

radiofrance
publicité



radiofrancepub.com



TARIFS NATIONAUX
23 AOÛT 2021



franceinfo:



franceinfo:



L'ESPACE PRÉSERVÉ



*moyenne trimestrielle fixée par le décret du 5 avril 2016

MOINS DE 17 MINUTES
DE PUBLICITÉ **PAR JOUR***

DES ÉCRANS COURTS
GARANTIS

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



LA PUBLICITÉ SUR RADIO FRANCE

Avec ses 3 stations ouvertes à la publicité, le 1er 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.

DEUX FORMES DE COMMUNICATION :

1. LA PUBLICITÉ CLASSIQUE OUVERTE À TOUS LES ANNONCEURS*...

*Des espaces de communication ouverts selon le cahier des charges en vigueur.

2. 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 domaine, 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

SOMMAIRE

Les stations de Radio France

France Inter

franceinfo

France Bleu réseau

France Bleu Locales

Les conditions commerciales

Le studio / Le numérique

Contacts

p.6 à 13

p.6

p.8

p.10

p.12

p.14

p.18

p.19

1^{ère} RADIO DE FRANCE
1^{ère} MATINALE DE FRANCE
4,1 M d'auditeurs quotidiens entre 7h et 9h.

**Chaîne intergénérationnelle,
éclectique, moderne et citoyenne.**



INTERVENEZ

NE

WEEK-END

samedi

dimanche

05h00 ▶ 06h00	100
06h00 ▶ 06h30	570
06h30 ▶ 07h00	1430
07h00 ▶ 07h30	3870
07h30 ▶ 08h00	5120
08h00 ▶ 08h30	8730
08h30 ▶ 09h00	9790
09h00 ▶ 10h00	6230
10h00 ▶ 10h30	5180
10h30 ▶ 11h00	4370
11h00 ▶ 11h30	4690
11h30 ▶ 12h00	5040
12h00 ▶ 12h30	4900
12h30 ▶ 13h00	3470
13h00 ▶ 13h30	3780
13h30 ▶ 14h00	2770
14h00 ▶ 14h30	1930
14h30 ▶ 15h00	1420
15h00 ▶ 15h30	1300
15h30 ▶ 16h00	1120
16h00 ▶ 16h30	1760
16h30 ▶ 17h00	1730
17h00 ▶ 17h30	1930
17h30 ▶ 18h00	1320
18h00 ▶ 18h30	1980
18h30 ▶ 19h00	2010
19h00 ▶ 20h00	990
20h00 ▶ 24h00	100

**Offre Couplage Broadcast
+ Podcasts sur demande**

05h00 ▶ 06h00	100
06h00 ▶ 06h30	190
06h30 ▶ 07h00	330
07h00 ▶ 07h30	1780
07h30 ▶ 08h00	2510
08h00 ▶ 08h30	4990
08h30 ▶ 09h00	4910
09h00 ▶ 09h30	6170
09h30 ▶ 10h00	6810
10h00 ▶ 10h30	6490
10h30 ▶ 11h00	5600
11h00 ▶ 11h30	5350
11h30 ▶ 12h00	5390
12h00 ▶ 12h30	5560
12h30 ▶ 13h00	4660
13h00 ▶ 13h30	3610
13h30 ▶ 14h00	2390
14h00 ▶ 14h30	1050
14h30 ▶ 15h00	1290
15h00 ▶ 15h30	1460
15h30 ▶ 16h00	1200
16h00 ▶ 16h30	1310
16h30 ▶ 17h00	1070
17h00 ▶ 17h30	1510
17h30 ▶ 18h00	1440
18h00 ▶ 18h30	1550
18h30 ▶ 19h00	1530
19h00 ▶ 20h00	1510
20h00 ▶ 21h00	450
21h00 ▶ 24h00	100

5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"
50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%

Dégressif de volume:
application du barème 1

franceinfo
et tout est plus clair

**1ER MÉDIA GLOBAL D'INFORMATION
EN CONTINU**

4,7 M d'auditeurs quotidiens.

Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30 '

SEMAINE

lundi ▶ vendredi

05h00 ▶ 05h30	180
05h30 ▶ 06h00	330
06h00 ▶ 06h30	2000
06h30 ▶ 07h00	3210
07h00 ▶ 07h30	4480
07h30 ▶ 08h00	5050
08h00 ▶ 08h30	4440
08h30 ▶ 09h00	3630
09h00 ▶ 09h30	990
09h30 ▶ 10h00	690
10h00 ▶ 10h30	560
10h30 ▶ 11h00	410
11h00 ▶ 11h30	450
11h30 ▶ 12h00	520
12h00 ▶ 12h30	970
12h30 ▶ 13h00	960
13h00 ▶ 13h30	820
13h30 ▶ 14h00	530
14h00 ▶ 14h30	490
14h30 ▶ 15h00	420
15h00 ▶ 15h30	520
15h30 ▶ 16h00	380
16h00 ▶ 16h30	500
16h30 ▶ 17h00	470
17h00 ▶ 17h30	660
17h30 ▶ 18h00	740
18h00 ▶ 18h30	1800
18h30 ▶ 19h00	1340
19h00 ▶ 19h30	1560
19h30 ▶ 20h00	1280
20h00 ▶ 20h30	590
20h30 ▶ 21h00	380
21h00 ▶ 24h00	200

WEEK-END

samedi

05h00 ▶ 05h30	100
05h30 ▶ 06h00	130
06h00 ▶ 06h30	530
06h30 ▶ 07h00	500
07h00 ▶ 07h30	1350
07h30 ▶ 08h00	1270
08h00 ▶ 08h30	1830
08h30 ▶ 09h00	1630
09h00 ▶ 09h30	1710
09h30 ▶ 10h00	1730
10h00 ▶ 10h30	1780
10h30 ▶ 11h00	1500
11h00 ▶ 11h30	1910
11h30 ▶ 12h00	1270
12h00 ▶ 12h30	1400
12h30 ▶ 13h00	1150
13h00 ▶ 13h30	480
13h30 ▶ 14h00	250
14h00 ▶ 15h00	240
15h00 ▶ 15h30	470
15h30 ▶ 16h00	250
16h00 ▶ 16h30	310
16h30 ▶ 17h00	240
17h00 ▶ 17h30	300
17h30 ▶ 18h00	110
18h00 ▶ 18h30	440
18h30 ▶ 19h00	190
19h00 ▶ 19h30	270
19h30 ▶ 20h00	130
20h00 ▶ 24h00	100

dimanche

05h00 ▶ 06h00	100
06h00 ▶ 06h30	160
06h30 ▶ 07h00	240
07h00 ▶ 07h30	400
07h30 ▶ 08h00	700
08h00 ▶ 08h30	1430
08h30 ▶ 09h00	1010
09h00 ▶ 09h30	1730
09h30 ▶ 10h00	1140
10h00 ▶ 10h30	750
10h30 ▶ 11h00	860
11h00 ▶ 11h30	480
11h30 ▶ 12h00	530
12h00 ▶ 12h30	1050
12h30 ▶ 13h00	310
13h00 ▶ 13h30	220
13h30 ▶ 14h00	260
14h00 ▶ 14h30	420
14h30 ▶ 15h00	380
15h00 ▶ 15h30	280
15h30 ▶ 16h00	270
16h00 ▶ 16h30	350
16h30 ▶ 17h00	600
17h00 ▶ 17h30	200
17h30 ▶ 18h00	170
18h00 ▶ 18h30	270
18h30 ▶ 19h00	360
19h00 ▶ 19h30	600
19h30 ▶ 20h00	280
20h00 ▶ 24h00	200

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

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%

Dégressif de volume :
application du barème 1

ECOUTEZ, ON EST BIEN ENSEMBLE

**France Bleu, média global de la proximité,
met en valeur les initiatives locales.**

**Un réseau de 44 radios locales de proximité.
3,2 M d'auditeurs quotidiens.**





Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30 '

SEMAINE

lundi ▶ vendredi

05h00 ▶ 05h30	130
05h30 ▶ 06h00	260
06h00 ▶ 06h30	1310
06h30 ▶ 07h00	2310
07h00 ▶ 07h30	4760
07h30 ▶ 08h00	4390
08h00 ▶ 08h30	4210
08h30 ▶ 09h00	3510
09h00 ▶ 09h30	1330
09h30 ▶ 10h30	1220
10h30 ▶ 11h00	1240
11h00 ▶ 11h30	1260
11h30 ▶ 12h00	1240
12h00 ▶ 12h30	1190
12h30 ▶ 13h00	900
13h00 ▶ 13h30	740
13h30 ▶ 14h00	820
14h00 ▶ 15h00	630
15h00 ▶ 15h30	570
15h30 ▶ 16h00	590
16h00 ▶ 16h30	700
16h30 ▶ 17h00	740
17h00 ▶ 17h30	860
17h30 ▶ 18h00	840
18h00 ▶ 18h30	1010
18h30 ▶ 19h00	780
19h00 ▶ 19h30	530
19h30 ▶ 20h00	420
20h00 ▶ 20h30	170
20h30 ▶ 21h00	130
21h00 ▶ 24h00	100

WEEK-END

samedi

05h00 ▶ 05h30	130
05h30 ▶ 06h00	310
06h00 ▶ 06h30	410
06h30 ▶ 07h00	400
07h00 ▶ 07h30	1170
07h30 ▶ 08h00	1390
08h00 ▶ 09h00	1580
09h00 ▶ 10h00	1560
10h00 ▶ 10h30	1460
10h30 ▶ 11h00	1150
11h00 ▶ 11h30	1240
11h30 ▶ 12h00	1100
12h00 ▶ 12h30	910
12h30 ▶ 13h00	720
13h00 ▶ 13h30	310
13h30 ▶ 14h00	100
14h00 ▶ 14h30	170
14h30 ▶ 15h00	150
15h00 ▶ 15h30	300
15h30 ▶ 16h00	220
16h00 ▶ 16h30	260
16h30 ▶ 17h00	220
17h00 ▶ 17h30	210
17h30 ▶ 18h00	480
18h00 ▶ 18h30	400
18h30 ▶ 19h00	340
19h00 ▶ 19h30	180
19h30 ▶ 20h00	140
20h00 ▶ 24h00	100

dimanche

05h00 ▶ 05h30	100
05h30 ▶ 06h00	210
06h00 ▶ 06h30	160
06h30 ▶ 07h00	120
07h00 ▶ 07h30	510
07h30 ▶ 08h00	780
08h00 ▶ 08h30	1290
08h30 ▶ 09h00	1460
09h00 ▶ 09h30	1560
09h30 ▶ 10h00	1520
10h00 ▶ 10h30	1820
10h30 ▶ 11h00	1560
11h00 ▶ 11h30	1270
11h30 ▶ 12h00	1230
12h00 ▶ 12h30	1220
12h30 ▶ 13h00	950
13h00 ▶ 13h30	460
13h30 ▶ 14h00	470
14h00 ▶ 14h30	210
14h30 ▶ 15h00	530
15h00 ▶ 15h30	380
15h30 ▶ 16h00	740
16h00 ▶ 17h00	440
17h00 ▶ 17h30	530
17h30 ▶ 18h00	380
18h00 ▶ 18h30	300
18h30 ▶ 19h00	340
19h00 ▶ 19h30	270
19h30 ▶ 20h00	210
20h00 ▶ 24h00	100

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

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%

Dégressif de volume:
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 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

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'événements revêtant les caractéristiques de la force majeure ou d'événements 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.

Execution 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 indemnise 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 contreviennent 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 indemnise 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 défenseurs.

STUDIO

UNE ÉQUIPE RÉACTIVE ET CRÉATIVE À VOTRE ÉCOUTE !

Un studio tout numérique équipé Protocols, 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 VIDÉO :
FRANCE TÉLÉVISION PUBLICITÉ

Vincent SALINI

vincent.salini@francetvpub.fr

RÉGIE AUDIO DIGITALE :
TARGETSPOT

Cherifa AFIRI

cherifa.afiri@targetspot.com

CONTACTS

CHARGÉS DE CLIENTÈLE EN RÉGIONS

SUD-EST

Caroline SEICHEPIN

Tél.: 04 97 03 36 11 – 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
75220
Téléphone :
radiofrancepub

avenue du Président-Kennedy
Paris cedex 16
01 56 40 27 27
@radiofrance.com
radiofrancepub.com



franceinfo: