

1<sup>er</sup> Janvier 2020 | [radiofrancepub.com](http://radiofrancepub.com)

**radiofrance**  
publicité

## TARIFS

ON THE AIR



franceinfo:

# L'ESPACE PRÉSERVÉ



franceinfo:

---

## LA PUBLICITÉ SUR RADIO FRANCE

Avec ses 3 stations ouvertes à la publicité, le 1<sup>er</sup> 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 France Bleu, différentes et complémentaires, font de leur grille, à chaque rentrée média, le rendez-vous d'auditeurs curieux, passionnés et ouverts sur le monde.



Faible encombrement publicitaire,  
urgence et dispositifs sur mesure pour  
3 stations différentes et complémentaires.

---

# SOMMAIRE

<b>Les stations de Radio France</b>	<b>p.8 à 25</b>
France Inter	p.8
franceinfo	p.12
France Bleu réseau	p.16
France Bleu Locales	p.20
<b>Les conditions commerciales</b>	<b>p.22</b>
<b>Le studio / Le numérique</b>	<b>p.26</b>
<b>Contacts</b>	<b>p.27</b>

---

# LA PUBLICITÉ CLASSIQUE OUVERTE À TOUS LES ANNONCEURS\*

---

# ... ET 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 domaines 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)



**AVEC NOUS, VOUS ALLEZ  
ÉMERGER PLUS VITE  
LE MATIN**

1ère radio de France  
1ère matinale de France avec 4,1 millions d'auditeurs quotidiens entre 7h et 9h.  
L'information, la culture et le divertissement.



# INTERVENEZ

**connaissance** **DÉBAT**  
consommation  
tendance **HUMOUR**  
concerts **ACTUALITÉ**  
**CULTURE** divertissement **SERVICES**  
société **idées** **MUSIQUE**



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

SEMAINE		WEEK-END			
lundi › vendredi		samedi	dimanche		
Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €		
05h00 › 06h00	400	05h00 › 06h00	110	05h00 › 06h30	100
06h00 › 06h30	2080	06h00 › 06h30	720	06h30 › 07h00	150
06h30 › 07h00	6750	06h30 › 07h00	1430	07h00 › 07h30	1170
07h00 › 07h30	14940	07h00 › 07h30	2480	07h30 › 08h00	2570
07h30 › 08h00	16250	07h30 › 08h00	5390	08h00 › 08h30	4840
08h00 › 08h30	14940	08h00 › 08h30	7020	08h30 › 09h00	3980
08h30 › 09h00	10580	08h30 › 09h00	7160	09h00 › 09h30	4100
09h00 › 10h30	2580	09h00 › 10h00	5780	09h30 › 10h00	4170
10h30 › 11h00	2380	10h00 › 10h30	4690	10h00 › 11h00	2690
11h00 › 11h30	2560	10h30 › 11h00	4650	11h00 › 12h00	3630
11h30 › 12h00	2810	11h00 › 12h00	4840	12h00 › 13h00	2540
12h00 › 12h30	3830	12h00 › 13h00	2800	13h00 › 14h00	2180
12h30 › 13h00	3950	13h00 › 13h30	2830	14h00 › 15h00	1070
13h00 › 13h30	3890	13h30 › 14h00	1880	15h00 › 16h00	1130
13h30 › 14h00	2860	14h00 › 14h30	1420	16h00 › 17h00	820
14h00 › 14h30	1980	14h30 › 15h00	1090	17h00 › 17h30	1030
14h30 › 15h00	1730	15h00 › 16h00	1200	17h30 › 18h00	1180
15h00 › 15h30	1960	16h00 › 16h30	1310	18h00 › 19h00	2270
15h30 › 16h00	1930	16h30 › 17h00	980	19h00 › 20h00	2540
16h00 › 16h30	1910	17h00 › 17h30	1360	20h00 › 21h00	400
16h30 › 17h00	1980	17h30 › 18h00	1200	21h00 › 21h30	140
17h00 › 17h30	3410	18h00 › 18h30	1800	21h30 › 24h00	100
17h30 › 18h00	4640	18h30 › 19h00	1450		
18h00 › 18h30	6330	19h00 › 20h00	1940		
18h30 › 19h00	5330	20h00 › 24h00	100		
19h00 › 19h30	5020				
19h30 › 20h00	3360				
20h00 › 20h30	1570				
20h30 › 21h00	1040				
21h00 › 24h00	300				

Frais d'exploitation :

**32 € H.T. par message diffusé**

Offre Couplage Broadcast + Podcasts sur demande

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	Dégressif de volume :
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%	application du barème 1



4,3 millions d'auditeurs quotidiens

# DEUX POINTS, OUVREZ L'INFO

**économie** SPORTS  
ENQUÊTES politique société  
GRANDS REPORTAGES **analyses**  
débats INTERNATIONAL  
CULTURE



**franceinfo:**

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

SEMAINE		WEEK-END			
lundi › vendredi		samedi	dimanche		
Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €		
05h00 › 05h30	130	05h00 › 06h00	100	05h00 › 06h30	100
05h30 › 06h00	220	06h00 › 06h30	400	06h30 › 07h00	160
06h00 › 06h30	1790	06h30 › 07h00	100	07h00 › 07h30	320
06h30 › 07h00	3110	07h00 › 07h30	1190	07h30 › 08h00	340
07h00 › 07h30	4440	07h30 › 08h00	1270	08h00 › 08h30	570
07h30 › 08h00	4960	08h00 › 08h30	1160	08h30 › 09h00	550
08h00 › 08h30	4530	08h30 › 09h00	1730	09h00 › 09h30	940
08h30 › 09h00	3350	09h00 › 09h30	2080	09h30 › 10h00	810
09h00 › 09h30	820	09h30 › 10h00	1600	10h00 › 10h30	1040
09h30 › 10h00	550	10h00 › 10h30	1380	10h30 › 11h00	980
10h00 › 10h30	700	10h30 › 11h00	1110	11h00 › 11h30	1040
10h30 › 11h00	640	11h00 › 11h30	1380	11h30 › 12h00	580
11h00 › 11h30	540	11h30 › 12h00	1620	12h00 › 12h30	870
11h30 › 12h00	520	12h00 › 12h30	1430	12h30 › 13h00	400
12h00 › 12h30	960	12h30 › 13h00	1320	13h00 › 14h00	210
12h30 › 13h00	720	13h00 › 13h30	1220	14h00 › 14h30	180
13h00 › 13h30	550	13h30 › 14h00	540	14h30 › 15h30	150
13h30 › 14h00	380	14h00 › 14h30	100	15h30 › 16h00	200
14h00 › 14h30	340	14h30 › 15h00	120	16h00 › 16h30	310
14h30 › 15h00	280	15h00 › 15h30	450	16h30 › 17h00	690
15h00 › 15h30	260	15h30 › 16h00	250	17h00 › 17h30	760
15h30 › 16h00	240	16h00 › 16h30	320	17h30 › 18h00	120
16h00 › 16h30	570	16h30 › 17h00	230	18h00 › 18h30	160
16h30 › 17h00	640	17h00 › 17h30	500	18h30 › 19h00	200
17h00 › 17h30	690	17h30 › 18h00	220	19h00 › 19h30	140
17h30 › 18h00	820	18h00 › 18h30	550	19h30 › 20h00	110
18h00 › 18h30	1680	18h30 › 19h00	450	20h00 › 24h00	200
18h30 › 19h00	1420	19h00 › 19h30	520		
19h00 › 19h30	1390	19h30 › 20h00	350		
19h30 › 20h00	840	20h00 › 24h00	100		
20h00 › 20h30	470				
20h30 › 21h00	390				
21h00 › 24h00	200				

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

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	Dégressif de volume :
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%	application du barème 1



Un réseau de  
44 radios locales de proximité.  
3,3 millions d'auditeurs quotidiens.



ÉCOUTEZ, ON EST BIEN ENSEMBLE

vie quotidienne  
culture **PROXIMITÉ**  
ÉCHANGE  
chanson française solidarité  
consommation **régions** PATRIMOINE  
**VIE LOCALE**  
INFOS PRATIQUES



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

SEMAINE		WEEK-END			
lundi › vendredi		samedi	dimanche		
Tranche horaire	Tarif H.T. en €	Tranche horaire	Tarif H.T. en €		
05h00 › 05h30	140	05h00 › 05h30	130	05h00 › 06h30	100
05h30 › 06h00	310	05h30 › 06h00	210	06h30 › 07h00	240
06h00 › 06h30	1320	06h00 › 06h30	600	07h00 › 07h30	860
06h30 › 07h00	2350	06h30 › 07h00	460	07h30 › 08h00	1080
07h00 › 07h30	4250	07h00 › 07h30	790	08h00 › 08h30	1260
07h30 › 08h00	4050	07h30 › 08h00	1270	08h30 › 09h00	800
08h00 › 08h30	3900	08h00 › 08h30	1560	09h00 › 09h30	1320
08h30 › 09h00	3780	08h30 › 09h00	1820	09h30 › 10h00	1360
09h00 › 09h30	1650	09h00 › 09h30	2150	10h00 › 10h30	1280
09h30 › 10h00	1520	09h30 › 10h00	2250	10h30 › 11h00	1240
10h00 › 10h30	1420	10h00 › 10h30	2370	11h00 › 11h30	1520
10h30 › 11h00	1400	10h30 › 11h00	1820	11h30 › 12h00	1420
11h00 › 11h30	1460	11h00 › 11h30	1630	12h00 › 12h30	240
11h30 › 12h00	1400	11h30 › 12h00	1580	12h30 › 13h00	200
12h00 › 12h30	1290	12h00 › 12h30	1150	13h00 › 13h30	580
12h30 › 13h00	1030	12h30 › 13h00	650	13h30 › 14h00	600
13h00 › 13h30	820	13h00 › 13h30	500	14h00 › 14h30	280
13h30 › 14h00	900	13h30 › 14h00	600	14h30 › 16h00	100
14h00 › 15h00	810	14h00 › 14h30	290	16h00 › 16h30	360
15h00 › 15h30	840	14h30 › 15h00	230	16h30 › 17h00	280
15h30 › 16h00	860	15h00 › 15h30	170	17h00 › 17h30	300
16h00 › 16h30	1020	15h30 › 16h00	230	17h30 › 18h00	480
16h30 › 17h00	880	16h00 › 16h30	170	18h00 › 18h30	180
17h00 › 17h30	840	16h30 › 17h00	180	18h30 › 19h00	240
17h30 › 18h00	960	17h00 › 17h30	270	19h00 › 19h30	600
18h00 › 18h30	910	17h30 › 18h00	320	19h30 › 20h00	440
18h30 › 19h00	740	18h00 › 18h30	300	20h00 › 24h00	100
19h00 › 19h30	480	18h30 › 19h30	430		
19h30 › 20h00	240	19h30 › 20h00	380		
20h00 › 20h30	170	20h00 › 24h00	100		
20h30 › 21h00	130				
21h00 › 24h00	100				

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

Formats en secondes	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	Dégressif de volume :
Indice tarifaire	50%	60%	75%	85%	95%	100%	125%	150%	170%	application du barème 1

# LE RÉSEAU FRANCE BLEU



---

# POUR VOS CAMPAGNES REGIONALES, LOCALES ET MULTILOCALES

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

ou sur le site [www.radiofrancepub.com](http://www.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 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2020. 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 :

- 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.

### 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 • France Bleu réseau

	<b>jusqu'à</b>	à	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 2019, mais présent sur au moins une antenne nationale de Radio France en 2020, bénéficie d'une remise « nouvel annonceur » de 10% applicable à son premier contrat de l'année 2020.

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. 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 se fait sous forme d'un glissement à l'indice format inférieur de 5 secondes et s'applique sur le tarif brut avant toute autre remise.

# 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 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 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 86.4%, celle sur un support digital est de 13.6%. Source : Médiamétrie Global Radio 2019 (référence annuelle : janvier-mars, Total Radio, Lundi-Vendredi, 5h-24h, cible 13+, contribution à l'audience globale).
- 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.
- 12 En cas d'évènements revêtant 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 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.



## Exécution de l'ordre de publicité

### Modifications

- 13 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 21 ci-après.
- En cas de non communication desdits éléments dans ce délai, le prix de la diffusion est 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.
- 14 Lorsqu'une campagne de publicité doit être diffusée sur plusieurs stations de Radio France, le décompte des diffusions est effectué station par station. En cas de non-diffusion d'un message sur une ou plusieurs 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 stations ayant assuré la diffusion.
- 15 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 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.
- 16 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 supérieur ou égal au nombre de citations mentionné au contrat, les éventuels messages non diffusés ne donneront pas lieu à compensation.
- 17 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 3 mois avant la date de démarrage de diffusion prévue, le prix correspondant aux citations non diffusées ne sera pas facturé.
  - Si cette demande a lieu entre deux (2) mois au moins et (3) mois au plus 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.
  - Si cette demande a lieu entre un (1) mois ou plus et (2) mois ou moins 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.
  - Si cette demande a lieu 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 commandes annulées ne pourront en aucun cas être rachetées par le même annonceur aux conditions " d'offres spéciales ".
- 18 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).

## Normes techniques

### Conditions de production et de diffusion

- 19 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 avant tout enregistrement et en tout état de cause 5 jours 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 stations 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 ventes.
- 20 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 arrêtés et notifiés aux annonceurs et aux mandataires par Radio France Publicité qui établit la facturation correspondante et en encaisse le montant.
- 21 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.
- 22 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 contrevennent 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.
- 23 Au surplus, chaque enregistrement remis à Radio France doit être obligatoirement accompagné d'un relevé en trois exemplaires, de toutes les œuvres notamment musicales, littéraires ou dramatiques utilisées dans l'enregistrement en vue de leur déclaration aux sociétés de gestion collective de droits d'auteur et de droits voisins.
- 24 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.
- 25 Clause pénale : En sus des intérêts visés à l'article 10 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.
- 26 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 défendeurs.

## 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 France Bleu :**  
[bleupublicite@radiofrance.com](mailto:bleupublicite@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 :  
M PUBLICITÉ

**Sébastien NOEL**

[sebastien.noel@mpublicite.fr](mailto:sebastien.noel@mpublicite.fr)

**Ariane MUSSE**

[ariane.musse@mpublicite.fr](mailto:ariane.musse@mpublicite.fr)

RÉGIE MOBILE :  
MADVERTISE

**Alexandre CHOKRON**

[alexandre.c@mng-corp.com](mailto:alexandre.c@mng-corp.com)

RÉGIE AUDIO (PODCAST) :  
TARGETSPOT

**Cherifa AFIRI**

[cherifa.afiri@targetspot.com](mailto:cherifa.afiri@targetspot.com)

RÉGIE VIDÉO :  
FRANCE TÉLÉVISION PUBLICITÉ

**Vincent SALINI**

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

## CONTACTS

### CHARGÉS DE CLIENTÈLE EN RÉGIONS

SUD-EST

**Caroline SEICHEPIN**

Tél.: 04 96 17 83 01 – 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

**Philippe GRIMAUD**

Tél.: 04 78 92 39 43 – Portable : 06 07 35 36 14  
[philippe.grimaud@radiofrance.com](mailto:philippe.grimaud@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)

### CHARGÉS DE CLIENTÈLE À PARIS

**Géraldine NENDZA**

Tél.: 01 56 40 52 26 – Portable : 06 10 59 35 31  
[geraldine.nendza@radiofrance.com](mailto:geraldine.nendza@radiofrance.com)

---

**Soa RABETSIM**

Tél.: 01 56 40 57 47 – Portable : 07 77 99 37 86  
[soa.rabetsim@radiofrance.com](mailto:soa.rabetsim@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)

---

### RADIO FRANCE 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)

---

ETUDES ET MARKETING

**Sylvain NIQUET**

Tél.: 01 56 40 53 46 – Portable : 06 25 56 26 39  
[sylvain.niquet@radiofrance.com](mailto:sylvain.niquet@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 – Fax : 01 56 40 44 84  
[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)

---

# radiofrance

## publicité

116 avenue du Président-Kennedy  
75220 Paris cedex 16

Téléphone 01 56 40 27 27

fax 01 56 40 44 84

radiofrancepub @radiofrance.com

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



franceinfo :