

1^{er} février 2021 | radiofrancepub.com

radiofrance
publicité

TARIFS

ON THE AIR



franceinfo:

L'ESPACE PRÉSERVÉ



franceinfo:

LA PUBLICITÉ SUR RADIO FRANCE

Avec ses 3 stations ouvertes à la publicité, le 1^{er} groupe de radio offre aux annonceurs dans un contexte éditorial de qualité, des emplacements publicitaires d'exception.

Faible encombrement, écrans courts, formats sur mesure et opérations spéciales font de l'offre de Radio France Publicité, une proposition unique dans le paysage de la radio.

France Inter, franceinfo et France Bleu, différentes et complémentaires, font de leur grille, à chaque rentrée média, le rendez-vous d'auditeurs curieux, passionnés et ouverts sur le monde.



Faible encombrement publicitaire,
urgence et dispositifs sur mesure pour
3 stations différentes et complémentaires.

SOMMAIRE

Les stations de Radio France	p.8 à 25
France Inter	p.8
franceinfo	p.12
France Bleu réseau	p.16
France Bleu Locales	p.20
Les conditions commerciales	p.22
Le studio / Le numérique	p.26
Contacts	p.27

LA PUBLICITÉ CLASSIQUE OUVERTE À TOUS LES ANNONCEURS*

... ET LE PARRAINAGE*

*La citation peut comporter le nom, la raison sociale de l'entreprise, et/ou ses noms commerciaux et/ou ses enseignes et/ou ses noms de domaines ainsi qu'une définition de l'activité. Hors tabac, alcool et médicaments. Notre Dossier Parrainage est disponible sur simple demande. Pour découvrir tous nos dispositifs de parrainage : radiofrancepub.com



**AVEC NOUS, VOUS ALLEZ
ÉMERGER PLUS VITE
LE MATIN**

1ère radio de France
1ère matinale de France avec 4,2 millions d'auditeurs quotidiens entre 7h et 9h.
L'information, la culture et le divertissement.

INTERVENEZ

connaissance **DÉBAT**
consommation
tendance **HUMOUR**
concerts **ACTUALITÉ**
CULTURE divertissement **SERVICES**
société **idées** **MUSIQUE**



Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30"

SEMAINE		WEEK-END			
lundi › vendredi		samedi	dimanche		
Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €		
05h00 › 06h00	400	05h00 › 06h00	100	05h00 › 06h30	100
06h00 › 06h30	1990	06h00 › 06h30	650	06h30 › 07h00	220
06h30 › 07h00	7110	06h30 › 07h00	870	07h00 › 07h30	2610
07h00 › 07h30	14210	07h00 › 07h30	2260	07h30 › 08h00	3590
07h30 › 08h00	16490	07h30 › 08h00	4700	08h00 › 08h30	5500
08h00 › 08h30	15370	08h00 › 08h30	7330	08h30 › 09h00	5890
08h30 › 09h00	11930	08h30 › 09h00	7640	09h00 › 09h30	6010
09h00 › 10h00	2840	09h00 › 10h00	6570	09h30 › 10h00	5190
10h00 › 10h30	2790	10h00 › 10h30	5080	10h00 › 10h30	5230
10h30 › 11h00	2700	10h30 › 11h00	4010	10h30 › 11h00	4880
11h00 › 11h30	2990	11h00 › 11h30	4550	11h00 › 11h30	6050
11h30 › 12h00	3230	11h30 › 12h00	4190	11h30 › 12h00	5540
12h00 › 12h30	4540	12h00 › 12h30	4800	12h00 › 12h30	5030
12h30 › 13h00	4630	12h30 › 13h00	3810	12h30 › 13h00	3630
13h00 › 13h30	4260	13h00 › 13h30	3420	13h00 › 13h30	2540
13h30 › 14h00	2820	13h30 › 14h00	2520	13h30 › 14h00	2030
14h00 › 14h30	2140	14h00 › 14h30	1940	14h00 › 14h30	950
14h30 › 15h00	1970	14h30 › 15h00	1730	14h30 › 15h00	840
15h00 › 15h30	2110	15h00 › 15h30	1470	15h00 › 15h30	990
15h30 › 16h00	1920	15h30 › 16h00	1630	15h30 › 16h00	800
16h00 › 16h30	2140	16h00 › 16h30	1910	16h00 › 16h30	860
16h30 › 17h00	2580	16h30 › 17h00	1340	16h30 › 17h30	670
17h00 › 17h30	4180	17h00 › 17h30	1760	17h30 › 18h00	1070
17h30 › 18h00	4670	17h30 › 18h00	1090	18h00 › 18h30	1300
18h00 › 18h30	6290	18h00 › 18h30	1650	18h30 › 19h00	1740
18h30 › 19h00	5700	18h30 › 19h00	1520	19h00 › 20h00	1580
19h00 › 19h30	5660	19h00 › 20h00	1470	20h00 › 21h00	510
19h30 › 20h00	4060	20h00 › 24h00	100	21h00 › 24h00	100
20h00 › 20h30	1410				
20h30 › 21h00	850				
21h00 › 24h00	300				

Frais d'exploitation:
32€ H.T. par message diffusé
Offre Couplage Broadcast + Podcasts sur demande

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	Dégressif de volume:
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%	application du barème 1



5,0 millions d'auditeurs quotidiens

DEUX POINTS, OUVREZ L'INFO

économie SPORTS
ENQUÊTES politique société
GRANDS REPORTAGES **analyses**
débats INTERNATIONAL
CULTURE



franceinfo:

Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30"

SEMAINE			WEEK-END			
lundi › vendredi			samedi		dimanche	
Tranche horaire	Tarif H.T. en €		Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €
05h00 › 05h30	210		05h00 › 05h30	100	05h00 › 06h00	100
05h30 › 06h00	330		05h30 › 06h00	160	06h00 › 06h30	180
06h00 › 06h30	1910		06h00 › 06h30	370	06h30 › 07h00	300
06h30 › 07h00	3050		06h30 › 07h00	600	07h00 › 07h30	830
07h00 › 07h30	4740		07h00 › 07h30	1400	07h30 › 08h00	890
07h30 › 08h00	5080		07h30 › 08h00	2220	08h00 › 08h30	1060
08h00 › 08h30	4470		08h00 › 08h30	1850	08h30 › 09h00	870
08h30 › 09h00	3530		08h30 › 09h00	1610	09h00 › 09h30	1340
09h00 › 09h30	1060		09h00 › 09h30	1560	09h30 › 10h00	910
09h30 › 10h00	790		09h30 › 10h00	1400	10h00 › 10h30	1480
10h00 › 10h30	710		10h00 › 10h30	1870	10h30 › 11h00	770
10h30 › 11h00	550		10h30 › 11h00	1000	11h00 › 11h30	1180
11h00 › 11h30	680		11h00 › 11h30	1400	11h30 › 12h00	1320
11h30 › 12h00	610		11h30 › 12h00	870	12h00 › 13h00	750
12h00 › 12h30	940		12h00 › 12h30	1130	13h00 › 13h30	810
12h30 › 13h00	650		12h30 › 13h30	1080	13h30 › 14h00	330
13h00 › 13h30	580		13h30 › 14h00	710	14h00 › 14h30	270
13h30 › 14h00	420		14h00 › 14h30	580	14h30 › 15h00	230
14h00 › 14h30	330		14h30 › 15h00	450	15h00 › 15h30	210
14h30 › 15h00	270		15h00 › 15h30	750	15h30 › 16h00	280
15h00 › 15h30	390		15h30 › 16h00	580	16h00 › 16h30	310
15h30 › 16h00	360		16h00 › 16h30	890	16h30 › 17h00	210
16h00 › 16h30	530		16h30 › 17h00	580	17h00 › 17h30	140
16h30 › 17h00	520		17h00 › 17h30	700	17h30 › 18h00	200
17h00 › 17h30	800		17h30 › 18h00	570	18h00 › 18h30	230
17h30 › 18h00	760		18h00 › 18h30	880	18h30 › 19h00	280
18h00 › 18h30	1680		18h30 › 19h00	450	19h00 › 19h30	320
18h30 › 19h00	1390		19h00 › 19h30	710	19h30 › 20h00	310
19h00 › 19h30	1710		19h30 › 20h00	420	20h00 › 24h00	200
19h30 › 20h00	1250		20h00 › 24h00	100		
20h00 › 20h30	620					
20h30 › 21h00	470					
21h00 › 24h00	200					

Frais d'exploitation : 32€ H.T. par message diffusé
Offre Couplage Broadcast + Podcasts sur demande

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	Dégressif de volume :
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%	application du barème 1



**NOUS
PARTAGEONS
LE MÊME
TERRITOIRE**

Un réseau de
44 radios locales de proximité.
3,4 millions d'auditeurs quotidiens.

ÉCOUTEZ, ON EST BIEN ENSEMBLE

vie quotidienne
culture **PROXIMITÉ**
ÉCHANGE
chanson française solidarité
consommation **régions** PATRIMOINE
VIE LOCALE
INFOS PRATIQUES



Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30"

SEMAINE		WEEK-END			
lundi - vendredi		samedi		dimanche	
Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €
05h00 - 05h30	100	05h00 - 06h00	100	05h00 - 05h30	100
05h30 - 06h00	210	06h00 - 06h30	130	05h30 - 06h00	280
06h00 - 06h30	1610	06h30 - 07h00	270	06h00 - 06h30	140
06h30 - 07h00	2340	07h00 - 07h30	930	06h30 - 07h00	170
07h00 - 07h30	4580	07h30 - 08h00	1290	07h00 - 07h30	1200
07h30 - 08h00	4620	08h00 - 08h30	1630	07h30 - 08h00	1330
08h00 - 08h30	4360	08h30 - 09h00	1530	08h00 - 08h30	1440
08h30 - 09h00	3540	09h00 - 09h30	1240	08h30 - 09h00	1750
09h00 - 09h30	1450	09h30 - 10h00	1340	09h00 - 09h30	2180
09h30 - 10h00	1220	10h00 - 10h30	1220	09h30 - 10h00	2110
10h00 - 10h30	1180	10h30 - 11h00	1150	10h00 - 10h30	1940
10h30 - 11h00	1090	11h00 - 11h30	1220	10h30 - 11h00	1960
11h00 - 11h30	970	11h30 - 12h30	1050	11h00 - 11h30	1600
11h30 - 12h00	1070	12h30 - 13h00	1100	11h30 - 12h00	1520
12h00 - 12h30	1450	13h00 - 13h30	650	12h00 - 12h30	930
12h30 - 13h00	1230	13h30 - 14h00	380	12h30 - 13h00	700
13h00 - 13h30	840	14h00 - 14h30	150	13h00 - 13h30	490
13h30 - 14h00	750	14h30 - 15h00	230	13h30 - 14h00	700
14h00 - 14h30	590	15h00 - 15h30	170	14h00 - 14h30	380
14h30 - 15h00	550	15h30 - 16h00	150	14h30 - 15h00	510
15h00 - 15h30	590	16h00 - 16h30	190	15h00 - 15h30	680
15h30 - 16h30	530	16h30 - 17h00	230	15h30 - 16h00	700
16h30 - 17h00	630	17h00 - 17h30	220	16h00 - 16h30	650
17h00 - 17h30	760	17h30 - 18h30	300	16h30 - 17h00	360
17h30 - 18h00	910	18h30 - 19h00	220	17h00 - 17h30	380
18h00 - 18h30	1090	19h00 - 19h30	100	17h30 - 18h00	440
18h30 - 19h00	890	19h30 - 20h00	140	18h00 - 18h30	420
19h00 - 19h30	420	20h00 - 24h00	100	18h30 - 19h00	230
19h30 - 20h00	200			19h00 - 19h30	270
20h00 - 20h30	130			19h30 - 20h00	230
20h30 - 24h00	100			20h00 - 24h00	100

Frais d'exploitation :
32 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	Dégressif de volume :
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%	application du barème 1

LE RÉSEAU FRANCE BLEU



POUR VOS CAMPAGNES REGIONALES, LOCALES ET MULTILOCALES

Consultez les tarifs des 44 antennes locales de France Bleu ainsi que les conditions commerciales dans la **plaquette spécifique** :
« **Tarifs des Locales - Radio France Publicité** »

ou sur le site www.radiofrancepub.com

LES CONDITIONS COMMERCIALES

Le dégressif volume

Le dégressif volume s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant de publicité classique, hors produits et offres commerciales, réalisé par un annonceur sur l'ensemble des antennes de Radio France entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2021. Il existe deux barèmes distincts : l'un applicable aux antennes nationales, l'autre aux antennes locales et multivilles, avec non cumul des chiffres d'affaires.

Le taux de dégressif volume pourra être appliqué au premier euro à tout annonceur s'engageant par écrit sur un montant d'investissement annuel.

Conditions particulières des dégressifs volume

Les campagnes de publicité d'intérêt général bénéficient d'un abattement de 40% qui se substitue au dégressif volume.

L'intérêt général regroupe :

- Les campagnes des organisations caritatives et humanitaires.
- Les campagnes d'information des administrations ou des ministères.
- Les campagnes d'information gouvernementale, c'est-à-dire les campagnes bénéficiant de l'agrément SIG.
- Les campagnes des organismes ou structures ayant dans leur statut une mission d'intérêt général validée par décret (ex : éco-organismes).

Bénéficient également d'un abattement de 40% :

- Les campagnes des collectives alimentaires.
- Les campagnes nationales de développement économique et touristique des collectivités locales et territoriales.
- Les campagnes de valorisation de produits & services à moindre impact sur l'environnement : offres forfaitées pour des produits éligibles sur la base des labels d'information environnementale validés par l'ADEME.

Majorations

- Emplacements préférentiels (tête ou fin d'écran) : majoration de 20%.
- Emplacements « fil rouge » : majoration de 10%.
- Emplacements hors écran : majoration de 30%.
- Annonces multiples : citation de 2 annonceurs ou plus dans le même message : +25 %.

France Inter • franceinfo • France Bleu réseau

	jusqu'à	à	12 000 €	5%
de	12 001 €	à	23 000 €	8%
de	23 001 €	à	46 000 €	10%
de	46 001 €	à	77 000 €	12%
de	77 001 €	à	114 000 €	14%
de	114 001 €	à	152 000 €	16%
de	152 001 €	à	305 000 €	18%
de	305 001 €	à	458 000 €	20%
de	458 001 €	à	700 000 €	22%
de	700 001 €	à	1 500 000 €	24%
	au-delà de		1 500 000 €	26%

La remise professionnelle

La remise professionnelle s'applique sur les ordres de publicité et de parrainage. Elle est calculée, pour la publicité classique, sur la base du brut payant après déduction du dégressif volume, et sur le forfait net pour le parrainage, les produits et les offres commerciales.

Son montant est de 15%.

La prime nouvel annonceur

Tout annonceur communiquant en publicité classique (hors produits, agrément SIG/Intérêt Général et offres commerciales), absent des stations nationales de Radio France en 2020, mais présent sur au moins une antenne nationale de Radio France en 2021, bénéficie d'une remise « nouvel annonceur » de 10% applicable à son premier contrat de l'année 2021.

Cette remise intervient sur le brut payant déduction faite du dégressif volume et de la remise professionnelle.

Le cumul des mandats

La remise cumul de mandat de -3% s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant, déduction faite de toutes les remises citées précédemment, y compris la remise professionnelle.

Les mandataires regroupant au moins deux mandats bénéficient du cumul de mandats, sous condition que l'achat d'espace correspondant à chaque mandat ne soit pas inférieur à 1 000 € en brut payant.

Le mandataire devra assurer pour chaque achat d'espace, l'expertise média et la signature de l'ordre.

Pour bénéficier de cette remise, qui pourra intervenir en cours d'ordre, le mandataire devra fournir à Radio France une attestation de mandat en cours de validité et signée de l'annonceur. En l'absence de ce document, la remise ne sera pas appliquée.

La remise mentions légales

La remise mentions légales s'applique à tout secteur pour toute communication, diffusée sur les antennes nationales, avec obligation de mention légale, dont la durée est supérieure ou égale à 5 secondes.

La remise se fait sous forme d'un glissement à l'indice format inférieur de 5 secondes et s'applique sur le tarif brut avant toute autre remise.

LES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Applicables à la publicité radiophonique à Radio France

Dispositions générales

1 Les ordres de publicité ou de parrainage, concernant la diffusion de messages publicitaires sur les antennes de Radio France, doivent se conformer aux dispositions du Cahier des missions et des charges de Radio France modifié par décret n°2016-405 du 5 avril 2016 et d'une manière générale à la réglementation relative à la publicité ainsi qu'aux recommandations de l'Autorité de régulation Professionnelle de la Publicité (« ARPP »). Les ordres de publicité ou de parrainage signés doivent être adressés à Radio France Publicité préalablement à tout démarrage des campagnes.

Radio France se réserve le droit de refuser toute campagne, qui ne s'inscrirait pas dans le respect de ce cadre.

La souscription d'un ordre, par un annonceur, comporte acceptation par l'annonceur, des conditions générales ci-après, ainsi que de la réglementation en vigueur, ainsi que des règles d'éthique publicitaire applicables dans la zone de diffusion des supports telles qu'elles ressortent des recommandations déontologiques de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (« ARPP »).

2 La souscription d'un ordre ou pour son compte ou le cas échéant par un mandataire en son nom et pour son compte, comporte acceptation par l'annonceur des présentes conditions générales de ventes de la réglementation en vigueur, ainsi que des règles d'éthique publicitaire applicables dans la zone de diffusion des supports telles qu'elles ressortent des recommandations déontologiques de l'ARPP.

3 La souscription d'un ordre peut se faire, soit directement par un annonceur, soit par l'intermédiaire d'un mandataire dûment désigné par lui. Conformément à la loi dite « Sapin » n°93-122 du 29 janvier 1993, tout achat d'espace publicitaire doit faire l'objet d'un contrat de mandat écrit entre l'annonceur et son mandataire. Ainsi, Les mandataires souscrivant un ordre à Radio France et agissant au nom et pour le compte de l'annonceur, doivent fournir une attestation confirmant leur qualité de mandataire. L'annonceur s'engage à informer par écrit et sans délai, Radio France de toute modification relative au contrat de mandat le liant à son mandataire.

4 L'ordre est personnel à l'annonceur. Il ne peut en aucun cas être cédé et ne peut concerner, sauf autorisation spéciale de Radio France, qu'un seul annonceur.

5 Le tarif ainsi que les conditions générales et commerciales applicables sont ceux en vigueur à la date de l'envoi de l'ordre pour signature à l'annonceur ou à son mandataire. Ils resteront en vigueur durant toute la période indiquée dans l'ordre concerné. Les ordres déjà souscrits à titre définitif et ceux qui sont en cours d'exécution continuent à relever du tarif et des conditions générales en vigueur au moment de la signature. La tarification prend en compte la contribution à l'audience globale du média des postes de radio et des supports digitaux, sur la base de l'étude Global Radio de Médiamétrie. La contribution de l'audience sur un poste de radio est de 85%, celle sur un support digital est de 15%. Source : Médiamétrie Global Radio 2020 (référence annuelle : janvier-mars, Total Radio, Lundi-Vendredi, 5h-24h, cible 13+, contribution à l'audience globale).

6 La facture est établie par Radio France au nom de l'annonceur, en fin de mois ou fin de prestation. Elle est payable dans un délai de trente (30) jours à compter de la date de facturation. L'original de la facture est adressé à l'annonceur et, un duplicata de la facture est transmis au mandataire dans le cas où ce dernier est également titulaire d'un mandat de paiement.

Il est expressément stipulé qu'en présence d'un mandat de paiement confié par l'annonceur à son mandataire, tout paiement effectué par l'annonceur entre les mains du mandataire, ne libère pas l'annonceur du paiement à l'égard de Radio France. L'annonceur reste dans tous les cas responsable du paiement de ou de(s) ordres d'insertion à l'égard de Radio France, en cas notamment de non-paiement pour quelque motif que ce soit de la ou de(s) factures correspondante(s) par son mandataire dont il demeure solidaire.

7 Les frais d'exploitation, correspondant aux frais de mise à l'antenne des messages font l'objet d'une ligne de facturation spécifique. Leur tarif est fixé de façon forfaitaire par antenne, pour chaque diffusion de message.

8 Les messages de partenariat sont valorisés sur la base des tarifs de publicité majorés de 30%.

9 En cas de non respect des conditions de paiement de factures liées à des messages/campagnes/parrainage/partenariats antérieurs, l'ordre à venir pourra être résilié de plein droit et aux torts exclusifs de l'annonceur.

10 Les sommes facturées non payées à l'échéance prévue se verront appliquer des pénalités de retard dont le montant ne peut être inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal.

De plus, l'article L. 411-6 du code de commerce prévoit une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement en cas de retard de paiement dans les transactions commerciales conclues entre professionnels. Par décret n°2012-1115 du 2 octobre 2012, son montant est fixé à 40 €.

11 Radio France peut, de sa seule initiative et avant toute diffusion, exiger le règlement préalable du prix total ou partiel d'une campagne de publicité.

12 En cas d'évènements revêtant les caractéristiques de la force majeure ou d'évènements majeurs liés à l'actualité nationale ou internationale pouvant entraîner à l'initiative de Radio France une modification de ses programmes, Radio France se réserve la possibilité, d'interrompre ou de changer la programmation de tout ordre de publicité, après avoir prévenu le mandataire et l'annonceur et proposé une programmation de remplacement. Si la proposition de Radio France Publicité n'est pas acceptée, le prix des messages non diffusés ne sera pas dû par l'annonceur. Ce dernier reste néanmoins redevable du prix des diffusions effectuées, et ne pourra prétendre à aucune indemnité ou compensation. Il en est de même pour l'agence mandataire et les tiers intéressés.

13 Radio France est soucieuse d'exercer ses activités et missions en toute exemplarité. Dans ce cadre, Radio France a établi un Code de conduite applicable à l'ensemble de ses collaborateurs qui constitue l'un des fondements du dispositif de prévention de la corruption et du trafic d'influence. Radio France s'attache à ce que les annonceurs et les mandataires partagent cette même exigence dans la conduite de leurs activités et agissent avec intégrité, dans le respect des principes éthiques et des règles en vigueur en matière de concurrence et de prévention de la corruption.

Exécution de l'ordre de publicité

Modifications

14 Préalablement à la diffusion des messages, leurs textes et tout élément matériel nécessaire à leur diffusion, doivent être remis à Radio France dans le délai fixé à l'article 21 ci-après.

En cas de non communication desdits éléments dans ce délai, le prix de la diffusion est intégralement dû par l'annonceur à Radio France, comme si la diffusion avait eu lieu. Radio France ne sera en aucun cas redevable d'une quelconque compensation, ou d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.

15 Lorsqu'une campagne de publicité doit être diffusée sur plusieurs stations de Radio France, le décompte des diffusions est effectué station par station. En cas de non-diffusion d'un message sur une ou plusieurs stations, celui-ci ne donnera pas lieu à facturation sur la ou les stations sur lesquelles il n'a pas été diffusé. Il sera normalement facturé pour les autres stations ayant assuré la diffusion.

16 En matière de publicité, toute demande d'annulation d'ordre doit, pour être recevable, parvenir par écrit à Radio France au moins deux (2) jours ouvrés avant la date de diffusion prévue. Dans ce cas, le montant des diffusions, ainsi annulées ne fera pas l'objet d'une facturation. En cas de non-respect de ce délai de deux jours ouvrés, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 10% du montant net de l'ordre annulé sera dû par l'annonceur.

17 Le nombre de citations indiqué dans les contrats de parrainage correspond au nombre prévu pour chaque semaine de grille, rapporté à quatre semaines. Dans l'hypothèse où le nombre de messages réellement diffusé serait supérieur ou égal au nombre de citations mentionné au contrat, les éventuels messages non diffusés ne donneront pas lieu à compensation.

18 En matière de parrainage, toute annulation d'ordre doit se faire par écrit à Radio France :

- Si cette demande d'annulation a lieu au moins 3 mois avant la date de démarrage de diffusion prévue, le prix correspondant aux citations non diffusées ne sera pas facturé.

- Si cette demande a lieu entre deux (2) mois au moins et (3) mois au plus avant la date de diffusion prévue, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 30% du prix net tel que stipulé au contrat de parrainage sera dû.

- Si cette demande a lieu entre un (1) mois ou plus et (2) mois ou moins avant la date de diffusion prévue, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 70% du prix net mentionné au contrat de parrainage sera dû.

- Si cette demande a lieu moins de un (1) mois avant la date de diffusion prévue, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 85% du prix net figurant au contrat de parrainage sera dû.

Les commandes annulées commandes annulées ne pourront en aucun cas être rachetées par le même annonceur aux conditions " d'offres spéciales ".

19 Les textes des messages ne doivent pas, suivant leur durée, dépasser un nombre maximum de mots (15 secondes = 45 mots, 30 secondes = 90 mots, 45 secondes = 135 mots, 60 secondes = 180 mots).

Normes techniques

Conditions de production et de diffusion

20 Aucun message ne peut être diffusé sans que son contenu et sa formulation n'aient été préalablement validés par le comité d'agrément de la publicité de Radio France ou le cas échéant, approuvé par l'ARPP, saisie par Radio France en cas de besoin.

Les textes doivent être soumis avant tout enregistrement et en tout état de cause 5 jours au moins avant la date prévue pour la première diffusion. Toute modification éventuelle de texte au cours du déroulement de la campagne, relève de la même procédure.

Radio France se réserve le droit de refuser d'exécuter un ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment lorsqu'un message est susceptible :

- d'engager la responsabilité de Radio France et ce, à quelque titre que ce soit,

- de porter atteinte à l'image de Radio France, ses intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux,

- par sa nature, son texte, sa présentation, ou pour toute autre raison, de provoquer des protestations de ses auditeurs ou de tiers contre lesquelles il est légitime de se prémunir, en particulier eu égard au contexte de sa diffusion ou encore à la politique et à l'esprit de la ou des stations de Radio France concernée(s).

Radio France se réserve également le droit de refuser d'exécuter un ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, en raison de ses missions de service public ou lorsqu'un message méconnaîtrait les présentes conditions générales de ventes.

21 Radio France met à la disposition des annonceurs et des agences un service de production dit « Studio de production/réalisation » pour l'enregistrement des messages publicitaires. Les conditions et les tarifs de production et d'exploitation des enregistrements sont arrêtés et notifiés aux annonceurs et aux mandataires par Radio France Publicité qui établit la facturation correspondante et en encaisse le montant.

22 Les sons définitifs seront remis, à Radio France Publicité, au plus tard 2 jours ouvrés avant la date de première diffusion. Si ce délai n'est pas respecté, Radio France ne peut être tenue pour responsable des modifications de programmation et de leurs conséquences tarifaires éventuelles.

23 L'annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires pour la diffusion de tout message auprès des auteurs et/ou de leurs ayants droit (notamment les sociétés de gestion collective). En particulier, l'annonceur garantit et tient quitte et indemne Radio France contre tout recours notamment des auteurs producteurs, réalisateurs éditeurs, interprètes, productions phonographiques ou de toute personne qui s'estimerait lésée par les messages à quelque titre que ce soit.

L'annonceur certifie que le contenu du message et du matériel publicitaire ne contrevennent à aucun droit, règle ou législation en vigueur, ou recommandations de l'ARPP et qu'ils ne comportent aucune imputation ou allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers. Il garantit et tient quitte et indemne Radio France à cet égard.

24 Au surplus, chaque enregistrement remis à Radio France doit être obligatoirement accompagné d'un relevé en trois exemplaires, de toutes les œuvres notamment musicales, littéraires ou dramatiques utilisées dans l'enregistrement en vue de leur déclaration aux sociétés de gestion collective de droits d'auteur et de droits voisins.

25 Radio France se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales de vente à tout moment. Les conditions générales de vente modifiées rentrent en vigueur à compter de leur publication sur le site internet de Radio France, et seront applicables aux ordres d'insertion conclus postérieurement à leur publication.

26 Clause pénale : En sus des intérêts visés à l'article 10 et des frais ordinairement et légalement à sa charge, en cas de non-paiement des factures dues par l'annonceur, il sera appliqué de plein droit une majoration de 20% du montant TTC ou NET de la ou des factures impayée(s), si Radio France est amenée à engager une procédure de recouvrement contentieuse ou judiciaire.

27 Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application de l'ordre de publicité et des présentes conditions générales est de la compétence des Tribunaux de Paris, même en cas de connexité, appel en garantie ou pluralité des défendeurs.

STUDIO

UNE ÉQUIPE RÉACTIVE ET CRÉATIVE À VOTRE ÉCOUTE !

Un studio tout numérique équipé Protools, surface contrôle Avid, Avalon 747, Telos, multiples écoutes Génélec et d'une cabine dédiée pour les prises voix, micros Violet, Audix, préampli Tube-Tech. Un casting régulièrement renouvelé : plus de 140 comédiens professionnels.

Des musiques originales composées sur demande en relation avec nos partenaires éditeurs sonores et nos musiciens indépendants.

Des illustrations sonores puisées dans la plus grande discothèque d'Europe : celle de Radio France !

La possibilité de faire rédiger vos messages par une équipe de concepteurs-rédacteurs recommandés par nos soins.

Une livraison sécurisée de vos spots en qualité Broadcast auprès de toutes les régies Radio.

Pour la livraison des spots diffusés sur les 44 locales France Bleu :
bleupublicite@radiofrance.com

Pour la livraison des spots diffusés sur les antennes nationales :
natiopublicite@radiofrance.com

NUMÉRIQUE

Les sites de radio France :

riches de contenus, puissants, à forte notoriété...
une offre de qualité pour une communication ciblée.

RÉGIE DISPLAY :
M PUBLICITÉ

Sébastien NOEL

sebastien.noel@mpublicite.fr

Julien COULEAU

julien.couleau@mpublicite.fr

RÉGIE MOBILE :
MADVERTISE

Alexandre CHOKRON

alexandre.c@mng-corp.com

RÉGIE AUDIO DIGITALE :
TARGETSPOT

Cherifa AFIRI

cherifa.afiri@targetspot.com

RÉGIE VIDÉO :
FRANCE TÉLÉVISION PUBLICITÉ

Vincent SALINI

vincent.salini@francetvpub.fr

CONTACTS

CHARGÉS DE CLIENTÈLE EN RÉGIONS

SUD-EST

Caroline SEICHEPIN

Tél.: 04 96 17 83 01 – Portable : 06 01 32 90 70
caroline.seichepin@radiofrance.com

SUD-OUEST

Maguelone ARIBAUD

Tél.: 05 34 41 71 02 – Portable : 06 46 24 55 29
maguelone.aribaud@radiofrance.com

GRAND-EST

Eric BERLING

Tél.: 03 88 76 20 80 – Portable : 06 29 16 47 81
eric.berling@radiofrance.com

GRAND-OUEST

Jean-François LASTENNET

Tél.: 02 40 44 45 90 – Portable : 06 03 21 64 01
jean-francois.lastennet@radiofrance.com

EST

Julien RICHARD

Tél.: 04 78 92 39 43 – Portable : 06 14 31 77 44
julien.richard@radiofrance.com

OUEST

Alexis PIATON

Tél.: 05 57 81 44 20 – Portable : 06 07 98 53 68
alexis.piaton@radiofrance.com

NORD - NORMANDIE

Sébastien FRIGOUT

Portable : 06 07 98 53 67
sebastien.frigout@radiofrance.com

CHARGÉS DE CLIENTÈLE À PARIS

Géraldine NENDZA

Tél.: 01 56 40 52 26 – Portable : 06 10 59 35 31
geraldine.nendza@radiofrance.com

Cyriac HERPIN

Tél.: 01 56 40 57 47 – Portable : 07 77 99 37 86
cyriac.herpin@radiofrance.com

Willy HERITIER

Tél.: 01 56 40 31 02 – Portable : 06 12 31 44 85
willy.heritier@radiofrance.com

Guillaume ESTIN

Tél.: 01 56 40 16 78 – Portable : 06 09 43 73 01
guillaume.estin@radiofrance.com

RADIO FRANCE PUBLICITÉ

DIRECTION

Pascal GIRODIAS Directeur

Tél.: 01 56 40 22 99 – Portable : 06 12 31 44 83
pascal.girodias@radiofrance.com

Charles COURNET Directeur adjoint

Tél.: 01 56 40 44 08 - Portable : 06 13 94 55 17
charles.cournet@radiofrance.com

ETUDES ET MARKETING

Sylvain NIQUET

Tél.: 01 56 40 53 46 – Portable : 06 25 56 26 39
sylvain.niquet@radiofrance.com

PLANNING ET DIFFUSION - NATIONAL

Caroline ERMEL

Tél.: 01 56 40 15 96
caroline.ermel@radiofrance.com

PLANNING ET DIFFUSION - LOCAL

Wilfried GOBIN

Tél.: 01 56 40 52 99
wilfried.gobin@radiofrance.com

ADMINISTRATION CLIENTS

Pierre RICHARD

Tél.: 01 56 40 16 25 – Fax : 01 56 40 44 84
pierre.richard@radiofrance.com

PUBLICITE DIGITALE

Claudia PETITDEMANGE

Tél.: 01 56 40 34 13
claudia.petitdemange@radiofrance.com

radiofrance

publicité

116 avenue du Président-Kennedy
75220 Paris cedex 16

Téléphone 01 56 40 27 27

fax 01 56 40 44 84

radiofrancepub @radiofrance.com

www.radiofrancepub.com



franceinfo :