-

Cahier des charges de l'Appel à candidature

Espace « Transitions en commun 2026 » »

Radio France et France Télévisions Publicité

1. Contexte

Radio France renforce encore son action volontariste et sa détermination à avoir une entreprise engagée sur les questions sociales, sociétales et environnementales.

Dans ce contexte, son approche publicitaire évolue en valorisant des acteurs agissant activement en faveur de la transition écologique. Un nouvel espace a été créé en 2021, en lien avec sa régie publicitaire, qui permet d'accorder gratuitement de la visibilité à certains acteurs comme des associations qui dédient leur action à la protection de l'environnement.

Pour l'année 2026, le dispositif « Transition en commun » soutiendra 10 projets : 7 projets d'envergure nationale et 3 projets avec un rayonnement local.

C'est dans ce cadre que Radio France Publicité lance un appel à candidature, afin de sélectionner les associations qui pourront bénéficier de ce dispositif sur l'année 2026.

Par ailleurs, pour la quatrième année, France Télévisions Publicité s'associera à cette action et mettra à disposition des associations sélectionnées, de l'espace publicitaire sur les chaines et le site de France Télévisions.

Un comité de sélection composé en partie de personnalités qualifiées indépendantes se réunira pour analyser les candidatures et sélectionner les projets.

2. Objectifs de cet appel à candidature

Radio France, à travers la création de « Transition en commun », a pour objectif de poursuivre sa démarche en faveur de l'environnement et de permettre à des acteurs de niveau national et/ou multi-local (ICI), disposant de peu de moyens dédiés à la promotion de leurs actions, de communiquer sur les antennes de France Inter, franceinfo et ICI, ainsi que sur les chaînes et sites de France Télévisions.

Chaque année, Radio France proposera, après avis consultatif de France Télévisions Publicité, les thématiques sur lesquelles devront porter les projets dans le cadre de l'appel à candidature.

3. Le dispositif

L'appel à candidature « Transition en commun », sur la base de thématiques proposées en amont, prévoit pour l'année 2026 d'offrir à chaque projet retenu, dans la limite totale de 10 projets :

Sur les antennes de Radio France, 150 messages de 30 secondes, à diffuser en deux vagues, selon les disponibilités planning de Radio France Publicité. Parmi eux :

- 7 projets à vocation nationale bénéficieront d'une campagne nationale sur France Inter, franceinfo et ICI ;
- 3 projets à vocation régionale se verront attribuer une campagne régionale de proximité sur les antennes locales d'ICI de la zone concernée par le projet.

Radio France proposera un médiaplanning optimisé sur chacune de ses trois antennes (France Inter, franceinfo, ICI), en fonction notamment des périodes de communication et des disponibilités du planning de Radio France Publicité.

Il est précisé que Radio France assume seule la responsabilité éditoriale de ce qu'elle diffuse, et décide à ce titre seule du contenu de ses programmes et de ce qui est diffusé sur l'antenne.

Le candidat se déclare ainsi parfaitement informé du fait que Radio France, en raison de sa qualité de média assurant des missions de service public, notamment en matière d'information, pourrait à tout moment modifier, y compris dans leur volume, voire annuler, les messages de communication, si un évènement d'importance majeure, lié à l'actualité nationale ou internationale, nécessitait une modification des grilles de programmes. Face à ce cas de force majeure, Radio France Publicité proposera alors une nouvelle programmation des messages en gardant la cohérence du plan initial.

Aucune compensation financière ou d'une autre nature ne serait due par Radio France.

Sur les chaines et la plateforme de France Télévisions :

Pour chaque projet national (7 au total) : 4 semaines de présences sur les chaînes et sur le site du Groupe France Télévisions avec :

- 40 messages base 20 secondes à diffuser sur France 2, France 3, France 5,
- 200 000 impressions vidéo en rotation générale sur la plateforme france.tv.

Pour chaque projet régional (3 au total) : 4 semaines de présences sur les chaines et sur le site du Groupe France Télévisions avec :

- 100 messages base 20 secondes sur France 3 Régions soit environ 1 diff par jour par région,
- 200 000 impressions vidéo en rotation générale sur la plateforme france.tv.

France Télévisions Publicité proposera un médiaplanning optimisé, tout en conservant la possibilité d'étaler les spots sur l'ensemble journée, autour de carrefours d'audience importants, selon le taux de remplissage observé sur la période.

Il est précisé également que :

- La réservation aux ouvertures de planning et la programmation des campagnes sur les chaînes du Groupe France Télévisions sera réalisée par France Télévisions Publicité ;

- La production du message, en format 20 secondes, sera assurée par FTP Conseil, sur la base d'éléments fournis par le client (images, vidéos, achat d'art),

- Tous les éléments fournis par le candidat devront être accompagnés des droits nécessaires à la communication/campagne offerte,

- Tous les messages seront pensés et produits selon un cadre commun propre à l'opération (format, présentation…),

- La production du message reposera sur un brief initial clair, et deux allers retours maximum seront autorisés par gagnant pour opérer à des modifications dudit message.

- Le message devra avoir reçu l'avis favorable de l'ARPP avant diffusion.

Il est précisé que France Télévisions assume seule la responsabilité éditoriale de ce qu'elle diffuse et décide à ce titre seule du contenu de ses programmes et de ce qui est diffusé sur l'antenne.

Le candidat se déclare ainsi parfaitement informé du fait que France Télévisions, en raison de sa qualité de média assurant des missions de service public, notamment en matière d'information, pourrait à tout moment modifier, y compris dans leur volume, voire annuler, les messages de communication, si un évènement d'importance majeure, lié à l'actualité nationale ou internationale, nécessitait une modification des grilles de programmes. Face à ce cas de force majeure, France Télévisions Publicité proposera alors une nouvelle programmation des messages, en gardant la cohérence du plan initial.

Aucune compensation financière ou d'une autre nature ne serait due par France Télévisions Publicité.

Modalité de sélection des projets

a. Critères d'éligibilité du candidat et du projet

Critère d'éligibilité du candidat porteur du projet

Les projets déposés dans le cadre de cet appel à candidature feront l'objet d'une analyse préalable par Radio France Publicité, en vue de vérifier leur éligibilité.

Seront éligibles :

- Les associations type Loi 1901 à but non lucratif dont l'objet met en avant l'intérêt général, enregistrées au Registre National des Associations (RNA),
- Les associations affiliées à une structure nationale,
- Les organisations non gouvernementales (ONG),
- Les Fondations dont le nom ne porte pas une marque commerciale,

Pour être éligible, chaque entité devra :

  - avoir un siège social est situé en France,
  - avoir un objet lié à la protection de l'environnement et au développement durable,
  - être en conformité administrative sur le plan social et fiscal.

Sous la condition générale de préciser les points suivants :

- Le chiffre d'affaires annuel de 2024,
- Le nombre d'ETP à date,
- Le budget de fonctionnement 2024.

En effet, Radio France et France Télévisions Publicité souhaitent favoriser la visibilité des organismes disposant de peu de moyens financiers dédiés à la publicité de leurs actions.

Critères d'éligibilité des projets

Un projet est éligible au présent appel à candidature s'il remplit les conditions suivantes :

Le projet s'inscrit dans l'un des thèmes suivants (thèmes 2026) :

Biodiversité : Sauvegarde des forêts.

Une communication autour de la préservation des forêts et de leur adaptation face au changement climatique.

Adaptation au changement climatique : Gestion de l'eau.

Une communication autour de la préservation de la ressource, des nouvelles pratiques de consommation responsable.

Ces projets peuvent concerner un dispositif d'ambition nationale ou des actions de proximité concrètes près de chez soi.

Le candidat sera responsable de la teneur du message et de sa conformité aux textes applicables, notamment :

- Aux Cahiers des missions et des charges de Radio France et de France Télévisions,
- Aux CGV de Radio France Publicité et de France Télévisions Publicité,

L'ensemble des documents étant annexés aux présentes.

Seules les entités dont le projet respecte l'ensemble des critères ci-avant énoncés verront leur dossier de candidature étudié par Radio France Publicité.

b. Dossier de candidature

Le dossier demandé consiste en une **présentation synthétique de l'entité ainsi que du projet de communication**. Il doit **au minimum** comporter les éléments suivants :

- Description de l'**entité** (taille, chiffre d'affaires, budget de fonctionnement, nombre ETP, structure, objectifs) ;
- Une copie des comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) ;
- Descriptif et bilan des actions menées sur les 3 dernières années ;

- Présentation des projets en cours ;
- Description du projet de communication dans le cadre de la candidature :
    - Les éléments de langage mis en avant dans le message,
    - Le concept créatif du spot **diffusé en radio, digital et télévision**,
    - La communication devra porter sur des actions concrètes de sensibilisation,
    - Il devra inciter l'auditeur à l'action et à la mobilisation.

- Présentation de ses partenaires éventuels,
- Le message ne devra cependant procéder d'aucune démarche commerciale, par exemple inciter à un acte d'achat, ni citer des marques commerciales.

Il convient également d'ajouter toute pièce permettant de justifier l'éligibilité de l'association au présent appel à candidature.

c. Modalités de remise du dossier de candidature

Les dossiers de candidature doivent être déposés avant le **mardi 15 septembre à 12 heures 00** (remplace la date initialement prévue du dimanche 31 août 2026 à 12 heures 00) :

- soit par mail à l'adresse : radiofrancepub@radiofrance.com,
- soit par courrier :
  Radio France
  A l'attention de Monsieur Pierre Richard
  116 avenue du Président Kennedy
  75220 Paris Cedex 16

  Adresses électroniques de correspondance pour toute information :
  pierre.richard@radiofrance.com ; charles.cournet@radiofrance.com

Les candidats dont le projet est retenu seront contactés par Radio France au plus tard le vendredi 18 septembre 2026.

d. Critères d'évaluation des candidatures

Les projets éligibles seront soumis à l'avis d'un comité de sélection composé de 9 membres, dont un collaborateur de Radio France et un collaborateur de France Télévisions, et 7 personnalités indépendantes :

1. *Sophie Dubuisson-Quellier, directrice de recherche au CNRS et membre du Haut Conseil pour le Climat,*
2. *Valérie Masson-Delmotte, directrice de recherche au CEA*
3. *Laurent Terrisse, administrateur de la Fonda, Laboratoire d'idée du monde associatif,*
4. *Éloi Laurent, économiste français, chercheur à l'Observatoire français des conjonctures économiques*
5. *Gilles Bloch, Président du Muséum National d'Histoire Naturelle*
6. *Stéphane Martin, Directeur Général de l'ARPP*
7. *Valérie Martin de l'Ademe.*

Ce comité choisira les projets en fonction de leur pertinence avec les thématiques proposées et leur impact sur l'environnement, la qualité du projet de communication, sa dimension collective et ses possibles contributions à l'évolution des comportements et des moyens du porteur de projet.