

01 | 01 | 2022

L'ESPACE PRÉSERVÉ



franceinfo: MOUV'



LES CONDITIONS GENERALES DE VENTES

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 pour 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.
- 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.

GRILLE DES MESSAGES PUBLICITAIRES TARIFAIRES PODCAST

Les tarifs des messages publicitaires podcasts s'expriment au coût pour mille brut en fonction de la géolocalisation.

DOWNLOAD

National

Tarif Brut H.T. en €

150

Régional

Tarif Brut H.T. en €

200

Départemental

Tarif Brut H.T. en €

250

AOD

National

Tarif Brut H.T. en €

180

Régional

Tarif Brut H.T. en €

200

GRILLE DES MESSAGES PUBLICITAIRES TARIFAIRES INTERSTITIEL

Les tarifs des messages publicitaires interstitiel s'exprime par un tarif unique au coût pour mille brut H.T.

TARIF UNIQUE

Tarif Brut H.T. en €

120



GRILLE DES MESSAGES PUBLICITAIRES TARIFAIRES VIDEO

Les tarifs des messages publicitaires vidéo s'exprime par un tarif unique
au coût pour mille brut H.T.

TARIF UNIQUE

Tarif Brut H.T. en €

150



GRILLE DES MESSAGES PUBLICITAIRES TARIFAIRES DISPLAY

Les tarifs des messages publicitaires display s'expriment au coût pour mille brut en fonction du format.

FORMATS	Pavé 300*250	Mégabanner 728*90	Gigabannière 1000*90	Grand Angle 300*600
CHAINES				
Fip	100	100	110	130
France_Bleu	80	80	100	120
France_Culture	100	100	110	130
France_Inter	80	80	100	120
France_Musique	100	100	110	130
Radio_France	80	80	100	120
Mouv	100	100	110	130

CGV DIGITAL

1. ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE Par la souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire agissant pour son compte, ces derniers :
 - reconnaissent avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente énoncées ci-après, en accepter les termes et leur application ;
 - s'engagent à respecter les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication commerciale audiovisuelle Un ordre de publicité peut être indifféremment appelé ordre d'achat d'espace, ODP, ordre d'insertion, OI, ou bon de commande. Ce terme aura la même signification dans toutes les CGV.
2. LA RÉGIE RADIO FRANCE PUBLICITE et ses partenaires, sont uniques régisseurs de chaque éditeur. Elle et ses partenaires sont les seuls habilités à prospection directement ou indirectement la clientèle et à commercialiser l'espace publicitaire sur les sites des éditeurs ainsi que tous les contenus provenant de Radio France.

Dans la suite du document, RADIO FRANCE PUBLICITE Digital est compris sous la dénomination RADIO FRANCE PUBLICITE .

3. ATTESTATION DE MANDAT Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à RADIO FRANCE PUBLICITE par un mandataire, l'annonceur doit faire parvenir à RADIO FRANCE PUBLICITE , avant le début de la campagne publicitaire, une attestation de mandat.
4. RADIO FRANCE PUBLICITE n'accepte les ordres d'achat d'espaces passés par un sous mandataire que si l'annonceur a expressément autorisé par écrit la substitution de mandat. Dans tous les cas, l'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire (ou par son sous mandataire) conformément au pouvoir qui lui a été donné. L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur. Il ne peut être cédé, même partiellement, sauf accord préalable écrit de RADIO FRANCE PUBLICITE . En particulier lorsque l'annonceur change de mandataire, l'espace ayant fait l'objet d'une option ou d'un achat ferme par le précédent mandataire ne peut être transféré à un autre annonceur. En cas de modification ou de résiliation du mandat en cours d'année, l'annonceur doit en informer aussitôt RADIO FRANCE PUBLICITE par lettre recommandée avec accusé de réception et demeure tenu des engagements pris antérieurement à ladite notification par son mandataire.
5. MODALITÉS D'ACHAT D'ESPACE Tout ordre doit faire l'objet d'un bon de commande (Ordre d'Insertion) souscrit signé par l'annonceur ou son mandataire. Ce bon de commande doit être renvoyé à RADIO FRANCE PUBLICITE avant la date de début de mise en ligne de la campagne publicitaire sur les sites concernés. Il est précisé que RADIO FRANCE PUBLICITE n'offre aucune exclusivité aux annonceurs ou leur mandataire, à l'exception d'offres spéciales limitées à un nombre restreint de campagnes ou annonceurs. Dans ce cas, la date et l'heure de réception de l'Ordre d'Insertion signé feront foi pour l'attribution prioritaire d'une telle offre limitée.
6. REPORT OU ANNULATION D'ORDRE Tout report d'ordre de publicité (messages publicitaires) doit impérativement être adressé à RADIO FRANCE PUBLICITE au moins 5 jours ouvrés avant la date de début de la campagne. Si ce préavis n'est pas respecté et hors cas de force majeure (i), une pénalité de 20% du montant net reporté sera applicable de plein droit pour une notification faite moins de 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion. Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par le client à RADIO FRANCE PUBLICITE si le retard du début de la campagne est imputable à un retard de livraison de création par le client. Toute annulation d'ordre (messages publicitaire) doit impérativement être adressée à RADIO FRANCE PUBLICITE au moins 5 jours ouvrés avant la date de début de la campagne. Si ce préavis n'est pas respecté et hors cas de force majeure (i), les pénalités suivantes seront applicables de plein droit : • 30% du montant annulé pour une notification faite moins de 5 jours ouvrés avant la date de première diffusion ; • 100% du montant annulé restant à diffuser pour une notification faite après la date de première diffusion. L'espace publicitaire annulé est remis à la disposition de RADIO FRANCE PUBLICITE . Toute modification d'Ordre Insertion, concernant les éléments publicitaires de l'annonceur à diffuser, en cours de campagne publicitaire, impactant le plan de diffusion d'origine sera susceptible d'une mise à jour, par le biais d'un nouvel Ordre d'Insertion, des conditions commerciales (CPM, délai livraison, linéarité de diffusion, répartition par device...) tenant compte de la nature et de la complexité de ces modifications. Ces modifications pourront nécessiter un délai d'actualisation technique entraînant un décalage de tout ou partie de la campagne, et ce sans que l'annonceur et/ou le mandataire puisse(nt) s'y opposer. Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par le client à RADIO FRANCE PUBLICITE à ce titre.

CGV DIGITAL

6. CONFORMITÉ DES MESSAGES PUBLICITAIRES 6.1. RADIO FRANCE PUBLICITE se réserve le droit de refuser l'exécution de tout ordre de publicité ou de l'interrompre : • s'il lui apparaît non-conforme aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication digitale (notamment relatifs aux secteurs interdits, aux services de média audiovisuels à la demande) ainsi qu'aux intérêts de l'éditeur ou de son groupe • si une autorité compétente juge a posteriori un message non conforme et qu'il en interdit toute nouvelle diffusion et/ou qu'il demande son retrait. Dans ce cas ainsi que dans tous les cas de non conformité d'un message publicitaire, l'annonceur sera tenu au paiement de la totalité de la campagne ainsi que, le cas échéant, des frais techniques et de tout dédommagement lié à la mise en ligne et à la diffusion de ce message publicitaire, tant vis-à-vis de RADIO FRANCE PUBLICITE que des tiers, RADIO FRANCE PUBLICITE n'étant redevable ni de compensations, ni d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés. 6.2. RADIO FRANCE PUBLICITE est en droit de demander à l'annonceur et/ou au mandataire tout document nécessaire à l'appréciation de la conformité des messages aux lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle. L'annonceur et/ou son mandataire s'engagent à communiquer ces documents dans les plus brefs délais. 6.3. Rôle de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité - www.arpp.org) : en vertu d'un accord interprofessionnel, l'ARPP s'est vu confier un rôle de conseil préalable afin de s'assurer de la conformité des messages aux règles générales de la Communication publicitaire digitale sur les SMAD. Les annonceurs ou leurs prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur de film publicitaire) doivent soumettre à l'ARPP les éléments publicitaires et documents afférents avant la première diffusion sur un SMAD. Ces éléments reçus par l'ARPP se voient attribuer un numéro d'ordre Pub ID qui doit être impérativement communiqué à RADIO FRANCE PUBLICITE avant diffusion. Sur la base des éléments reçus, l'ARPP rend un avis définitif relatif à la diffusion de l'élément publicitaire. Cet avis doit être remis à RADIO FRANCE PUBLICITE au plus tard 2 jours ouvrés avant mise en ligne de l'élément publicitaire concerné. Pour plus d'informations : www.arpp-pub.org
7. RESPONSABILITÉ DE L'ANNONCEUR 7.1 Tout message publicitaire est mis en ligne sous la seule responsabilité de l'annonceur. L'annonceur, ses prestataires et/ou mandataires (agence de publicité, agence média, producteur du film publicitaire) déclarent que la production publicitaire est légale et n'enfreint pas les lois, règlements et usages régissant la publicité et la communication audiovisuelle et digitale. Ils garantissent conjointement et solidairement RADIO FRANCE PUBLICITE et l'éditeur contre toute réclamation et tout recours de toutes personnes, et tout particulièrement de la part des auteurs, producteurs, réalisateurs, compositeurs, interprètes et de toute personne physique ou morale qui s'estimerait lésée par la diffusion du message. En particulier, l'annonceur garantit à RADIO FRANCE PUBLICITE et l'éditeur contre tout recours que la société tierce en charge de la création pourrait faire prévaloir sur la création publicitaire. L'annonceur et/ou le mandataire s'engagent à se conformer à toute modification apportée en cours d'année à la législation et/ou la réglementation et/ou à l'interprétation des autorités administratives ou judiciaires et ayant une incidence sur la publicité et/ou la communication audiovisuelle et/ou digitale. 7.2 RESPECT DES RÈGLES APPLICABLES EN MATIÈRE DE PROTECTION DES DONNÉES Les « Règles Applicables » s'entendent de tous règlements, lois et autres normes nationales et européennes applicables aux traitements de données à caractère personnel, en ce compris notamment le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement Européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, entré en vigueur le 25 mai 2018 (le « RGPD »), la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée, les lois nationales adoptées en complément ou en application des dispositions du RGPD, notamment la Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles (les « règles relatives à la protection des données personnelles »), les lois, règlements et autres normes nationales et européennes applicables au traitement de données de communications électroniques, à l'utilisation de technologies de traçage telles que les cookies et à la prospection directe (communément appelées les règles « e-Privacy »), ainsi que les délibérations et recommandations, ou autres normes éditées par la CNIL pris en application des règles relatives à la protection des données personnelles et règles « e-privacy » visées ci-dessus et enfin, les dispositions contractuelles applicables.

CGV DIGITAL

L'annonceur s'engage tant en son nom et pour son compte qu'au nom et pour le compte de tout éventuel mandataire et/ou prestataire ou tout autre intermédiaire (technique ou commercial), ci-après désignés ensemble « son(ses) prestataire(s) », à respecter l'ensemble des Règles Applicables, et à s'y conformer en cas de modification de ces règles en cours d'année. L'annonceur s'engage ainsi notamment, tant en son nom et pour son compte qu'au nom et pour le compte de tout éventuel prestataire, à ne pas collecter et/ou stocker les données des utilisateurs de tous les supports digitaux de Radio France commercialisés par Radio France (les « supports digitaux Radio France») auxquelles il pourrait avoir accès, par quelque procédé technique que ce soit (dépôt de cookies, tags, pixels ou tous autres traceurs ou récupération d'infos via un outil technique ou par quelque moyen que ce soit, etc., désignés ensemble les « Cookies »), sauf de manière encadrée et sécurisée, soit directement après accord contractuel de Radio France, soit indirectement après s'être assuré que ses prestataires ont obtenu l'accord contractuel de Radio France, et à ne traiter ces données que dans le cadre d'achat d'espace publicitaire sur les supports digitaux de Radio France afin de fournir une publicité personnalisée aux utilisateurs des supports digitaux de Radio France exclusivement, à l'exception de toute autre utilisation et/ou au bénéfice d'un quelconque tiers (ci-avant et ci-après la « finalité autorisée »), sauf éventuel accord spécifique donné par Radio France sur une autre finalité. Ainsi, avant tout dépôt de Cookies sur supports digitaux de Radio France le déposant devra porter à la connaissance de Radio France tout élément utile relatif : • aux caractéristiques techniques des Cookies déposés, • au type de données souhaitées par l'intermédiaire des Cookies, • à la(s) finalité(s) de la collecte de données effectuée par l'intermédiaire des Cookies, • au(x) destinataire(s) des données collectées par l'intermédiaire des Cookies, • à la durée de vie des Cookies sur le terminal des utilisateurs. L'émission et l'utilisation de Cookies par des tiers sont soumises aux politiques de protection de la vie privée (quel que soit le titre utilisé, « charte de confidentialité », « politique de traitement des données », « privacy policy », etc, désignée ci-après « Politique de protection des données ») de ces tiers. Ainsi, après accord de Radio France et contractualisation spécifique, le déposant devra mettre à disposition de Radio France une « Politique de protection des données » claire, accessible et transparente, conforme aux Règles Applicables ainsi qu'une URL permettant à l'utilisateur d'exprimer son refus au dépôt et au traitement des Cookies. Tous les Cookies éventuellement déposés dans ce cadre autorisé le seront sous la seule responsabilité du déposant. Le déposant devra notamment garantir la sécurité des informations collectées suite au dépôt et/ou au traitement des Cookies, le respect des finalités autorisées, la suppression des Cookies au-delà de leur durée de vie, etc. b) Responsabilité En cas de manquement à l'une ou l'autre des obligations susvisées et/ou à toutes Règles Applicables, l'annonceur est seul et unique responsable, et Radio France se réserve le droit de solliciter la mise en conformité, la désactivation ou le retrait/la suppression des Cookies déposés à l'occasion de l'exécution d'une campagne confiée à Radio France, ou de refuser l'exécution de l'ordre de publicité portant sur la campagne concernée ou de l'interrompre, si un Cookie utilisé dans le cadre de ladite campagne n'avait pas été déposé ou exploité en conformité avec les règles susvisées ou si des données avaient été récupérées et/ou traitées en dehors du cadre autorisé. Dans cette hypothèse, l'annonceur sera tenu au paiement de la totalité de la campagne ainsi que, le cas échéant, des frais techniques et de tout dédommagement éventuel lié au dépôt et/ou au traitement des Cookies et de manière générale au traitement de données en dehors du cadre autorisé. En tout état de cause Radio France ne sera redevable d'aucune compensation ou indemnité quelconque envers l'annonceur, ses prestataires ou les tiers intéressés de manière générale, en cas de tout dysfonctionnement liés aux Cookies placés par le déposant et/ ou en cas de retard ou annulation de la campagne imputable au manquement à l'une quelconque des obligations susvisées ou plus généralement à toutes Règles Applicables. B. Données personnelles des personnes physiques travaillant pour l'annonceur et/ou son mandataire Toutes les informations qui peuvent être fournies par les personnes physiques travaillant pour l'annonceur et/ou son mandataire dans le cadre de leurs interactions avec Radio France font l'objet de traitements par Radio France , qui sont nécessaires dans le cadre des activités commerciales de Radio France, notamment ses actions de prospection commerciale et de ventes d'espaces publicitaires. Ces informations qui pourront contenir des données personnelles seront utilisées par Radio France (i) à des fins de prospection commerciale afin que Radio France puisse proposer à l'annonceur et/ou son mandataire des offres et invitations en lien avec ses activités ainsi que des informations pertinentes concernant ses offres commerciales, ses supports média et le marché publicitaire en général et (ii) afin de rendre les services demandés par l'annonceur ou le mandataire dans le cadre des achats d'espaces publicitaires. Dans le cadre des Règles Applicables, les personnes physiques concernées bénéficient d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition pour motif légitime, de suppression et de portabilité de leurs données personnelles ainsi qu'un droit de limitation du traitement réalisé sur leurs données personnelles. Elles disposent également du droit de définir des directives relatives au sort de leurs données personnelles après leur décès.

CGV DIGITAL

8. MATÉRIEL 8.1 L'annonceur devra respecter les prescriptions techniques de Radio France concernant la fourniture du matériel (ex : format des bandeaux publicitaire, etc.). Des prestations techniques complémentaires pourront être nécessaires et facturées à l'annonceur sur devis préalablement accepté par celui-ci. Si, pour des raisons techniques le matériel publicitaire se révèle impropre à la diffusion et/ ou l'annonceur ne peut fournir un autre format publicitaire dans les délais impartis avant la mise en ligne prévue, le prix de la campagne reste intégralement dû par l'annonceur comme si la diffusion avait effectivement eu lieu. En cours de campagne, Radio France ne peut être tenue pour responsable du changement du contenu du matériel publicitaire effectué par l'annonceur ni des pertes et dommages subis par le matériel. Néanmoins et afin de garantir la meilleure qualité possible de diffusion, Radio France pourra demander à recevoir de nouveaux éléments techniques en cours de campagne. La livraison des créations sous forme de spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur à Radio France le cas échéant, devra obligatoirement avoir lieu au plus tard 5 jours ouvrés avant le premier jour de la campagne. La livraison des créations « classiques » (c'est-à-dire des créations qui ne sont pas sous forme de spots vidéo et/ ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur) devra avoir lieu de préférence 5 jours ouvrés avant le début de la campagne et en tout état de cause au plus tard 2 jours ouvrés avant le début de la campagne. 8.2 Si le délai de remise du matériel n'est pas respecté, les erreurs ou omissions éventuelles dans la mise en ligne de cette campagne engageraient la seule responsabilité de l'annonceur et/ou de son mandataire. Ce retard libérera totalement Radio France de l'engagement de volume sur la période contractuelle et du respect du calendrier prévu contractuellement initialement mais Radio France facturera la totalité du volume réservé sur l'ordre d'insertion. 8.3 Par ailleurs en sus de ce qui précède et en fonction du retard pris par le client dans la livraison des créations, Radio France se réserve le droit d'appliquer au client des pénalités journalières variables selon les cas suivants : • en cas de livraison des créations « classiques » entre 2 jours ouvrés et 24h ouvrées avant le début de la campagne, Radio France n'appliquera pas de pénalités journalières au client ; • en cas de livraison des créations spots vidéo et/ou nécessitant l'intervention d'un prestataire extérieur à Radio France le cas échéant, entre 5 jours ouvrés et 24h ouvrées avant le début de la campagne, Radio France n'appliquera pas de pénalités journalières au client ; • en cas de livraison des créations quelles qu'elles soient à moins de 24h ouvrées avant le début de la campagne, Radio France appliquera des pénalités journalières d'un montant de 200 €. Toute réclamation concernant la mise en ligne d'un message publicitaire doit être impérativement faite par écrit, à peine de déchéance dans les 4 jours après diffusion dudit message. En tout état de cause les retards seront traités conformément aux dispositions du paragraphe 8.2 ci-avant.
9. EMPLACEMENTS PUBLICITAIRES Radio France pourrait être amenée à déplacer ou à supprimer une publicité pour toute raison indépendante de sa volonté, et notamment en cas de difficulté technique, et de façon générale, en cas de force majeure. Radio France en informera l'annonceur concerné et/ou son mandataire. Il est expressément convenu que la responsabilité de Radio France est, en toute hypothèse, toujours limitée à la valeur de l'espace publicitaire facturé.
10. PARRAINAGE DE RUBRIQUES Concurrence : le contrat de parrainage est indépendant de l'achat d'espace publicitaire et n'exclut pas la présence d'annonceurs concurrents dans les emplacements publicitaires situés en périphérie de la rubrique parrainée et/ ou sur le site sur lequel est accessible la rubrique parrainée, ainsi que la présence d'annonceurs concurrents dans le contenu éditorial du site et/ou de la rubrique concernés. Modification / Annulation de la rubrique : En cas de modification ayant une incidence sur l'opération de parrainage et/ou en cas d'annulation de la rubrique concernée par l'opération de parrainage pour un fait imputable à l'éditeur du site concerné, Radio France pourra proposer à l'annonceur et/ou à son mandataire un principe de compensation et le cas échéant facturera l'annonceur au prorata des éléments décrits au contrat de parrainage effectivement mis en ligne, et ce sans qu'aucune indemnité puisse être réclamée de ce fait par l'annonceur.
11. FACTURATION 11.1. Radio France se conforme pour la facturation aux instructions données par l'annonceur ou sur l'attestation de mandat dans le cadre de l'intervention d'une société tierce habilitée. En tout état de cause, la facture est adressée à l'annonceur conformément à la loi n°93-122 du 29 janvier 1993. Par ailleurs, la facture fait état de la date de diffusion des messages publicitaires. 11.2. Les prix sont indiqués hors taxes : les impôts et taxes afférents à l'ordre de publicité au moment de la diffusion sont à la charge de l'annonceur. 11.3. La facturation des messages publicitaires est établie mensuellement. 11.4. Les campagnes publicitaires diffusées sont payables au plus tard à 30 jours date de facture le 10 du mois. A défaut, les pénalités et sanctions prévues à l'article 12 ci-après s'appliqueront de plein droit. Radio France se réserve le droit de demander avant toute exécution de l'ordre de publicité le règlement d'avance ou une caution bancaire ou toute autre garantie dans notamment les cas suivants : • pour tout annonceur n'apportant pas de garanties satisfaisantes à Radio France sur sa solvabilité, • pour tout annonceur avec qui Radio France a été précédemment confronté à des retards et/ou défauts de paiement des sommes dues par lui dans le cadre de ses achats d'espaces publicitaires effectués auprès de Radio France. L'annonceur pour lequel Radio France aura formulé de telles demandes devra fournir lesdites garanties et/ou le règlement d'avance au plus tard 10 jours ouvrés avant la première exécution de l'ordre de publicité. Radio France n'accorde pas d'escompte de règlement.

CGV DIGITAL

12. PAIEMENT Le paiement des factures émises par Radio France s'entend exclusivement en numéraire (hormis pour les échanges). L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et des intérêts de retard. Le paiement effectué au mandataire ne libère pas l'annonceur vis-à-vis de Radio France . Pour tout règlement effectué au-delà du délai de 30 jours date de facture le 10 du mois, Radio France facturera de plein droit sans mise en demeure préalable : • des intérêts de retard calculés à raison d'un taux de 10% (ou, s'il est supérieur, d'un taux égal à trois fois le taux d'intérêt légal). Ce taux s'applique sur le montant total de l'encours excédant le délai de 30 jours date de facture le 10 du mois. • une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant égal à quarante (40) euros. Si les frais de recouvrement engagés par Radio France sont supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, Radio France demandera, sur justification, une indemnisation complémentaire à l'annonceur concerné. En cas de non-respect des modalités de paiement des factures émises par Radio France à l'annonceur, Radio France se réserve le droit de refuser à l'annonceur le bénéfice de tout ou partie de ses conditions commerciales et de suspendre l'attribution de toutes les remises accordées sur facture et de celles éventuellement dues en fin d'exercice, de résilier les ordres en cours, sans préavis ni indemnités ; l'annonceur devra régler les montants dus au titre des messages diffusés jusqu'à la date effective de résiliation des ordres en cours et sur la base des factures émises par Radio France. Dans l'hypothèse où Radio France serait amenée à émettre un avoir qui sera imputé : • sur la facture concernée par ledit avoir ou • si ladite facture a d'ores et déjà été réglée, sur la facture la plus ancienne de l'annonceur. Cet avoir pourra être adressé au mandataire dans l'hypothèse où l'annonceur a chargé celui-ci par attestation de mandat d'encaisser ledit avoir. Dans ce cas, le paiement effectué dans ce cadre au mandataire libère Radio France vis à vis de l'annonceur.
13. TARIFS 13.1. Les tarifs, sauf stipulation expresse et écrite d'une modification par Radio France, sont ceux mentionnés sur le bon de commande signé par l'annonceur ou son mandataire 13.2. Radio France se réserve le droit de modifier les tarifs des formats publicitaires, notamment dans le cas d'une programmation liée à un événement exceptionnel ou dans le cas de modification(s) des supports et/ou formats proposés par la régie. Dans ce cas, Radio France informera l'annonceur ou son mandataire de ladite modification du support et/ou format publicitaire et du tarif applicable. L'annonceur ayant réservé ces espaces avant modification de leurs tarifs les conservera aux tarifs initialement proposés. Radio France n'enverra pas à l'annonceur ou son mandataire un nouvel ordre de publicité.
14. RÉFÉRENCES COMMERCIALES Au terme des présentes, l'annonceur autorise expressément Radio France à le citer à titre de référence commerciale.
15. CONFIDENTIALITÉ L'annonceur et son mandataire ainsi que l'éditeur et Radio France s'engagent à observer toute confidentialité sur toutes les informations écrites ou orales ainsi que sur les dispositions figurant dans tous les documents contractuels échangés entre les parties.
16. COMPÉTENCES Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation ou de l'application de l'ordre de publicité et des Conditions Générales de Vente exprimées ci-dessus, est de la compétence des tribunaux de Paris, même en cas de connexité, appel en garantie ou pluralité des défenseurs. Les Conditions Générales de Vente prennent effet à partir du 1er janvier 2017. Radio France et l'éditeur se réservent le droit de modifier tout ou partie de ces Conditions Générales de Vente en cours d'année, en particulier en fonction de la législation.
17. DISPOSITIONS DIVERSES Les statistiques de livraison des campagnes fournies par Radio France à l'annonceur et/ou au mandataire feront foi et ce, quel que soit le support de livraison des publicités (PC, IPTV, mobile, tablette, etc.) et ne pourront en aucun cas et en aucune manière être contestées par l'annonceur et/ou le mandataire. Le mandataire et/ou l'annonceur s'engage à ne pas utiliser d'outils dits de tracking visant à réaliser des mesures spécifiques de performances de leur(s) campagne(s), à l'exception des outils de tracking classiques de comptage d'impressions (pixel de comptage), sans autorisation préalable expresse de Radio France . Dans l'hypothèse où Radio France donnerait son autorisation pour l'utilisation exceptionnelle de tels outils, le mandataire et/ou l'annonceur et/ou l'éventuel prestataire tiers autorisé en charge de la mise en place et de l'utilisation desdits outils, s'engage à transmettre à Radio France l'intégralité des résultats et analyses de performance obtenus dans le cadre des campagnes délivrées par Radio France. Le cas échéant, le nom et type d'outil concerné, les modalités d'utilisation desdits outils ainsi que les finalités de ces outils et les usages envisagés des rapports et données fournies par ces outils seront fixées par écrit et d'un commun accord entre les parties, étant précisé que l'annonceur et/ou le mandataire ou tout prestataire autorisé en charge de ces outils devra en tout état de cause respecter la réglementation applicable dans le domaine concerné (gestion des données publicitaires).

CONTENUS EXCLUS

Liste des domaines concurrents :

EUROPE1.FR

RTL.FR

RMC.

BFMTV.COM

NRJ.FR

SKYROCK.COM

NOVA.FR

CHERIEFM.FR

INDÉS RADIO

LCI

SPOTIFY

DEEZER

...

Liste des domaines de Catégories de Contenus (IAB) :

- Bitcoin

- Site de rencontre

- Médicament

- Site minceur

- Armes à Feux

- Site pornographique

- Site pour adulte

- Site de jeux en ligne

- Alcool

- Tabac

- Traitements médicaux

- Partis politiques

- Syndicat

- Religion

- Social agrégateur

- Majelan

- Sybel

- Tootak

- Podcast Addict

- Castbox

- Deezer

- Spotify

- Google Podcast

- Apple Podcats