

CGV
RADIO AUDIO
2026

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

IL ÉTAIT UNE VOIX.

Une voix forte, qui résonne partout.

Une voix douce, qui murmure au plus près des territoires.

Une voix juste, qui donne du sens à chaque message.

En 2026, Lagardère Publicité News donne voix aux marques.

Lagardère

PUBLICITÉ NEWS

LA PLACE DE MARCHÉ AUDIO INCONTOURNABLE

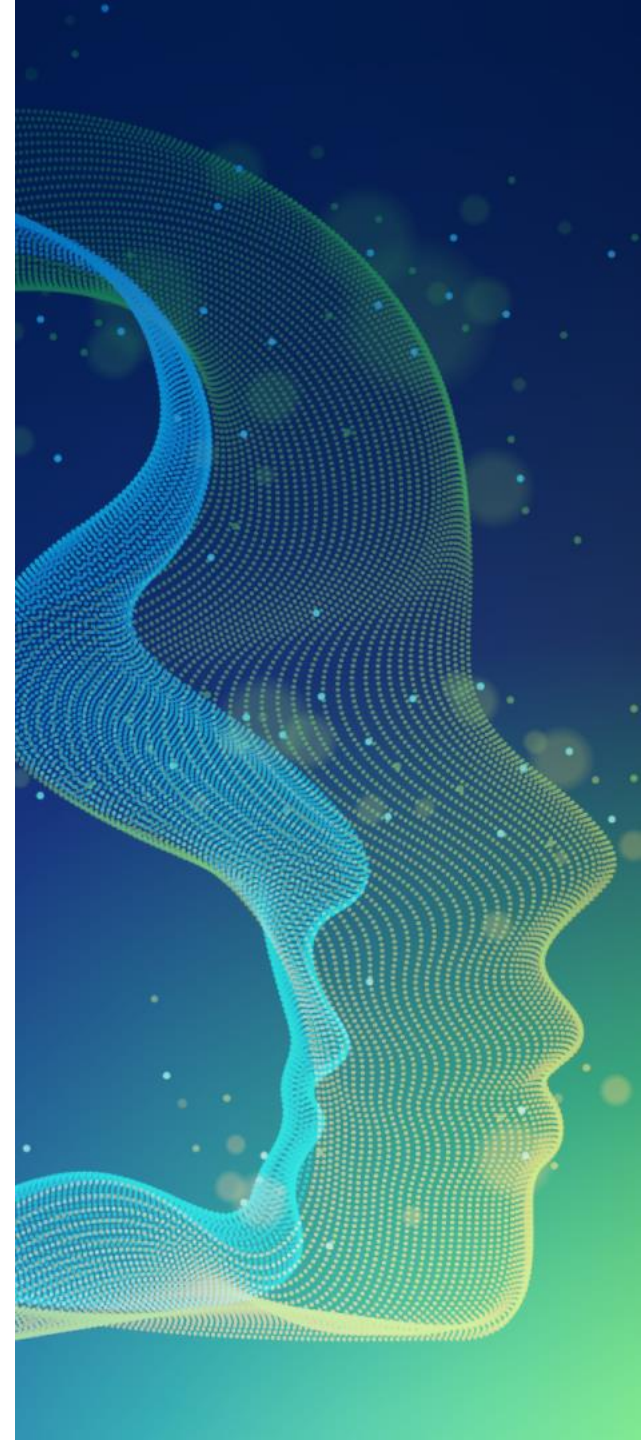
NOS PRINCIPALES INNOVATIONS 2026

- **EUROPE1 DYNAMIC**, UNE INNOVATION QUI CONJUGUE PUISSANCE NATIONALE ET CIBLAGE DIGITAL
- UNE **PLATEFORME D'ACHAT SIMPLIFIÉE** POUR LES TPE/PME
- L'**INTÉGRATION DE RADIOS DAB+** DANS LES COUPLAGES LAGARDERE PUBLICITÉ NEWS
- UN **CIBLAGE TOUJOURS PLUS FIN** POUR PLUS D'EFFICACITÉ

CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ

- **RADIO** : RECONDUCTION DES INDICES FORMATS, MODULATIONS ET REMISES TARIFAIRES. DES INDICES SAISONNIERS AJUSTÉS AUX TEMPS FORTS COMMERCIAUX :
 - 1^{ER} SEMESTRE QUI OFFRE DES OPPORTUNITÉS D'ÉMERGENCE ET DE COMPÉTITIVITÉ
 - 3^{ÈME} QUADRIMESTRE UN INDICE UNIQUE POUR PLUS DE SIMPLICITÉ
- **AUDIO DIGITAL** : INDICES STABLES POUR GARANTIR UN CADRE D'ACHAT CLAIR

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE



01.

LA PLACE DE MARCHÉ AUDIO
INCONTURNABLE

UNE OFFRE AUDIO ÉLARGIE ET INNOVANTE

Deux nouveaux partenaires stratégiques pour la vente exclusive de leurs inventaires publicitaires audio en France.



UNE PLATEFORME DE STREAMING RECONNUE

- La plus **riche bibliothèque musicale** indépendante ⁽¹⁾
- 1,5 million de visiteurs uniques chaque mois ⁽²⁾
- 67% des utilisateurs ont **moins de 35 ans** ⁽³⁾
- Un **ciblage précis** grâce à la data 1st Party
- +85% de taux de complétion ⁽¹⁾



LA PUB AUDIO AU SEIN DES APPS DE GAMING

- Un catalogue de +1 000 jeux référencés
- Une audience jeune, complémentaire du média radio, majoritairement le soir et le week-end
- Des formats audio immersifs et non intrusifs
- +80% de taux de complétion, +1,5% de taux de clics ⁽⁴⁾



« LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS,
LA SEULE RÉGIE ACTIVE
SUR TOUS LES LEVIERS AUDIO :
FM, DAB+, LIVE, WEBRADIOS, PODCASTS,
STREAMING, GAMING. »

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

LA SEULE RÉGIE QUI COUVRE L'ENSEMBLE DES LEVIERS AUDIO

RADIO FM/DAB+

PODCASTS

WEBRADIOS

LIVE AUDIO

NEW

STREAMING

NEW

JEUX VIDÉO

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

Europe 1



FG.

FGCHIC.

MAXIMUM

FG-DANCE



Public Santé

REPLAY NEWS



SONOS Radio



NEW



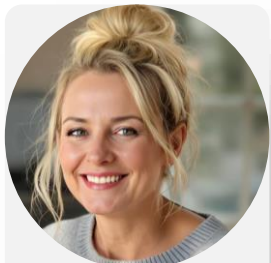
NEW

UNE DIVERSITÉ ÉDITORIALE POUR TOUCHER TOUS LES PUBLICS

Soundcloud et Odeeo renforcent un portefeuille déjà riche et s'ajoutent harmonieusement à notre bouquet premium.

Europe 1 GÉNÉRALISTES INFLUENTS	Europe 2 POP RADIO POP 25-49 ANS CSP+I	RFM VARIÉTÉ GRAND PUBLIC	Le Journal du Dimanche DÉCRYPTAGE DÉCIDEURS	LE JDNEWS NEWS GRAND PUBLIC	LE JDMAG LIFESTYLE FEMMES
FG. ÉLECTRO HOMMES +35 ANS	FGCHIC. LOUNGE 25-49 ANS URBAINS	FG DANCE DANCE JEUNES ADULTES	MAXXIMUM TECHNO HOMMES +45 ANS	oui FM ROCK ADULTES CSP+I	radio meuh GROOVE HOMMES JEUNES
Public Santé SANTÉ FEMMES CSP+	REPLAY NEWS INFOS HOMMES CSP+	CROONER RADIO STANDARDS PREMIUM CSP+I	SONOS Radio AUDIOPHILES URBAINS	my LYME DIAS SOCIÉTÉ HOMMES CSP+I	SiriusXM PODCASTS US CSP+I
radio nova LE GRAND MIX HOMMES CSP+I	Chante France CHANSON FEMMES RDA	SOUNDCLLOUD NEW DÉCOUVERTE -35 ANS	odeeo NEW GAMING GEN Z		

DES MARQUES ÉCOUTÉES PAR TOUS, PARTOUT, TOUT LE TEMPS



**Nathalie, 48 ans,
employée, écoute
RFM sur sa FM**

7h23

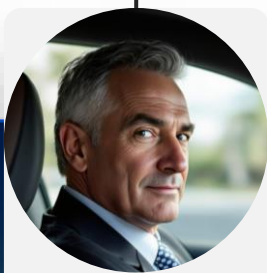


Au petit-déjeuner, Nathalie écoute la matinale de RFM. Elle fait rire, crée du lien et installe une énergie positive.

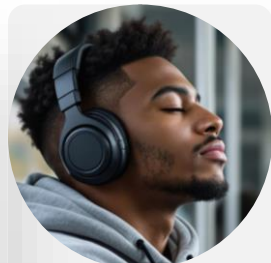


Ce chef d'entreprise s'apprête à arriver au travail, absorbée par la matinale : une parole forte, une analyse claire, pour décrypter l'actu...

8h10



**Philippe, 55 ans,
cadre, écoute
le Live Europe 1**



**Yanis, 18 ans,
étudiant, streamer
Soundcloud**

10h42

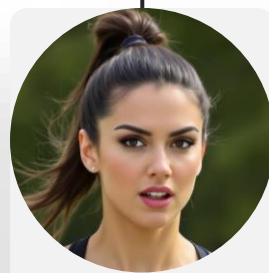


En allant en cours, Yanis, fan de musique, streamer le dernier titre de son artiste préféré sur SoundCloud pour rester en contact avec l'actualité musicale...

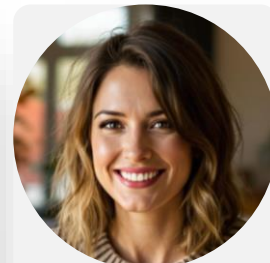


Entre midi et deux, Carine va courir en écoutant la webradio FIT Radio Workout Music de Sonos pour se motiver...

12h26



**Carine, 42 ans,
CSP+, écoute une
webradio Sonos**



**Clémence, 34 ans,
prof, écoute
un podcast Sirius**

16h51



Au casque dans son canapé, Clémence ne manque pas un épisode de son podcast Call Her Daddy ...

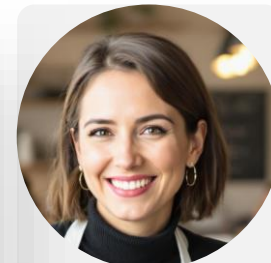


En rentrant du travail, Karim est accompagné par Cauet dans sa voiture et partage une bonne dose d'humour avant d'aller faire ses courses...

18h15



**Karim, 39 ans,
ingénieur, écoute
Europe 2**



**Léa, 26 ans,
serveuse, joue
à un jeu Odeeo**

20h02



S'accordant un moment de détente pendant sa pause, Léa joue sur son téléphone à un jeu de puzzle pour gagner des bonus exclusifs...

« LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS,
1^{ÈRE} RÉGIE RADIO PRIVÉE
EN AUDIO DIGITAL
AVEC UN INVENTAIRE QUI A DOUBLÉ EN 1 AN. »

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

1^{ÈRE} RÉGIE RADIO PRIVÉE

EN AUDIO DIGITAL

Des résultats qui confirment un leadership : donnez à votre marque la voix la plus puissante de l'audio digital.

UNE FORTE AUDIENCE

+5M

D'AUDIONAUTES
UNIQUES
CHAQUE SEMAINE

UN LARGE INVENTAIRE

170M

D'IMPRESSIONS PUBLICITAIRES
CHAQUE MOIS

x2,1 EN 1 AN



DES ÉCOUTES RADIO NUMÉRIQUES À DES NIVEAUX RECORDS

Un bassin d'auditeurs quotidiens sur la radio en numérique qui a doublé en 2 ans.

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

1,5M

D'AUDITEURS NUMÉRIQUES
CHAQUE JOUR

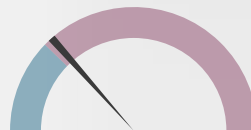
x2 EN 2 ANS

**PLUS FORTE PROGRESSION
TOUTES RÉGIES CONFONDUES**

Europe 1

735 000

AUDITEURS QUOTIDIENS
EN DIGITAL



26%

DU VOLUME D'ÉCOUTE
D'EUROPE 1 SE FAIT
EN NUMÉRIQUE
VS **25%** TOTAL RADIO

Europe 2
POP RADIO

107 000

AUDITEURS QUOTIDIENS
EN DIGITAL



17%

RFM

250 000

AUDITEURS QUOTIDIENS
EN DIGITAL



20%

**radio
nova**

482 000

AUDITEURS QUOTIDIENS
EN DIGITAL



62%

DES AUDIENCES RADIO LINÉAIRES EN TRÈS FORTE CROISSANCE

UNE SAISON EXCEPTIONNELLE

LA PLUS FORTE PROGRESSION
DES RÉGIES PRIVÉES EN UN AN

+549 000

AUDITEURS CHAQUE JOUR

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

Europe 1

Europe 2
POP RADIO

RFM

radio nova



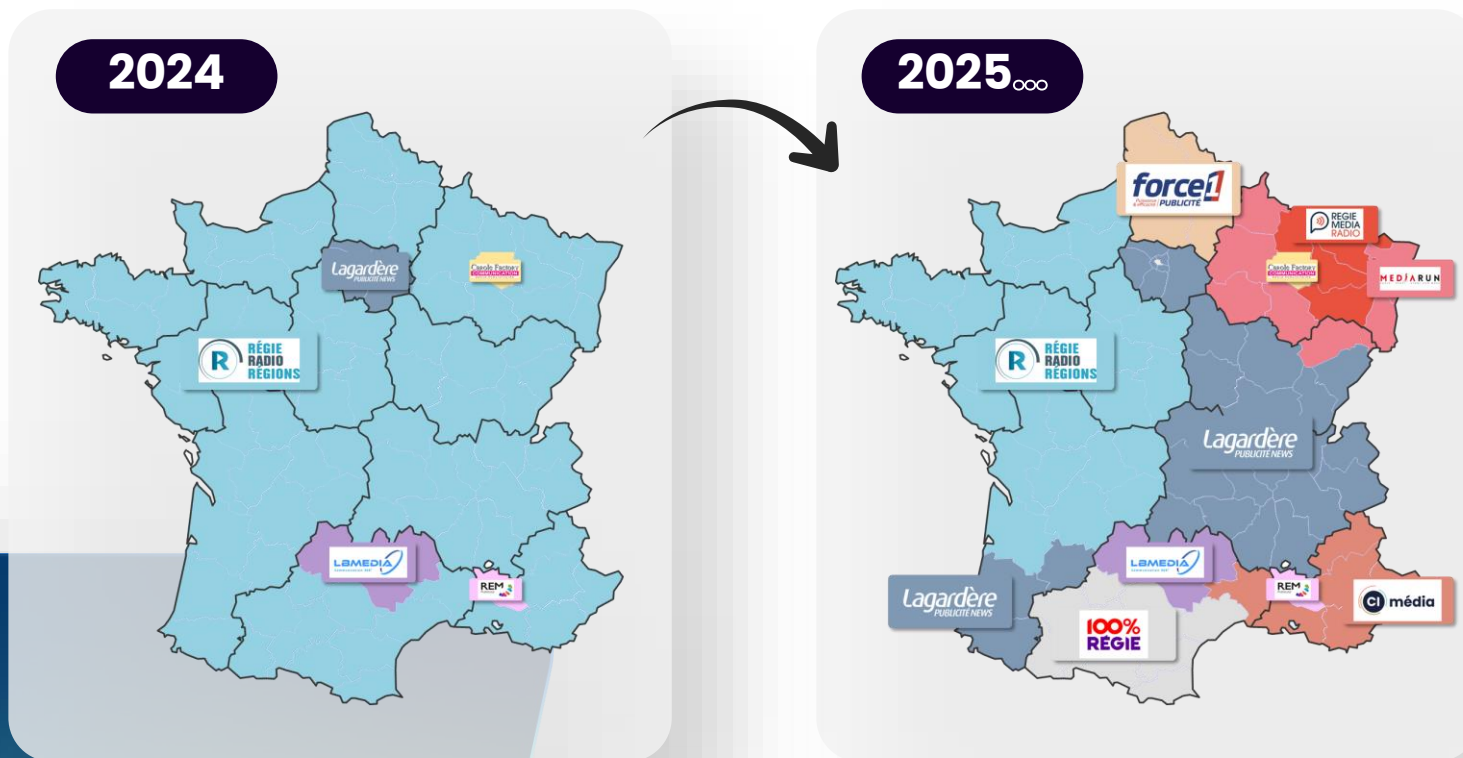
x2,3 EN 1 AN (2)

7H-11H | CAUET SUR EUROPE 2

PLUS DE PROXIMITÉ

PLUS D'ANCRAGE LOCAL

Un ancrage renforcé dans les territoires avec la réorganisation du réseau et l'accueil de nouvelles régies et radios locales.



+160

FRÉQUENCES DISPONIBLES

MÉTROPOLES

VILLES MOYENNES

COMMUNES RURALES

+ Un vaste inventaire audio digital qui permet un géociblage local

+ Des nouvelles radios



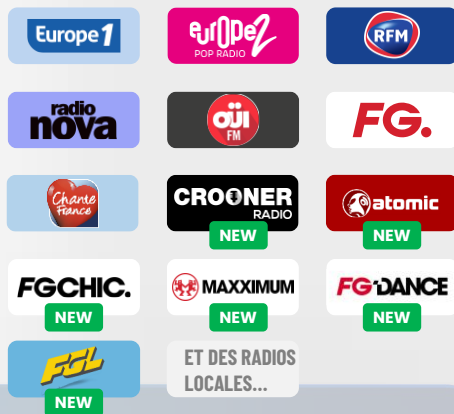
Et bien d'autres partenaires...

UN DYNAMISME QUI REND LA RÉGIE INCONTOURNABLE

RADIO

27 millions

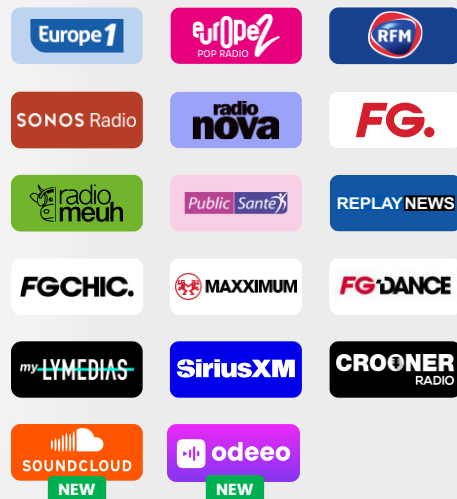
DE FRANÇAIS TOUCHÉS CHAQUE MOIS ⁽¹⁾



AUDIO DIGITAL

170 millions

D'IMPRESSIONS PUBLICITAIRES PAR MOIS ⁽²⁾



DISPLAY/VIDÉO

30 millions

D'IMPRESSIONS PUBLICITAIRES PAR MOIS ⁽³⁾



PRESSE

5 millions

DE LECTEURS BRAND PAR MOIS ⁽⁴⁾



SOCIAL

10 millions

D'ABONNÉS ⁽⁵⁾

BRAND CONTENT

PODCAST

HOST-READ

OPÉRATIONS SPÉCIALES

SPONSORING

TERRAIN

VIDÉO

02.

**NOS PRINCIPALES
INNOVATIONS**

UNE INNOVATION, EUROPE 1 DYNAMIC

Europe 1

NOUVEAUTÉ 2026

UNE DOUBLE DIFFUSION

- **En FM/DAB+ :**
diffusion nationale
- **En audio digital :**
diffusion ciblée DCO
aidée par l'IA ✨
(tous ciblage disponibles
Adserver)

ACTIVATION

- Pour un même annonceur
- Sponsorings et hors écrans

Conjuguez **puissance nationale** et **émotion**.



FLUX FM DAB+

Votre programme vous est présenté par **La Maison Lemoine**.

Retrouvez nos différentes gammes **partout en France**.

SPOT NATIONAL



FLUX AUDIO DIGITAL

Votre programme vous est présenté par **La Maison Lemoine**.

EX GÉOLOC Retrouvez-nous
à Marseille

EX GENRE FEMME Retrouvez
notre gamme beauté pour les femmes

SPOT CIBLÉ



26% DE L'ÉCOUTE D'EUROPE 1 EST DIGITALE

L'INTÉGRATION DE RADIOS DANS NOS COUPLAGES



NOUVEAUTÉ 2026

Une évolution qui valorise le DAB+ et qui permet de toucher une audience urbaine, CSP+, en contexte musical premium.



UN CIBLAGE TOUJOURS PLUS FIN

POUR PLUS D'EFFICACITÉ

Des outils actifs sur l'ensemble de nos leviers audio avec une granularité de ciblage renforcé.



SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE

- Âge
- Sexe
- CSP

NOUVEAU

Ouverture
sur l'audio digital

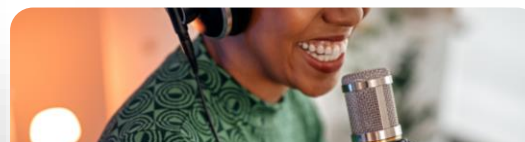
LA BONNE PERSONNE



GÉOLOCALISATION

- Région
- Département
- Ville
- Chalandise **NOUVEAU**
Pack audio digital diffusé
sur vos zones de chalandise

LE BON ENDROIT



MÉDIAPLANNING


- Supports
- Horaires
- Positions
- Local **NOUVEAU**
Déclinaison des bonnes
pratiques nationales et mise
en place d'un référentiel

LE BON MOMENT



CONTEXTUEL

- Thématiques
- DCO, la bonne créa
- Émotionnel **NOUVEAU**

 **Le mood targeting**
diffusez votre message selon
l'humeur des auditeurs.

LE BON CONTEXTE

L'ACHAT AUDIO SIMPLIFIÉ

ACCESSIBLE À TOUS

NOUVEAUTÉ 2026

Lancement d'une plateforme d'achat dédiée et pensée pour les TPE/PME et les annonceurs en recherche d'autonomie.

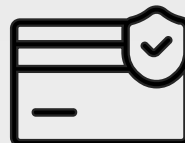
PRISE DE BRIEF

Guider les annonceurs selon leur objectif et leur budget.



MICROPAIEMENT

Payer en ligne via un prestataire sécurisé.



DES OFFRES EXCLUSIVES

Faciliter l'accès à des offres clé en main.



LA RECO

“ Démocratiser l'achat de publicité audio grâce à des solutions accessibles, agiles et pensées pour tous les annonceurs. ”

DES OFFRES DÉDIÉES

VOTRE BUSINESS PARTNER

NOUVEAUTÉ 2026

TOUTE PREMIÈRE FOIS

UN ACCOMPAGNEMENT DE A À Z

OPTIMISATION du plan radio en fonction de vos objectifs et cibles

CRÉATION du message publicitaire

DIFFUSION en radio et audio digital

ACTIVABLE SUR



PACK BUSINESS

UNE OFFRE PLURIMÉDIA

CAPITALISEZ sur des marques puissantes

ÉMERGEZ avec une prise de parole en contexte au cœur de **rendez-vous business référents**

TV



RADIO



PRESSE



MADE IN FRANCE

UN DISPOSITIF DÉDIÉ 360

ÉDITORIAL : création d'un contexte éditorial dédié via une délocalisation

BRAND CONTENT : votre univers en images en social

CHRONIQUES : vos témoignages radio

ACTIVABLE SUR



LA RECO



Chaque offre est conçue pour maximiser votre visibilité tout en respectant votre stratégie de marque. Elles créent une connexion engageante avec vos cibles. ”

UN ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE COMPLET

NOUVEAUTÉ 2026

De nouveaux modules pour continuer à vous conseiller avec une approche sur-mesure, de la réflexion à la mesure d'impact.

CAMPUS LPN

Aider vos équipes
à monter en compétence

NOUVEAUTÉ

GÉOMARKETING

Géocibler avec précision
pour être là où sont vos clients

NOUVEAUTÉ

STORY, LE STUDIO

Raconter
votre histoire
avec créativité

Lagardère
PUBLICITÉ NEWS **STORY**

RADIO IMPACT

Évaluer
l'efficacité
d'une campagne

**RADIO
IMPACT**
by Lagardère
PUBLICITÉ NEWS

OFFRES THÉMATIQUES

Prendre la parole
avec des offres adaptées
à votre problématique

UNE PUBLICITÉ ENGAGÉE DANS LA DÉCARBONATION

MESURER

CALCULETTE CARBONE



Calcul et analyse du bilan carbone des campagnes publicitaires.

Pour vous accompagner, des bilans carbone des campagnes publicitaires sont disponibles à la demande.

PRODUCTION



Premiers bilans carbone pour les productions sonores.

RÉDUIRE

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

L'Alliance de la Radio poursuit son action pour réduire l'impact carbone des publicités audio digitales en uniformisant les spécifications techniques :
spots de 30s <1,5 Mo
et spots de 20s <1 Mo.

Ces règles, appliquées depuis janvier 2025, seront reconduites en janvier 2026.



OPTIMISER

UNE PUBLICITÉ DIGITALE

- plus responsable
- plus transparente
- plus efficace

Le label SDAT garantit un cadre de diffusion fiable, mesurable et aligné avec les valeurs RSE des marques.



**+4PTS
EN 1 AN**

03.

CONDITIONS COMMERCIALES
DE PUBLICITÉ

« DES CONDITIONS COMMERCIALES
SIMPLES, LISIBLES ET COHERENTES :
UN ESPRIT DE CONTINUITÉ,
AVEC UNE VOLONTÉ FORTE
DE **SIMPLIFIER LES RÈGLES D'ACHAT**
ET DE **FACILITER LA LECTURE.** »

CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ

RADIO

NATIONALE

CONDITIONS COMMERCIALES

A – PRINCIPES & DÉFINITIONS

OFFRE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS :

Offre des stations nationales LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS : Europe 1, Europe 2, RFM, Radio Nova.

ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE (OU OPÉRATIONS SPÉCIALES) :

Elles concernent l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS : soit toutes actions hors publicité classique ou opérations spéciales telles que le publipédagogique, l'infomercial, le partenariat, le sponsoring, les opérations de marketing direct feront l'objet d'un projet et d'un devis spécifiques. Les actions hors publicité classique ne sont pas retenues dans l'assiette de calcul du dégressif volume et sont totalement indépendantes des conditions commerciales du présent document.

CA BRUT PAYANT :

Chiffre d'affaires national payant tarifs blanc, gris, orange, or, bleu ou rouge H.T.

CA NET :

Montant des investissements (hors frais de diffusion, frais techniques et frais de production) obtenu après application de toutes les conditions.

PDM BRUTE :

Part de marché brute Kantar Média de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

REMISE PROFESSIONNELLE :

La remise professionnelle de 15 % est incluse dans les dégressifs et offres commerciales.

CONDITIONS COMMERCIALES

B – CONDITIONS D'APPLICATION

1- BARÈMES DE DURÉE 30" BASE 100

Les coefficients formats* sont applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS. Pour tout autre format consulter votre contact commercial.

* Après accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et de l'Éditeur

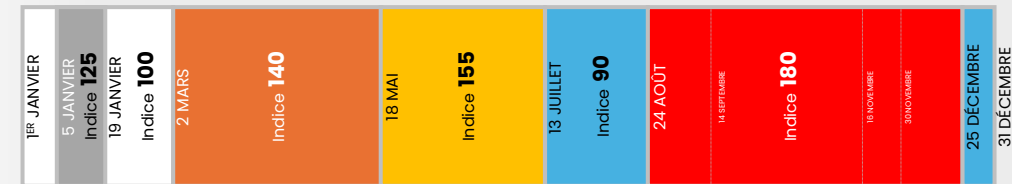
Formats (secondes)	5"	7"	8"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"*
Coefficients	0,5	0,54	0,56	0,65	0,81	0,93	0,97	1	1,25	1,5	1,7

Les tarifs 2026 des Radios LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS sont publiés sous ce lien : <https://www.lagarderepublicitenews.fr/>

2- SAISONNALITÉS 2026

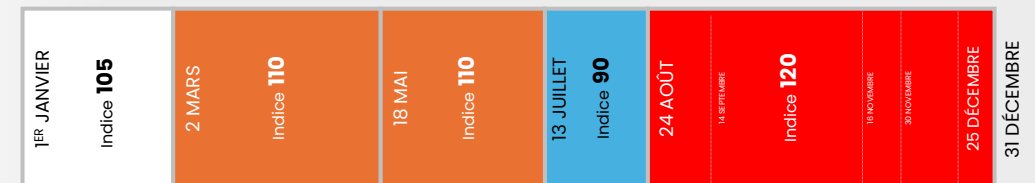
Saisonnalités applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS

Radio



Les saisonnalités s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur.

Audio-Digital



Les saisonnalités s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur.

3 - CONDITIONS D'EMPLACEMENT ET MODULATIONS TARIFAIRES

Ces modulations tarifaires s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur sur l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

Les emplacements préférentiels*

- **Choix de l'écran OU de la position dans l'écran +25%**
(T1, T2, T3, antépénultième, avant dernier ou FE)
- **Choix de l'écran et de la position dans l'écran +30%**

*Dans la limite des disponibilités

Citation d'une autre marque +25%

Citation de plusieurs marques dans le même message.
La citation d'une autre marque dans un même message est soumise à l'accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

Plusieurs messages dans le même écran +20%

La majoration s'applique dès le 2^e message sans condition d'emplacement préférentiel.

Hors écran SUR DEVIS

Le Hors écran est un espace privilégié permettant une émergence accrue et la mise en place d'un discours approfondi. Cet espace est mono annonceur. Sa durée minimale est de 30 secondes. Les Hors écrans sont soumis aux frais de mise à l'antenne.

Hors écrans RFM

Lundi-Vendredi : un horaire par 1/2h au cœur du prime time.

	Lundi-Vendredi
7h07	X
7h42	X
8h07	X
8h42	X

Les Hors écrans sont sous réserve de disponibilité planning et soumis à l'accord de l'antenne.

Hors écrans EUROPE 1 (écrans privilège)

Lundi-dimanche : des horaires au cœur des tranches d'info.

	Lundi - Vendredi	Samedi	Dimanche
6h28	X		
6h29		X	X
6h47	X		
7h19	X		
7h48	X		
8h07	X		
8h35	X		
12h33	X	X	X

Les Hors écrans sont sous réserve de disponibilité planning et soumis à l'accord de l'antenne.

Sponsoring sur Europe 1

+40%

Les messages d'alertes sont lus en direct par les meneuses de jeu d'Europe 1. Ces messages sont soumis aux mêmes conditions que ceux utilisant une voix antenne (cf. paragraphe « utilisation d'une voix antenne sur Europe 1 »).

Toutefois en cas d'absence de la meneuse de jeu, celle-ci enregistrera le message qui sera diffusé dans les conditions du direct, il sera soumis aux frais de mise à l'antenne. Ces conditions ne s'appliquent pas aux Hors écrans.

Les billboards sont enregistrés, les messages seront diffusés dans les conditions du direct, ils seront soumis aux frais de mise à l'antenne.

Utilisation d'une voix antenne sur Europe 1

+40%

Utilisation des voix des animateurs et des meneuses de jeu de la station lors de la lecture en direct de messages. Le message diffusé sera placé en emplacement préférentiel et écran de rigueur : + 40%.

Utilisation d'une voix d'habillage sur RFM et Europe 2

+40%

Utilisation d'une voix d'habillage lors de la lecture du message. Le message sera enregistré et soumis aux frais de mise à l'antenne. Le message diffusé sera placé en emplacement préférentiel : +40%.

Ces conditions ne s'appliquent pas aux Hors écrans.

Virgule sonore

+5 points

Majoration cumulative aux conditions d'emplacement et modulations tarifaires.

Dispositif Tapis Rouge

NOUS CONSULTER

L'annonceur demande l'assurance d'une programmation à l'identique des messages du dispositif de la vague. Le dispositif Tapis Rouge s'entend dans la même ½ heure et ne concerne pas les emplacements préférentiels.

La majoration concerne l'ensemble du dispositif et n'est pas fractionnable au spot. Elle s'applique sous réserve que 100% du dispositif soit servi à l'identique.

Cette modulation tarifaire sera prise en compte dans le calcul du CGRP de la campagne. Elle est accessible à tous les annonceurs, tous les secteurs et toutes les cibles. Elle est exclusivement réservée aux campagnes classiques.

La demande doit être formulée par l'annonceur au minimum 10 semaines avant le début de la campagne.

L'offre Tapis Rouge nécessite l'accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, elle n'est ni modifiable ni annulable (sauf pour raison impérieuse*) et reste sous réserve de disponibilités planning






Europe 1 Dynamic

NOUS CONSULTER

* La qualité de « raison impérieuse » est soumise à l'appréciation de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

GRILLE APPLICABLE

DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2026

	Chiffre d'affaires cumulé brut (en €H.T.)					Taux de dégressif au 1er euro
						
Inférieur à	300 000 €	70 000 €	180 000 €	80 000 €	150 000 €	-15%
A partir de	300 000 €	70 000 €	180 000 €	80 000 €	150 000 €	-30%
A partir de	900 000 €	200 000 €	500 000 €	220 000 €	400 000 €	-32%
A partir de	1 300 000 €	300 000 €	700 000 €	350 000 €	650 000 €	-34%
A partir de	2 200 000 €	500 000 €	1 200 000 €	550 000 €	1 050 000 €	-36%
A partir de	2 700 000 €	650 000 €	1 500 000 €	700 000 €	1 350 000 €	-37%
A partir de	3 500 000 €	800 000 €	1 900 000 €	900 000 €	1 600 000 €	-38%
A partir de	4 300 000 €	1 000 000 €	2 300 000 €	1 100 000 €	2 000 000 €	-39%
A partir de	5 200 000 €	1 200 000 €	2 800 000 €	1 350 000 €	2 500 000 €	-40%

4 - DÉGRESSIFS VOLUMES

Concerne l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS. Chaque radio a son barème. N'est pris en compte dans le barème de chaque radio que le CA brut payant réalisé sur cette radio, à l'exclusion des gracieux, des échanges et des actions hors publicité classique.

Les frais de diffusion ne sont pas pris en compte dans l'assiette de calcul des investissements bruts H.T.

Chaque annonceur bénéficie d'une remise croissante sur ses investissements bruts facturés tarif H.T. réalisés entre le 1er janvier 2026 et le 31 décembre 2026 inclus selon le barème ci-contre ou en vigueur au jour de la diffusion.

Cette remise s'applique au premier euro. Elle est déduite sur facture au fur et à mesure des passages des différents paliers ou fait l'objet d'un avoir de régularisation.

5 – NOUVEL ANNONCEUR

-40% / -45%

Concerne l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

Tout annonceur absent sur les stations nationales de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS entre le 1^{er} janvier 2025 et le 31 décembre 2025 inclus sera considéré comme nouvel annonceur et bénéficiera d'un abattement forfaitaire :

•Nouvel annonceur :

- 40 % si la PDM brute LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS sur l'année 2026 est supérieure ou égale à 20 %. La PDM brute ne concerne que l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

Cet abattement s'applique sur le montant brut H.T. et se substitue à tout autre dégressif et autres abattements. Il s'applique à l'ensemble des ordres publicitaires du « Nouvel Annonceur » du 1^{er} janvier 2026 au 31 décembre 2026 inclus.

- Un bonus supplémentaire de 5 points s'ajoute à la remise « Nouvel annonceur » pour les annonceurs des secteurs suivants ⁽¹⁾: Alimentation (2), Boissons (1), Entretien (9), Hygiène/Beauté grande diffusion (variétés 02 de l'ensemble des classes de la famille 10 hors la classe 44), Santé (26), et Mode-Accessoires (4). Ce bonus s'applique sur le montant brut H.T.

(1) Entre parenthèses figure le code secteur KANTAR MEDIA de la nomenclature produit à fin juillet 2025 (V194).

Pour bénéficier de cette remise forfaitaire sur l'année 2026, un engagement préalable écrit est nécessaire, avec toutes les conséquences prévues aux Conditions Générales de Vente. Cet ordre sera comptabilisé dans le calcul de l'assiette de la grille de dégressif volume (cf. §4 « Dégressif volume »).

6 - PUBLICITÉS GOUVERNEMENTALES ET GRANDES CAUSES **-40%**

Concerne l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

Les publicités gouvernementales ordonnancées par le SIG ainsi que les publicités relatives aux grandes causes⁽²⁾ bénéficient d'un abattement forfaitaire de -40 % qui se substitue à tout autre dégressif et autres abattements.

7 - FLOATING TIME **-50%**

Concerne l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

Le planning proposé ne saurait être garanti, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS se réservant le droit de le modifier à tout moment, si besoin est. Cet ordre sera comptabilisé dans le calcul de l'assiette de la grille de dégressif volume (cf. §4 « Dégressif volume ») après consolidation préalable de tous les autres ordres.

(2) La qualité de « grandes causes » est soumise à l'appréciation de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS



© Pierre-Olivier - CAPA Pictures - Europe 1

C – LPN+

1- DESCRIPTION

La diffusion des messages sur LPN+ se répartit sur plus de 300 émetteurs FM et près de 120 émetteurs DAB+ (dont le Métropolitain) de catégorie D (émetteurs qui diffusent uniquement de la publicité nationale) sur Europe 2, RFM et Radio Nova, ainsi que sur le flux live audio digital de RFM, Europe 2, Crooner radio, FG Dance, Maximum et Radio Nova (hors zone de couverture définie d'une station locale sur les environnements propriétaires de Lagardère Publicité News).

Liste des émetteurs : <https://www.csa.fr/maradiofm/formulaire>
DAB+ : <https://www.dabplus.fr/>

2- ÉLIGIBILITÉ

Tous les annonceurs sont éligibles à LPN+ et peuvent demander à communiquer sur cette offre.

Lors des périodes de fort encombrement, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS proposera à l'annonceur, via son agence media si le brief émane de cette dernière, de déplacer 10% des GRP de la campagne nationale sur LPN+. L'annonceur sera toujours libre d'accepter ou refuser l'utilisation de LPN+ selon les conditions et délais des CGV 2026.

L'achat ou le transfert figureront dans les ordres de publicité et les EDI.

3- CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFICATION

L'ensemble des conditions commerciales de la partie 05-B des présentes CGV s'applique à LPN+.

LPN+ bénéficie d'une publication tarifaire spécifique et adaptée.

Possibilité d'emplacements préférentiels sur LPN+

Le spot diffusé sur LPN+ est strictement le même que celui utilisé sur la campagne nationale dans le cas d'un transfert de GRP.

Les frais de diffusion : 32€ net HT par message diffusé sur l'offre.

Les audiences de l'offre LPN+ sont mesurées et certifiées par Médiamétrie sur les départements dans lesquels Europe 2, RFM et Radio Nova diffusent ou diffuseront courant 2026 uniquement en catégorie D.

La programmation sur LPN+, dans le cas d'un transfert de GRP, est réalisée et proposée par la régie LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS. Elle est travaillée selon les mêmes conditions que la campagne nationale et sur la même cible média.

LPN+ participe à la réalisation des engagements contractualisés entre l'annonceur et la régie.

LPN+ figurera dans les outils de Mediaplanning du marché afin de pouvoir réaliser des bilans de campagnes et en mesurer les indicateurs (audiences, poids de prime, poids des jours...).

D – NOVA BOX

1- DESCRIPTION

La NOVA BOX est un mode d'achat de RADIO NOVA avec un CGRP net garanti par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS sur les cibles féminines.

Les messages diffusés sur la NOVA BOX sont valorisés à 1€ brut dans la pige réalisée par KANTAR MEDIA.

2- CGRP NET GARANTI

La NOVA BOX garantit un CGRP net espace sur les cibles féminines.

Les CGRP net sont modifiables à chaque publication MEDIAMETRIE et selon les tarifs correspondants publiés.

Le CGRP net ne saurait être garanti en cas de communication atypique (100% prime time (6h-9h), drive (17h-20h), week-end...).

La mise en place de la NOVA BOX et de son CGRP net garanti nécessite l'accord de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

3- CONDITIONS COMMERCIALES ET TARIFICATION

L'ensemble des conditions commerciales de la partie 05-B des présentes CGV s'applique à la NOVA BOX.

Les modulations tarifaires prévues, au paragraphe 3 de la partie 05-B, ont un impact sur le CGRP net garanti correspondant à la modulation tarifaire utilisée.

Les saisonnalités sont appliquées sur la NOVA BOX et ont un impact sur le CGRP net garanti.

Les frais de diffusion sont de 32€ net HT par message diffusé sur la NOVA BOX.

La programmation sur la NOVA BOX est réalisée et proposée par la régie LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS en fonction du brief fourni par l'annonceur ou son mandataire.

La programmation est considérée en floating et peut être adaptée selon les disponibilités planning et sectorielles jusqu' à 5 jours avant la diffusion du 1^{er} message.

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS garantit le CGRP net du plan diffusé sauf incident ou décalage inhérent aux programmes de la station.

La NOVA BOX participe à la réalisation des engagements contractualisés entre l'annonceur et la régie.

La NOVA BOX n'est cumulable avec aucune offre ou remise autre.

La vague Médiamétrie et les tarifs pris en compte sont ceux en vigueur au moment de la diffusion de la campagne.

CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ

RADIO

ÎLE-DE-FRANCE

CONDITIONS COMMERCIALES

OFFRE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE :

Offre des stations Ile-de-France LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS : Europe 2, RFM, Radio Nova, OÛI FM, FG, Chante France, Crooner radio, Maximum, FG Dance.



A – MODULATIONS TARIFAIRES

Ces modulations tarifaires s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE, avant tout abattement et dégressif

1. ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE (OU «OPÉRATIONS SPÉCIALES»)

Le publidédactionnel, l'infomercial, le partenariat, le sponsoring, les opérations de marketing direct et plus généralement toutes Opérations Spéciales feront l'objet d'une tarification spécifique (nous consulter).

2. BARÈMES DE DURÉE 30" BASE 100

Les coefficients formats ci-dessous sont applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE. Pour tout autre format nous consulter.

Barèmes de durée 30" Base 100 :

FORMAT	5"	7"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"*
COEFFICIENT	0,50	0,54	0,65	0,81	0,93	0,97	1,00	1,25	1,50	1,70

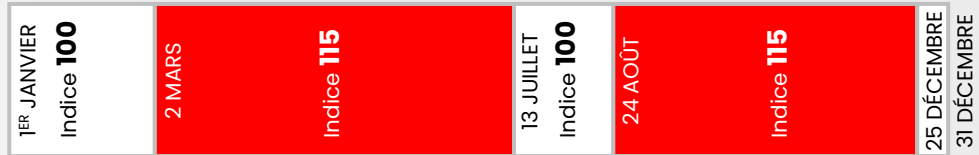
Les tarifs 2026 des Radios IDF LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS sont publiés sous ce lien :

<https://www.lagarderepublicitenews.fr/>

* Après accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et de l'Editeur

3- SAISONNALITÉS 2026

Saisonnalités applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE.



Les saisonnalités s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur.

4. FRAIS DE DIFFUSION

Les frais de diffusion sont applicables sur chaque message diffusé de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE.

Frais de diffusion : 27 € /spot / station

Pour les couplages (3 stations et +) : 42 € / spot

5. FORFAIT WEB DIFFUSION

Pour toute Campagne** radio de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE, diffusion automatique du message publicitaire On Air et On Line sur les Players live des stations disposant d'une diffusion digitale. Un Forfait Web Diffusion s'applique alors par Campagne et par station au tarif de 50 € net HT.

6. EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS

-TE, FE ou choix de l'écran :

+25%

-TE, FE et choix de l'écran :

+30%

Dans la limite des disponibilités - Valable sur l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE.

7. DEUX MESSAGES DANS UN MÊME ÉCRAN :

+20%

La majoration s'applique sur le 2ème message.

8. CITATION D'UNE AUTRE MARQUE :

+25%

La citation d'une autre Marque dans un même message est soumise à l'accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

OPÉRATIONS ET FORMATS SPÉCIAUX : nous consulter

**Les termes commençant par une majuscule dans les conditions commerciales sont définis dans les conditions générales de vente.

B – REMISES COMMERCIALES

LES REMISES COMMERCIALES CONCERNANT L'ENSEMBLE DE L'OFFRE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE – SAUF EXCEPTIONS MENTIONNÉES – SE CALCULENT EN CUMUL SUR LE TARIF BRUT H.T. APRÈS APPLICATION DES MODULATIONS TARIFAIRES.

1. REMISE NOUVEL ANNONCEUR : **-50%**

Tout Annonceur absent des stations de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE entre le 1er janvier 2025 et le 31 décembre 2025 inclus sera considéré comme nouvel Annonceur du 1er janvier 2026 au 31 décembre 2026 et bénéficiera d'un abattement forfaitaire de -50 %.

Cet abattement s'applique sur le montant brut H.T. et se substitue au barème de dégressif volume par Campagne tel que décrit ci-après et autres abattements. Il s'applique à l'ensemble des Ordres de publicité du « Nouvel Annonceur » du 1^{er} janvier 2026 au 31 décembre 2026 inclus.

OU REMISE VOLUME

N'est pris en compte dans le barème de chaque Radio que le chiffre d'affaires Île-de-France brut payant tarif H.T. réalisé sur chaque Radio, à l'exclusion des gracieux, des échanges et des actions hors publicité classique (Opérations Spéciales).

Les frais de diffusion ne sont pas pris en compte dans l'assiette de calcul des investissements bruts H.T.

Les volumes et les taux de dégressif décrits ci-après s'entendent Campagne par Campagne et station par station au premier euro. Chaque Campagne faisant l'objet d'un ordre unique de publicité :

INFERIEUR À 15 000€	: -15%
À PARTIR DE 15 000€	: -20%
À PARTIR DE 30 000€	: -25%
À PARTIR DE 45 000€	: -27%
À PARTIR DE 60 000€	: -29%
À PARTIR DE 75 000€	: -30%

2. REMISE MULTI-STATIONS

L'achat de plusieurs stations commercialisées par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE (Europe 2, RFM, Radio Nova, OÛI FM, FG, Chante France) pour une même Campagne entraîne l'application d'abattements supplémentaires suivant la grille ci-dessous :

Nombre de stations achetées pour une même campagne	Abattement supplémentaire
2	-10%
3	-20%
4	-30%
5	-40%

Les abattements supplémentaires ci-dessus ne s'appliquent qu'à condition que l'investissement minimum sur la plus petite des radios achetées représente au moins 15 % du montant total investi brut tarif H.T.

Pour bénéficier de cet abattement, la Campagne doit faire l'objet de créations uniques. Les dates de diffusion doivent être identiques pour les Campagnes classiques sur les différentes stations. Cependant, les tranches horaires peuvent être différentes d'une station à l'autre.

Ces remises ne sont pas applicables à la publicité gouvernementale (SIG) et Grandes Causes (cf. Conditions commerciales radios Île-de-France).

Remises forfaitaires (se substituent à tout autre dégressif)

3. REMISE RENFORT D'UN PLAN NATIONAL : -35%

Tout Annonceur ayant acheté de l'espace publicitaire pour une diffusion nationale dans les supports Radio en Régie chez LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et souhaitant effectuer un renfort local par une ou plusieurs stations LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE bénéficie d'un abattement forfaitaire de 35% sur le montant brut H.T. des stations LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, se substituant à tout autre dégressif et autre abattement.

Les conditions d'applications de cette offre sont les suivantes :

- A- La Campagne de renfort local doit s'effectuer sur les mêmes dates de diffusion que la Campagne nationale de référence.
- B- La Campagne locale doit s'effectuer avec les mêmes créations que la Campagne nationale de référence

4. REMISE SIG ET GRANDES CAUSES : -40%

Les publicités gouvernementales ordonnancées par le SIG ainsi que les publicités relatives aux Grandes Causes* bénéficient d'un abattement forfaitaire de 40% qui se substitue à tout autre dégressif et autre abattement.

5. REMISE FLOATING : -50%

L'achat sans aucune exigence de planning est possible sous réserve de l'accord de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS. Cet ordre bénéficiera d'un abattement forfaitaire de 50% se substituant à tout dégressif et autre abattement.

6. SEMI-FLOATING : -40%

L'achat sans aucune exigence de planning au sein des tranches proposées ci-après est possible sous réserve de l'accord de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, et bénéficie d'un tarif spécifique (nous consulter). Un maximum de 3 tranches horaires doit être acheté en y plaçant au maximum de spots par tranche.

Tranches semi-floating
Lundi – Dimanche
et nombre de spots maximum :

6H-10H : 2 spots maximum
10H-14H : 2 spots maximum
14H-18H : 2 spots maximum
18H-22H : 2 spots maximum

OFFRE LIP! – SE RÉFÉRER AUX CONDITIONS COMMERCIALES ET CGV LIP!

LA REMISE PROFESSIONNELLE DE 15% EST INCLUSE DANS LE CALCUL DES TARIFS BRUTS, LES DÉGRESSIFS ET OFFRES COMMERCIALES

* La qualité de «Grandes Causes» est soumise à l'appréciation de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS

CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ

RADIO

MULTIVILLES

CONDITIONS COMMERCIALES

A – MODULATIONS TARIFAIRES

Ces modulations tarifaires s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES, avant tout abattement et dégressif

1. ACTIONS HORS PUBLICITÉ CLASSIQUE (OU «OPÉRATIONS SPÉCIALES»)

Le publidirectionnel, l'infomercial, le partenariat, le sponsoring, les opérations de marketing direct et plus généralement toutes Opérations Spéciales feront l'objet d'une tarification spécifique (nous consulter).

2. BARÈMES DE DURÉE 30" BASE 100

Les coefficients formats ci-dessous sont applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES.
Pour tout autre format nous consulter.

Barème de durée 30" Base 100 :

FORMAT	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"*
COEFFICIENT	0,50	0,60	0,75	0,85	0,95	1,00	1,25	1,50	1,70

* Après accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et de l'Editeur

3. SAISONNALITÉS 2026

Saisonnalités applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS MULTIVILLES

1 ^{ER} JANVIER Indice 100	5 JANVIER Indice 138	13 JUILLET Indice 100	24 AOÛT Indice 138	25 DÉCEMBRE 31 DÉCEMBRE
---------------------------------------	-------------------------	--------------------------	-----------------------	----------------------------

Les saisonnalités s'appliquent sur le tarif brut H.T. en vigueur.

4. FRAIS DE DIFFUSION

Les frais de diffusion sont applicables sur chaque message diffusé de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES.
Frais de diffusion : 1 € / spot / station, montant plafonné à 60 € par Campagne et par station (diffusion en semi-floating ou en floating).

Multivilles (plus de 3 villes) : 2,30 € / spot / station

5. FORFAIT WEB DIFFUSION

Pour toute Campagne** radio de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIO MULTIVILLES, diffusion automatique du message publicitaire On Air et On Line sur les Players live des stations disposant d'une diffusion digitale. Un Forfait Web Diffusion s'applique alors par Campagne et par station au tarif de 55 € net HT.

6. EMBLEMES PRÉFÉRENTIELS

-TE, FE ou choix de l'écran :

+25%

-TE, FE et choix de l'écran :

+30%

Dans la limite des disponibilités

7. CITATION D'UNE AUTRE MARQUE :

+15%

La citation d'une autre Marque dans un même message est soumise à l'accord préalable de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

**Les termes commençant par une majuscule dans les conditions commerciales sont définis dans les conditions générales de vente.

B – REMISES COMMERCIALES

Les remises commerciales concernant l'ensemble de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES – sauf exceptions mentionnées – se calculent en cumul sur le tarif brut H.T. après application des modulations tarifaires.

LA REMISE PROFESSIONNELLE DE 15% EST INCLUSE DANS LE CALCUL DES TARIFS BRUTS, LES DÉGRESSIFS ET OFFRES COMMERCIALES

1. REMISE NOUVEL ANNONCEUR : -20 %

Tout Annonceur absent des stations de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES entre le 1er janvier 2025 et le 31 décembre 2025 inclus sera considéré comme nouvel Annonceur et bénéficiera d'un abattement forfaitaire de -20 %.

Cet abattement s'applique sur le montant brut H.T. et se substitue au barème de dégressif volume par Campagne tel que décrit ci-après.

Il s'applique à l'ensemble des ordres publicitaires du « Nouvel Annonceur » du 1er janvier 2026 au 31 décembre 2026 inclus.

OU REMISE VOLUME

Chaque Annonceur bénéficie, pour chaque Campagne achetée, d'une remise croissante sur le nombre de spots achetés par station selon le barème ci-après.

À PARTIR DU 1ER SPOT : -5%
À PARTIR DE 50 SPOTS : -10%
À PARTIR DE 100 SPOTS : -15%
À PARTIR DE 200 SPOTS : -20%
À PARTIR DE 300 SPOTS : -25%
À PARTIR DE 400 SPOTS : -30%

2. REMISE MULTI-SUPPORTS RADIO

Concerne uniquement l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES

Chaque Annonceur bénéficiera d'un abattement additionnel accordé sur l'achat de plusieurs stations ou villes*, par Ordre de Publicité signé.

2 STATIONS OU 2 VILLES ACHETÉES : -3%
3 STATIONS OU 3 VILLES ACHETÉES : -6%
4 STATIONS OU 4 VILLES ACHETÉES : -9%
5 STATIONS ET AU-DELA OU 5 VILLES ET AU-DELÀ ACHETÉES : -12%

* Ces deux items ne se cumulent pas. L'abattement accordé se calculera soit sur le nombre de stations, soit sur le nombre de villes achetées par Campagne.

Exemple de calcul pour une Campagne de 56 spots sur 2 stations et 3 villes différentes :

Remise volume = -10 % (56 spots) + Remise Multi-supports = -6 % (3 stations ou 3 villes achetées)

Pour bénéficier de cet abattement, la Campagne doit faire l'objet de créations uniques. Les dates de diffusion doivent être identiques pour les Campagnes classiques sur les différentes stations. Cependant, les tranches horaires peuvent être différentes d'une station à l'autre.

Ces remises ne sont pas applicables à la publicité gouvernementale (SIG) et Grandes Causes (Cf. Conditions commerciales radios Multivilles).

3. REMISE POUR CONFIRMATION ANTICIPÉE

Un Annonceur peut bénéficier d'une remise supplémentaire qui est fonction de la date de confirmation ferme et définitive de sa Campagne sur une ou plusieurs stations LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES, selon le barème ci-après :

Remise supplémentaire - Nombre de semaines au moins avant le 1er jour de diffusion de la Campagne.

3 SEMAINES : -3%
5 SEMAINES : -5%
7 SEMAINES : -7%

Remise calculée en cumul

4. REMISE RENFORT D'UN PLAN NATIONAL : **-35%**

Tout Annonceur ayant acheté de l'espace publicitaire pour une diffusion nationale sur les supports radio en Régie chez LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et souhaitant effectuer un renfort local par une ou plusieurs stations LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS MULTIVILLES bénéficie d'un abattement forfaitaire de 35% sur le montant brut H.T. des stations locales LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS se substituant à tout autre dégressif et autre abattement, hors confirmation anticipée.

Les conditions d'applications de cette offre sont les suivantes :

A- La Campagne de renfort local doit s'effectuer sur les mêmes dates de diffusion que la Campagne nationale de référence.

B- La Campagne locale doit s'effectuer avec les mêmes créations que la Campagne nationale de référence.

5. REMISE SIG ET GRANDES CAUSES : **-40%**

Les publicités gouvernementales ordonnancées par le SIG ainsi que les publicités relatives aux Grandes Causes* bénéficient d'un abattement forfaitaire de 40% qui se substitue à tout autre dégressif et autre abattement, hors confirmation anticipée.

6. SEMI-FLOATING :

L'achat sans aucune exigence de planning au sein des tranches proposées ci-après est possible sous réserve de l'accord de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, et bénéficie d'un tarif spécifique (nous consulter). Un maximum de 3 tranches horaires doit être acheté en y plaçant au maximum de spots par tranche. Un Forfait Web Diffusion s'applique alors par Campagne et par station au tarif de 44 € net HT.

Tranches semi-floating
Lundi – Dimanche
et nombre de spots maximum :

6H-10H : 2 spots maximum
10H-14H : 3 spots maximum
14H-18H : 3 spots maximum
18H-22H : 2 spots maximum

7. FLOATING :

L'achat sans aucune exigence de planning est possible sous réserve de l'accord de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS. L'achat en floating est contraint à un maximum de 6 messages par jour et par station ou émetteur. Cet ordre bénéficie d'un tarif spécifique (nous consulter). Un Forfait Web Diffusion s'applique alors par Campagne et par station au tarif de 33 € net HT.

* La qualité de «Grandes Causes» est soumise à l'appréciation de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS

C – OFFRE COMMERCIALE

OFFRE DUO MULTIVILLES

Pour l'achat de **2 stations par ville**, l'Annonceur bénéficie d'une remise de **-50%**.

Pour bénéficier de cet abattement, la Campagne doit faire l'objet de créations uniques.

Les dates de diffusion doivent être identiques pour les Campagnes classiques sur les différentes stations. Cependant, les tranches horaires peuvent être différentes d'une station à l'autre.

Ces remises ne sont pas applicables à la publicité gouvernementale (SIG) et Grandes Causes (Cf. Conditions commerciales radios Multivilles).

Offre nette de toute remise présente dans les CGV.



© Florian Corcos / RFM

04.

CONDITIONS GÉNÉRALES

DE VENTE

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Les conditions commerciales mentionnées ci-dessus et les présentes conditions générales de vente (ci-après « CGV ») s'appliquent aux ordres de publicité (ci-après « Ordre de publicité »), aux Bons de commande et aux contrats/commandes d'actions hors publicités classiques (ci-après « Opérations Spéciales ou actions hors publicité classique ») sur les Radios listées dans les conditions commerciales, réservés et conclus auprès de la société LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS (ci-après « la Régie »).

1 - ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Toute réservation ou souscription d'un Ordre de publicité implique l'acceptation sans réserve des présentes conditions de vente et de règlement.

Les présentes CGV entrent en vigueur à compter de leur diffusion sur le site de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et s'appliquent aux diffusions et exécutions des contrats et Ordres de publicité à compter du 1er janvier 2026. Seule la version publiée sur le site Internet de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, accessible à partir de l'adresse URL « <https://www.lagarderepublicitenews.fr/> » fait foi.

Les présentes conditions générales de vente se substituent à compter de leur entrée en application à celles qui avaient été précédemment communiquées. Elles prévalent sur tous les autres documents de l'Annonceur et/ou du Mandataire (notamment commandes, demandes de réservation d'espaces publicitaires, conditions générales d'achat...). Elles ne peuvent être modifiées que par accord dérogatoire écrit et signé par la Régie et l'Annonceur (ou son Mandataire au nom et pour le compte de l'Annonceur).

Le fait que l'une des parties ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales de Vente et/ou des conditions commerciales ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

2 - DÉFINITIONS

ANNONCEUR : Le terme « Annonceur » au singulier ou au pluriel désigne, pour l'application des présentes conditions générales de vente à la fois

Tout professionnel au sens de l'article liminaire du code de la consommation français (i) qui réserve ou achète des espaces publicitaires (ii) et/ou qui commande une Opération spéciale auprès de la Régie, directement ou via son Mandataire, afin de promouvoir sa marque, son enseigne, ses produits et services sur au moins un des supports Radio en Régie chez LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et pour le compte de qui la Publicité est diffusée.

Tout professionnel au sens de l'article liminaire du code de la consommation français qui réserve une opération auprès de la Régie afin de parrainer les services ou les programmes d'au moins une des Radios dans les conditions prévues par la loi applicable.

Sont réputées constituer un seul et même Annonceur ou groupe d'Annonceurs, toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire au travers d'une entité unique assurant les fonctions médias. Sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'Annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% au 1er janvier de l'année en cours par une même personne morale. La justification doit être communiquée à la Régie par lettre recommandée avec accusé de réception (ci-après « LRAR »), les conditions commerciales « groupes d'Annonceurs » n'étant applicables qu'à réception des justificatifs.

BON DE COMMANDE : confirmation par l'Annonceur par signature de l'Annonceur ou de son Mandataire, de la proposition de plan de diffusion envoyé par la Régie.

CAMPAGNE : Diffusion simultanée d'une Publicité sur une sélection de supports LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, faisant l'objet d'un Ordre de publicité unique et d'une création identique.

ÉDITEUR : société éditrice du programme radio et titulaire de l'autorisation d'émettre permettant de diffuser le programme sur la Radio mentionnée dans l'Ordre de publicité, le Bon de commande ou le contrat d'Opération Spéciale.

MANDATAIRE : tout intermédiaire professionnel intervenant pour le compte et au nom d'un ou plusieurs Annonceurs pour réserver et

acheter de l'espace publicitaire dans une ou plusieurs Radios au cours de la période concernée, en vertu d'un contrat écrit de mandat. Dès la remise de l'Ordre de publicité, une attestation de mandat devra être produite à la Régie. En cas de modification ou de résiliation du mandat en cours d'année, l'Annonceur en informera sans délai la Régie par lettre recommandée avec accusé de réception. Cette modification ou cette résiliation ne sera valablement opposable à la Régie qu'à compter de la date de réception par la Régie de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.

MANDATAIRE PAYEUR : mandataire à qui l'Annonceur a confié le soin de régler en son nom et pour son compte les factures de la Régie émise à l'attention de l'Annonceur, pour la vente d'espaces publicitaires et/ou la réalisation d'Opérations Spéciales, suivant attestation de mandat.

MARQUE : dénomination commerciale d'un produit, d'un service ou d'une ligne de produits commercialisés par un Annonceur ou un groupe d'Annonceurs.

ORDRE DE PUBLICITÉ : demande de réservation d'espace publicitaire passée par l'Annonceur ou son Mandataire par e-mail ou par échange de données informatisées (EDI) sous réserve que le contrat d'interchange ait été signé entre la Régie et le Mandataire. En retour, la Régie adresse un plan de diffusion qui devra être confirmé par l'Annonceur par sa signature ou celle de son Mandataire et qui constitue le Bon de commande.

OPÉRATION SPÉCIALE : toute opération hors achat d'espaces publicitaires classiques.

RADIOS : radios et webradios précisées dans les conditions commerciales dont LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS assure la Régie publicitaire

RÉGIE : LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS (société par actions simplifiée, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de PARIS sous le numéro 538 865 064, dont le siège social est située au 2, rue des Cévennes 75015 Paris).

3 - COMMANDES ET ORDRES DE PUBLICITÉ

Les commandes ou Ordres de publicité concernant les Radios EUROPE 1, EUROPE 2, RFM, Radio Nova, Chante France, OUI FM et FG devront être adressées à LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, concessionnaire exclusif de la publicité nationale, Île-de-France et Multivilles de ces radios, selon les cas, au 2 rue des Cévennes 75015 Paris.

3.1/ Toute réservation doit être confirmée auprès du service concerné de la Régie par la signature par l'Annonceur ou en son nom et pour son compte par son Mandataire, d'un Bon de commande détaillé (emplacement, dispositif, valorisation...). La Régie pourra accepter un Ordre de publicité émis par échange EDI sous réserve que le contrat d'interchange ait été signé entre la Régie et le preneur d'ordre. Cet accord d'interchange fixe les conditions juridiques et techniques de l'EDI. La Régie ne sera en aucun cas tenue d'exécuter les Ordres de publicité non signés par l'Annonceur ou par un Mandataire dont le mandat n'a pas été justifié. Tout Ordre de publicité qui, à titre exceptionnel, serait passé par téléphone et ne serait pas confirmé par écrit en raison de son caractère tardif et qui serait cependant exécuté, le sera aux conditions de la Régie en vigueur au jour de la diffusion, ce que l'Annonceur ne pourra contester. L'omission de toute confirmation de la demande de réservation par un Ordre de publicité entraîne de plein droit la libre disponibilité pour la Régie de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre Annonceur.

3.2/ L'Ordre de publicité et le Bon de commande sont personnels à l'Annonceur et liés à un produit ou un service, une Marque ou un nom commercial ou une enseigne. Le droit d'asile vise les Publicités incluant des communications ou publications concernant les seules marques de l'Annonceur et devra faire l'objet d'un accord préalable. L'Ordre de publicité ne peut être modifié sans l'autorisation de la Régie et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'Annonceur ou le Mandataire.

La Régie se réserve le droit de refuser pour une même diffusion, un Ordre de publicité provenant d'Annonceurs multiples. En cas d'acceptation, tous les Annonceurs concernés seront responsables du paiement de manière solidaire et indivisible.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

3.3/ L'Annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son Mandataire et de transmettre une lettre accréditant son Mandataire suivant le modèle en annexe.

3.4/ Les Publicités sont diffusées sous la seule responsabilité de l'Annonceur. La responsabilité de la Régie et/ou de l'Editeur ne saurait être engagée à ce titre. L'Annonceur garantit à la Régie et l'Editeur que la Publicité ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur ni aux recommandations de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (A.R.P.P) et qu'elle ne comporte aucun contenu diffamatoire ou dommageable à l'égard d'un tiers. En conséquence, l'Annonceur s'engage à tenir quitte et indemne la Régie, les Editeurs, leurs représentants légaux et leurs directeurs de publication des dommages et intérêts susceptibles d'être prononcés à leur encontre du fait d'un manquement à cet engagement et, plus généralement à les indemniser de tous frais, charges et dépenses qu'ils auraient à supporter de ce fait, y compris les indemnités transactionnelles et les honoraires et frais de conseils. Il s'agit d'une obligation essentielle du contrat.

3.5/ L'Annonceur s'engage à informer la Régie dès, qu'il en a connaissance, par tout moyen écrit de toute réclamation à quelque titre que ce soit sur la Publicité, de manière à préserver les droits et intérêts de la Régie et des Editeurs.

3.6/ L'Annonceur garantit être titulaire et/ou faire son affaire de l'obtention préalable et à ses frais de toutes autorisations et droits de tous titulaires de droits (droits de propriété intellectuelle dont droits patrimoniaux d'auteur, droits voisins des droits d'auteur, droits sur les signes distinctifs (marques, logos, etc.) droits sur les attributs de personnalité des personnes (voix, noms, etc.)) sur la Publicité et le message de parrainage qu'il fournit à la Régie, en tout ou partie, directement ou indirectement. Cette garantie est une obligation essentielle du contrat. En contrepartie de la vente de l'espace publicitaire par la Régie à l'Annonceur, l'Annonceur concède à la Régie et à l'Editeur, sans autre contrepartie, Les droits suivants sur la Publicité et le message de parrainage : (i) le droit de représentation et de communication au public sur la Radio convenue et par tout moyen (flux de programme, postcasts...) suivant

l'espace publicitaire acheté auprès de la Régie, (ii) le droit de reproduire et, le cas échéant d'effectuer les adaptations techniques nécessaires pour les besoins de la diffusion de la Publicité ou le message de parrainage sur la Radio convenue pour l'ensemble des territoires de diffusion du support Radio convenue, étant précisé que les webradios et les postcast sont accessibles dans le monde entier, à des fins publicitaires, d'information et de communication, pour la durée et le plan de diffusion convenus entre les parties. En cas d'illustration musicale, les Publicités devront en outre, être remises à la Régie accompagnées des mentions imposées par la loi et des renseignements qui seraient demandés à la Régie, par les ayants droit et les sociétés de gestion collective des droits de propriété intellectuelle (SACEM, SDRM, SPRE). Le prix des droits de diffusion des illustrations musicales que la Régie devrait régler aux titulaires de droits propriété intellectuelle, dont les sociétés de gestion collective, au titre de la diffusion de la Publicité sur la Radio, sont refacturés à l'Annonceur.

Par ailleurs, sauf précision écrite contraire de l'Annonceur ou du Mandataire dans un contrat spécifique et dérogatoire conclu entre les parties, l'Annonceur concède à LAGARDERE PUBLICITÉ NEWS, sans autre contrepartie que la vente de l'espace publicitaire, les droits suivants qu'il garantit disposer : (i) les droits de reproduire, de représenter la Publicité et le cas échéant le message de parrainage, en tout ou partie sur tout support et par tout moyen, dans le monde entier afin de réaliser, à l'initiative de la Régie, des enquêtes auprès de panélistes sur leur perception de cette Publicité ou de ce message. Ce droit est consenti à compter de la diffusion de la Publicité ou du message sur les Radios en Régie chez LAGARDERE PUBLICITÉ NEWS et pendant un an à compter de la fin de cette diffusion, (ii) les droits de reproduire, de représenter et d'adapter la Publicité diffusée dans le cadre d'une Opération spéciale, par tout moyen dans le monde entier et à des fins d'information, de communication et de promotion des activités de la Régie et de l'Editeur auprès de leurs clients et prospects notamment comme exemple de réalisation d'Opération Spéciale, pendant toute la durée de l'Opération Spéciale et pendant 3 ans à compter de la fin de celle-ci.

L'Annonceur est seul responsable du paiement des droits afférents aux

droits titulaires.

L'Annonceur garantit la Régie, l'Editeur de la Radio concernée, leurs représentants légaux, leur directeur de la publication contre toute réclamation fondée sur le fait que la Publicité et/ou son exploitation dans les conditions convenues entre les parties, contrevient au droit et/ou viole les droits de tiers et/ou leur cause un préjudice et les tient quitte et indemne de toutes les conséquences en découlant y compris les dommages et intérêts susceptibles d'être prononcés à leur encontre, les frais, charges et dépenses qu'ils auraient à supporter de ce fait en ce compris les indemnités transactionnelles et les honoraires et frais de conseils.

3.7/ Dans le cas où l'Annonceur charge la Régie de concevoir et ou fournir des éléments techniques et/ou des créations nécessaires à la diffusion de la Publicité ou le message de parrainage, la Régie soumettra ces éléments pour vérification et validation préalable de l'Annonceur. L'Annonceur reste seul responsable de la vérification de la conformité de la Publicité ou du message de parrainage à la législation spécifique à son activité, y compris la réglementation de la publicité spécifique à son activité ou ses produits. L'Annonceur reste en tout état de cause entièrement responsable des informations qu'il transmet à la Régie quant aux noms, à la composition, aux qualités et aux performances de ses produits et services mis en avant dans ce cadre. À ce titre, l'Annonceur s'engage à vérifier les allégations portant sur ses propres produits et services. L'Annonceur garantit la Régie, les Editeurs, leurs représentants légaux et leurs directeurs de publication des dommages et intérêts susceptibles d'être prononcés à leur encontre du fait d'une réclamation liée au non-respect de la législation spécifique à l'activité de l'Annonceur et/ou contre toutes les conséquences d'une action qui trouverait sa source dans l'inexactitude des informations fournies par lui sur ses produits, ses services ou ses opérations promotionnelles, ou dans les éléments qu'il a validé.

Par ailleurs, l'Annonceur prend en charge l'intégralité du prix et des frais afférents à la réalisation et/ou à l'exploitation des éléments dont il confie la fourniture et/ou la réalisation à la Régie, dans les conditions convenues entre les parties dans le contrat spécifique de production. Ces éléments peuvent être protégés par des droits de la

Régie ou de tiers. Toute exploitation non expressément autorisée et/ou en dehors des limites d'exploitation autorisées par contrat écrit entre les parties (contrat de production) est strictement interdite. En particulier, sauf précision contraire écrite dans le contrat de production, les éléments techniques et/ou créations produits par la Régie ne pourront être utilisés par l'Annonceur qu'aux seules fins de (i) leur diffusion, sans modification, au sein du message et/ou de la Publicité de l'Annonceur pour lequel ces éléments ont été fournis par la Régie (ii) uniquement dans l'espace acheté auprès de la Régie pour les besoins de l'opération ou du parrainage et (iii) uniquement dans le format, le territoire et la durée de diffusion convenus avec la Régie dans le contrat de production. Le cas échéant, des limites complémentaires à cette exploitation pourront être précisées dans le contrat spécifique de production entre les parties.

3.8/ La Publicité et les éléments techniques fournis par l'Annonceur ou son prestataire tiers, doivent parvenir au service spécifique de la Régie, dans un délai de 3 jours Ouvrés minimum avant la date de première diffusion accompagnés des textes, du plan de roulement et des informations relatives aux droits de propriété intellectuelle. Ces éléments devront obligatoirement être adressés par le site copiestation.com. Fichiers audio WAV ou MP3. Niveau sonore: -9db. Fréquence d'échantillonnage : 48KHZ/ 44.1KHZ Quantification : 16bits.

Toute arrivée des éléments en dehors de ces délais (remise tardive ou non-conformité de la Publicité) dégage la responsabilité de la Régie concernant la bonne diffusion de la Publicité. La remise hors-délai entraînera la facturation par la Régie du prix de diffusion de la Publicité conformément aux conditions générales de vente et tarif en vigueur, quand bien même la diffusion n'aurait pu intervenir. La non-diffusion ne pourra en aucun cas être imputée à la Régie dans ce cas précis. En cas d'urgence, adresser un e-mail à l'adresse: diffusion-lpn@lagarderenews.com.

3.9/ La diffusion sera considérée comme satisfaisante et aucune contestation ne pourra être émise par l'Annonceur ou son Mandataire en cas de diffusion de la Publicité sur au moins 90 % du bassin d'audience de chaque offre radio commercialisée par la Régie et ses filiales.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

En conséquence, l'Annonceur est redevable du montant intégral de la campagne.

La diffusion de la Publicité sera également considérée comme satisfaisante et aucune contestation ne pourra être émise par l'Annonceur et son Mandataire, si l'écran publicitaire dans lequel la Publicité a été diffusée, a démarré dans la tranche horaire figurant sur le plan média signé par l'Annonceur ou son Mandataire. De même, si l'écran publicitaire ne change pas de contexte (émission d'avant et émission d'après) il n'y aura pas lieu à refacturation.

Les intitulés d'horaires de diffusion des programmes parrainables ainsi que du dispositif de diffusion des bandes annonces ne sont donnés qu'à titre indicatif et ne constituent aucune garantie d'horaire de diffusion. Le décalage ou la modification de l'horaire de diffusion est sans incidence sur la bonne exécution du contrat et l'Annonceur reste redevable du montant intégral du prix convenu.

La facturation de la Publicité diffusée interviendra sur la base du tarif appliqué à la tranche horaire de démarrage de l'écran publicitaire. En cas de contestation, l'horaire de démarrage de l'écran publicitaire figurant sur les justificatifs de diffusion fera foi.

En cas de glissement d'écran publicitaire, à la suite d'un décalage des programmes, dans une tranche horaire ne figurant pas sur le plan média, l'audience et les tarifs pris en compte seront ceux de la tranche horaire du programme prévue. En cas de contestation, l'horodatage de l'antenne et l'information sur les programmes feront foi.

3.10/ Les messages pouvant entraîner une confusion entre la Publicité et le programme doivent être soumis à l'Éditeur pour approbation ainsi que tous les messages dont le format est supérieur à 45 secondes, au moins 5 jours Ouvrés avant le début de la diffusion.

3.11/ Les Éditeurs décident souverainement de leurs programmes, de leurs horaires, de leurs écrans publicitaires, de la composition de chaque session, du style général des publicités susceptibles d'être diffusées sur leur Radio et se réservent la possibilité de les modifier. Aucune exclusivité n'est réservée à un Annonceur sous quelque forme que ce soit. L'Éditeur, directement ou via la Régie, se réserve le droit

de refuser, sans en indiquer la raison et sans versement d'indemnité, la Publicité qu'il estimerait contraire à la ligne de conduite des émissions ou à la ligne éditoriale des programmes des Radios et plus généralement à ses intérêts matériels ou moraux, lui seul étant juge. La Régie se réserve également le droit de refuser, sans versement d'indemnité, toute la Publicité dont la provenance lui semblera douteuse ou qui serait contraire aux règles de sa profession ou à la ligne éditoriale fixée par l'Éditeur de la Radio concernée, ainsi que toutes celles susceptibles de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des auditeurs

3.12/ Les Editeurs peuvent être amenés à modifier les écrans en fonction des exigences de la programmation (actualité, concert...) ou à la suite de circonstances indépendantes de leur volonté, sans que la responsabilité de l'Editeur ou de la Régie puisse être mise en cause. Le défaut de diffusion ne donnera droit à aucune compensation, mais si cela est possible et dans les meilleurs délais, une nouvelle proposition de plan sera faite à l'Annonceur ou à son Mandataire. Dans ce cas, seules les diffusions effectuées seront facturées par la Régie.

3.13/ Toute citation d'Annonceur tiers dans une Publicité est soumise à l'accord préalable de la Régie qui pourra solliciter l'accord de l'Annonceur cité.

3.14/ Les plans définitifs des campagnes en échange ou barter seront transmis par la Régie à l'Annonceur ou son Mandataire 3 jours ouvrés avant la date de 1ère diffusion du premier message de la Publicité.

4 - MODIFICATION ET ANNULATION DE L'ORDRE DE PUBLICITÉ ET /OU DU BON DE COMMANDE

Toute demande de modification ou d'annulation de l'Ordre de Publicité et/ ou du Bon de commande devra être adressée par écrit à la Régie dans les délais propres à chaque support Radio et auprès des services concernés et ne prendra effet qu'à compter de son acceptation. Toute annulation, d'une campagne optionnée et/ou confirmée par EDI ou par e-mail, par l'Annonceur ou son Mandataire, devra obligatoirement parvenir à la Régie par écrit et entraînera à la charge

de l'Annonceur un dédit dans les conditions suivantes :

POUR LA PUBLICITÉ CLASSIQUE :

À moins de 10 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS facturera un dédit de 50% du montant net annulé.

À moins de 4 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS facturera un dédit du montant net total calculé suivant les Conditions Commerciales.

En cours de diffusion, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS facturera un dédit du montant net restant dû.

POUR LES OPÉRATIONS DE PARRAINAGE ET LES OPÉRATIONS SPÉCIALES :

À moins de 40 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS facturera un dédit de 50% du montant net prévu

À moins de 20 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS facturera un dédit du montant net total prévu.

En cours d'opération LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS facturera un dédit du montant net restant dû.

5 - JEUX

Lorsque le contrat de parrainage et/ou l'Opération Spéciale est lié(e) à un jeu (loteries promotionnelles légalement autorisées, concours...) (ci-après « Jeu »), et qu'il est convenu que l'Annonceur fournisse les dotations, l'Annonceur s'engage par une obligation de résultat à prendre en charge et à fournir à la Régie les dotations convenues ou à en régler le prix. La nature et le nombre de dotations offertes dans le cadre d'un Jeu sont déterminés d'un commun accord entre les parties et avec l'Editeur. L'Annonceur garantit la sécurité et l'absence de

défaut des dotations qu'il fournit au sens des articles 1245 et suivants du code civil, et plus généralement que les dotations et leur emballage sont conformes à la loi en vigueur.

Si l'Annonceur s'engage à fournir les dotations et s'il manque à cet engagement, LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS se réserve le droit, après mise en demeure de l'Annonceur, de fournir ou faire fournir par un tiers les dotations aux gagnants et de facturer à l'Annonceur l'ensemble des coûts et frais engagés à cette fin. L'Annonceur devra régler ces frais sans délai, sans préjudice de toute indemnisation complémentaire.

L'Annonceur ne pourra avoir accès qu'aux données d'identification des gagnants et uniquement dans le cas où il lui revient de leur fournir directement les dotations. Il ne pourra alors les utiliser qu'à cette seule fin. Toute divulgation ou citation des gagnants par l'Annonceur ou ses prestataires (y compris uniquement la première lettre de leur nom et prénom) est interdite même aux fins de promotion du Jeu, sauf accord préalable et spécifique des personnes concernées, de la Régie et de la Radio organisatrice du Jeu.

Dans les hypothèses où, en exécution du contrat de parrainage ou d'Opération Spéciale, la Régie serait amenée à traiter et à transférer à l'Annonceur des données à caractère personnel des gagnants du jeu (données d'identification précisées dans le règlement de Jeu) afin qu'il leur fournisse des dotations, il est rappelé que la Régie n'intervient qu'en qualité de sous-traitant de l'Editeur de la Radio concernée organisatrice du Jeu pour cette finalité, au sens de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Informatique & Libertés » et du Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles (RGPD) (ci-après ensemble la « Loi sur la Protection des Données à caractère personnelle »).

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Dans tous les cas, que l'Annonceur soit également sous-traitant de l'Editeur de la Radio organisateur du Jeu pour le traitement de données à caractère personnel de gagnants afin de leur adresser des dotations ou le cas échéant, co-responsable de traitement pour cette finalité avec l'Editeur de la Radio organisatrice du Jeu, les parties s'engagent à respecter la réglementation en vigueur applicable au traitement de données à caractère personnel et, en particulier, le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 applicable à compter du 25 mai 2019. (ci-après le « RGPD »). Dans tous les cas, l'Annonceur s'engage à respecter les obligations minimales suivantes, qui constituent des obligations essentielles du contrat :

Mettre en œuvre toutes les mesures techniques fonctionnelles et organisationnelles appropriées afin de respecter la Loi sur la Protection des Données Personnelles ainsi que les conditions de traitement et de conservation des Données à caractère personnel par l'Annonceur, prévues dans le règlement du Jeu.

Ne pas utiliser les données à caractère personnel des gagnants à d'autres fins et pour une durée supérieure que celles prévues dans le règlement de Jeu, et à celles convenues entre l'Annonceur et l'Editeur, le cas échéant via la Régie agissant pour le compte de l'Annonceur. En particulier, s'il est convenu d'adresser à l'Annonceur les données des gagnants pour les seuls besoins de leur fournir les dotations, l'Annonceur s'engage à supprimer ces données à l'issue de l'envoi des dotations, et au plus tard dans le délai prévu dans le règlement de Jeu.

Prendre toutes précautions et mesures utiles afin de préserver la confidentialité des informations, à ne prendre aucune copie des documents et supports de données transmises autres que celles nécessaires à la finalité convenue et à ne pas divulguer les documents et données à toute personne non autorisée et s'engage à faire respecter ces obligations de confidentialité par toutes personnes autorisées au sein de son personnel

Prendre toute mesure utile afin de préserver la sécurité des données à caractère personnel des gagnants et notamment d'empêcher qu'elles ne soient déformées, endommagées qu'elles fassent l'objet d'une

utilisation détournée ou frauduleuse.

Mettre en place des mesures organisationnelles, fonctionnelles et techniques pour permettre de respecter les droits des personnes concernées

Aider tout responsable ou le cas échéant, co-responsable de traitement en vue de garantir le respect des obligations relatives à la sécurité, l'analyse d'impact, la notification des failles et à ce titre informer immédiatement après en avoir pris connaissance, l'Editeur organisateur ou co-organisateur du Jeu de toute faille de sécurité ou de violation des données à caractère personnel des gagnants. Cette notification est accompagnée de toute documentation utile afin de permettre au responsable de traitement, si nécessaire, de notifier cette violation à l'autorité de contrôle compétente. Si, et dans la mesure où il n'est pas possible de fournir toutes ces informations en même temps, les informations peuvent être communiquées de manière échelonnée sans retard indu.

Communiquer à la Régie et à l'Editeur le nom et les coordonnées de son délégué à la protection des données, s'il en a désigné un conformément à l'article 37 du règlement européen sur la protection des données.

Si l'Annonceur remplit les conditions de l'article 30 du RGPD, tenir un registre de ce traitement. Ce registre contient au moins les informations obligatoires requises par le RGPD.

Conserver toutes les preuves du respect de ces obligations et les transmettre à la Régie et à la Radio organisatrice du Jeu, à première demande afin de vérification du respect de ces obligations et pour permettre la réalisation d'un audit par la Radio organisatrice du Jeu, ou un autre auditeur qu'il aura mandaté et contribuer à ces audits. L'Annonceur s'engage à se conformer aux demandes de la Radio Organisatrice du Jeu ou de l'auditeur qu'il aurait mandaté.

Solliciter l'autorisation préalable de la Radio organisatrice du Jeu et de la Régie pour recourir à un sous-traitant et en cas d'autorisation, imposer à son sous-traitant les mêmes obligations que celles à la charge de l'Annonceur et fixées par les présentes.

Conserver les données dans des serveurs localisés en Europe ou à défaut solliciter l'autorisation préalable et écrite de la Régie pour un transfert hors Union Européenne, qui dépendra de l'autorisation préalable de l'Editeur. L'autorisation de transfert sera subordonnée à la mise en place de garanties appropriées pour les protéger, par exemple la signature de « clauses contractuelles types ».

Dans le cas où l'Annonceur serait uniquement sous-traitant de la Radio organisatrice du Jeu pour le traitement des données des gagnants afin de fournir des dotations, il s'engage à ne traiter les données des gagnants que sur instruction documentée de la Radio organisatrice du Jeu et à l'informer immédiatement si une instruction constitue une violation de Loi sur la Protection des Données à caractère personnelle »

L'Annonceur garantit LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, la Radio, organisatrice du Jeu, leurs représentants légaux et leurs employés de toutes pertes, dommages et conséquences, résultant d'un manquement de l'Annonceur à cet engagement, notamment toute somme ou dommages et intérêts qui seraient mises à leurs charges, y compris les frais d'avocat. Ces obligations pourront, le cas échéant, être précisées/complétées dans le contrat de parrainage ou d'Opération spéciale, en fonction de la spécificité de l'opération et du traitement des données.

6 - CONDITIONS DE DIFFUSION ET RÉCLAMATIONS

6.1/ La Régie adressera les justificatifs de diffusion à l'Annonceur ou à son éventuel Mandataire. Toute réclamation notamment sur les aspects techniques de la diffusion du message doit être, sous peine d'irrecevabilité, transmise par lettre recommandée avec accusé de réception auprès du service diffusion de la Régie et indiquer précisément les griefs reprochés. Cette requête doit être adressée dans le mois suivant la première parution de la Publicité, faute de quoi elle ne sera pas prise en considération.

6.2/ Aucune réclamation portant sur la qualité des éléments techniques ne sera recevable lorsque ceux-ci ont été transmis directement par l'Annonceur à un prestataire extérieur. Aucune autre

réclamation, concernant les retombées commerciales, l'environnement publicitaire de la Publicité ne pourra être prise en compte. La Régie exclut toute responsabilité à ce titre.

6.3/ Toute nouvelle diffusion doit faire l'objet d'une nouvelle confirmation de diffusion.

7 - TARIFS - CONDITIONS DE PAIEMENT - FACTURATION

7.1/ Les tarifs et barèmes de remise sont communiqués par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS sur simple demande et disponibles à l'adresse URL suivante : <https://www.lagarderepublicitenews.fr/> LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS se réserve le droit de les modifier à tout moment et fera ses meilleurs efforts pour en informer les Annonceurs/Mandataires 5 jours calendaires au moins avant leur entrée en vigueur. Toute modification des tarifs et CGV entrera en vigueur à compter de leur publication sur le lien «<https://www.lagarderepublicitenews.fr/kit-media/>». Les nouveaux tarifs seront applicables aux contrats en cours. Les tarifs seront indiqués hors taxes. Tous droits, impôts et taxes perçues sur la diffusion des messages publicitaires sont à la charge de l'Annonceur.

7.2/ Les tarifs sont indiqués en Euros H.T. - tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux Ordres de Publicité et aux contrats d'Opérations Spéciales ou de parrainage étant à la charge de l'Annonceur. Pour tout nouvel Annonceur, le règlement sera demandé à la remise de l'Ordre de publicité. L'exécution du contrat par la Régie n'interviendra qu'à l'issue de l'encaissement effectif du règlement. Les factures sont payables par chèque ou par virement bancaire à 45 jours fin de mois date de facture. Tous les règlements sont effectués à l'ordre de :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS - Service ADV
2, rue des Cévennes 75015 PARIS

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

7.3/ Les factures et avoirs sont établis au moins mensuellement par la Régie au nom de l'Annonceur, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du Mandataire expressément habilité pour le règlement, conformément à la confirmation de mandat. Les frais techniques peuvent être facturés avant la diffusion. Toute modification donnant lieu à une nouvelle facture ne modifie pas la date initiale d'échéance du paiement. La Régie se réserve le droit d'exiger le paiement avant exécution des Ordres de Publicité ou contrats d'une durée supérieure à 3 mois ou d'un montant inférieur à 500 euros HT.

L'Annonceur est, dans tous les cas, responsable du paiement des Ordres et reste redevable du règlement à défaut de paiement du Mandataire qu'il aurait désigné. Le paiement ou l'avance effectué au Mandataire par l'Annonceur ne le libère pas vis-à-vis de la Régie. Pour tout ordre qui émanerait d'un Mandataire, la Régie se réserve le droit d'exiger un engagement de paiement direct de l'Annonceur dans le cas où le Mandataire ne présenterait pas de garanties financières suffisantes.

Dans le cas où le Mandataire a réglé la Régie, celui-ci ne pourra se prévaloir ultérieurement du non-paiement éventuel de l'Annonceur pour réclamer le remboursement des sommes versées.

7.4/ La Régie se réserve le droit d'exiger le règlement avant la diffusion ou une caution bancaire moyennant un escompte de 1 % du montant TTC de la facture.

Tout élément qui pourrait entraîner un risque de non-paiement des factures, tel que modification dans la situation juridique ou financière de l'Annonceur, incident ou retard de paiement justifie que la Régie modifie, du moins provisoirement, les conditions de paiement de l'Annonceur.

7.5/ Pour un paiement comptant parvenu à nos services comptables dans les 20 jours ouvrables suivant la date de facture, un escompte de 0,3% du montant TTC de la facture est accordé.

7.6/ Aucune réclamation concernant la facturation ne sera admise, si elle n'a pas été effectuée par lettre recommandée avec accusé de réception à la Régie à l'attention de :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS - Service ADV
2, rue des Cévennes
75015 PARIS

dans les 15 jours suivant la date de facturation. En cas de litige ou d'attente d'avoir, l'Annonceur ou son Mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.

8 - RETARD DE PAIEMENT ET INTÉRÊTS DE RETARD

8.1/ Le défaut de paiement à l'échéance entraîne de plein droit l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non échues ainsi que les sommes dues au titre des Ordres de Publicité, Bons de commande ou Contrats d'Opérations Spéciales, exécutés en cours de facturation ou en cours de diffusion. L'exécution des Ordres de Publicité, Bons de commande et Contrats d'Opérations Spéciales en cours pourra être suspendue. De même, tout défaut de paiement à l'échéance entraînera déchéance du terme, pour les délais de paiements que la Régie aurait pu accorder.

8.2/ En outre, à défaut de paiement de toute facture à échéance, des intérêts de retard seront dus en sus du principal. Les intérêts de retard seront exigibles de plein droit le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel ne soit nécessaire, selon un taux d'intérêt annuel de 11% qui s'appliquera sur les sommes non réglées au prorata du nombre de jours de retard.

8.3/ Conformément à l'article L 441-6 du Code de Commerce, il sera réclamé à compter du lendemain de la date d'échéance et de plein droit une indemnité de 40 € au titre des frais de recouvrement ; il pourra être réclamé une indemnité complémentaire sur justification.

8.4/ L'Annonceur et le cas échéant, son Mandataire à qui l'Annonceur a confié le règlement sont mis en demeure de payer les factures, intérêts de retard et indemnités de recouvrement, par leur seule exigibilité, conformément à l'article 1344 du Code civil.

9 - CLAUSE PÉNALE

Si la carence de l'Annonceur rend nécessaire un recouvrement contentieux, ce dernier s'engage à régler en sus du principal, des intérêts, des frais, dépens et émoluments ordinairement et légalement à sa charge, une indemnité fixée à 15% du montant en principal TTC de la créance restant due à ce titre, et ce, à titre de dommages et intérêts conventionnels et forfaitaires pour le préjudice résultant du recouvrement contentieux. Toute lettre ou acte valant mise en demeure à l'introduction d'une procédure de recouvrement vaut également recouvrement contentieux.

10 - INEXÉCUTION

Sans préjudice des précédentes dispositions de l'article 8, en cas de non-respect par l'Annonceur de ses obligations quelles qu'elles soient et en particulier en cas de défaut de paiement, la Régie pourra appliquer toutes sanctions prévues par la loi française. Par ailleurs, en non-respect par l'Annonceur de ses obligations quelles qu'elles soient et en particulier en cas de défaut de paiement de la Régie ou de non-respect des obligations essentielles de l'Annonceur, la Régie pourra appliquer toutes sanctions prévues par la loi française, notamment résilier le contrat pour l'avenir de plein droit, sans intervention judiciaire.

11 - RECLAMATIONS ET LIMITATIONS DE RESPONSABILITE

La Régie est tenue à une obligation de moyens quant à la diffusion des Publicités ou des messages de parrainage. Aucune autre réclamation ne sera recevable concernant les retombées commerciales, l'environnement rédactionnel ou publicitaire de l'insertion publicitaire. La Régie exclut toute responsabilité à ce titre. La responsabilité de la Régie est limitée aux préjudices directs résultant strictement d'une faute de la Régie prouvée par l'Annonceur et à l'exclusion de tout préjudice indirect, de quelque nature que ce soit.

Le délai de prescription de l'action à l'encontre de la Régie s'éteint à l'issue d'une durée d'un an à compter de la première diffusion du

message ou de la Publicité concernée sur la Radio en régie chez LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.

12 - FORCE MAJEURE

Dans le cas d'un événement revêtant les caractéristiques de la force majeure au sens de l'article 1218 du code civil, rendant impossible la diffusion du message, la responsabilité de la Régie et/ou des Éditeurs ne pourra être recherchée.

13 - TRAITEMENTS DE DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

13.1/ Dans l'hypothèse où l'Annonceur solliciterait la liste nominative des salariés étrangers employés par la Régie et soumis à autorisation de travail en application de la loi, cette liste ne serait transférée à l'Annonceur que pour la seule finalité suivante : permettre à l'Annonceur de prouver son respect des articles L8254- 1 et D.8254-2 du code du travail.

L'Annonceur serait seul responsable de traitement de cette finalité au sens de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Informatique & Libertés » et, à compter de son entrée en application, du Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles du 27 avril 2016, ou toute législation ou réglementation qui viendrait s'y substituer ou les compléter (ci-après ensemble « Loi sur la Protection des Données Personnelles »).

En outre dans un tel cas, l'Annonceur s'engage et garantit qu'il n'utilisera pas ces données à d'autres fins, qu'il ne transférera pas ces données à quelque tiers ce que ce soit et qu'il mettra en place toutes précautions et mesures utiles afin de préserver la sécurité et la confidentialité des informations afin notamment d'empêcher qu'elles ne soient déformées ou endommagées ou communiquées à des personnes non autorisées, qu'elles fassent l'objet d'une utilisation détournée ou frauduleuse. L'Annonceur garantit la Régie et son représentant légal de toutes les conséquences résultant d'un manquement à cet engagement.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

13.2/ La Régie, en qualité de responsable de traitement, peut collecter et traiter des données à caractère personnel des personnes physiques travaillant avec ses Clients Annonceurs et/ou Mandataires, pour les besoins de la négociation, la conclusion et l'exécution du contrat entre la Régie et l'Annonceur notamment pour effectuer des opérations relatives à la gestion des clients concernant les contrats, les commandes, les factures, la gestion des comptes clients, le suivi de la relation client et du service après-vente, la gestion des droits des personnes concernées, afin d'identifier les personnes en relation avec la Régie et de suivre son activité, le cas échéant pour lui donner des informations sur l'activité de la Régie. Ces données sont conservées par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS jusqu'à la fin de sa relation commerciale avec le Client collaborant avec la personne concernée ou jusqu'à ce que LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS soit informée de la fin de la collaboration des personnes concernées avec ses Clients Annonceurs et/ou Mandataires, si cet événement intervient avant la fin de la relation commerciale.

Chaque collaborateur concerné de l'Annonceur et/ou de son Mandataire dispose des droits tels que prévus par la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Informatique & Libertés » et, à compter de son entrée en application, le Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles du 27 avril 2016. Pour exercer ces droits, il peut adresser un e-mail à l'adresse suivante donneespersonnelles-lpn@lagarderenews.com.

14 - LOI APPLICABLE ET CLAUSE D'ATTRIBUTION DE JURIDICTION

14.1/ La loi française est applicable aux présentes CGV

14.2/ Tout différend découlant de la validité, l'interprétation comme de l'exécution des présentes Conditions Générales de Vente, même en cas de pluralité de défendeurs ou d'appel en garantie, relèvera de la compétence du Tribunal de Commerce de Paris.

15 - MODIFICATION ET ANNULATION AUDIO DIGITAL

15.1/ Toute annulation, en gré à gré ou programmatique garanti, totale ou partielle, d'un ordre de publicité par l'Annonceur ou son Mandataire devra être adressée par écrit obligatoirement à la Régie par lettre

recommandée avec accusé de réception (LRAR) et ne prendra effet qu'à compter de sa réception par la Régie.

En tout état de cause quelque le soit le Support Digital, la Marque du Support Digital et le type de Campagne concerné, 100 % du montant des Frais Techniques (notamment les frais de création) prévu dans l'ordre d'Insertion resteront dus par l'Annonceur ou son Mandataire à la Régie

15.2/ Délai d'annulation et indemnité de dédits

Tout type d'annulation, en gré à gré ou en programmatique garanti entraînera, à la charge de l'Annonceur, un dédit dans les conditions suivantes :

À moins de 15 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, la Régie facturera un dédit de 50% du Montant Net Net Tarifaire annulé.

À moins de 7 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, la Régie facturera un dédit de 80% du Montant Net Net Tarifaire annulé.

Si l'Annonceur souhaite annuler une campagne qui a déjà démarré, la Régie se réserve le droit de facturer l'intégralité de la campagne telle que réservée.

15.3/ Frais de décalage de Campagne

Réception de la demande de décalage jusqu'à 15 jours Ouvrés avant date de diffusion : pas de frais.

De 15 jours à 5 jours Ouvrés avant la date de diffusion : facturation de 30% du Montant Net Net Tarifaire de l'OI décalé.

Moins de 5 jours Ouvrés avant la date de diffusion : facturation de 50% du Montant Net Net Tarifaire de l'OI décalé.

15.4/ Frais de retard de livraison des éléments

Les éléments de la Publicité, y compris les éventuels documents techniques, devront être livrés dans les conditions précisées à l'article 16 ci-après.

Pour les emplacements achetés en exclusivité ou à forte PDV en cas de non-respect du délai de livraison demandé, les pénalités de retard

sont les suivants :

Sur des formats de type IAB : une livraison jusqu'à 24h avant la date de diffusion entraîne une facturation d'une pénalité de 300€ H.T., par nombre de jours calendaires de retard, entre la date limite de livraison et la date de livraison effective. Une livraison à moins de 24h de la date de diffusion et ne permettant pas la mise en ligne de la campagne à la date souhaitée entraîne une facturation de 80% du Montant Net Net Tarifaire de l'espace et/ou des impressions publicitaires achetés.

Sur des formats événementiels : une livraison, jusqu'à 5 jours ouvrés avant la date de diffusion, entraîne une facturation d'une pénalité de 300€ H.T., par nombre de jours calendaires de retard, entre la date limite de livraison et la date de livraison effective.

Une livraison à moins de 5 jours Ouvrés de la date de diffusion entraîne une facturation de 80% du Montant Net Net Tarifaire acheté.

15.5/ La Régie se réserve le droit d'interrompre une Campagne dans les cinq (5) jours suivant la date de Mise en ligne de la Campagne au cas où elle aurait connaissance d'informations sur le caractère incertain de la solvabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire

16 - RÉALISATION MATÉRIELLE, CONDITIONS ET REFUS DE DIFFUSION

16.1/ Les Publicités et les éléments techniques fournis par l'Annonceur seront adressés à la Régie selon les modalités suivantes :

Remise dans un délai de 2 jours Ouvrés minimum avant la date de diffusion de la Campagne concernant les bannières gifs ou gifs animés.

Tous les éléments techniques pour les formats publicitaires hors gifs et gifs animés devront être transmis pour test au moins 5 jours Ouvrés avant le début de la diffusion.

L'Insertion doit être conforme aux prescriptions techniques requises

par le document intitulé "Spécificités techniques", par le devis ou par l'ordre d'Insertion.

La non-fourniture des créations à diffuser ou des tags de redirection ne constitue pas une cause de résiliation du contrat

16.2/ En cas de non-conformité de la Publicité aux normes techniques requises (tel qu'indiqué dans le document relatif aux spécifications techniques joint à l'ordre d'Insertion), l'Annonceur ou son Mandataire devra procéder aux modifications nécessaires dans les délais requis pour la mise en production. Ces délais seront précisés par la Régie.

16.3/ En cas de non-respect des délais précités, la Régie est déchargée de sa responsabilité concernant la bonne diffusion de la Publicité.

Elle se réserve le droit, sauf refus exprès de l'Annonceur et/ou son Mandataire, de décaler d'autant la fin de la Campagne, en fonction des disponibilités des inventaires. Dans cette hypothèse, la Régie est libérée de ses engagements quant au volume d'impressions tel que stipulé dans l'ordre d'Insertion, et l'Annonceur et/ou son Mandataire ne pourra prétendre à une quelconque compensation ou indemnité de ce fait. La remise hors-délai entraînera la facturation par la Régie du prix de diffusion de la Publicité conformément aux conditions générales de vente et tarif en vigueur, quand bien même la diffusion n'aurait pu intervenir. L'absence de diffusion ne pourra en aucun cas être imputée à la Régie dans ce cas précis.

05.

UNE VOIX

À VOTRE ÉCOUTE



PRÉSIDENTE

Marie RENOIR-COUTEAU

Présidente
T : 01 80 20 36 10
E : mrenoircouteau@lagarderenews.com

COMMERCE

Franck GODIN

Directeur Général Commerce
T : 01 80 20 36 94
E : fgodin@lagarderenews.com

François DONVAL

Directeur Délégué Trading
T : 01 80 20 36 93
E : fdonval@lagarderenews.com

Frédérique VACQUIER

Directrice Commerciale Annonceurs
T : 01 87 15 49 32
E : fvacquier@lagarderenews.com

Catherine KOLB

Directrice Commerciale Culture
T : 01 80 20 36 68
E : ckolb@lagarderenews.com

Stéphane DOLET

Directeur Commercial Local
T : 06 60 75 89 30
E : sdolet@lagarderenews.com

Anne DEMULDER

Directrice Commerciale Presse
T : 06 09 75 24 01
E : ademulder@lagarderenews.com

MARKETING

Guillaume BARREYRE

Directeur Marketing
T : 01 80 20 36 25
E : gbarreyre@lagarderenews.com

NUMÉRIQUE & YIELD

Laurent DAURON

Directeur Opé. Numériques & Yield
T : 01 80 20 37 15
E : lauron@lagarderenews.com

COMMUNICATION

Eva BARAQUIN

Responsable Communication
T : 06 02 08 92 76
E : ebaraquin@lagarderenews.com

OPÉRATIONS SPÉCIALES

Viviane ROUVIER

Directrice Brand Cont. & Cross Media
T : 01 80 20 38 39
E : vrouvier@lagarderenews.com

Douglas STOPPA

Directeur Commercial OS
T : 06 63 76 04 13
E : dstoppa@lagarderenews.com

ADMINISTRATION DES VENTES

Patricia BADILAT

Directrice Admin. Commerciale
T : 01 80 20 36 04
E : pbadilat@lagarderenews.com

PLANNING & DIFFUSION

Frédéric WALMACQ

Responsable Planning Radio
T : 01 80 20 36 56
E : fwalmacq@lagarderenews.com

06.

ANNEXES

LETTRE ACCRÉDITIVE

TÉLÉCHARGER >

Papier à entête de l'annonceur

LETTRE ACCREDITIVE
(Loi N° 93-122 du 29 janvier 1993)

Nous soussignés Dénomination sociale de la société : Siège social : RCS N° :

ci-après désignée comme "l'Annonceur"

Représenté par (nom, prénom du signataire) :
agissant en qualité de (fonction) :
ayant valablement tous pouvoirs aux fins des présentes

INFORMONS EXPRESSEMENT PAR LA PRESENTE LETTRE, la société LAGARDERE PUBLICITE NEWS, SAS au capital de 60 000 € - Siège social 2, rue des Cévennes – 75015 PARIS – RCS PARIS 538 865 064

Ci-après désignée comme "la Régie"

avoir donné mandat écrit par acte du :

(1) valable du au ou (1) à durée indéterminée

à :

Dénomination sociale de la société Siège social : RCS N° Représentée par (nom, prénom, qualité)
--

et éventuellement à :

Dénomination sociale de la société Siège social : RCS N° Représentée par (nom, prénom, qualité)
--

Ci après dénommées comme "le ou les Mandataire(s)"

pour effectuer d'ordre et pour compte de l'Annonceur ci-dessus, son achat d'espace publicitaire et d'actions de communication hors publicité classique (Sponsoring,...), pour le(s) produit(s) suivant(s) :

(1) sur Europe 1	(1) sur Europe 2 National / IDF	(1) sur RFM National / IDF	
(1) sur Radio Nova National / IDF	(1) sur OUI FM	(1) sur FG	(1) sur CHANTE FRANCE

Etant précisé que le ou les Mandataire(s) ont accepté le mandat.

(1) L'original des factures de la Régie devra être adressé à l'Annonceur qui procèdera à leur règlement (préciser adresse de facturation) :

ou

(1) Un exemplaire conforme à l'original des factures devra être adressé au Mandataire ci-après précisé, qui procèdera au règlement de ces dernières, d'ordre et pour compte de l'Annonceur (Mandataire et adresse de facturation) :

Etant entendu que dans tous les cas, l'Annonceur reste le débiteur principal envers la Régie, notamment en application de l'article 1998 du Code Civil.

Toute modification affectant le contenu de la présente lettre accréditive devra être signifiée, sans délai, par l'Annonceur à la Régie, étant précisé que cette modification sera valablement opposable à la Régie à compter de la date de réception de la lettre recommandée avec avis de réception l'en informant.

L'Annonceur et le ou les Mandataire(s) déclarent avoir pris connaissance des tarifs et des conditions générales de vente en vigueur et en accepter les conditions.

Date :
Signature et cachet de l'Annonceur

Date :
Signature et cachet du Mandataire

LETTRE D'ENGAGEMENT

TÉLÉCHARGER >

LETTRE D'ENGAGEMENT ANNONCEURS NOUVEAUX RELATIVE AUX TARIFS ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE -OFFRE LAGARDERE PUBLICITE NEWS RADIO NATIONALE- EN VIGUEUR AU JOUR DE LA DIFFUSION

Je soussigné, l'annonceur (le cas échéant représenté par son mandataire), absent des stations nationales de LAGARDERE PUBLICITE NEWS en 2025, m'engage, de façon ferme et définitive, conformément aux Conditions d'application de l'Offre LAGARDERE PUBLICITE NEWS (Radio Nationale - Article 3-5 - Nouvel Annonceur) des Tarifs et Conditions Générales de Vente de LAGARDERE PUBLICITE NEWS applicables à compter du 1^{er} janvier 2026, à respecter la part de marché suivante sur LAGARDERE PUBLICITE NEWS en 2026 :

Part de Marché annuelle LAGARDERE PUBLICITE NEWS * (source KANTAR MEDIA)	> ou = à 20 %
Abattement forfaitaire	- 40 %
Abattement forfaitaire <small>(suivant secteurs cf. Conditions d'application de l'Offre LAGARDERE PUBLICITE NEWS -Radio nationale - Article 3-5 Nouvel Annonceur- des Tarifs et Conditions Générales de Vente</small>	- 45 %

*Stations nationales pigées : Europe 1, Europe 2, Radio Nova et RFM.

En contrepartie de l'engagement spécifié ci-dessus, LAGARDERE PUBLICITE NEWS appliquera sur facture, au 1^{er} euro investi, l'abattement correspondant.

L'annonceur s'engage à respecter l'ensemble des conditions d'attribution de l'engagement, telles que définies dans les Tarifs et Conditions Générales de Vente du 1^{er} janvier 2026.

Dans l'hypothèse où au 31 décembre 2026, l'annonceur n'aurait pas respecté les conditions d'attribution de l'abattement anticipé, **et ce quelle qu'en soit la cause**, LAGARDERE PUBLICITE NEWS émettra une facture rectificative. Celle-ci reprendra les factures préalablement émises et tiendra compte de l'abattement rectificatif effectivement applicable en fonction des conditions commerciales en vigueur au jour de la diffusion. L'annonceur devra en outre régler une indemnité pour remises injustifiées correspondant à 11% de la somme résultant de la différence entre l'application de l'abattement anticipé et de l'abattement rectificatif effectivement applicable. La facture rectificative sera exigible dès réception.

Pour LAGARDERE PUBLICITE NEWS
(date, signature et cachet de la société obligatoires)

Pour l'Annonceur / Mandataire
si mandataire lettre de mandat jointe
(date, signature et cachet de la société obligatoires)

POUR UNE GESTION OPTIMISÉE DES MANDATS 2026



Une plateforme opérationnelle dès aujourd'hui

DESTINATAIRES

Annonceurs
Agences mandataires
Régies

CONTENU

Gestion des données
Gestion des workflows
Profils utilisateurs
Relances
E-Signature

BÉNÉFICES

Productivité
Fluidité
Fiabilité
Interaction

CGV
RADIO AUDIO

2026