

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 être conformes aux dispositions du Cahier des missions et des charges de Radio France modifié par décret n°2017-1042 du 9 mai 2017 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.
2. 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. Cette attestation peut se présenter sous format papier ou sous forme dématérialisée et signée électroniquement, dès lors qu'elle a été enregistrée et communiquée par la plateforme MyMandat, éditée par EDIPUB. 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.
3. 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.
4. La souscription d'un ordre pour son compte ou, le cas échéant, par l'intermédiaire d'un mandataire en son nom et pour son compte, emporte acceptation par l'annonceur des présentes conditions générales de vente, 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.
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 81,4%, celle sur un support digital est de 18,6%. Source : Médiamétrie Global Radio 2022 (référence annuelle: janvier-mars, Total Radio, Lundi-Vendredi, 5h-24h, cible 13+, contribution à l'audience globale).
6. Les messages de partenariat sont valorisés sur la base des tarifs de publicité majorés de 50%.
7. La facture est établie par Radio France au nom de l'annonceur, en fin de mois ou en 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 du 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.
8. 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.
9. En cas de non-respect des conditions de factures liées à des messages/ campagnes/ parrainages/ partenariats antérieurs, l'ordre à venir pourra être résilié de plein droit et aux torts exclusifs de l'annonceur.
10. Pénalités de retard : 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.
Indemnité forfaitaire : 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 €.
Clause pénale : en sus des intérêts susvisés 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.
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, compte tenu de ses responsabilités et libertés éditoriales et en raison de sa qualité de société assurant des missions de service public notamment en matière d'information, 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.

SOCIÉTÉ NATIONALE DE RADIODIFFUSION RADIO FRANCE

116, av. du Président Kennedy • 75220 Paris Cedex 16
tél. : 01 56 40 27 27
RC Paris B 326 094 471 • SIRET : 326 094 471 00017 APE 922 A
Société Nationale au capital de 56 560 023 €



Exécution de l'ordre de publicité et de parrainage

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 20 ci-après. En cas de non communication desdits éléments dans ce délai, Radio France sera dans l'impossibilité de diffuser les messages. Toutefois, le prix de la diffusion restera 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. 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).
16. Lorsqu'une campagne doit être diffusée sur plusieurs chaînes ou stations de Radio France, le décompte des diffusions est effectué station par station ou chaîne par chaîne. En cas de non-diffusion d'un message sur une ou plusieurs chaînes/ 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 chaînes/ stations ayant assuré la diffusion.
17. 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 pleins 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.
18. 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 inférieur au nombre de citations mentionné au contrat, les éventuels messages non diffusés ne donneront pas lieu à compensation.
19. 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 trois (3) mois avant la date de démarrage de diffusion prévue, le prix ne sera pas facturé.
 - entre deux (2) mois et trois (3) mois 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.
 - entre un (1) mois et (2) mois 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.
 - 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 ne pourront en aucun cas être rachetées par le même annonceur aux conditions "d'offres spéciales" dont il était éventuellement bénéficiaire.

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 à Radio France avant tout enregistrement et en tout état de cause 5 jours ouvrés 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 en regard au contexte de sa diffusion ou encore à la politique et à l'esprit de la ou des chaînes 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 vente, la réglementation relative à la publicité ou encore les recommandations de l'ARPP.
21. Radio France, conformément aux engagements qu'elle a pris en matière d'environnement dans son manifeste dit « le tournant »
 - se réserve le droit de refuser toute campagne relative à des produits ou services faisant partie des plus polluants, dont la promotion à l'antenne entrerait en contradiction avec la ligne éditoriale des chaînes et émissions auxquelles elle pourrait être associée
 - consacrer une partie de ses écrans publicitaires aux produits, services et entreprises dites "responsables", étant précisé que la part du chiffre d'affaires réalisée avec des messages RSE augmentera chaque année.
22. 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 notifiés aux annonceurs et aux mandataires par Radio France Publicité qui établit la facturation correspondante et en encaisse le montant.
23. 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.
24. 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 contrevenient 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.
25. Au surplus, chaque enregistrement remis à Radio France doit être obligatoirement accompagné d'un relevé en trois exemplaires de toutes les œuvres protégées par le droit d'auteur et les droits voisins, notamment mais sans s'y limiter les œuvres utilisées dans l'enregistrement en vue de leur déclaration aux sociétés de gestion collective de droits d'auteur et de droits voisins.
26. 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.
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.