



**TARIFS NATIONAUX  
5 MAI 2025**



**ici** franceinfo:



ici 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 « ici », 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](http://radiofrancepub.com)

## SOMMAIRE

**Les stations de Radio France**

France Inter

**p.6 à 13**

p.6

franceinfo

p.8

ici, le réseau

p.10

ici, les locales

p.12

**Les conditions commerciales****p.14****Les conditions générales de vente****p.16****Le studio / Le numérique****p.18****Contacts****p.19**

**1<sup>ère</sup> RADIO DE FRANCE**

**7,3 M d'auditeurs chaque jour**

**1<sup>ère</sup> MATINALE DE FRANCE**

**4,9 M d'auditeurs quotidiens entre 7h et 10h**

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

## Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30"

### SEMAINE

#### **lundi ▶ vendredi**

05h00 ▶ 05h30	310
05h30 ▶ 06h00	740
06h00 ▶ 06h30	2820
06h30 ▶ 07h00	7850
07h00 ▶ 07h30	15600
07h30 ▶ 08h00	18170
08h00 ▶ 08h30	17990
08h30 ▶ 09h00	14370
09h00 ▶ 09h30	5610
09h30 ▶ 10h00	4300
10h00 ▶ 10h30	2940
10h30 ▶ 11h00	2970
11h00 ▶ 12h00	3050
12h00 ▶ 12h30	4080
12h30 ▶ 13h00	4730
13h00 ▶ 13h30	4190
13h30 ▶ 14h00	2450
14h00 ▶ 14h30	1800
14h30 ▶ 15h00	1850
15h00 ▶ 15h30	2110
15h30 ▶ 16h00	1910
16h00 ▶ 16h30	2420
16h30 ▶ 17h00	2480
17h00 ▶ 17h30	3960
17h30 ▶ 18h00	4390
18h00 ▶ 18h30	8440
18h30 ▶ 19h00	7450
19h00 ▶ 19h30	6920
19h30 ▶ 20h00	5300
20h00 ▶ 20h30	1340
20h30 ▶ 21h00	940
21h00 ▶ 24h00	300

### WEEK-END

#### **samedi**

#### **dimanche**

05h00 ▶ 06h00	100	05h00 ▶ 06h00	100
06h00 ▶ 06h30	520	06h00 ▶ 06h30	200
06h30 ▶ 07h00	960	06h30 ▶ 07h00	270
07h00 ▶ 07h30	3230	07h00 ▶ 07h30	1490
07h30 ▶ 08h00	5740	07h30 ▶ 08h00	1630
08h00 ▶ 08h30	8250	08h00 ▶ 08h30	3680
08h30 ▶ 09h00	9640	08h30 ▶ 09h00	5260
09h00 ▶ 10h00	7530	09h00 ▶ 09h30	7070
10h00 ▶ 10h30	7220	09h30 ▶ 10h00	7310
10h30 ▶ 11h00	5520	10h00 ▶ 10h30	8140
11h00 ▶ 11h30	4600	10h30 ▶ 11h00	7450
11h30 ▶ 12h00	4990	11h00 ▶ 11h30	7260
12h00 ▶ 12h30	4330	11h30 ▶ 12h00	6700
12h30 ▶ 13h00	3220	12h00 ▶ 12h30	5450
13h00 ▶ 13h30	3020	12h30 ▶ 13h00	4330
13h30 ▶ 14h00	1830	13h00 ▶ 13h30	4370
14h00 ▶ 14h30	1560	13h30 ▶ 14h00	2330
14h30 ▶ 15h00	1020	14h00 ▶ 14h30	1330
15h00 ▶ 15h30	1810	14h30 ▶ 15h00	1130
15h30 ▶ 16h00	1560	15h00 ▶ 15h30	1630
16h00 ▶ 16h30	960	15h30 ▶ 16h00	1680
16h30 ▶ 17h00	1020	16h00 ▶ 16h30	1730
17h00 ▶ 17h30	1660	16h30 ▶ 17h00	1580
17h30 ▶ 18h00	1780	17h00 ▶ 17h30	1780
18h00 ▶ 18h30	1750	17h30 ▶ 18h00	1650
18h30 ▶ 19h00	1660	18h00 ▶ 18h30	2080
19h00 ▶ 20h00	1690	18h30 ▶ 19h00	2030
20h00 ▶ 24h00	100	19h00 ▶ 20h00	1480
		20h00 ▶ 21h00	450
		21h00 ▶ 24h00	100

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

Formats en secondes

Indice tarifaire

5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"
50%	65%	81%	93%	97%	100%	125%	150%	170%



**franceinfo**

et tout est plus clair

Médiamétrie EAR National, 13 ans et +, janvier-mars 2025, Lév, 5h-24h, AC

**1<sup>ER</sup> MÉDIA GLOBAL D'INFORMATION EN CONTINU**

**4,9 M d'auditeurs quotidiens.**

**Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30"****SEMAINE**  
**lundi ▶ vendredi**

05h00 ▶ 05h30	140
05h30 ▶ 06h00	330
06h00 ▶ 06h30	1850
06h30 ▶ 07h00	2480
07h00 ▶ 07h30	5810
07h30 ▶ 08h00	7520
08h00 ▶ 08h30	6800
08h30 ▶ 09h00	5420
09h00 ▶ 09h30	1010
09h30 ▶ 10h00	620
10h00 ▶ 10h30	670
10h30 ▶ 11h30	420
11h30 ▶ 12h00	530
12h00 ▶ 12h30	980
12h30 ▶ 13h00	760
13h00 ▶ 13h30	610
13h30 ▶ 14h00	480
14h00 ▶ 14h30	440
14h30 ▶ 15h00	300
15h00 ▶ 15h30	250
15h30 ▶ 16h00	220
16h00 ▶ 17h00	470
17h00 ▶ 17h30	750
17h30 ▶ 18h00	760
18h00 ▶ 18h30	2420
18h30 ▶ 19h00	2050
19h00 ▶ 19h30	1840
19h30 ▶ 20h00	1380
20h00 ▶ 21h00	230
21h00 ▶ 24h00	100

**WEEK-END****samedi**

05h00 ▶ 05h30	100
05h30 ▶ 06h00	180
06h00 ▶ 06h30	250
06h30 ▶ 07h00	430
07h00 ▶ 07h30	1650
07h30 ▶ 08h00	1300
08h00 ▶ 08h30	1380
08h30 ▶ 09h00	2110
09h00 ▶ 09h30	1890
09h30 ▶ 10h00	2060
10h00 ▶ 10h30	2220
10h30 ▶ 11h00	2330
11h00 ▶ 11h30	1840
11h30 ▶ 12h00	1350
12h00 ▶ 12h30	1510
12h30 ▶ 13h00	1030
13h00 ▶ 14h00	590
14h00 ▶ 14h30	770
14h30 ▶ 15h00	400
15h00 ▶ 15h30	480
15h30 ▶ 16h00	350
16h00 ▶ 16h30	370
16h30 ▶ 17h00	270
17h00 ▶ 17h30	230
17h30 ▶ 18h00	250
18h00 ▶ 18h30	600
18h30 ▶ 19h00	270
19h00 ▶ 19h30	470
19h30 ▶ 20h00	500
20h00 ▶ 24h00	100

**dimanche**

05h00 ▶ 06h30	100
06h30 ▶ 07h00	200
07h00 ▶ 07h30	670
07h30 ▶ 08h00	780
08h00 ▶ 08h30	750
08h30 ▶ 09h00	620
09h00 ▶ 09h30	1290
09h30 ▶ 10h00	1480
10h00 ▶ 10h30	1530
10h30 ▶ 11h00	780
11h00 ▶ 11h30	890
11h30 ▶ 12h00	320
12h00 ▶ 12h30	780
12h30 ▶ 13h00	1210
13h00 ▶ 13h30	780
13h30 ▶ 14h00	460
14h00 ▶ 14h30	580
14h30 ▶ 15h00	440
15h00 ▶ 15h30	310
15h30 ▶ 16h00	270
16h00 ▶ 16h30	460
16h30 ▶ 17h00	560
17h00 ▶ 17h30	790
17h30 ▶ 18h00	810
18h30 ▶ 19h00	440
19h00 ▶ 19h30	600
19h30 ▶ 20h00	620
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"
50%	65%	81%	93%	97%	100%	125%	150%	170%

Indice tarifaire



# Le média qui vit comme nous, ici.

- **Le média 360 de la proximité**

Radio, TV et Digital réunis sous une marque commune aux deux réseaux de service public, Radio France et France Télévisions.

- **Le réseau des 44 radios locales, écouté chaque jour par 2,4 M d'auditeurs**

Acteurs incontournables de la vie locale, les 44 « ici » reflètent l'identité et le dynamisme de chaque territoire à travers une actualité de proximité, des bons plans et des services pratiques.



## Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30"

### SEMAINE

#### **lundi ▶ vendredi**

05h00 ▶ 05h30	100
05h30 ▶ 06h00	140
06h00 ▶ 06h30	650
06h30 ▶ 07h00	1110
07h00 ▶ 07h30	3020
07h30 ▶ 08h00	3070
08h00 ▶ 08h30	2510
08h30 ▶ 09h00	1990
09h00 ▶ 09h30	460
09h30 ▶ 10h00	430
10h00 ▶ 10h30	410
10h30 ▶ 11h00	320
11h00 ▶ 11h30	380
11h30 ▶ 12h00	360
12h00 ▶ 12h30	410
12h30 ▶ 13h00	290
13h00 ▶ 13h30	260
13h30 ▶ 14h00	180
14h00 ▶ 15h00	240
15h00 ▶ 15h30	260
15h30 ▶ 16h00	290
16h00 ▶ 16h30	310
16h30 ▶ 17h00	320
17h00 ▶ 17h30	400
17h30 ▶ 18h00	420
18h00 ▶ 18h30	650
18h30 ▶ 19h00	480
19h00 ▶ 19h30	370
19h30 ▶ 20h00	440
20h00 ▶ 24h00	100

### WEEK-END

#### **samedi**

#### **dimanche**

05h00 ▶ 05h30	100	05h00 ▶ 05h30	260
05h30 ▶ 06h00	130	05h30 ▶ 06h00	130
06h00 ▶ 07h00	100	06h00 ▶ 07h00	100
07h00 ▶ 07h30	320	07h00 ▶ 07h30	330
07h30 ▶ 08h00	450	07h30 ▶ 08h00	210
08h00 ▶ 08h30	880	08h00 ▶ 08h30	680
08h30 ▶ 09h00	1070	08h30 ▶ 09h00	850
09h00 ▶ 09h30	1790	09h00 ▶ 09h30	640
09h30 ▶ 10h00	1880	09h30 ▶ 10h00	730
10h00 ▶ 10h30	1070	10h00 ▶ 10h30	850
10h30 ▶ 11h00	940	10h30 ▶ 11h00	990
11h00 ▶ 11h30	810	11h00 ▶ 11h30	680
11h30 ▶ 12h00	1100	11h30 ▶ 12h00	760
12h00 ▶ 12h30	1010	12h00 ▶ 12h30	400
12h30 ▶ 13h00	880	12h30 ▶ 13h00	350
13h00 ▶ 13h30	1070	13h00 ▶ 13h30	280
13h30 ▶ 14h00	1010	13h30 ▶ 14h00	310
14h00 ▶ 14h30	360	14h00 ▶ 14h30	420
14h30 ▶ 15h00	340	14h30 ▶ 15h00	260
15h00 ▶ 15h30	280	15h00 ▶ 15h30	400
15h30 ▶ 16h00	220	15h30 ▶ 16h00	330
16h00 ▶ 16h30	130	16h00 ▶ 16h30	170
16h30 ▶ 17h00	160	16h30 ▶ 17h00	450
17h00 ▶ 18h00	130	17h00 ▶ 17h30	330
18h00 ▶ 18h30	310	17h30 ▶ 18h00	310
18h30 ▶ 19h00	380	18h00 ▶ 18h30	240
19h00 ▶ 19h30	190	18h30 ▶ 19h00	210
19h30 ▶ 20h00	200	19h00 ▶ 19h30	240
20h00 ▶ 24h00	100	19h30 ▶ 20h00	190
		20h00 ▶ 24h00	100

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

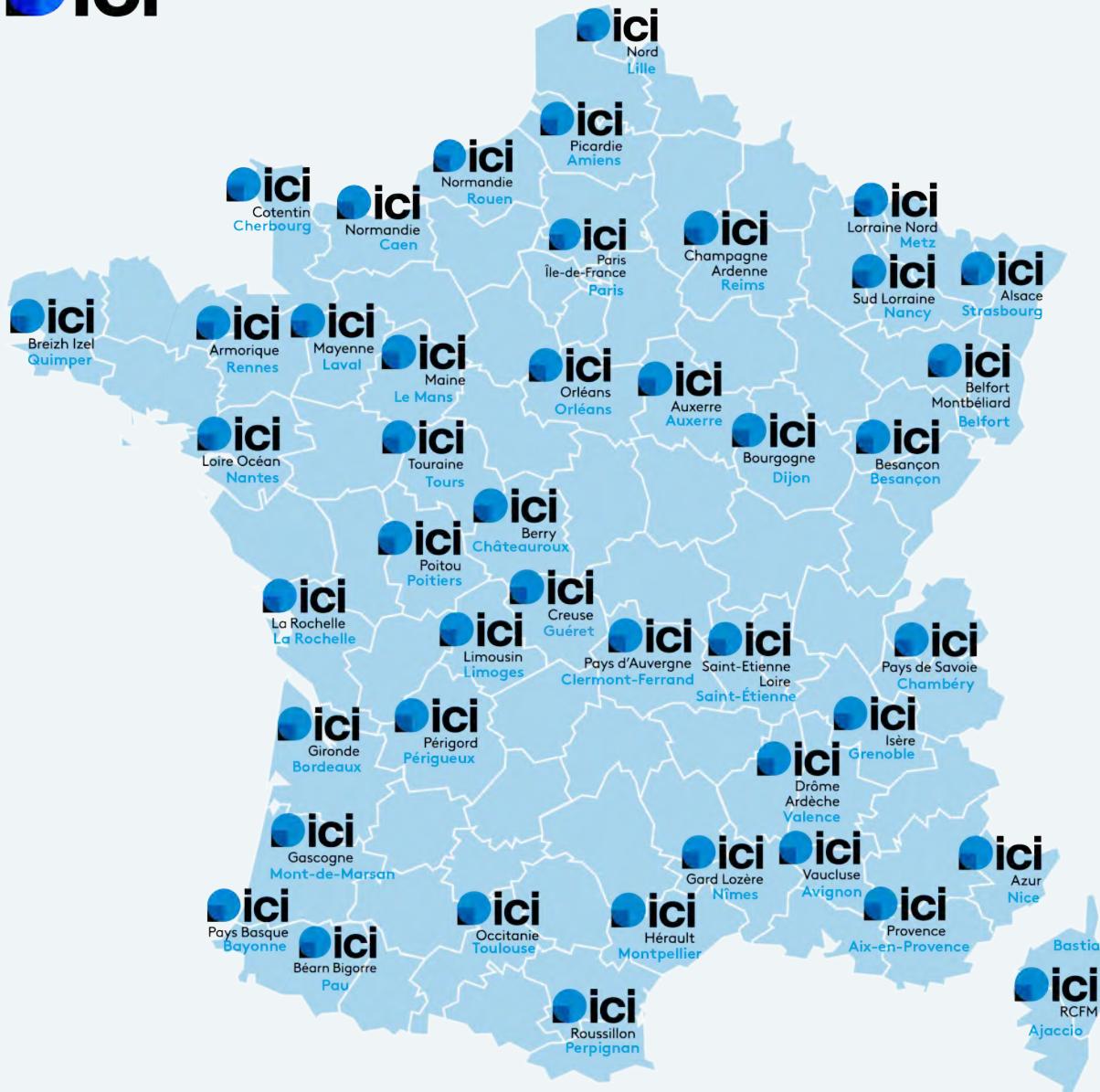
**WEEK-END : Offre Couplage Broadcast + Podcasts sur demande**

Formats en secondes

Indice tarifaire

5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"
50%	65%	81%	93%	97%	100%	125%	150%	170%

## Le réseau



## POUR VOS CAMPAGNES REGIONALES, LOCALES ET MULTILOCALES

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

ou sur le site [radiofrancepub.com](http://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 1er janvier et le 31 décembre 2025. 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, sous réserve du contenu des messages de la campagne :

- 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 • ici, le réseau

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

## 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 2024, mais présent sur au moins une antenne nationale de Radio France en 2025, bénéficie d'une remise « nouvel annonceur » de 10% applicable à son premier contrat de l'année 2025.

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. 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. 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 est de 5% exclusivement sur l'offre publicité classique. Elle est calculée sur la base du brut payant après déduction du dégressif volume et de la remise professionnelle.

# 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 77,3%, celle sur un support digital est de 22,7%. Source : Médiamétrie Global Radio 2024 (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 duplicita 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 paiement 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 ordinaire 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.  
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.
11. En cas d'événements révélant 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, 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.  
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. Tout parrainage national non vendu au 1er du mois est proposé en offre de bouclage le mois suivant, avec une remise de 30% pour l'ensemble du marché.
  20. 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

21. 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 eu égard 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 méconnaît les présentes conditions générales de vente, la réglementation relative à la publicité ou encore les recommandations de l'ARPP.
22. 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
  - consacrera une partie de ses écrans publicitaires aux produits, services et entreprises dites "responsables", étant précisé que la part du chiffre d'affaires réalisé avec des messages RSE augmentera chaque année.
23. 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. 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 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 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 indemne 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.

## 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 "ici":

[ici.publicite@radiofrance.com](mailto:ici.publicite@radiofrance.com)

Pour la livraison des spots diffusés sur les antennes nationales :

[natiopublicite@radiofrance.com](mailto: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 - plateforme Radio France :

M PUBLICITÉ

**Martin CLAMART**

[martin.clamart@mpublicite.fr](mailto:martin.clamart@mpublicite.fr)

RÉGIE DISPLAY - plateforme « ici » :  
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ

**Vincent SALINI**

[vincent.salini@francetvpub.fr](mailto:vincent.salini@francetvpub.fr)

RÉGIE MOBILE :

AZERION

**Cherifa AFIRI**

[cherifa.afiri@azerion.fr](mailto:cherifa.afiri@azerion.fr)

RÉGIE VIDÉO :

FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ

**Vincent SALINI**

[vincent.salini@francetvpub.fr](mailto:vincent.salini@francetvpub.fr)

RÉGIE AUDIO DIGITAL :

AZERION

**Cherifa AFIRI**

[cherifa.afiri@azerion.fr](mailto:cherifa.afiri@azerion.fr)

## CONTACTS

### ÉQUIPE COMMERCIALE EN RÉGIONS

#### SUD-EST

##### **Caroline SEICHEPIN**

Tél.: 04 97 03 36 11 – Portable : 06 01 32 90 70

[caroline.seichepin@radiofrance.com](mailto:caroline.seichepin@radiofrance.com)

---

#### SUD-OUEST

##### **Maguelone ARIBAUD**

Tél.: 05 34 41 71 02 – Portable : 06 46 24 55 29

[maguelone.aribaud@radiofrance.com](mailto:maguelone.aribaud@radiofrance.com)

---

#### GRAND-EST

##### **Eric BERLING**

Tél.: 03 88 76 20 80 – Portable : 06 29 16 47 81

[eric.berling@radiofrance.com](mailto: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](mailto:jean-francois.lastennet@radiofrance.com)

---

#### EST

##### **Julien RICHARD**

Tél.: 04 78 92 39 43 – Portable : 06 14 31 77 44

[julien.richard@radiofrance.com](mailto:julien.richard@radiofrance.com)

---

#### OUEST

##### **Alexis PIATON**

Tél.: 05 57 81 44 20 – Portable : 06 07 98 53 68

[alexis.piaton@radiofrance.com](mailto:alexis.piaton@radiofrance.com)

---

#### NORD - NORMANDIE

##### **Sébastien FRIGOUT**

Portable : 06 07 98 53 67

[sebastien.frigout@radiofrance.com](mailto:sebastien.frigout@radiofrance.com)

### ÉQUIPE COMMERCIALE À PARIS

#### Fabienne GERLES

Tél.: 01 56 40 52 26 – Portable : 06 03 70 64 61

[fabienne.gerles@radiofrance.com](mailto:fabienne.gerles@radiofrance.com)

#### Anousya BURGUEZ

Tél. : 01 56 40 57 47 – Portable : 07 77 99 37 86

[anousya.burguez@radiofrance.com](mailto:anousya.burguez@radiofrance.com)

#### Willy HERITIER

Tél.: 01 56 40 31 02 – Portable : 06 12 31 44 85

[willy.heritier@radiofrance.com](mailto:willy.heritier@radiofrance.com)

#### Guillaume ESTIN

Tél.: 01 56 40 16 78 – Portable : 06 09 43 73 01

[guillaume.estin@radiofrance.com](mailto:guillaume.estin@radiofrance.com)

### RADIOFRANCE PUBLICITÉ

#### DIRECTION

##### **Pascal GIRODIAS** Directeur

Tél.: 01 56 40 22 99 – Portable : 06 12 31 44 83

[pascal.girodias@radiofrance.com](mailto:pascal.girodias@radiofrance.com)

#### Charles COURNET Directeur adjoint

Tél.: 01 56 40 44 08 - Portable : 06 13 94 55 17

[charles.cournet@radiofrance.com](mailto:charles.cournet@radiofrance.com)

#### ETUDES ET MARKETING

##### **Emily DUMARAIS**

Tél. : 01 56 40 39 81

[emily.dumarais@radiofrance.com](mailto:emily.dumarais@radiofrance.com)

#### PLANNING ET DIFFUSION - NATIONAL

##### **Caroline ERMEL**

Tél.: 01 56 40 15 96

[caroline.ermel@radiofrance.com](mailto:caroline.ermel@radiofrance.com)

#### PLANNING ET DIFFUSION - LOCAL

##### **Wilfried GOBIN**

Tél.: 01 56 40 52 99

[wilfried.gobin@radiofrance.com](mailto:wilfried.gobin@radiofrance.com)

#### ADMINISTRATION CLIENTS

##### **Pierre RICHARD**

Tél.: 01 56 40 16 25

[pierre.richard@radiofrance.com](mailto:pierre.richard@radiofrance.com)

#### PUBLICITE DIGITALE

##### **Claudia PETITDEMANGE**

Tél.: 01 56 40 34 13

[claudia.petitdemange@radiofrance.com](mailto:claudia.petitdemange@radiofrance.com)



116  
75220  
Téléphone :  
radiofrancepub

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



[radiofrancepub.com](http://radiofrancepub.com)

