMIÈRE CHAÎNE ENTRE 6H ET 9H SUR LES 25-49 AVEC 15% de PDA.



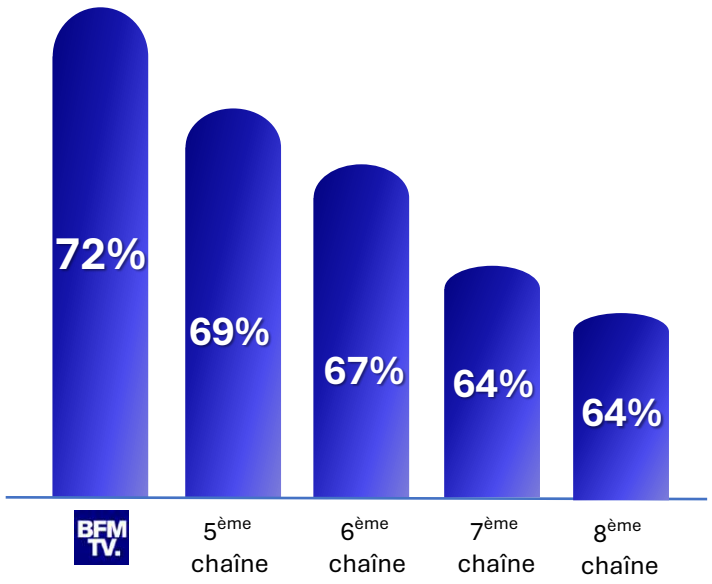
Sources : Médiametrie Médiamat 25 août – 21 septembre

BFMTV : UNE NOUVELLE ÈRE

DES AUDIENCES INCONTOURNABLES

4ÈME CHAINE DE FRANCE ET 1ÈRE INFO SUR LA COUVERTURE MENSUELLE DES PETITS CONSO TV 25-49

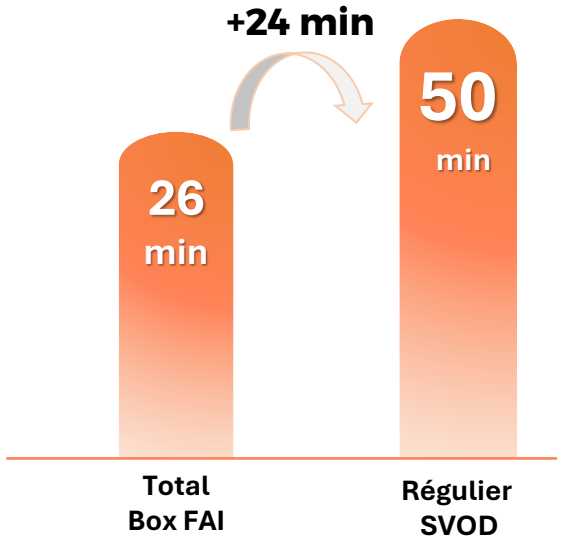
72% des petits conso TV 25-49 ont consommé BFMTV sur la rentrée



BFMTV SUR CONSOMMÉE PAR LES USER REGULIER SVOD

La durée d'écoute moyenne de BFMTV des utilisateurs réguliers des plateformes SVOD est supérieure de 24 minutes à celle de l'ensemble des utilisateurs de box SFR

DURÉE D'ÉCOUTE BFM TV.



Sources : Médiametrie Médiamat accu tsp% - 25 août au 21 septembre

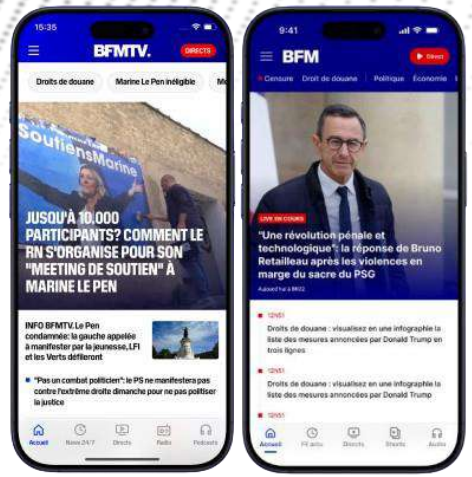
DE BFMTV À BFM

VERS UNE PLATEFORME D'INFORMATION UNIQUE

OBJECTIF

DEVENIR LA 1ÈRE PLATEFORME D'INFORMATION MULTICANAUX ET MULTIFORMATS EN FRANCE

A DATE *PROTOYPE*



RENDEZ-VOUS LE 24 NOVEMBRE 2025

ACTUALITÉS

VIDÉO — BFMTV

ECO — BFMBusiness

AUDIO — BFMRadio

EVENT — BFM2

LOCAL — BFM LOCALES

LA CRÉATION D'UN POLE D'INFORMATION ÉCONOMIQUE UNIQUE EN FRANCE

BFM BUSINESS + LA TRIBUNE
S'INFORMER • COMPRENDRE • SE COMPRENDRE

1. Une expertise éditoriale qui couvre **tous les secteurs de l'économie**
2. Une audience qualifiée, grâce à **une présence multicanale puissante**
3. Son ancrage dans les territoires grâce **à un maillage unique en France**

1ER GROUPE MÉDIA ÉCO

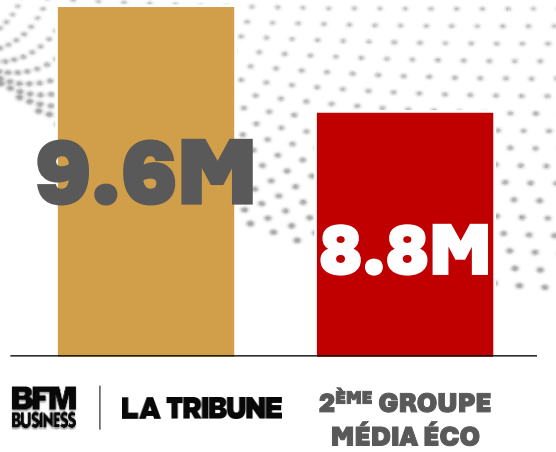
AUPRÈS DES 15+

9.6 MILLIONS

D'INDIVIDUS CHAQUE MOIS

SUR **BFM BUSINESS & LA TRIBUNE**

TV | RADIO | DIGITAL



Sources : Médiamétrie Etude Cross Media – Vague 2024.3

UN ÉCOSYSTÈME SOCIAL PUISSANT

55,2 M.
de followers

750 M.
de vidéos vues / mois

WTT

UFC

6,8 M.
de followers sur nos pages

62 M.
de vidéos vues / mois

Sources : données interne, moyenne janvier – aout 2025

SWIPE

DES FORMATS "SOCIAL NATIVE" AUX CODES SPÉCIFIQUES : ÉCRITURE, TON, PROD, INCARNATIONS
INVENTER UNE NOUVELLE MANIÈRE D'INTÉGRER NOS ANNONCEURS

TROIS VERTICALES CENTRÉES
SUR LES THÉMATIQUES DU GROUPE:

ENTERTAINMENT

HISTOIRE | CRIME | PEOPLE | AVENTURE | DÉCOUVERTE | SCIENCE | ...

SPORT

FOOT | COMBAT | RUGBY | BASKET | SPORTS EXTRÊMES | ...

BUSINESS

ÉCONOMIE | TECH | TPE-PME | IMMO | IA | BOURSE | CRYPTO | RSE | ...

Sources : Reporting interne / Kolsquare

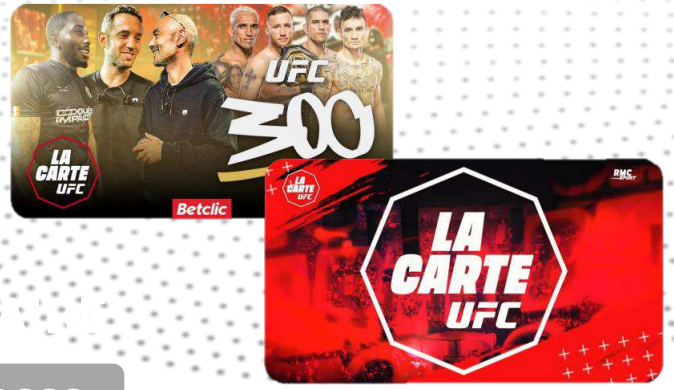
USECASES : BET CLIC

LA CARTE UFC

Nouveau programme RMC Sport diffusé avant les soirées de l'UFC, « La Carte UFC ». L'émission analyse les combats et pronostiquent les résultats.

FORMAT

- ÉMISSION 100% DIGITALE
- DÉCOUPES RS



- HANDSHAKE RS
- PRÉSENCE LOGO
- CO-CONSTRUCTION
- HABILLAGE PLATEAU
- MENTION PARTENAIRE

LA POURSUITE DU DÉPLOIEMENT SUR TV CONNECTÉES

5 CHAINES BROADCAST

8 CHAINES FAST

L'APPLICATION RMC+

3M

De users/mois

Sur Samsung TV+, Molotov et RMC BFM Play

SAMSUNG · LG · TCL · M. · orange · SFR · free · bouygues · tv · Google TV · YouTube

03

NOS

OFFRES

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

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

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

Pour en savoir plus, contactez-nous.

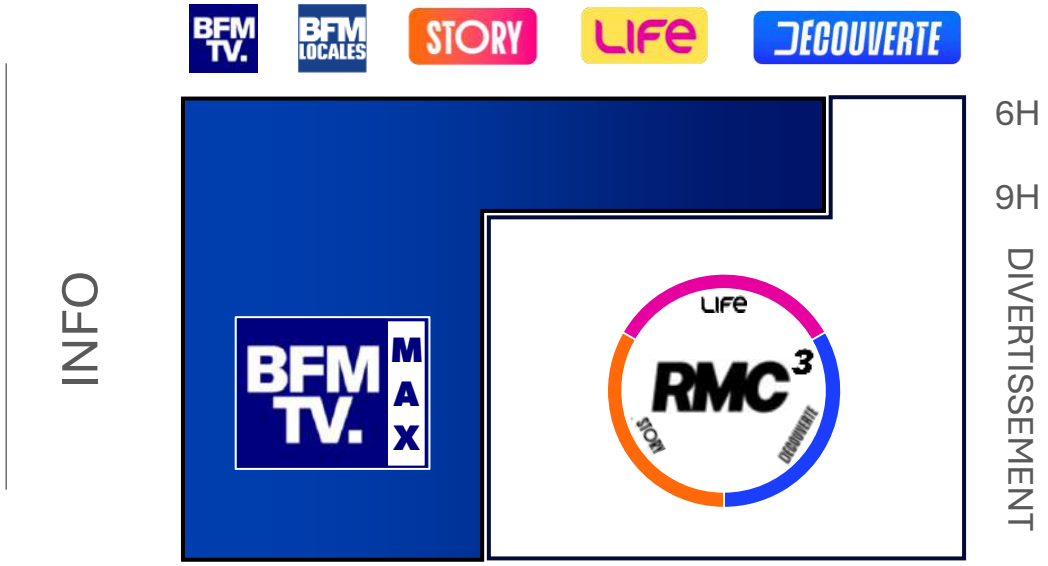
T V

BFMTV MAX

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

LES MOYENS

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



Pour en savoir plus, contactez-nous.

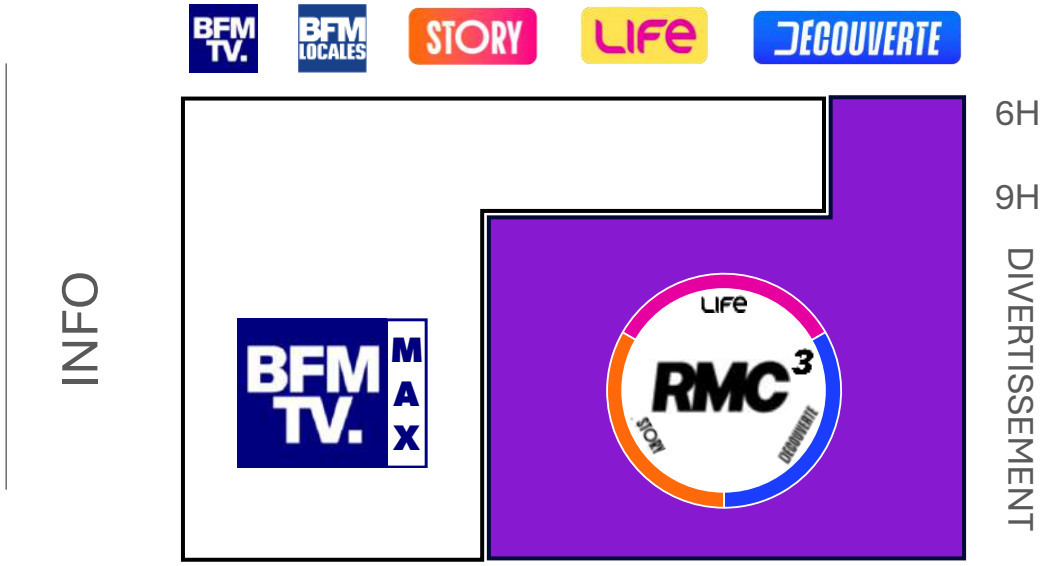
T V

RMC³

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

LES MOYENS

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



Pour en savoir plus, contactez-nous.

FIGHT-IN

Soyez au plus près de l'action dans notre **contexte combat exclusif** regroupant le meilleur du MMA, de la boxe et du judo. Un écrin unique pour adresser l'audience grandissante des passionnés.

LES MOYENS

RMC SPORT

PRÉSENCE SUR +100 ÉVÉNEMENTS

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

UFC
CAGE WARRIORS
HEXAGONE MMA
KSW
OKTAGON MMA
ONE Championship
INTERNATIONAL JUDO FEDERATION

BFM RMC SPORT

1 MILLION D'IMPRESSIONS

CONTEXTES 100% HIGHLIGHTS
& RÉSUMÉS DES COMBATS

TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (20s)
base 100 :
100 000€

Contactez-nous
pour en savoir plus.

PACKS VIDÉOS

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

LES MOYENS

GLOBAL+

Diffusez votre campagne sur
tous les assets vidéo RMC BFM

Diffusion 4 écrans
Pré-roll / mid-roll & Adswitching
Garantie taux de complétion moyen > 80%
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD

STREAM+

Profitez du meilleur
du streaming sur RMC+

Diffusion 4 écrans
Pré-roll / mid-roll & Adswitching
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD
Garantie taux de complétion moyen > 90%

LIVE+ CTV

Invitez-vous chez les
petits conso TV en CTV et TVS

Diffusion 100% téléviseur
Pré-roll & Adswitching TVS et CTV
CTV : Ciblage natif petits conso TV*
TVS : Ciblage Data petits conso TV
Formats disponibles : 15s – 20s – 30s
Garantie taux de complétion moyen > 90%

Ciblez une audience complémentaire avec **41% de petits conso TV en CTV* !**

COVIEW+ CTV

Optimisez votre présence
sur les temps forts en coviewing

Diffusion 100% téléviseur
Pré-roll / mid-roll & Adswitching TVS et CTV
Ciblage horaire : 21h-23h
Ciblage top programmes :
(BigDil, Top Meca, etc.)
Garantie taux de complétion moyen > 90%

Le meilleur de l'écoute conjointe :
>1,5 contact / impression (source Médiamétrie)

PACKS VIDÉOS

Bénéficiez de la meilleure exposition vidéo sur tous les écrans au sein de nos **contextes thématiques Eco, Entertainment et Sport !**

LES MOYENS

THEMA

DESKTOP - MOBILE – TABLETTE - CTV

ECO

Diffusez votre campagne sur tous les contextes écrins Economie

BFM BUSINESS | BFM TV. | STORY | DECOUVERTE

Diffusion 4 écrans
Pré-roll / mid-roll & Adswitching Live TVS & CTV
Garantie taux de complétion moyen > 80%
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD
Option ciblage TVS : viewers BFM Business*

BFM Business, 4ème marque Eco sur le Digital

ENTERTAINMENT

Adressez votre campagne sur l'une de nos thématiques entertainment

MOTEUR & MECANIQUE | AVENTURE & SURVIE | SCIENCE & TECHNOLOGIE | DIVERTISSEMENT

Diffusion 4 écrans
Pré-roll / mid-roll & Adswitching Live TVS & CTV
Garantie taux de complétion moyen > 80%
Option ciblage Data : géoloc, intérêt, SD
Option ciblage TVS : viewers BFM Business

SPORT

Adressez votre campagne sur l'une de nos thématiques sport

Contextes **Multi Sport**

RMC SPORT

RMC Sport, 2ème marque de sport sur le Digital

Contextes **Combat**

RMC SPORT COMBAT

Contextes **Foot**

AFTER FOOT TV

Diffusion 4 écrans
Pré-roll / mid-roll
Site – App – YouTube *

* 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 BFMTV MAX** associée à un volet digital auprès d'une cible de petits consommateurs TV.

LES MOYENS

20 spots tout au long de la journée (1/heure de 5h à 25h)
dont 3 écrans MORNING REACH

+

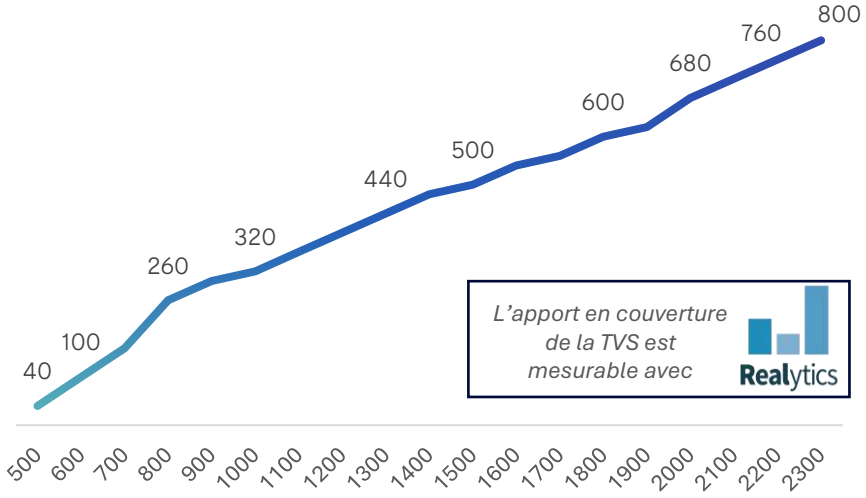
TV segmentée / OTT segmentée

200 000

impressions diffusées

Cible data :
Petits conso TV

Exemple de progression de la couverture 25-49 ans (000) sur les 20 spots



L'apport en couverture de la TVS est mesurable avec Realytics

TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (20s)
base 100 :
20 000€

Contactez-nous pour en savoir plus.

TV + DIGITAL

D·ONE TARGET

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

10 000€ *Tarif net (20s) base 100* :

D-CIDEUR	D-LIVERY	D-FILM	D-MATCH	D-SILVER
10 spots sur des créneaux stratégiques				
Audience Planning **10 spots répartis autour des pics de conso TV de la cible**	*Audience Planning* **10 spots répartis autour des repas**	*Audience Planning* **10 spots répartis autour d'une sortie cinéma** *+ Add-on* *5 spots contexte cinéma*	*Audience Planning* **10 spots répartis autour d'un match de football**	*Audience Planning* **10 spots répartis autour des pics de conso TV de la cible**
+				
100 000 impressions TVS / OTT segmentée				
Segment data : **DÉCIDEURS en entreprises**	*Segment data :* **URBAINS**	*Segment data :* **Gros Conso CINÉMA**	*Segment data :* **Intérêt FOOTBALL**	*Segment data :* **50 ANS +**

Audience Planning sur base de l'Observatoire du BtoB

TV ECRANS REACH

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

INFO

MORNING REACH

Bénéficiez de plus de la moitié de l'audience matinale disponible en publicité TV grâce à nos **3 écrans MORNING REACH simultanés** sur 12 chaînes différentes.

BFM TV. | BFM LOCALES | Apolline matin | good morning BUSINESS

6H41 | 7H11 | 8H11

NOUVEAU

ENTERTAINMENT

PEAK REACH

Bénéficiez d'un **niveau de reach rare** grâce à notre écran **PEAK REACH** diffusé en simultané sur les **3 Primes RMC**[3]

STORY | DECOUVERTE | LIFE

21H11

T V

MORNING WEEK

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

LES MOYENS

12 MATINALES D'INFORMATIONS → 180 SPOTS TV SUR LA SEMAINE

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
3 écrans MORNING REACH	+ 3 écrans MORNING REACH	+ 3 écrans MORNING REACH	+ 3 écrans MORNING REACH	+ 3 écrans MORNING REACH

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

TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (20s)
base 100 :
20 000€
Contactez-nous pour en savoir plus.

T V

PEAK WEEK

Profitez de la **puissance** du **PEAK REACH pendant une semaine.** Communiquez chaque jour sur notre pic d'audience en **contexte entertainment** grâce à **1 écran simultané** diffusé avant le début du Prime.

LES MOYENS		TARIFS & CONDITIONS	
	STORY · DECOUVERTE · LIFE 3 PRIMES ENTERTAINMENT → 21 SPOTS TV SUR LA SEMAINE Lundi: 1 écran PEAK REACH + Mardi: 1 écran PEAK REACH + Mercredi: 1 écran PEAK REACH + Jeudi: 1 écran PEAK REACH + Vendredi: 1 écran PEAK REACH + Samedi: 1 écran PEAK REACH + Dimanche: 1 écran PEAK REACH Une **couverture puissante** garantie par la diffusion de **21 PEAK REACH** sur la semaine		Tarif net (20s) base 100 : **20 000€** *Contactez-nous pour en savoir plus.*

TV + DIGITAL

ADD REACH

Bénéficiez de **tout le potentiel de couverture** des programmes phares de RMC[3] 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

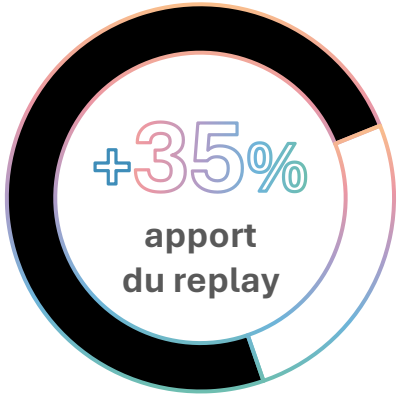
SPOT #2

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 :



Audience live | Audience replay

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

Pour en savoir plus, contactez-nous.

POST-TEST PUBLICITAIRE

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

toluna

UNE MÉTHODOLOGIE

MODE DE RÉPONSE :
100% digital et **RGPD compliant**

LES RÉPONDANTS :
Représentatifs de nos médias & issus de notre **panel propriétaire** avec Toluna

L'ANALYSE :
Comparaison des résultats des individus ayant été exposés vs non-exposés à la campagne.

LES RÉSULTATS :
Le **traitement** est réalisé par **Harris Interactive** et le rapport en interne

DES RÉSULTATS

Les gains moyens générés par une campagne (exposés vs non-exposés)

+42 POINTS — **INTENTION D'ACHAT & DE RENSEIGNEMENT**

+39 POINTS — **APPRÉCIATION**

+18 POINTS — **NOTORIÉTÉ ASSISTÉE**

Pour en savoir plus, contactez-nous.

ETUDE - DIGITAL

BRAND LIFT SURVEY

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

happydemics

UNE MÉTHODOLOGIE

MODE DE RÉPONSE :
100% digital et **RGPD compliant**

LES RÉPONDANTS :
Connexion en direct aux médias digitaux (app, site, RS) pour cibler une **exposition réelle**

L'ANALYSE :
Les données sont collectées et traitées **en temps réel**

LES RÉSULTATS :
Accessibles en continu via un **dashboard interactif** et un **rapport clair** (vidéo, insights...)

DES RÉSULTATS

Exemple de gains générés pour une campagne (exposition réelle)

+48 POINTS	ATTRIBUTION
+36 POINTS	IMAGE DE MARQUE
+23 POINTS	INTÉRÊT

Pour en savoir plus, contactez-nous.

DES FORMATS ÉVÉNEMENTS POUR OPTIMISER L'ÉMERGENCE & LA PERFORMANCE SUR ÉCRANS TV

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

SOCIAL PUBLISHING

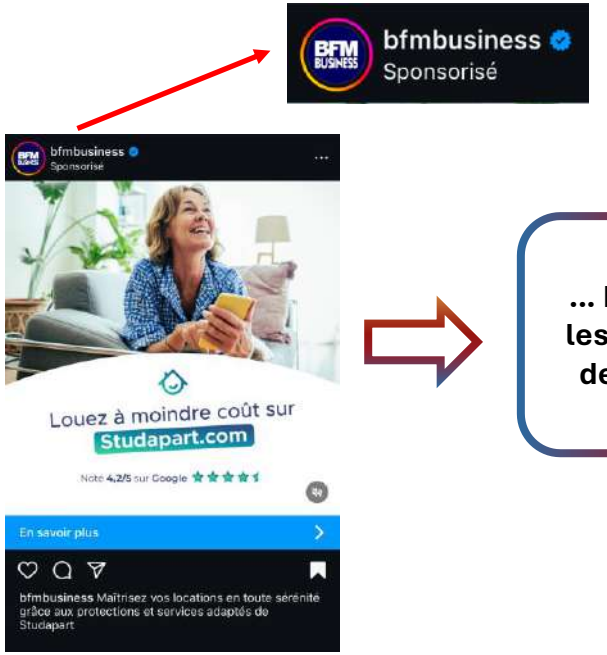
Optimisez les performances de vos campagnes paid social grâce à la **puissance et la résonnance des marques RMC BFM** sur le Digital.

LES MOYENS

CAMPAGNE PAID SOCIAL (DARKPOST)

+

... DIFFUSÉE AVEC LA CAUTION DE MARQUE D'UN MÉDIA



... Pour améliorer les performances des campagnes

PERFORMANCES

Conversion
Jusqu'à +50%

CPA :
-30 à -50%

Mémorisation
Jusqu'à +160%
Avec une création social native

Source : Pense pas bête, SRI

UNE OFFRE DATA LIQUIDE ACTIVABLE SUR TOUS LES ÉCRANS & DEVICES

Une stratégie data permettant de cibler efficacement vos audiences sur tous les environnements, avec ou sans cookies, tout en garantissant contrôle, performance et mesure.

1 CATALOGUE PREMIUM

Data 1st party :
Socio-démo, CSP, foyers, intérêts, météo, zone chalandise

Partenaires premium :
Opérateurs,
Unlimitail, Sirdata

2 DATA COOKIELESS

DMP propriétaire
mediarithmics

Data contextuelle
Implicit

ID Partagés
Utiq
First ID

3 ONBOARDING & CLEAN ROOM

3 plateformes interopérables pour activer vos données CRM, partenaires ou retail

Mediarithmics (tout ID)
Dcentriq (tout ID)
Liveramp (email)

4 INSIGHTS & MESURES

Dashboard post-campagne

Analyse des profils exposés
Création de segments de retargeting
Enrichissement de vos bilans avec des données activables.

TOUS LES ENVIRONNEMENTS : CTV FAI / CTV OTT / STREAMING / AUDIO / DISPLAY
TOUS LES ÉCRANS : TV / DESKTOP / MOBILE / TABLETTE

D A T A

1- UN CATALOGUE DE DONNÉES EXCLUSIVES, MULTI-SOURCES ET ACTIVABLES SUR TOUS LES ÉCRANS

Une infrastructure data robuste, conçue pour adresser tous les besoins de ciblage : données loguées, signaux comportementaux, data partenaires, géolocalisation fine et scoring d'intention.

DONNÉES PROPRIÉTAIRES LOGUÉES & COMPORTEMENTALES

- **Socio-démo** (âge, genre, CSP, composition foyer)
- Centres d'intérêt déduits des **parcours et contenus consommés**
- **Engagement utilisateur** et **fréquence** de visite
- **Contextes éditoriaux affinitaires** : actu, sport, économie, lifestyle…

ENRICHISSEMENT & PARTENARIATS DATA

- **Sirdata** : données TGI modélisées, scoring d'intention, composition foyer
- Données partenaires retail intégrées : **Unlimitail.**
- Catalogues **exploitables directement** ou via **Clean Room**
- Enrichissement des **assets logués et non logués**

CIBLAGE GÉOGRAPHIQUE & MÉTÉO CONTEXTUELLE

- Région, département, code postal, code IRIS
- Zones de chalandise multi-secteurs, **activables automatiquement**
- **Données météo activables** : température, état (pluvieux, neigeux, ensoleillé, etc).

DONNÉES PARTENAIRES ACTIVABLES

- Données FAI directement activables en **environnement IPTV**
- Données retail activables **via nos clean rooms**
- Données comportementales partenaires **exploitables via nos plateformes**
- **Logique "data first"** adaptée à chaque environnement

2- UN CIBLAGE INTELLIGENT, CONTEXTUEL ET INDÉPENDANT DES COOKIES TIERS

Une stratégie cookieless qui repose sur des signaux activables, une contextualisation enrichie et des identifiants alternatifs interopérables pour garantir la performance, sans dépendre des cookies.

CONTEXTUALISATION AVANCÉE AVEC IMPLCIT

- **Solution partenaire intégrée** à notre stack data
- Enrichissement des contenus streamés **via les données du panel Médiamétrie Internet Global**
- **Attributs socio-démo & comportementaux** à chaque contexte
- **Activation sur tous nos assets** vidéo, notamment CTV et replay

DMP COOKIELESS PROPRIÉTAIRE (MEDIARITHMICS)

- **Exploitation des signaux comportementaux** sans cookies tiers
- **Génération d'audiences affinitaires** basées sur le contenu et la navigation
- **Gestion de la brand safety et des exclusions contextuelles** au sein de la DMP
- **Outil central de pilotage** des activations cookieless

ID PARTAGÉS & STRATÉGIE CROSS-DEVICE / CROSS-DOMAIN

- **UTIQ** (mobile déployé, Wi-Fi en déploiement)
- **First ID** actif sur nos environnements web
- **Déploiement prévu sur applications** en 2026
- **Ciblage interopérable et durable** : cross-device, cross-domain, privacy by design

CAS D'USAGE ACTIVABLES

- **Retargeting cookieless** via ID partagés
- **Extension d'audience** sur environnements sans cookie
- **Capping & pilotage** multi-écrans
- Sécurisation des campagnes dans un **cadre RGPD-ready**

3- ACTIVATION, ENRICHISSEMENT ET MESURE DES DONNÉES CRM EN TOUTE SÉCURITÉ

Nos clean rooms partenaires vous permettent de croiser vos données CRM ou partenaires avec nos assets media, pour des activations puissantes, enrichies et mesurables — sur tous les écrans.

TROIS CLEAN ROOMS INTEROPÉRABLES

- **LiveRamp (Safe Haven)** : activation sur TV segmentée & replay, matching email ou RampID
- **Decentric** : activable par tout annonceur déjà client Decentric (contrat invité)
- **MediaRithmics** : onboarding omnicanal tous IDs, intégré à notre DMP propriétaire

TYPOLOGIES DE DONNÉES ACTIVABLES

- **Données CRM** : email, RampID, UTIQ, First ID, device ID, IP…
- **Données partenaires** : Sirdata, Unlimitail
- **Matching multi-ID sécurisé**, scoring, segmentation, lookalike
- Exploitable quel **que soit le point d'entrée** (logué ou non)

ENVIRONNEMENTS ACTIVABLES SELON LA CLEAN ROOM

- **Liveralo :** TV segmentée, Replay - Matching email / RampID uniquement
- **Decentric :** Tous (display, audio, CTV, replay, apps) - Compatible tous ID, accès simplifié
- Médiarithmics: Tous (display, audio, CTV, replay, apps) – Full Id-agnostic, intégré à la DMP

ACTIVATION PRIVACY-READY

- Clean rooms **conformes RGPD**
- **Connexions sécurisées**, sans partage de données brutes
- **Interopérabilité** avec les DMP, CDP ou plateformes partenaires
- **Mise en œuvre rapide** des flux de données

4- DES INSIGHTS ACTIONNABLES POUR PILOTER, AFFINER ET RÉACTIVER

Avant, pendant et après vos campagnes, bénéficiez d'analyses précises sur vos cibles et vos performances media. Nos outils permettent de transformer chaque activation en levier de connaissance et d'optimisation.

ANALYSE PRÉ-CAMPAGNE DES SEGMENTS CIBLÉS

- **Visualisation des profils associés** à chaque segment activé
- **Données disponibles** : âge, genre, CSP, géographie, device, centres d'intérêt…
- Sélection affinée **grâce à la connaissance fine de nos audiences** propriétaires et enrichies

PROFILING DES EXPOSÉS POST-CAMPAGNE (HORS TVS)

- **Analyse des profils réellement** touchés par la campagne
- **Comparaison entre cible prévue et audience** réellement atteinte
- **Focus possible par environnement**, device ou typologie de contenu

GÉNÉRATION AUTOMATIQUE DE SEGMENTS ACTIVABLES

- **Création de segments post-campagne** à partir des exposés (impression, clic…)
- **Activation possible en retargeting**, exclusion, extension ou A/B testing
- **Compatible avec tous nos environnements** logués ou cookieless

UNE BOUCLE D'OPTIMISATION CONTINUE

- **Meilleure connaissance** de vos audiences media
- **Détection des environnements**, contextes et formats les plus performants
- **Intégration à vos bilans media et réflexions stratégiques** à moyen terme

CTV GEOTARGET :

UN DISPOSITIF CLÉ EN MAIN 100% GÉOLOCALISÉ SUR TV CONNECTÉES

DISPOSITIF

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

MOYENS

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

USE CASE – CAMPAGNE AUTO

DISPOSITIF

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

PERFORMANCES

- **Impressions mesurées :** 700K
- **Visites en concession :** 400
  - **Dont Visites incrémentales :** 50
- **Lift global :** +14%

Source : oKube

OBSERVATOIRE DU B TO B

Les **décideurs BtoB**, une **cible premium** consommatrice des marques RMC BFM

bva Xsight

JEUNE
42 ans
Age moyen

REVENUS ÉLEVÉS
17%
+100K de revenus annuels

EXCELLENCE & MADE IN FR
89%
Aiment les produits d'excellence, savoir-faire français

CONNECTÉ
84%
Possèdent une Smart TV

CURIEUX
86%
Se déclarent curieux

INNOVATION
84%
Se déclarent attirés par les nouveautés

VIE ÉCO & EN SOCIÉTÉ
76%
Engagés dans une activité extra professionnelle

93% DES DÉCIDEURS CONSOMMENT AU MOINS UNE DES MARQUES DU GROUPE RMC BFM

Pour découvrir l'étude plus en détail, contactez-nous.

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

OFFRE BTOB

DÉCIDEURS +

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

LES MOYENS

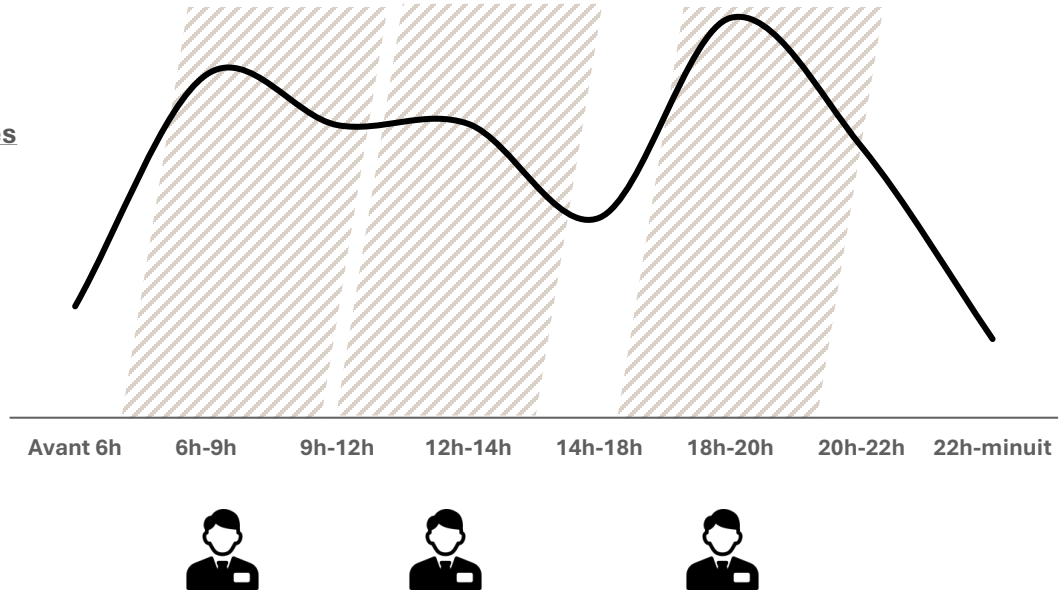
50 spots sur une semaine
Planifiés sur les carrefours d'audience des décideurs en entreprise

+

TV segmentée / OTT segmentée

100 000
impressions diffusées

Cible data :
Décideurs en entreprise



TARIFS & CONDITIONS

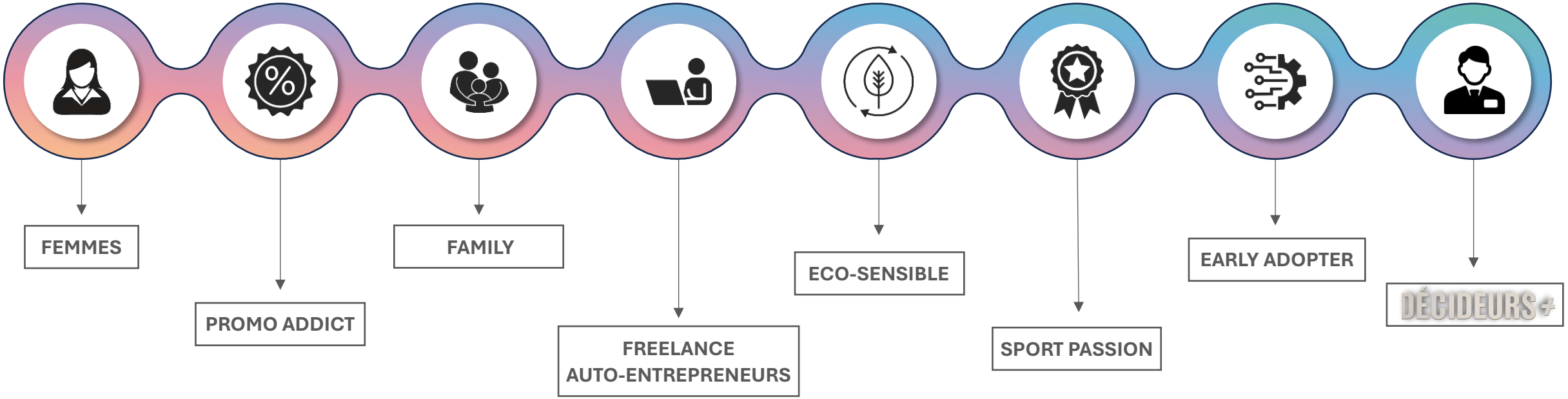
Tarif net (20s)
base 100 :
20 000€

Contactez-nous pour en savoir plus.

PACKS CIBLES

Emergez grâce à notre catalogue d'offres sur-mesure auprès de votre **cible** sur **BFMTV** ou **RMC**[3]

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



Pour en savoir plus, contactez-nous.

TV - DIGITAL

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 11 chaînes locales

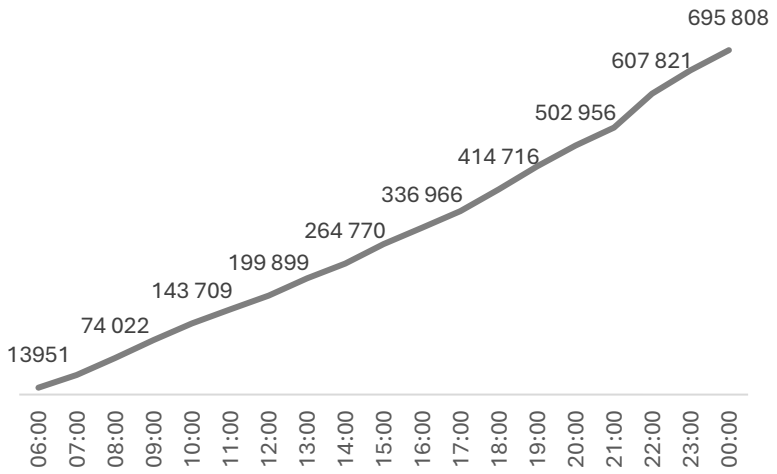
LES MOYENS

BFM LYON · BFM GRAND LITTORAL · BFM GRAND LILLE · BFM DICI · BFM MARSEILLE PROVENCE · BFM NICE CÔTE D'AZUR · BFM TOULON VAR · BFM ALSACE · BFM NORMANDIE · TELENANTES · ANGERSTELE

BFM TV.COM

1 JOUR	2 JOURS	3 JOURS
220 spots TV Minimum 10 spots/h + 113K impressions pré-roll	440 spots TV Minimum 10 spots/h + 226K impressions pré-roll	660 spots TV Minimum 10 spots/h + 340K impressions pré-roll

COUVERTURE PAR JOUR DES BFM Locales*



TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (20s) base 100 :
À partir de 5 500 €

Source : Médiamétrie, Médiamat Local Janv25-Juin25 TCE 4+ / *Audience non garantie

TV - DIGITAL

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 CIBLAGES AU CHOIX

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

BFM LYON

HAUTS-DE-FRANCE

BFM GRAND LITTORAL BFM GRAND LILLE

GRAND-EST

BFM ALSACE

NORMANDIE

BFM NORMANDIE

PACA

BFM DICI BFM MARSEILLE PROVENCE BFM NICE CÔTE D'AZUR BFM TOULON VAR

PAYS DE LA LOIRE

TELENANTES ANGERSTELE

TV segmentée : BFM TV. RMC STORY RMC DÉCOUVERTE

+

En digital : BFM TV.COM

Géolocalisé dans la région en question

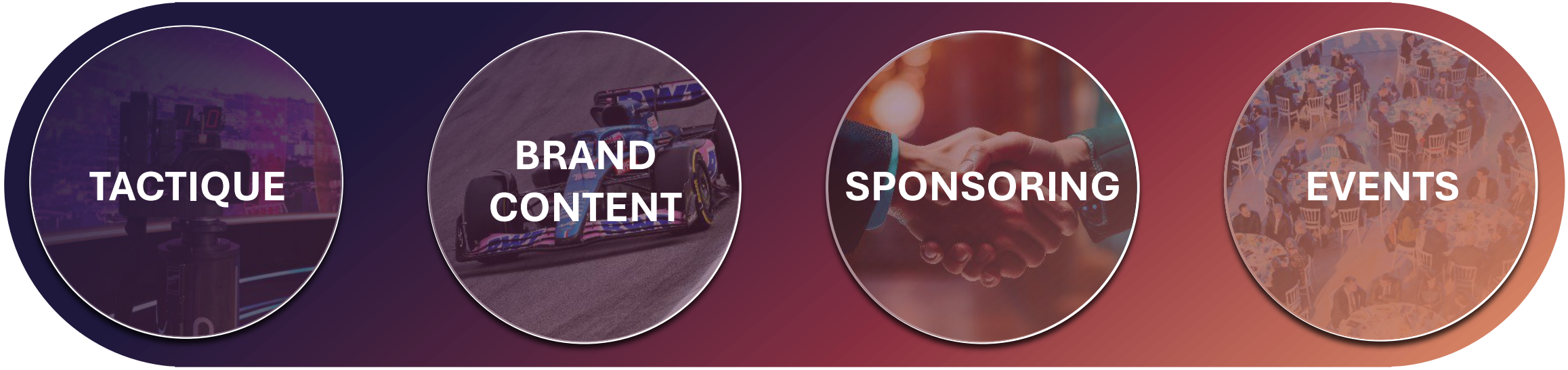
TARIFS & CONDITIONS

Tarif net (20s) base 100 :

À partir de 5 000 €

LES PILIERS DE NOTRE STRATÉGIE OPS

Content & Connect



CONTENT INNOVATION

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

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

UN PLATEAU TRANSFORMÉ

SPOT ANNONCEUR

AUTRES SPOTS

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

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

Source Interne – Post-Test Publicitaire juin 2024

Pour en savoir plus, contactez-nous.

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 & LinkedIn

Pour en savoir plus, contactez-nous.

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**.

LES MOYENS

ECRAN PUB

SORTIE ÉDITO	JINGLE PUB *Thématisé Programme*	TAG SPECIFIQUE *Reprenant le décor du programme +* ***incrustation illustration annonceur***	SPOT annonceur	INTERSTITIEL 5'' *Thématisé moteur & contextualisant*	JINGLE PUB	LANCEMENT EDITO

DÉCOR PROGRAMME AVEC LA MENTION « PUBLICITÉ »

ANIMATION MOTION DESIGN ET RÉVÉLATION DE L'ILLUSTRATION ET/OU LOGO ANNONCEUR

Pour en savoir plus, contactez-nous.

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.

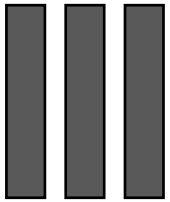
LES MOYENS

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

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.

SPONSORING METEO

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

LES MOYENS

Météo Semaine | **Météo Saisonnière** | **Météo Week-end** | **Météo des neiges** | **Météo des plages**

BFM TV. BFM BUSINESS BFM LOCALES

BFM TV. BFM LOCALES

BFM TV.

EN TV

BILLBOARD PRE / POST – GENERIQUE
DE 4:30 À 9H EN CONTEXTE MÉTÉO

EN DIGITAL

SPONSORING DES VIDÉOS SOCIALES ISSUES DE L'ANTENNE SUR LES COMPTES FACEBOOK ET X DE BFMTV :

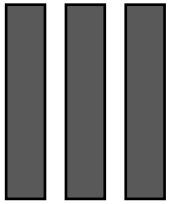
PRÉ-ROLL CIBLÉ
Diffusion du pré roll en entrée de la chronique Météo

Pour en savoir plus, contactez-nous.

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.

DIGITAL

SWIPE

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

SPORT **ENTERTAINMENT** **BUSINESS**

LES MOYENS

DES FORMATS

ÉMISSIONS & FILMS

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

Les films RMC SPORT : Netflix, Impulstar & Adidas

CAPSULES

Les émissions : DailyCan avec Winamax

LIVE ÉVÉNEMENTS

Live immersif / live esport : Quizz de Noël Live Twitch

Acquisitions specifiques digitales : Tennis de table ...

DES CRÉATIONS DIGITALES NATIVES CO-CONSTRUITES AVEC DES ANNONCEURS

DES PLATEFORMES

LIVE	twitch	YouTube	RMC SPORT SUR twitch
REPLAY	YouTube		
NATIFS	***SOCIAL***		

UNE DIFFUSION DE L'ENSEMBLE DE NOS CANAUX EN 360

Pour en savoir plus, contactez-nous.

R S E

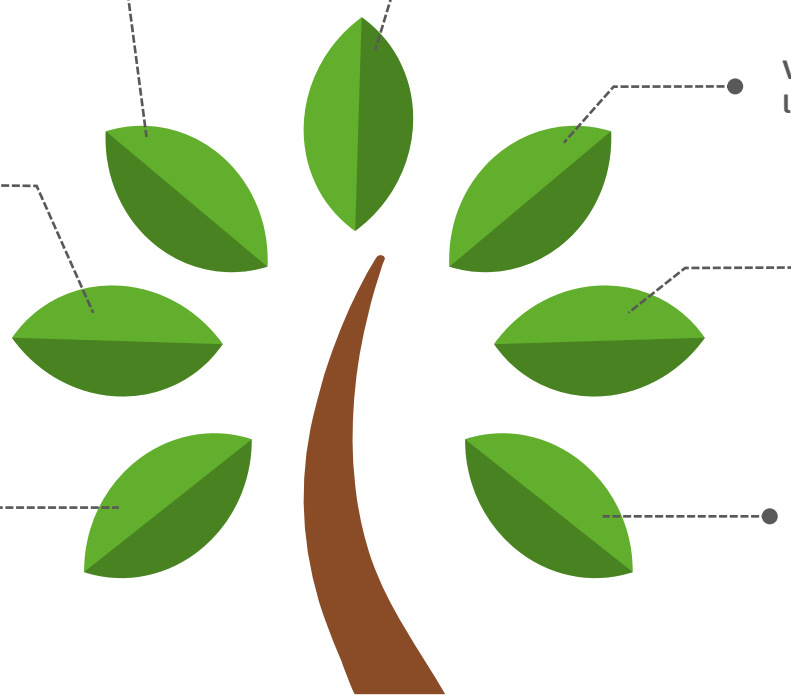
RMC BFM S'ENGAGE

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

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

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'echelle du quotidien



Veiller à la préservation de l'indépendance des rédactions

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

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

Accompagner et sensibiliser toutes les équipes aux questions climatiques et environnementales

R S E

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

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

Ce référentiel **synthétise l'état de l'art d'une réflexion de fond sur l'empreinte carbone de la diffusion TV/Vidéo** qui sera 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 de l'ADMTV développé par DK.

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

Pour en savoir plus, contactez-nous.

PROGRAMME SDAT

Depuis 2024, le programme Sustainable Digital Ad Trust (SDAT) a pour ambition de valoriser toutes les Transitions des régies du SRI en faveur d'une publicité digitale plus responsable, qu'elles soient technologiques, business ou environnementales.

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

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

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

Pour le 3ème cycle du programme (Vague 3) :

- 18 sur 25 régies membres du SRI se sont engagées dans le programme
- Moyenne globale des scores des 18 régies est de 81/100

SRI PROGRAMME SUSTAINABLE DIGITAL AD TRUST PLATINE 2025

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.

Ainsi, BFM Business propose une **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 apporte 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, capte l'attention de nos téléspectateurs et les sensibilise 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.

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

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

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

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

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

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

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

TV + DIGITAL

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.**

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

Pour en savoir plus, contactez-nous.

INSTANT GREEN

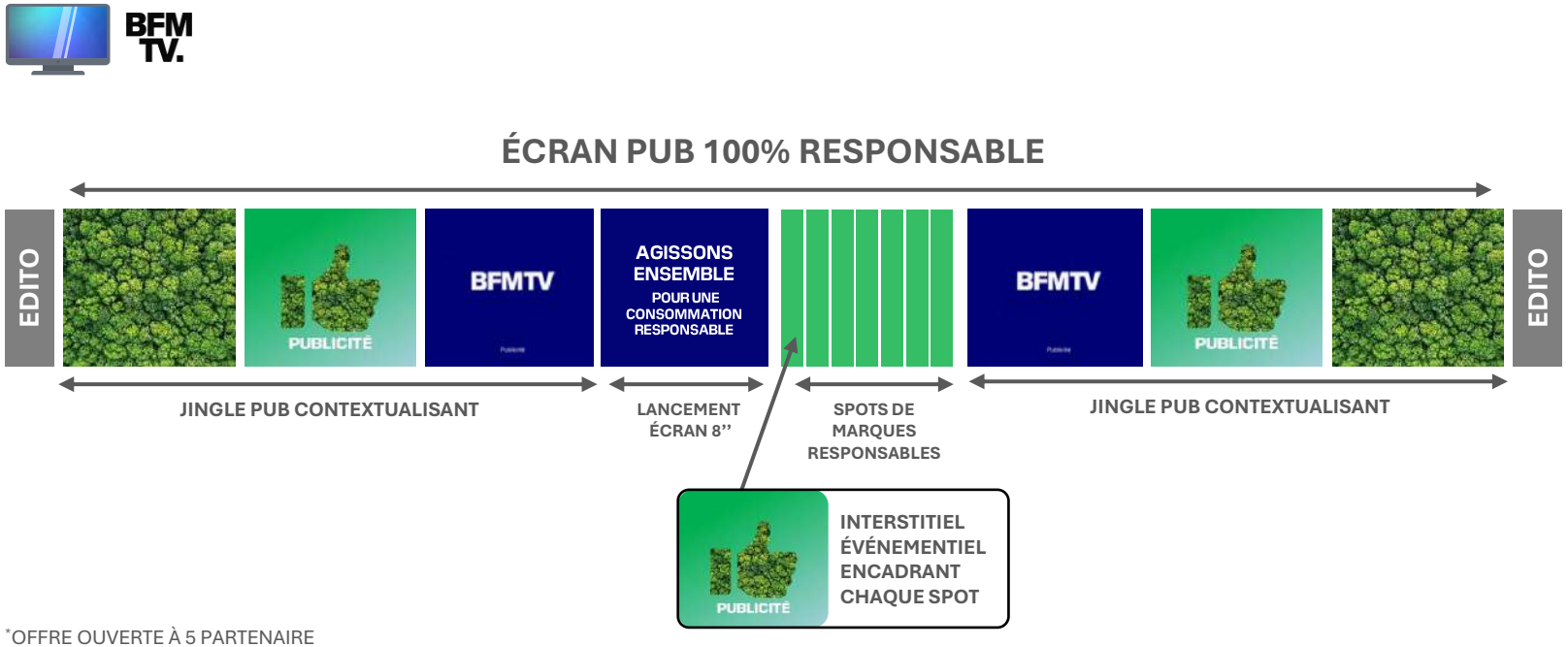
Faites connaître votre engagement pour l'environnement
grâce à une contextualisation de votre spot au sein d'un format dynamique

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

Pour en savoir plus, contactez-nous.

ÉCRANS ENGAGÉS

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

LES MOYENS		TARIFS & CONDITIONS
	 *OFFRE OUVERTE À 5 PARTENAIRE	À partir de 25 000€ nets Activables sur certains événements : *Nous consulter*

Pour en savoir plus, contactez-nous.

04
CALENDRIER DES
ÉVÉNEMENTS

RMC BFM Ads met à disposition deux calendriers pour proposer des moments forts d'activation autour des temps-forts commerciaux, RSE & Event de l'année 2026

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 et de la sécurité au travail** (28/04)

MAI-JUIN

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

SEPT-OCT

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

NOV-DÉC

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

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)
- **Saint-Valentin** (14/02)
- **Salon de l'agriculture** (24/02 au 03/03)
- **Jeux Olympiques d'hiver** (06/02-22/02)

MARS-AVRIL

- **Premier jour du Printemps** (20/03)
- **Pâques** (05/04)
- **Elections municipales** (15/03 et 22/03)

MAI-JUIN

- **Fête des Mères** (31/05)
- **Fête des Pères** (21/06)
- **Début de l'été** (20/06)
- **Soldes d'été** (28/06 au 25/07)
- **Coupe du monde de Football** (11/06-19/07)

JUIL-AOÛT

- **Tour de France** (04/07 au 26/07)
- **Fête nationale** (14/07)
- **Vacances scolaires**

SEPT-OCT

- **Début de l'automne** (22/09)
- **French Days** (22/09 au 28/09)
- **Halloween** (31/10)

NOV-DÉC

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

TEMPS-FORTS ÉVÉNEMENTS

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

Q1			Q2			Q3			Q4		
JAN	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Les Grands Prix Focus Retail		18e édition Grand Prix Favori E-commerce	Grands Prix Check Up Santé	La Nuit de l'IA	17e Meilleurs Artisans de France RMC			Grands Prix des ETI	17e Meilleurs Artisans de France RMC	Le Grand Prix des Maires RMC BFM	BFM Awards
			6ème édition Tech for Good Awards		Impact PME				les Pros de la Réno RMC	Tout pour Investir L'événement	
					Clatech BB				BFM Académie	Grands Prix de l'Industrie	
										Trophées PME RMC BFM	

Exemples d'événements (liste non-exhaustive et sans engagement de reconduction en 2026)

05

ESPACE CLASSIQUE

EASY PILOT

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

EASY PILOT

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

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

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

CALCUL DU COÛT GRP NET BASE 100 PROGRAMMÉ

Coût GRP net (20s) Base 100 contrat **X** Impact Digital **X** Impact Couplage **X** Impact Packs ▶ **=Coût GRP net (20s) programmé**

EASY PILOT

IMPACT DIGITAL

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

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

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

Ces ajustements tarifaires seront appliqués :

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

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

EASY PILOT

IMPACT COUPLAGE

En 2026, pour tout investissement au CGRP supérieur à 60k€ net, le CGRP net base 100 sera modulé en fonction du choix des offres selon le barème suivant :

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

La répartition des spots sur les chaînes composant les offres sera optimisée par RMC BFM Ads selon les meilleurs écrans disponibles sur la cible d'achat.
Sur BFMTV MAX & RMC[3], 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%.

IMPACT PACK

Afin d'encourager l'accès de nos clients à nos packs à forte valeur, en 2026 RMC BFM Ads met en place un bonus permettant de moduler le CGRP net base 100 des chaînes TNT selon le barème suivant :

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

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 INDICÉ

Coût GRP net (20s) Base 100 programmé **X** Indice de saisonnalité **X** Indice de tranches horaires **X** Indice Emplacements Préférentiels

= Coût GRP net (20s) Garanti indicé

EASY PILOT

LES INDICES DE SAISONNALITÉ

Périodes CGV	01/01 - 08/03	09/03 - 19/04	20/04 - 17/05	18/05 - 05/07	06/07 - 19/07	20/07 - 16/08	17/08 - 18/10	19/10 - 20/12	21/12 - 31/12
Indices	95	120	110	135	80	65	155	140	90

LES INDICES TRANCHES HORAIRES

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

LES INDICES EP

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

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	
Femmes 25-49 ans	FRDA & Enf < 15 ans
Femmes 25-59 ans	FRDA 15+
Femmes 35-49 ans	FRDA 15-49 ans
Femmes 35-59 ans	RDA – 60 ans
Femmes actives	FRDA 25-59 ans
FRDA & Enf < 25 ans	Shoppers

ADULTES, HOMMES, CSP+	
25-49 PM Conso Pub	Hommes 25-59 ans
Actifs	Hommes 35-49 ans
Ensemble 15-49 ans	Ensemble 35-59 ans
Ensemble 25-49 ans	Hommes 15-49 ans
Ensemble 25-59 ans	Hommes 35-59 ans
Ensemble 35-49 ans	Hommes 25-49 ans

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

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

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

RMC BFM ADS

06 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 25	Novembre–Décembre 25	Janvier–Février 26	Mars–Avril 26	Mai-Juin 26	Septembre–Octobre 26
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	**01/01/2026-31/01/2026**	**01/02/2026-31/03/2026**	**01/04/2026-31/05/2026**	**01/06/2026-31/08/2026**	**01/09/2026-30/11/2026**	**01/12/2026-31/12/2026**

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 25	Septembre 25-Février 26	Janvier-Juin 26
Application des audiences comme base des CGRP estimés :	**01/01/2026-30/04/2026**	**01/05/2026-31/08/2026**	**01/09/2026-31/12/2026**

L'étude utilisée pour RMC Story, RMC Découverte et RMC Life sera le Médiamat National Quotidien.
Pour l'ensemble des chaînes mesurées, les GRP appliqués du 1er janvier au 31 décembre 2026 seront calculés sur une base France entière.

CONDITIONS D'ACHAT

Remise de Référence

Tout annonceur présent en espace classique ou en parrainage sur **BFMTV MAX, RMC[3], 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, RMC[3], 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 1er janvier au 31 décembre 2026 (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 2026 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 2026 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, RMC Story ou RMC Life 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 ADMTV.

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

popcorn media Addside

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 chaines 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.

RMC BFM ADS

07
NOS

ANNEXES

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 XR EXTREME REACH (ADSTREAM) www.xr.globalet, PEACH CONNECT www.peach.me et NOMALAB http://ad.nomalab.com de transmettre à RMC BFM Ads les films publicitaires sans support physique.

Les films publicitaires livrés doivent respecter les Recommandations Techniques CST-RT018 v.3.0 et CST-RT040 et les valeurs édictées par 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 vidéos (IPTV / VOL / TVS) RMC BFM Ads a un accès dédié sur XR EXTREME REACH (ADSTREAM), PEACH CONNECT et NOMALAB (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.

TRANCHES HORAIRES

	BFM TV. MAX	RMC 3 LIFE
DAY	Lundi à Vendredi (LàV) : 0300-0599 / 0900-1799 Samedi-dimanche : 0300-2699	Lundi à Dimanche (LàD) : 0300-1799
ACCESS	LàV : 1800-1999	LàD : 1800-1999
PEAK	LàV : 0600-0899 & 2000-2199	LàD : 2000-2199
NIGHT	LàV : 2200-2699	LàD : 2200-2699
ECRANS REACH	LàV : 641-711-811	LàD : 2111

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 chaine 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-téléspectateurs) d'une cible donnée.

DURÉE D'ÉCOUTE PAR TÉLÉSPECTATEUR (DET) :
Moyenne du temps passé par les téléspectateurs à regarder une émission, une chaine, 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) :
Chaine 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 (%) x 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 chaine 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.

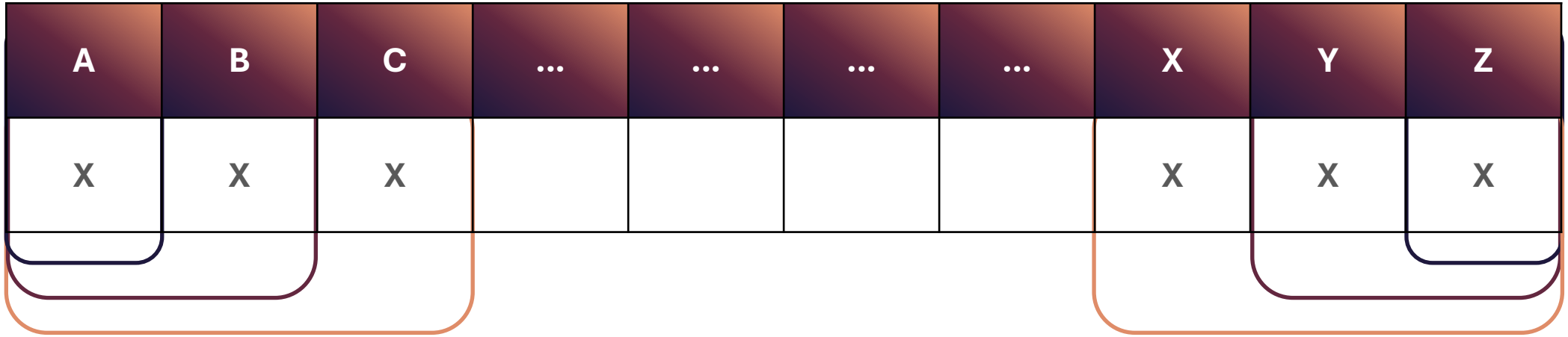
TAUX DE COMPLÉTION :
Indicateur publicitaire sur le digital, correspondant au nombre de publicités visionnées jusqu'au bout par l'internaute, pour cent diffusions.

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 2026

BFM TV. BFM BUSINESS BFM LOCALES RMC INFO TALK SPORT RMC SPORT RMC STORY RMC DÉCOUVERTE RMC LIFE RMC+