

radiofrancepub.com

TARIFS NATIONAUX
2 FÉVRIER 2026





 **ici** franceinfo:



L'ESPACE PRÉSERVÉ

*moyenne trimestrielle fixée par le décret du 5 avril 2016



**DES ÉCRANS COURTS
GARANTIS**



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

**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

SOMMAIRE

Les stations de Radio France	p.6 à 13
France Inter	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^{ère} RADIO DE FRANCE

7,2 M d'auditeurs chaque jour

1^{ère} MATINALE DE FRANCE

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

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



VOUS ÊTES BIEN SUR FRANCE INTER



Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30''

SEMAINE		WEEK-END	
lundi ▶ vendredi		samedi	dimanche
05h00 ▶ 05h30	100	05h00 ▶ 06h00	100
05h30 ▶ 06h00	650	06h00 ▶ 06h30	230
06h00 ▶ 06h30	2660	06h30 ▶ 07h00	250
06h30 ▶ 07h00	8030	07h00 ▶ 07h30	2300
07h00 ▶ 07h30	16310	07h30 ▶ 08h00	2700
07h30 ▶ 08h00	19450	08h00 ▶ 08h30	3810
08h00 ▶ 08h30	18370	08h30 ▶ 09h00	5040
08h30 ▶ 09h00	14130	09h00 ▶ 09h30	5530
09h00 ▶ 09h30	5630	09h30 ▶ 10h00	5150
09h30 ▶ 10h00	4450	10h00 ▶ 10h30	5990
10h00 ▶ 10h30	2990	10h30 ▶ 11h00	5550
10h30 ▶ 11h30	2680	11h00 ▶ 11h30	6920
11h30 ▶ 12h00	3190	11h30 ▶ 12h00	6470
12h00 ▶ 12h30	4290	12h00 ▶ 12h30	4290
12h30 ▶ 13h00	4180	12h30 ▶ 13h00	3010
13h00 ▶ 13h30	3760	13h00 ▶ 13h30	1930
13h30 ▶ 14h00	2360	13h30 ▶ 14h00	1800
14h00 ▶ 14h30	1630	14h00 ▶ 14h30	780
14h30 ▶ 15h00	1450	14h30 ▶ 15h00	570
15h00 ▶ 15h30	2010	15h00 ▶ 15h30	870
15h30 ▶ 16h00	2250	15h30 ▶ 16h00	1170
16h00 ▶ 16h30	2310	16h00 ▶ 16h30	1460
16h30 ▶ 17h00	2600	16h30 ▶ 17h00	1300
17h00 ▶ 17h30	4150	17h00 ▶ 17h30	1000
17h30 ▶ 18h00	4160	17h30 ▶ 18h00	1220
18h00 ▶ 18h30	7580	18h00 ▶ 18h30	1740
18h30 ▶ 19h00	7280	18h30 ▶ 19h00	1220
19h00 ▶ 19h30	6660	19h00 ▶ 20h00	1000
19h30 ▶ 20h00	4480	20h00 ▶ 21h00	240
20h00 ▶ 20h30	1250	21h00 ▶ 24h00	100
20h30 ▶ 21h00	800		
21h00 ▶ 24h00	300		

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

1^{ER} MÉDIA GLOBAL D'INFORMATION EN CONTINU

2^{ÈME} RADIO DE FRANCE

4,8 M d'auditeurs quotidiens.

Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30''

SEMAINE		WEEK-END	
lundi ▶ vendredi		samedi	dimanche
05h00 ▶ 05h30	140	05h00 ▶ 06h00	100
05h30 ▶ 06h00	290	06h00 ▶ 06h30	110
06h00 ▶ 06h30	1930	06h30 ▶ 07h00	150
06h30 ▶ 07h00	2500	07h00 ▶ 07h30	570
07h00 ▶ 07h30	5930	07h30 ▶ 08h00	1150
07h30 ▶ 08h00	7430	08h00 ▶ 08h30	1280
08h00 ▶ 08h30	6980	08h30 ▶ 09h00	1040
08h30 ▶ 09h00	4780	09h00 ▶ 09h30	1290
09h00 ▶ 09h30	1050	09h30 ▶ 10h00	1550
09h30 ▶ 10h30	610	10h00 ▶ 10h30	1850
10h30 ▶ 11h00	520	10h30 ▶ 11h00	1640
11h00 ▶ 11h30	640	11h00 ▶ 11h30	1320
11h30 ▶ 12h00	510	11h30 ▶ 12h00	1300
12h00 ▶ 12h30	980	12h00 ▶ 12h30	1080
12h30 ▶ 13h00	910	12h30 ▶ 13h00	1090
13h00 ▶ 13h30	660	13h00 ▶ 13h30	810
13h30 ▶ 14h00	390	13h30 ▶ 14h00	300
14h00 ▶ 14h30	290	14h00 ▶ 14h30	160
14h30 ▶ 15h00	230	14h30 ▶ 15h00	230
15h00 ▶ 15h30	270	15h00 ▶ 15h30	350
15h30 ▶ 16h00	250	15h30 ▶ 16h00	250
16h00 ▶ 17h00	470	16h00 ▶ 16h30	340
17h00 ▶ 17h30	720	16h30 ▶ 17h00	100
17h30 ▶ 18h00	800	17h00 ▶ 17h30	280
18h00 ▶ 18h30	2860	17h30 ▶ 18h00	300
18h30 ▶ 19h00	2350	18h00 ▶ 18h30	230
19h00 ▶ 19h30	1720	18h30 ▶ 19h00	390
19h30 ▶ 20h00	1020	19h00 ▶ 19h30	290
20h00 ▶ 21h00	190	19h30 ▶ 20h00	210
21h00 ▶ 24h00	100	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%	65%	81%	93%	97%	100%	125%	150%	170%



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 2,3 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.





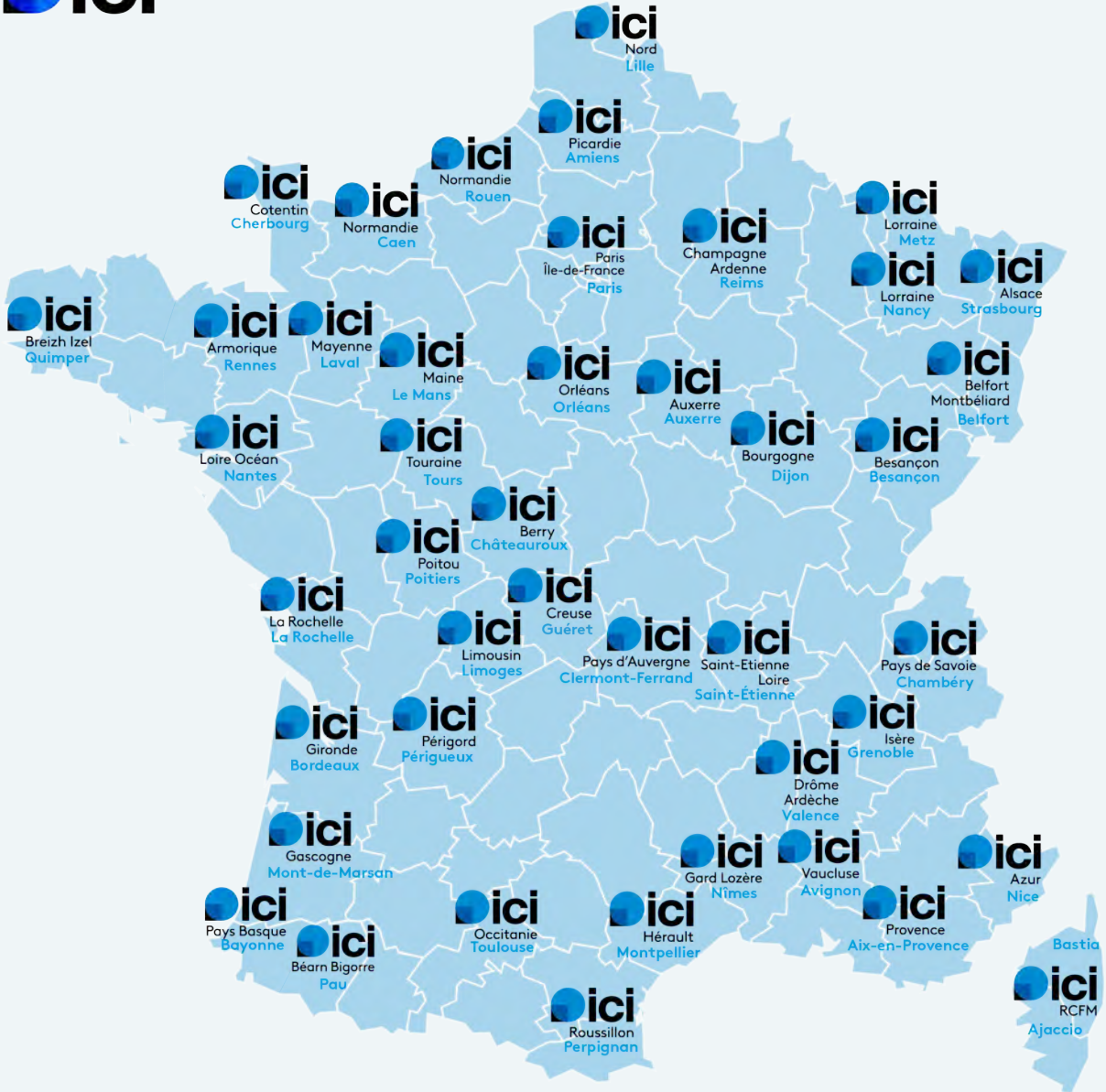
Grille tarifaire des messages publicitaires classiques - Base 30''

SEMAINE		WEEK-END	
lundi ▶ vendredi		samedi	dimanche
05h00 ▶ 05h30	100	05h00 ▶ 05h30	100
05h30 ▶ 06h00	170	05h30 ▶ 06h00	130
06h00 ▶ 06h30	870	06h00 ▶ 06h30	740
06h30 ▶ 07h00	1220	06h30 ▶ 07h00	930
07h00 ▶ 07h30	2910	07h00 ▶ 07h30	720
07h30 ▶ 08h00	2720	07h30 ▶ 08h00	500
08h00 ▶ 08h30	2760	08h00 ▶ 08h30	420
08h30 ▶ 09h00	2270	08h30 ▶ 09h00	750
09h00 ▶ 09h30	490	09h00 ▶ 09h30	840
09h30 ▶ 10h00	460	09h30 ▶ 10h00	890
10h00 ▶ 10h30	520	10h00 ▶ 10h30	780
10h30 ▶ 11h00	540	10h30 ▶ 11h00	570
11h00 ▶ 11h30	550	11h00 ▶ 11h30	460
11h30 ▶ 12h00	460	11h30 ▶ 12h00	230
12h00 ▶ 12h30	340	12h00 ▶ 12h30	130
12h30 ▶ 13h00	280	12h30 ▶ 13h00	160
13h00 ▶ 13h30	290	13h00 ▶ 13h30	170
13h30 ▶ 14h00	300	13h30 ▶ 14h00	190
14h00 ▶ 14h30	310	14h00 ▶ 15h00	150
14h30 ▶ 15h00	250	15h00 ▶ 15h30	170
15h00 ▶ 15h30	260	15h30 ▶ 16h00	190
15h30 ▶ 16h00	250	16h00 ▶ 16h30	330
16h00 ▶ 16h30	290	16h30 ▶ 17h00	340
16h30 ▶ 17h00	310	17h00 ▶ 17h30	440
17h00 ▶ 17h30	420	17h30 ▶ 18h00	330
17h30 ▶ 18h00	330	18h00 ▶ 18h30	250
18h00 ▶ 18h30	700	18h30 ▶ 19h00	100
18h30 ▶ 19h00	600		
19h00 ▶ 19h30	550		
19h30 ▶ 20h00	420		
20h00 ▶ 24h00	100		

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

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"
Indice tarifaire	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



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 2026. 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

	jusqu’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 2025, mais présent sur au moins une antenne nationale de Radio France en 2026, bénéficie d'une remise « nouvel annonceur » de 10% applicable à son premier contrat de l'année 2026.

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 75,5%, celle sur un support digital est de 24,5%. Source : Médiamétrie Global Radio 2025 (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 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 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. 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 méconnaîtrait 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
 - 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.
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.
24. 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.
25. 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.
26. 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.
27. 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.
28. 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

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 - plateforme Radio France :
M PUBLICITÉ

Martin CLAMART

martin.clamart@mpublicite.fr

RÉGIE DISPLAY - plateforme « ici » :
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ

Vincent SALINI

vincent.salini@francetvpub.fr

RÉGIE MOBILE :
AZERION

Cherifa AFIRI

cherifa.afiri@azerion.fr

RÉGIE VIDÉO :
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ

Vincent SALINI

vincent.salini@francetvpub.fr

RÉGIE AUDIO DIGITAL :
AZERION

Cherifa AFIRI

cherifa.afiri@azerion.fr

CONTACTS

ÉQUIPE COMMERCIALE EN RÉGIONS

SUD-EST

Caroline SEICHEPINTél.: 04 97 03 36 11 – Portable : 06 01 32 90 70
caroline.seichepin@radiofrance.com

SUD-OUEST

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

GRAND-EST

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

GRAND-OUEST

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

EST

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

OUEST

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

NORD - NORMANDIE

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

ÉQUIPE COMMERCIALE À PARIS

Géraldine NENDZATél.: 01 56 40 52 26 – Portable : 06 10 59 35 31
*geraldine.nendza@radiofrance.com***Anousya BURGUEZ**Tél. : 01 56 40 57 47 – Portable : 07 77 99 37 86
*anousya.burguez@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

RADIOFRANCE PUBLICITÉ

DIRECTION

Charles COURNET DirecteurTél.: 01 56 40 44 08 – Portable : 06 13 94 55 17
charles.cournet@radiofrance.com

ETUDES ET MARKETING

Emily DUMARAISTél. : 01 56 40 39 81
emily.dumaraïs@radiofrance.com

PLANNING ET DIFFUSION - NATIONAL

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

PLANNING ET DIFFUSION - LOCAL

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

ADMINISTRATION CLIENTS

Pierre RICHARDTél.: 01 56 40 16 25
pierre.richard@radiofrance.com

PUBLICITE DIGITALE

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



116
75220
radiofrancepub
in

avenue du Président-Kennedy
Paris cedex 16
@radiofrance.com
radiofrancepub.com

