



Tarifs Radios Locales

1^{er} Janvier 2025



Le média qui vit comme nous, ici.

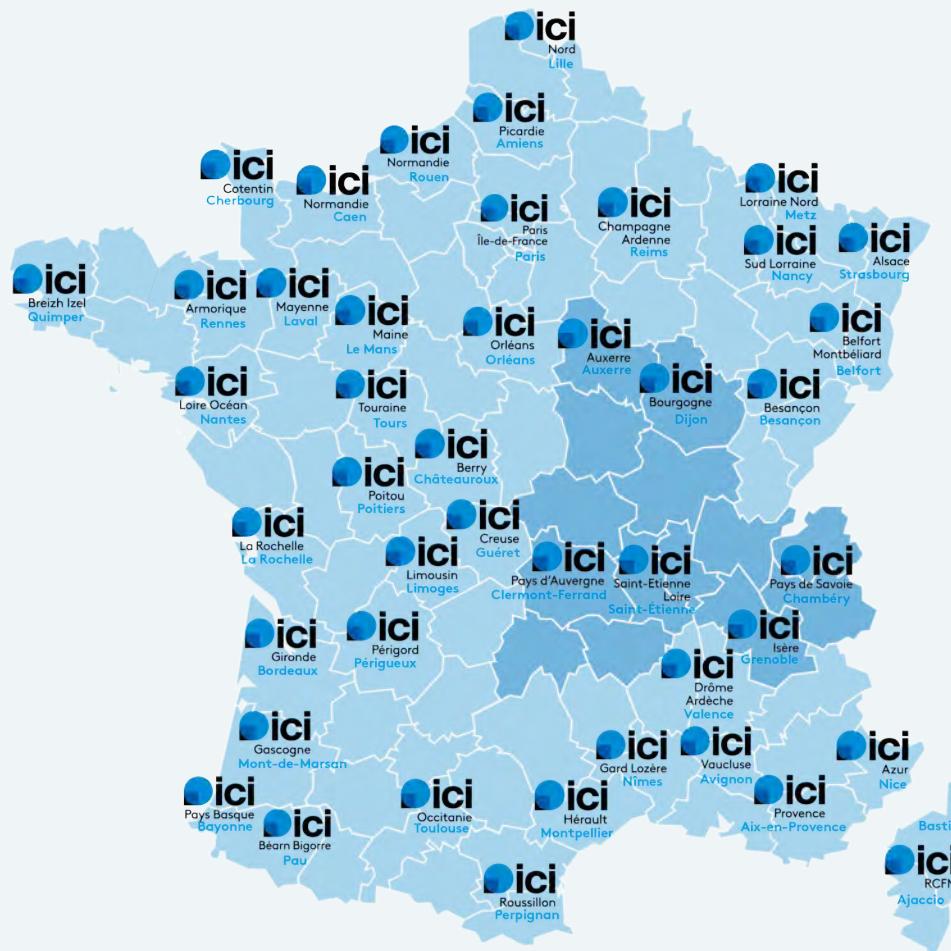
- **Le média 360 de la proximité**
Radio, TV et Digital réunis sous une marque commune aux deux réseaux de service public, Radio France et France Télévisions
- **Le réseau des 44 radios locales**
qui reflètent la vie et l'identité de chaque territoire (actualité locale, bons plans, services pratiques)



Une offre de France Télévisions et Radio France.

SOMMAIRE

Carte Est	p.4
Tarifs Est	p.5
Carte Ouest	p.6
Tarifs Ouest	p.7
Carte Grand Est	p.8
Tarifs Grand Est	p.9
Carte Grand Ouest	p.10
Tarifs Grand Ouest	p.11
Carte Sud Est	p.12
Tarifs Sud Est	p.13
Carte Sud Ouest	p.14
Tarifs Sud Ouest	p.15
Carte Nord	p.16
Tarifs Nord	p.17
Conditions générales de vente	p.18 à 19
Conditions commerciales	p.20 à 21
Contacts	p.23



ici EST

- ici Auxerre
- ici Bourgogne
- ici Isère
- ici Pays d'Auvergne
- ici Pays de Savoie
- ici Saint-étienne Loire

TARIFS EST
AUVERGNE, BOURGOGNE, RHÔNE-ALPES (HORS DRÔME-ARDÈCHE)
Base 30''

SEMAINE

lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Auxerre	47	101	88	63	52	19	56	55	25
Bourgogne	54	117	102	73	60	22	64	63	29
Isère	59	127	111	79	65	24	70	68	32
Pays d'Auvergne	55	118	103	74	61	22	65	64	30
Pays de Savoie	59	128	112	80	66	24	70	69	32
Saint-étienne Loire	51	111	97	69	57	21	61	60	28

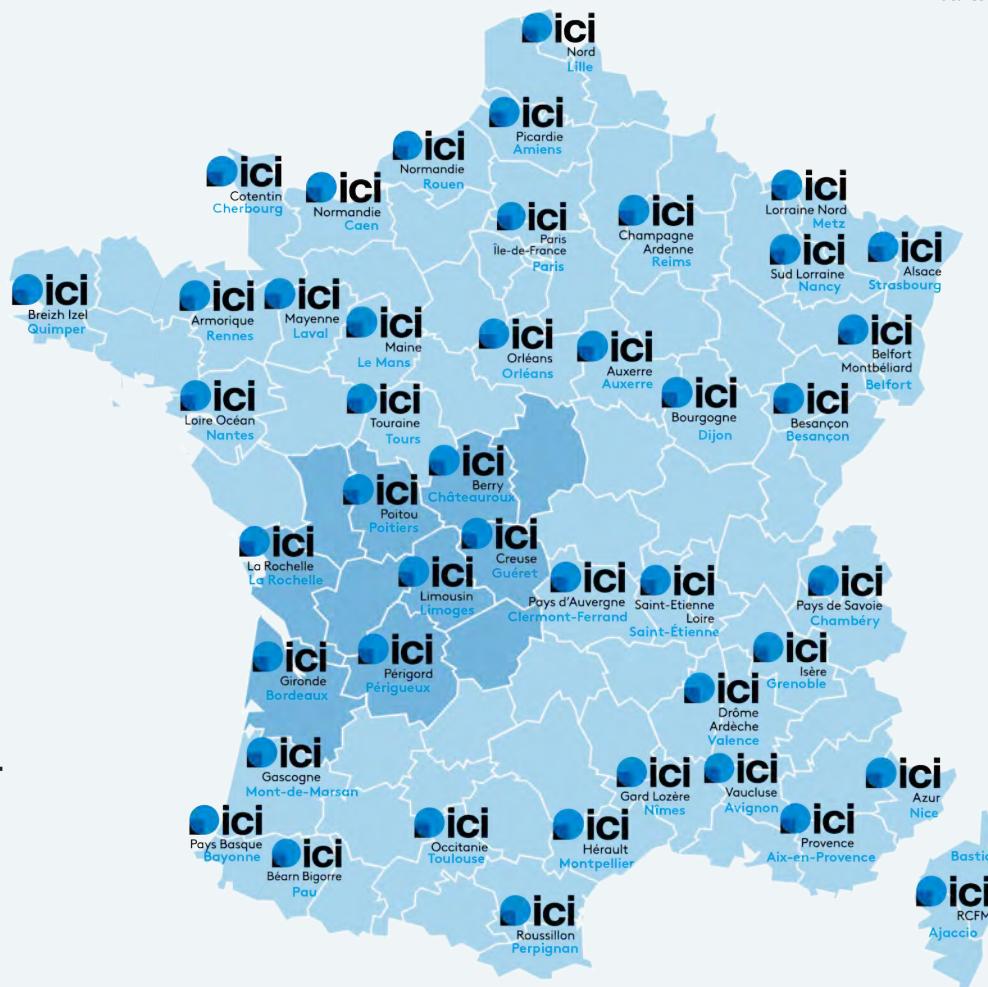
*Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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




- ici Berry
- ici Creuse
- ici Gascogne
- ici Gironde
- ici La Rochelle
- ici Limousin
- ici Périgord
- ici Poitou

TARIFS OUEST
NOUVELLE-AQUITAINE (HORS PYRÉNÉES-ATLANTIQUES), INDRE, CHER
Base 30''

SEMAINE lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Berry	48	104	91	65	53	20	57	56	26
Creuse	38	82	72	51	42	16	45	44	21
Gascogne	41	88	77	55	45	17	48	47	22
Gironde	40	86	75	54	44	16	47	46	22
La Rochelle	55	120	104	75	61	23	66	64	30
Limousin	54	117	102	73	60	22	64	63	29
Périgord	55	120	104	75	61	23	66	64	30
Poitou	34	74	64	46	38	14	40	40	19

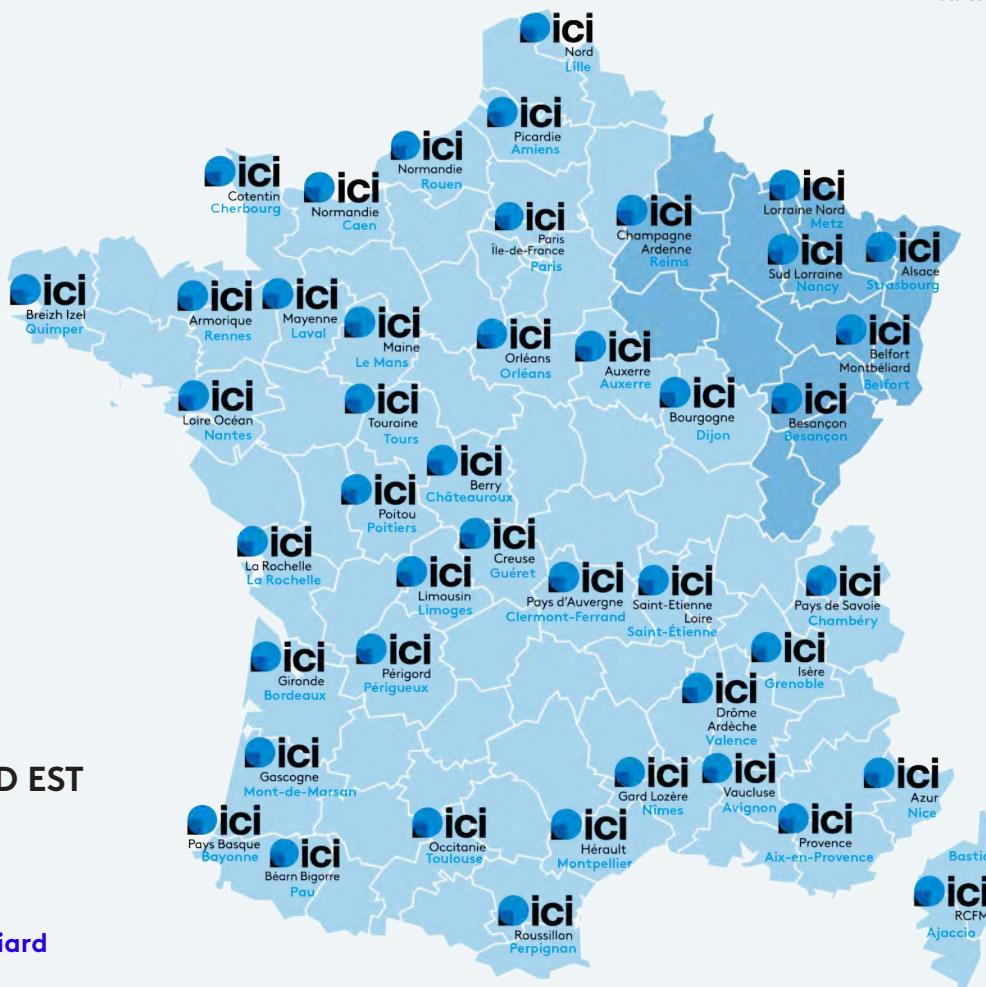
*Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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




ici Alsace

ici Belfort-Montbéliard

ici Besançon

ici Champagne-Ardenne

ici Lorraine Nord

ici Sud Lorraine

TARIFS GRAND EST
GRAND EST, FRANCHE-COMTÉ
Base 30''

SEMAINE lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Alsace	69	150	131	94	77	28	82	81	38
Belfort-Montbéliard	38	82	72	51	42	16	45	44	21
Besançon	65	141	123	88	72	27	78	76	35
Champagne-Ardenne	32	70	61	44	36	13	38	38	18
Lorraine Nord	41	89	78	56	46	17	49	48	22
Sud Lorraine	53	115	100	72	59	22	63	62	29

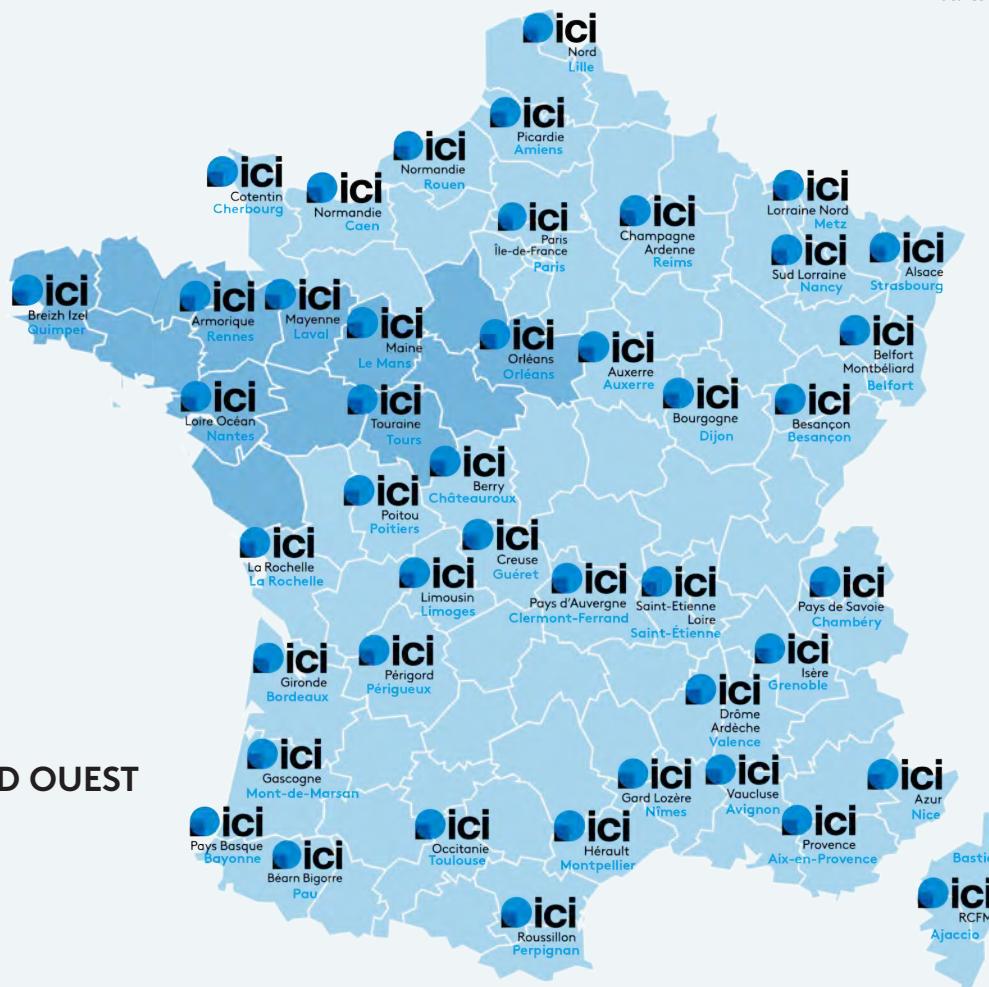
*Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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




ici **Armorique**

ici **Breizh Izel**

ici **Loire Océan**

ici **Maine**

ici **Mayenne**

ici **Orléans**

ici **Touraine**

TARIFS GRAND OUEST
BRETAGNE, PAYS DE LA LOIRE, CENTRE-VAL DE LOIRE (HORS INDRE ET CHER)
Base 30''

SEMAINE lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Armorique	82	177	155	111	91	34	97	96	45
Breizh Izel	69	150	131	94	77	28	82	81	38
Loire Océan	86	187	163	117	96	36	103	101	47
Maine	32	69	60	43	35	13	38	37	17
Mayenne	56	121	105	76	62	23	66	65	30
Orléans	41	89	78	56	46	17	49	48	22
Touraine	32	70	61	44	36	13	38	38	18

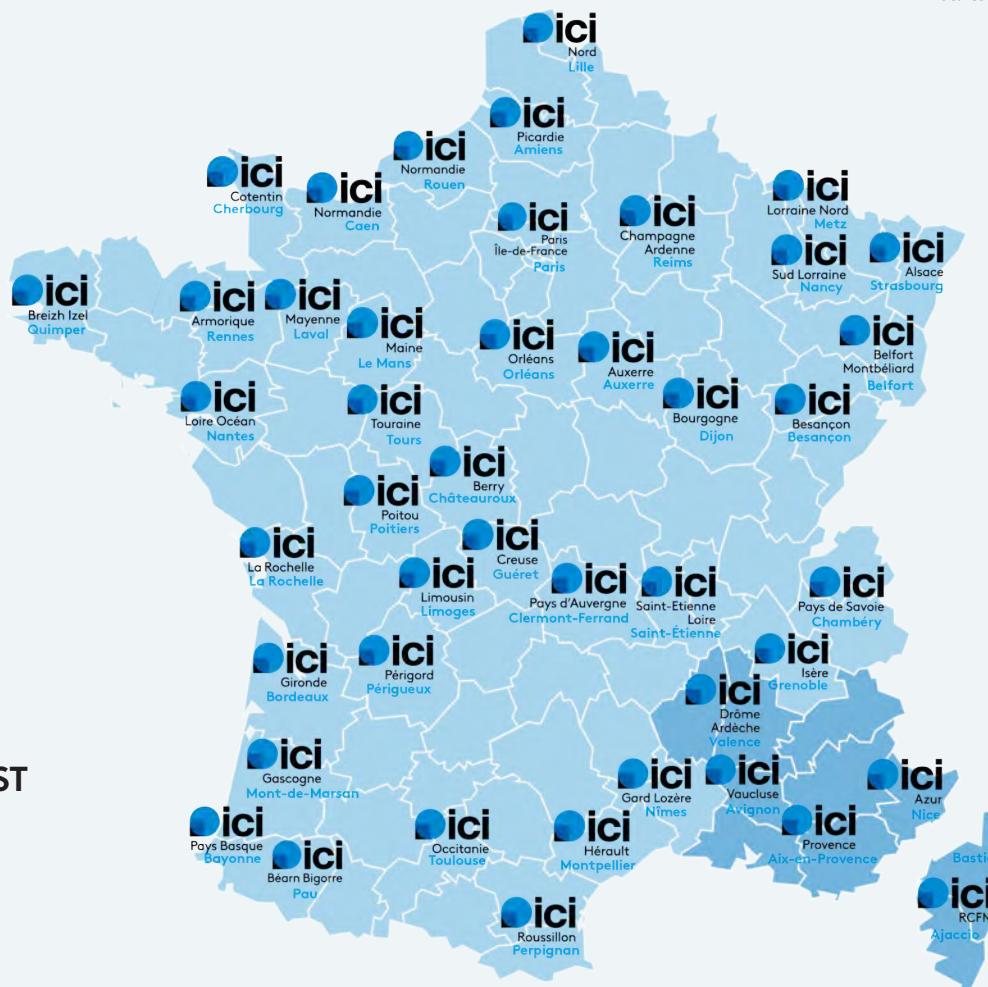
* Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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



 **ici** SUD EST

ici Azur

ici Drôme Ardèche

ici Provence

ici RCFM

ici Vaucluse

TARIFS SUD EST
PACA, CORSE, DRÔME-ARDÈCHE
Base 30''

SEMAINE lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Azur	50	107	94	67	55	20	59	58	27
Drôme Ardèche	59	127	111	79	65	24	70	68	32
Provence	135	293	256	184	150	56	161	158	74
RCFM	47	101	88	63	52	19	56	55	25
Vaucluse	60	130	114	82	67	25	72	70	33

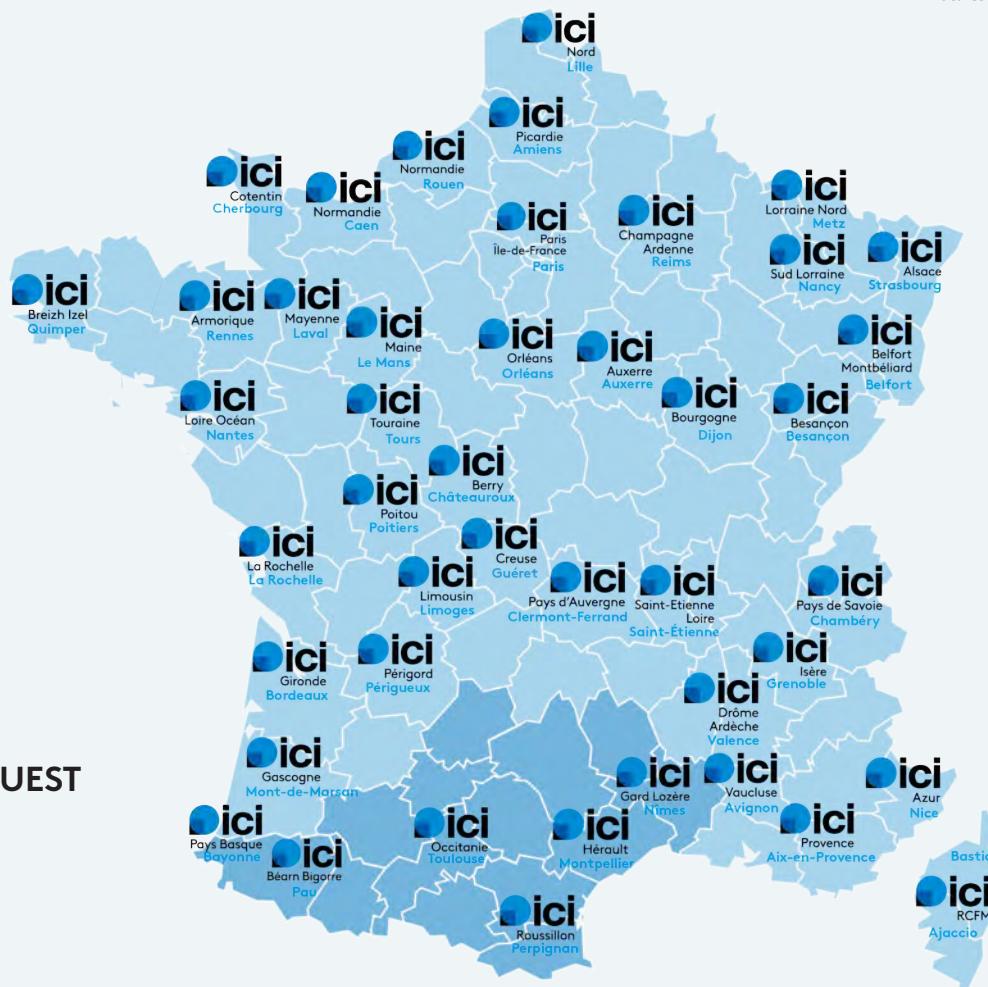
*Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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




ici Béarn Bigorre

ici Gard Lozère

ici Hérault

ici Occitanie

ici Pays Basque

ici Roussillon

TARIFS SUD OUEST
OCCITANIE, PYRÉNÉES-ATLANTIQUES
Base 30''

SEMAINE lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Béarn Bigorre	40	86	75	54	44	16	47	46	22
Gard Lozère	64	138	120	86	71	26	76	74	35
Hérault	61	133	116	83	68	25	73	72	33
Occitanie	48	104	91	65	53	20	57	56	26
Pays Basque	40	86	75	54	44	16	47	46	22
Roussillon	59	128	112	80	66	24	70	69	32

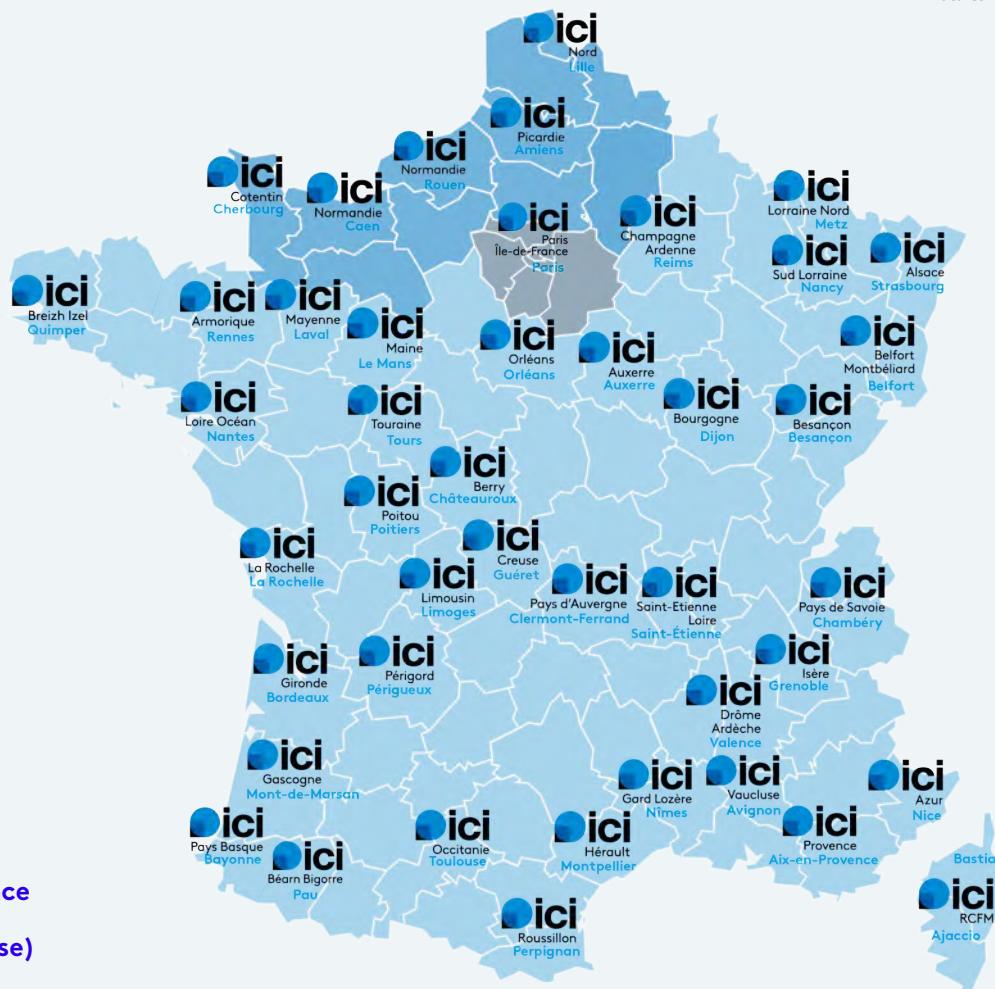
*Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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




ici Paris Ile-de-France

ici Normandie (Basse)

ici Cotentin

ici Normandie (Haute)

ici Nord

ici Picardie

TARIFS NORD
NORMANDIE, HAUTS-DE-FRANCE, IDF
Base 30''

SEMAINE lundi ▶ dimanche



	06h00	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00*
	07h00	08h00	09h00	10h00	14h00	17h00	18h00	19h00	20h00
Paris IDF	132	285	248	178	146	54	156	153	72
Normandie (Basse)	102	221	193	138	113	42	121	119	56
Cotentin	47	101	88	63	52	19	56	55	25
Normandie (Haute)	102	221	193	138	113	42	121	119	56
Nord	94	203	177	127	104	38	111	109	51
Picardie	37	81	71	51	41	15	44	44	20

*Commercialisation selon programme

Tarif H.T. en €
Frais d'exploitation :
1 € H.T. par message diffusé

Formats en secondes

Indice tarifaire

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

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'inscrit 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 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'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, 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.



Exécution de l'ordre de publicité et de parrainage

14. Préalablement à la diffusion des messages, leurs textes et tout élément matériel nécessaire à leur diffusion, doivent être remis à Radio France dans le délai fixé à l'article 20 ci-après. En cas de non communication desdits éléments dans ce délai, Radio France sera dans l'impossibilité de diffuser les messages. Toutefois, le prix de la diffusion restera intégralement dû par l'annonceur à Radio France, comme si la diffusion avait eu lieu. Radio France ne sera en aucun cas redevable d'une quelconque compensation, ou d'indemnités envers l'annonceur, ses mandataires ou les tiers intéressés.
15. Les textes des messages ne doivent pas, suivant leur durée, dépasser un nombre maximum de mots (15 secondes = 45 mots, 30 secondes = 90 mots, 45 secondes = 135 mots, 60 secondes = 180 mots).
16. Lorsqu'une campagne doit être diffusée sur plusieurs chaînes ou stations de Radio France, le décompte des diffusions est effectué station par station ou chaîne par chaîne. En cas de non-diffusion d'un message sur une ou plusieurs chaînes/ stations, celui-ci ne donnera pas lieu à facturation sur la ou les stations sur lesquelles il n'a pas été diffusé. Il sera normalement facturé pour les autres chaînes/ stations ayant assuré la diffusion.
17. En matière de publicité, toute demande d'annulation d'ordre doit, pour être recevable, parvenir par écrit à Radio France au moins deux (2) jours ouvrés pleins avant la date de diffusion prévue. Dans ce cas, le montant des diffusions ainsi annulées ne fera pas l'objet d'une facturation. En cas de non-respect de ce délai de deux jours ouvrés, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 10% du montant net de l'ordre annulé sera dû par l'annonceur.
18. Le nombre de citations indiqué dans les contrats de parrainage correspond au nombre prévu pour chaque semaine de grille, rapporté à quatre semaines. Dans l'hypothèse où le nombre de messages réellement diffusé serait inférieur au nombre de citations mentionné au contrat, les éventuels messages non diffusés ne donneront pas lieu à compensation.
19. En matière de parrainage, toute annulation d'ordre doit se faire par écrit à Radio France. Si cette demande d'annulation a lieu :
 - au moins trois (3) mois avant la date de démarrage de diffusion prévue, le prix ne sera pas facturé.
 - entre deux (2) mois et trois (3) mois avant la date de diffusion prévue, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 30% du prix net tel que stipulé au contrat de parrainage sera dû.
 - entre un (1) mois et (2) mois avant la date de diffusion prévue, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 70% du prix net mentionné au contrat de parrainage sera dû.
 - moins de un (1) mois avant la date de diffusion prévue, et sauf cas de force majeure, un dédit correspondant à 85% du prix net figurant au contrat de parrainage sera dû.Les commandes annulées ne pourront en aucun cas être rachetées par le même annonceur aux conditions "d'offres spéciales" dont il était éventuellement bénéficiaire.

Normes techniques Conditions de production et de diffusion

20. Aucun message ne peut être diffusé sans que son contenu et sa formulation n'aient été préalablement validés par le comité d'agrément de la publicité de Radio France, ou le cas échéant, approuvé par l'ARPP, saisie par Radio France en cas de besoin. Les textes doivent être soumis à Radio France avant tout enregistrement et en tout état de cause 5 jours ouvrés au moins avant la date prévue pour la première diffusion. Toute modification éventuelle de texte au cours du déroulement de la campagne, relève de la même procédure. Radio France se réserve le droit de refuser d'exécuter un ordre et/ou de l'annuler à tout moment, sans versement d'indemnité, notamment lorsqu'un message est susceptible :
 - d'engager la responsabilité de Radio France et ce, à quelque titre que ce soit, de porter atteinte à l'image de Radio France, ses intérêts commerciaux, déontologiques ou éditoriaux,
 - par sa nature, son texte, sa présentation, ou pour toute autre raison, de provoquer des protestations de ses auditeurs ou de tiers contre lesquelles il est légitime de se prémunir, en particulier 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.
21. Radio France, conformément aux engagements qu'elle a pris en matière d'environnement dans son manifeste dit « le tournant »
 - se réserve le droit de refuser toute campagne relative à des produits ou services faisant partie des plus polluants, dont la promotion à l'antenne entrerait en contradiction avec la ligne éditoriale des chaînes et émissions auxquelles elle pourrait être associée
 - 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.
22. Radio France met à la disposition des annonceurs et des agences un service de production dit « Studio de production/réalisation » pour l'enregistrement des messages publicitaires. Les conditions et les tarifs de production et d'exploitation des enregistrements sont notifiés aux annonceurs et aux mandataires par Radio France Publicité qui établit la facturation correspondante et en encaisse le montant.
23. Les sons définitifs seront remis à Radio France Publicité au plus tard 2 jours ouvrés avant la date de première diffusion. Si ce délai n'est pas respecté, Radio France ne peut être tenue pour responsable des modifications de programmation et de leurs conséquences tarifaires éventuelles.
24. L'annonceur est responsable de l'obtention et du paiement de tous les droits et autorisations nécessaires pour la diffusion de tout message auprès des auteurs et/ou de leurs ayants droit (notamment les sociétés de gestion collective). En particulier, l'annonceur garantit et tient quitte et 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.

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 %.

Stations locales			
	jusqu'à	1 500 €	7%
de	1 501 €	à 3 100 €	10%
de	3 101 €	à 6 100 €	13%
de	6 101 €	à 7 600 €	15%
de	7 601 €	à 9 100 €	18%
de	9 101 €	à 12 200 €	20%
	au-delà de	12 200 €	22%

A partir du 1^{er} euro (montant hors taxes) ► dégressif cumulé

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 2025

Tout annonceur communiquant en publicité classique (hors produits, agrément SIG/Intérêt Général et offres commerciales), absent des stations locales de Radio France en 2024, mais présent sur au moins une antenne locale 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 locales, 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.

**Vivre au
même endroit
est aussi
important que
vivre au même
moment.**



Le média qui vit comme nous ici.



Une offre de France Télévisions et Radio France.

CONTACTS

CHARGÉS DE CLIENTÈLE EN RÉGIONS

SUD-EST

Caroline SEICHEPIN

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

SUD-OUEST

Magelone ARIBAUD

Tél.: 05 34 41 71 02 – Portable : 06 46 24 55 29
magelone.aribaud@radiofrance.com

GRAND-EST

Eric BERLING

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

EST

Julien RICHARD

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

OUEST

Alexis PIATON

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

NORD - NORMANDIE

Sébastien FRIGOUT

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

CHARGÉS DE CLIENTÈLE À PARIS

Fabienne GERLES

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

Pascal GIRODIAS Directeur

Tél.: 01 56 40 22 99 – Portable : 06 12 31 44 83
pascal.girodias@radiofrance.com

Charles COURNET Directeur adjoint

Tél.: 01 56 40 44 08 - Portable : 06 13 94 55 17
charles.cournet@radiofrance.com

ETUDES ET MARKETING

Emily DUMARAIS

Tél.: 01 56 40 39 81
emily.dumaraais@radiofrance.com

PLANNING ET DIFFUSION - NATIONAL

Caroline ERMEL

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

PLANNING ET DIFFUSION - LOCAL

Wilfried GOBIN

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

ADMINISTRATION CLIENTS

Pierre RICHARD

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

PUBLICITE DIGITALE

Claudia PETITDEMANGE

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



radiofrance
Publicité

116
75220
Téléphone :
radiofrancepub

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



radiofrancepub.com



franceinfo:  **ici**