Lagardère PUBLICITÉ NEWS

2027

LE RÉFLEXE AUDIO

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE RADIO – AUDIO

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

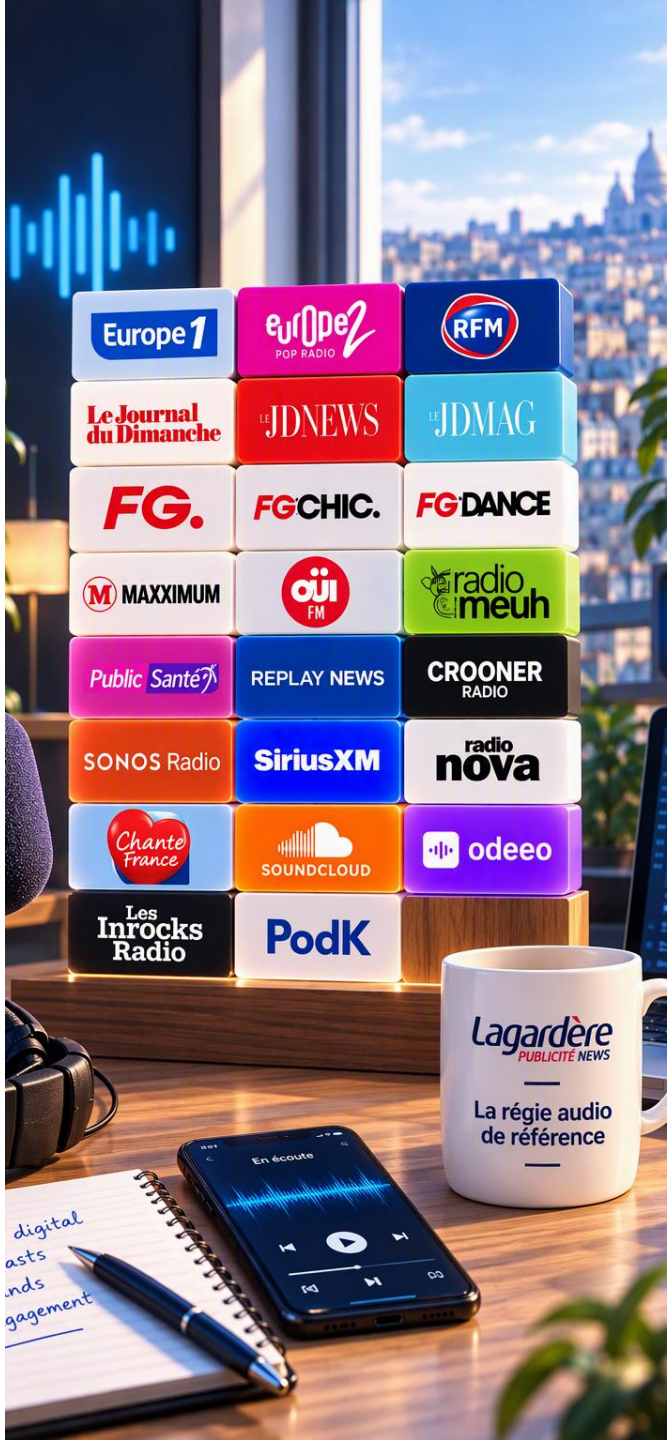
LA RÉGIE AUDIO DE RÉFÉRENCE

+ DE SIMPLICITÉ D'OPPORTUNITÉS DE PERFORMANCE

CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ

- CONDITIONS COMMERCIALES RADIO NATIONALE
- CONDITIONS COMMERCIALES RADIO ÎLE-DE-FRANCE
- CONDITIONS COMMERCIALES RADIO MULTIVILLES

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE



Lagardère PUBLICITÉ NEWS

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE RADIO – AUDIO 2027

01.
LA RÉGIE AUDIO DE RÉFÉRENCE

UNE SEULE RÉGIE.
TOUT L'AUDIO.

L'ensemble des leviers et des marques complémentaires,
réunis au sein d'une offre unique.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

SEULE RÉGIE ACTIVE SUR TOUS LES LEVIERS AUDIO

FM / DAB+

Une audience massive et fidèle au RDV chaque jour



LIVE AUDIO

L'instantanéité de la radio, prolongée sur tous les écrans



WEBRADIOS

Des univers musicaux et thématiques ciblés



PODCASTS

Une écoute choisie et engagée, en contexte



STREAMING

Une audience éclectique, jeune et connectée



JEUX VIDÉO

Une audience captive, en contexte de loisir



👉 **Un accès unique à tous les usages audio.**

DES MARQUES COMPLÉMENTAIRES



👉 **Une diversité éditoriale pour toucher tous les publics.**

TOUS LES TERRITOIRES.
TOUS LES PUBLICS.

Du national au local,
tous les publics à portée d'une seule régie

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

TOUS LES TERRITOIRES COUVERTS

NATIONAL

30 MILLIONS

D'AUDITEURS TOUCHÉS CHAQUE MOIS (1)

Europe 1 · Europe 2 POP RADIO · RFM · radio nova

COUPLAGE LPN

Europe 2 POP RADIO · RFM · radio nova · MAXXIMUM · FG DANCE · CROONER RADIO · FGCHIC. · Les Inrocks Radio

NOUVEAU

ÎLE-DE-FRANCE

5 MILLIONS

D'AUDITEURS TOUCHÉS CHAQUE MOIS (2)

Europe 2 POP RADIO · RFM · radio nova · FG. · OÜI FM · Chante France · FG DANCE · MAXXIMUM · FGCHIC.

NOUVEAU

LOCAL & MULTI-LOCAL

+160

FRÉQUENCES ACTIVES

Europe 2 POP RADIO · RFM · FGL · atomic

MÉTROPOLES · GRANDES VILLES · VILLES MOYENNES · PETITES VILLES · COMMUNES RURALES

Sources : (1)(2) Médiamétrie EAR Insights, Janvier-Mars 2026, LàD, 5h-24h, Couverture 28 jours, 13 ans et +. (1) Lagardère Publicité News. (2) Lagardère Publicité News IDF.

TOUS LES PUBLICS ADRESSÉS



LES JEUNES

46%

DES 13-24 ANS À L'ÉCOUTE DE NOS STATIONS CHAQUE MOIS (1)



LES ADULTES

56%

DES 25-49 ANS À L'ÉCOUTE DE NOS STATIONS CHAQUE MOIS (1)



LES CADRES

57%

DES CADRES À L'ÉCOUTE DE NOS STATIONS CHAQUE MOIS (1)

🏆 1RE RÉGIE RADIO PRIVÉE SUR LES TOP EXÉCUTIFS (2)



LES FAMILLES

56%

DES PARENTS D'ENFANT(S) DE MOINS DE 15 ANS À L'ÉCOUTE DE NOS STATIONS CHAQUE MOIS (1)

Sources : (1) Médiamétrie EAR Insights, Janvier-Mars 2026, LàD, 5h-24h, Couverture 28 jours sur cibles, Lagardère Publicité News.
(2) Médiamétrie EAR Étude Cadres Radio, Septembre 2025-Juin 2026, LàV, 5h-24h, Part d'audience, Top Exécutifs.

TOP EXÉCUTIFS : cible regroupant les Chefs d'entreprise (10 salariés ou plus, CA > 1 M€), Cadres d'entreprise (CA > 1 M€) et Professions libérales, scientifiques, professeurs et cadres publics intervenant dans des décisions d'achat > 50 k€.

UNE DYNAMIQUE QUI S'ACCÉLÈRE

Des performances qui confirment l'attractivité croissante de nos marques et de nos environnements audio.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

LA RÉGIE RADIO QUI ENREGISTRE LA PLUS FORTE PROGRESSION

UNE AUDIENCE DYNAMIQUE

7 MILLIONS

D'AUDITEURS CHAQUE JOUR (1)

+1,4M EN 1 AN

🏆 **PLUS FORTE PROGRESSION TOUTES RÉGIES RADIOS CONFONDUES**

UNE CROISSANCE À 2 CHIFFRES

SUR LES CIBLES MARCHÉ EN 1 AN (2)

25-49 ANS	+50%
25-59 ANS	+33%
CSP+I	+30%
RDA -60 ANS	+35%

Sources : (1)(2) Médiamétrie EAR National, Avril-Juin 2026, LàV, 5h-24h, Évol. vs Avril-Juin 2025, Lagardère Publicité News.
(1) Audience cumulée, 13 ans et +. (2) Audience moyenne sur cibles.

LA RÉGIE DE RÉFÉRENCE SUR L'AUDIO DIGITAL

🏆 **Toujours 1re régie radio privée en audio digital.**

2,85 MILLIARDS

D'IMPRESSIONS PUBLICITAIRES DISPONIBLES PAR AN



👉 **Touchez une audience massive pour atteindre votre cible rapidement, où qu'elle soit.**

Source : Lagardère Publicité News / AdsWizz, Données adserver internes, Octobre 2025-Septembre 2026, Impressions publicitaires disponibles.

UN ÉCOSYSTÈME QUI S'ÉTEND

Des marques, des contenus, des audiences
et des solutions pour amplifier l'impact des campagnes.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

L'ÉCOSYSTÈME S'ENRICHIT

Deux nouvelles marques qui s'intègrent dans l'offre publicitaire de Lagardère Publicité News.

Les Inrocks Radio

La radio **100% DAB+** des Inrocks qui propose un **voyage musical singulier** mixant genres et époques.

793 VILLES COUVERTES (1)

DONT PARIS, ROUEN, RENNES, MARSEILLE, AIX-EN-PROVENCE, NICE...

intégrée dans LPN

PodK

PodK est un label français de **podcasts culturels et éducatifs**.

+40 PODCASTS THÉMATIQUES

+2 MILLIONS D'ÉCOUTES PAR MOIS (2)



Source : (1) ARCOM, Couverture DAB+ des Inrocks Radio, 2026. (2) PodK, Données internes, Septembre 2026.

DES CAPACITÉS DE CIBLAGE RENFORCÉES

CIBLEZ QUI VOUS VOULEZ

Des données plus riches pour qualifier les audiences et enrichir le ciblage des campagnes audio.

- **Personnalisez** vos segments data
- **Data 1st party**
- **Data premium**
  comscore numbereight Nielsen
- **Activation** sur toutes marques, tous leviers et tous environnements d'écoute.

DÉMOGRAPHIE

- Âge
- Genre

MODES DE VIE

- CSP
- Revenus
- Foyer
- Intérêts
- Intentionnistes
- Moments de vie

GÉOGRAPHIE

- Région
- Département
- Ville
- Chalandise

TECHNIQUE

- Météo
- Appareils
- FAI
- Opérateurs
- In-Car

CONTEXTE

- Récits
- News
- Santé & Société
- Éco & Politique
- Culture
- Sport…

ÉMOTION

- Festif
- Chill
- Énergique
- Concentré
- Zen
- Amoureux…

PÉRIMÈTRE D'ACTIVATIONS : Démographique : data déterministe (SoundCloud + Europe 1 en 2027) et data probabilisée partenaires, toutes marques et leviers ; Modes de vie : data déterministe (SoundCloud) et data sémantique tous podcasts ; Émotionnel : déterministe SoundCloud ; Géographique, Technique & Contexte : toutes marques, tous leviers.

AU-DELÀ DE L'AUDIO, UN ÉCOSYSTÈME MÉDIA COMPLET

RADIO

30 MILLIONS

DE FRANÇAIS TOUCHÉS CHAQUE MOIS (1)

Europe 1 · Europe 2 POP RADIO · RFM · radio nova · OÜI FM · FG. · Chante France · CROONER RADIO · atomic · FGCHIC. · MAXXIMUM · FG DANCE · FGL · Les Inrocks Radio NOUVEAU · ET DES RADIOS LOCALES...

AUDIO DIGITAL

238 MILLIONS

D'IMPRESSIONS PUBLICITAIRES PAR MOIS (2)

Europe 1 · Europe 2 POP RADIO · RFM · SONOS Radio · radio nova · Les Inrocks Radio · FG. · Public Santé · REPLAY NEWS · FGCHIC. · MAXXIMUM · FG DANCE · radio meuh · SiriusXM · CROONER RADIO · SOUNDCLOUD · odeeo · PodK NOUVEAU

DISPLAY/VIDÉO

29 MILLIONS

D'IMPRESSIONS PUBLICITAIRES PAR MOIS (3)

Europe 1 · Europe 2 POP RADIO · RFM · Le Journal du Dimanche · JDNEWS

PRESSE

5 MILLIONS

DE LECTEURS BRAND PAR MOIS (4)

Le Journal du Dimanche · JDNEWS · JDMAG

SOCIAL

11 MILLIONS

D'ABONNÉS (5)

OPÉRATIONS SPÉCIALES

BRAND CONTENT · PODCAST · HOST-READ · SPONSORING · TERRAIN · VIDÉO

Sources : (1) Médiamétrie EAR Insights, Janvier-Mars 2026, LàD, 5h-24h, Couverture 28 jours, 13 ans et +, Cumul dédupliqué Europe 1 + Europe 2 + RFM + Radio Nova. (2) LPN / AdsWizz, Données adserver internes, Octobre 2025-Septembre 2026, Impressions publicitaires disponibles moyennes mensuelles. (3) LPN, Données adserver internes, Septembre 2026, Impressions publicitaires disponibles. (4) ACPM OneNext Global, S1 2026, Lecteurs Brand mensuels. (5) LPN, Cumul non-dédupliqué des pages officielles des marques, Janvier 2026, Nombre cumulé d'abonnés.

UNE PUBLICITÉ PLUS RESPONSABLE

Performance média et engagement environnemental avancent désormais ensemble.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

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

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 2027 (1).**

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 (2).**

+3 PTS
EN 1 AN

Source : (1) Alliance de la Radio, Recommandations relatives aux spécifications techniques des publicités audio digitales, 2025-2027. (2) SRI, Référentiel SDAT, 2026.

UNE PUBLICITÉ ENGAGÉE DANS LA DÉCARBONATION

L'Alliance de la Radio, qui regroupe les radios privées, locales et nationales, généralistes et thématiques présentes sur l'ensemble du territoire, poursuit et approfondit les travaux engagés par la filière pour mesurer l'empreinte carbone de la publicité radio et audio.

En avril 2023, l'ensemble des régies nationales radio avait développé avec la société DK une mesure de l'empreinte carbone de la diffusion d'un service de publicité radio et audio. L'objectif était double :

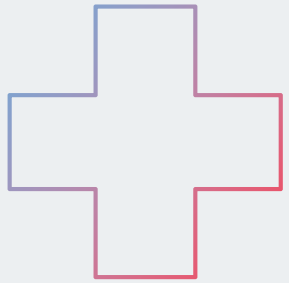
- **Convenir d'une méthodologie de calcul** (hypothèses définies collectivement, sur la base de données marché et de l'état de l'art, et sur des données moyennées pour l'ensemble des régies intégrées au projet), qui s'est matérialisée par la publication d'un référentiel.
- **Intégrer ce référentiel dans un outil commun** à tous les membres afin qu'ils puissent calculer l'impact carbone des campagnes publicitaires radio et audio.

Sous l'égide de l'Alliance de la Radio, ce **référentiel va désormais être complété et approfondi par une deuxième version**, qui sera publiée au premier trimestre 2027.

Ces premiers travaux ont permis aux membres d'être précurseurs dans la réduction du poids carbone des fichiers publicitaires audio et dans l'alignement des spécifications techniques des publicités radio et audio.

Cet enrichissement concernera, entre autres, l'intégration du device autoradio, du cycle de vie des réseaux FM, la modélisation des réseaux numériques, l'approche locale… La deuxième version de ce référentiel sera disponible dans l'outil de DK dès sa publication et dans les outils internes des régies membres au plus tard au cours du trimestre suivant.

02.



DE SIMPLICITÉ D'OPPORTUNITÉS DE PERFORMANCE

🛠 EASY BY LPN.

Acheter de l’audio devient plus simple

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

DES TARIFS PLUS LISIBLES

Saisonnalité rationalisée : une grille plus simple à lire et à anticiper.

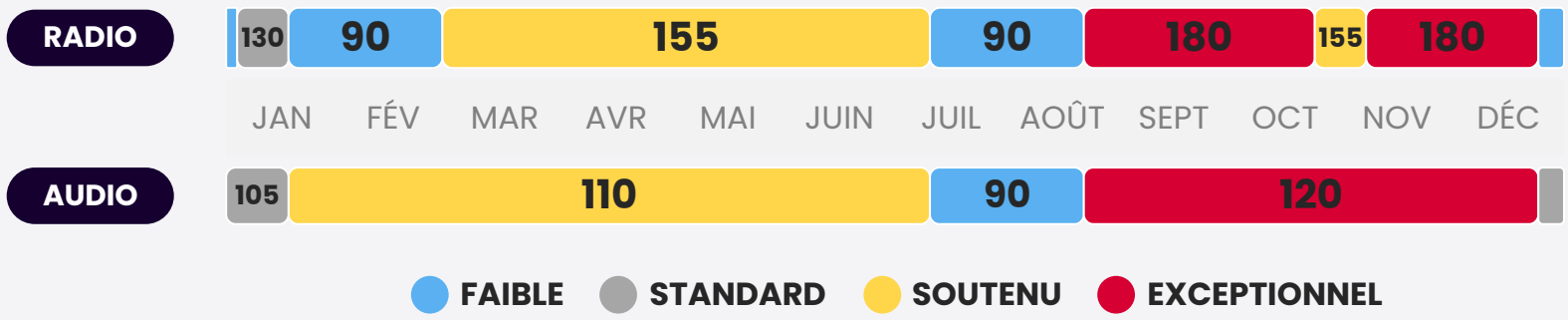
4

INDICES PAR LEVIER

VERSUS 6 INDICES EN 2026

Une grille valable toute l'année, sur toutes les marques.

LE CALENDRIER 2027



EN CONTINUITÉ

Le reste des conditions est reconduit à l'identique.

- ✓ **Indices formats**
- ✓ **Modulations**
- ✓ **Remises tarifaires**

👉 **Un calendrier plus simple pour planifier à l'avance.**

L'ACHAT MÉDIA ENTRE DANS UNE NOUVELLE ÈRE

De l'agent IA au self-service : 2 approches complémentaires pour simplifier l'achat média LPN.

LPN CONNECT

- 👥 Agences & grands annonceurs
- 🛠️ Agent IA
- 💡 J'ai un besoin à exprimer
- 🎯 Planifier, réserver, optimiser, suivre
- ⚙️ À partir d'un brief
- 📣 Audio digital
- 🚀 Productivité

MA PUB BY LPN

- 👥 PME, ETI, annonceurs locaux
- 🛠️ Self-service en ligne
- 💡 Je sais ce que je veux acheter
- 🎯 Choisir son offre et payer en ligne
- ⚙️ Parcours en 4 étapes
- 📣 Radio, Presse, Audio digital
- 🚀 Autonomie

👉 **À chaque besoin, son mode d'achat.**

LPN CONNECT

L’agent IA pour planifier, réserver et optimiser vos campagnes en audio digital.

150+

AGENTS IA ORCHESTRENT CHAQUE ÉTAPE DU PROCESSUS D’ACHAT MÉDIA

PRINCIPE

L'IA AU SERVICE DES AGENCES ET ACHETEURS MÉDIA

Une nouvelle façon de planifier, activer et piloter les campagnes média.

- 🕯️ En ligne ou depuis votre propre IA
- 📝 À partir d’un simple brief
- ✨ Échangez avec l’agent
- 🤝 Propulsé par adventic

DISPOSITIF

VOTRE ASSISTANT MÉDIA

- 💬 Recommandation
- 🧠 Médiaplanning
- 🎯 Réservation & activation
- 📈 Reporting

👉 **L'achat média piloté par l'IA.**

LPN CONNECT

Achetez vos campagnes audio digitales en ligne ou directement depuis votre environnement IA.

1 MÉDIAPLANNING

Construisez
votre plan média
optimisé.

PRODUCTIVITÉ

✅ Disponibilités
en temps réel

✅ Consultation
des inventaires

2 TRANSACTIONNEL

Réservez
les inventaires
et lancez l'achat.

SIMPLICITÉ

✅ Achat
en quelques clics

✅ OI en gré-à-gré
ou en PG

3 REPORTING

Accédez
à vos résultats
en temps réel.

VISIBILITÉ

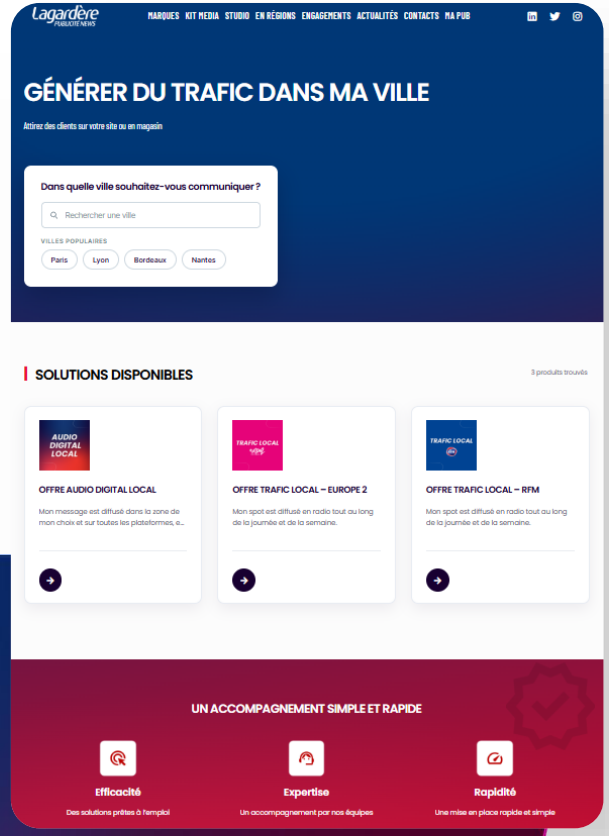
✅ Bilans

✅ Rapports
à la demande

👉 **Un accès direct à l'inventaire, un pilotage continu de la campagne.**

MA PUB BY LPN

L'achat média simple, rapide et accessible à tous.



PRINCIPE

Achetez votre pub en ligne

Créez, réservez et activez vos campagnes en quelques clics.

mapub.lagarderepublicitenews.fr

DISPOSITIF

UN PARCOURS SIMPLIFIÉ

- 📍 Choisissez votre territoire
- 🎯 Définissez votre objectif
- 📦 Sélectionnez votre offre
- 💳 Activez votre campagne

👉 **Il n'a jamais été aussi simple d'acheter de la pub.**

🏷️ LES RDV BY LPN.

Le bon contexte, le bon dispositif, prêt à diffuser

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

LE RDV « L'INSTANT PRIME »

Émergez en prime grâce à une prise de parole hors écran sur nos 4 radios nationales.

PACK

Les rendez-vous les plus puissants méritent des prises de parole exclusives.

L'INSTANT PRIME vous garantit une présence hors écran exclusive, au même créneau en prime, sur nos 4 radios.

890 €
COÛT GRP NET GARANTI
EN PÉRIODE BLEUE, 25 ANS ET +

KPI

12

MILLIONS

D'OCCASIONS
DE FAIRE ÉMERGER
VOTRE MARQUE (1)

DISPOSITIF

2 SEMAINES

40 spots radio

- Europe 1 · Europe 2 · RFM · Radio Nova
- 1 spot / jour / station
- Du lundi au vendredi
- Base 30 s (60 s maximum)
- Diffusion hors écran en prime

Europe 1 : 08h05
Europe 2 : 08h29
RFM : 08h03
Radio Nova : 08h12

D'autres horaires disponibles (2)



Coût GRP net garanti calculé sur la période bleue (indice base 90, base 30"). Le coût GRP net est à ajuster selon la saisonnalité.
Offre ouverte à tous secteurs, toute l'année, dans la limite des disponibilités de planning.
(1) Atelier Radio, Médiamétrie EAR National, Avril-Juin 2026, 13 ans et + - EAR Insights 2026, Contacts 25 ans et +. (2) Voir conditions commerciales

LE RDV SOUNDCLOUD BY LPN

Avant tout le monde, associez votre marque à la découverte musicale.

PACK

Les tendances de demain naissent avant les classements.

Le **RDV SOUNDCLOUD** connecte les marques avec une audience jeune et prescriptrice.

25 000 €

KPI

PRÈS DE

1M

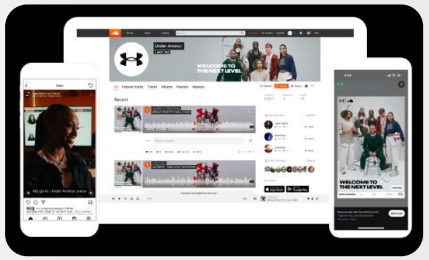
D'IMPRESSIONS DÉLIVRÉES

DISPOSITIF

4 SEMAINES

🎵 Sélection d'un morceau émergent en affinité avec votre marque

📣 Association exclusive avec présence premium audio & display *



* Prerolls audio, interstitiels, habillage, landing page dédiée.



LE RDV DÉCIDEURS

Maximisez votre présence auprès des décideurs économiques.

PACK

Une approche dédiée pour les audiences stratégiques.

Le **RDV DÉCIDEURS** garantit un coût GRP en radio et un CPM en audio digital.

312 €
COÛT GRP NET GARANTI
RADIO, TOP EXÉCUTIFS, PÉRIODE BLEUE

17 €
CPM NET GARANTI
AUDIO DIGITAL

KPI

TOUCHEZ LES DÉCIDEURS

300K
CONTACTS RADIO TOP EXÉCUTIFS (1)

1,5M
D'IMPRESSIONS AUDIO DIGITAL DÉCIDEURS EN ENTREPRISE (2)

DISPOSITIF

1 SEMAINE

80 spots radio

- Europe 1, Europe 2 POP RADIO, RFM, radio nova
- 20 spots par radio, base 30 s
- Lundi à vendredi
- Optimisé sur les Top Exécutifs

Audio digital

- Europe 1, Europe 2 POP RADIO, RFM, radio nova, SONOS Radio, SOUNDCLOUD
- Ciblage décideurs en entreprise (2)



Coût GRP net garanti calculé sur la période bleue (indice 90, base 30", cible : top Exécutifs) à ajuster selon la saisonnalité. CPM Net garanti en audio digital.
(1) Atelier Radio, Médiamétrie EAR Étude Cadres Radio, Septembre 2025-Juin 2026, Contacts sur une semaine, Top Exécutifs.
(2) LPN, Référentiel de ciblage audio digital, 2026, Cumul Business Decision Makers + C-Level + Executives + Sales & Marketing Decision Makers.

LES RDV CONTEXTES

Diffusez vos campagnes dans les environnements les plus affinitaires.

PACK

Chaque campagne a son contexte d'expression.

Les **RDV CONTEXTES** vous permettent de sélectionner l'univers le plus pertinent à votre prise de parole et de construire un médiaplanning sur mesure.



TOTAL INFO

2 SEMAINES

- Tranches info
- Lundi à vendredi
- 120 spots
- base 30 s

12,7 M CONTACTS (1)

Europe 1 · Europe 2 · RFM · radio nova

565 €
COÛT GRP NET GARANTI
25-59 ANS, PÉRIODE BLEUE



TOTAL PARENTHÈSE

2 SEMAINES

- Plan 11h-17h
- Samedi à mercredi
- 160 spots
- base 30 s

13,8 M CONTACTS (1)

Europe 1 · Europe 2 · RFM · radio nova

376 €
COÛT GRP NET GARANTI
25-59 ANS, PÉRIODE BLEUE



Coût GRP net garanti calculé sur la période bleue (indice base 90, base 30", 25-59 ans). Le coût GRP net à ajuster selon saisonnalité.
(1) Atelier Radio, Médiamétrie EAR National, Avril-Juin 2026, contacts sur deux semaines, 25-59 ans.

LES BOOSTERS BY LPN.

Des conditions exclusives pour vos campagnes

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

BOOSTE TON RÉSEAU

Prolongez la puissance de vos campagnes radio nationales : en audio digital ciblé, ou au plus près du point de vente.

EUROPE 1 DYNAMIC

TOUCHEZ TOUTE LA FRANCE, CIBLEZ CHACUN



FM / DAB+
diffusion nationale

+



Audio digital
ciblé : lieu, profil (IA)

NOUVEAU 2027 : DISPONIBLE DANS LES ÉCRANS CLASSIQUES

ÉCHO LOCAL

DÉVELOPPEZ VOTRE MARQUE AU NATIONAL, ACTIVEZ VOS POINTS DE VENTE AU LOCAL



Spot national
toute la France

+



Spot local
adapté à chaque zone

SUR DEVIS, SELON LE NOMBRE DE ZONES

Tarification à la demande, nous consulter.

BOOSTE TON RÉSEAU
EUROPE 1 DYNAMIC

Conjuguez puissance nationale et ciblage digital.

DOUBLE DIFFUSION

EN FM/DAB+
- diffusion nationale

EN AUDIO DIGITAL
- diffusion ciblée aidée par l'IA ✨

ACTIVATION
- Pour un même annonceur
- Sponsoring, hors écran, écran classique NEW

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



¼ DE L'ÉCOUTE D'EUROPE 1 EST DIGITALE (1)



BOOSTE TON RÉSEAU
ÉCHO LOCAL

Rapprochez les consommateurs du point de vente le plus proche.

RADIO
écran publicitaire

spot | spot | **SPOT NATIONAL** — **Dernière position de l'écran**

TOUTE LA FRANCE | **VOS ZONES DE CHALANDISE**

RELAI LOCAL — **1re position de l'écran suivant** | spot | spot

AUDIO DIGITAL

RENFORT GÉOLOCALISÉ
toutes les marques audio digitales LPN

1. **VOUS CHOISISSEZ**
vos zones de chalandise (160 activables)

2. **DEVIS SUR MESURE**
selon le nombre de zones

3. **LPN S'OCCUPE DU RESTE**
enregistrement, diffusion, renfort digital



BOOSTE TON AUDIO

Réduisez le coût de vos campagnes en renforçant votre part d'audio digital.

VOTRE BUDGET TOTAL DE CAMPAGNE

📻 RADIOS NATIONALES | 🎧 AUDIO DIGITAL

› 20 % du budget total

-2 %

DE REMISE SUPPLÉMENTAIRE SUR

- 📻 le coût GRP net radio
- 🎧 le CPM audio digital

CONDITIONS

- 📻 Valable sur les radios nationales (Europe 1, Europe 2, RFM, radio nova, LPN)
- 🎧 Toutes les marques audio digitales
- 📅 Toutes périodes, tous secteurs
- 🤝 Sous réserve d'accord LPN et d'investissement radio stable ou en hausse



BOOSTE TA COUV

Gagnez en couverture sans augmenter votre budget.

VOTRE CAMPAGNE SUR :

LES 3 MUSICALES

Europe 2 POP RADIO · RFM · radio nova

OU LES 4 RADIOS

Europe 1 · Europe 2 POP RADIO · RFM · radio nova

► **+5 %**

DE GRP OFFERTS

CONDITIONS

- GRP offerts diffusés après 9h
- Hors annonceurs actifs 3 ou 4 stations 2026
- Hors contrats annuels
- Sous réserve d'une répartition d'investissement intra LPN conforme aux audiences de la vague en vigueur



03. CONDITIONS COMMERCIALES DE PUBLICITÉ

RADIO NATIONALE.

Conditions commerciales de publicité.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

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 publirédactionnel, 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.

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

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.

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 2027 des Radios LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS sont publiés sous ce lien :
https://www.lagarderepublicitenews.fr/

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

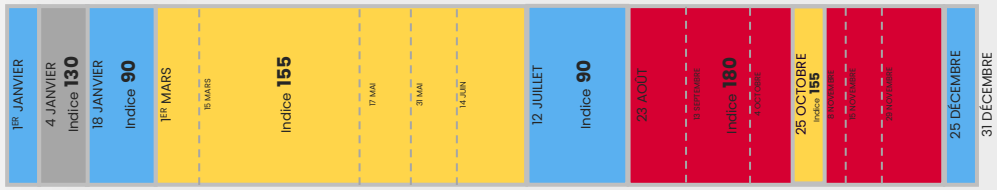
CONDITIONS COMMERCIALES

2. SAISONNALITÉS 2027

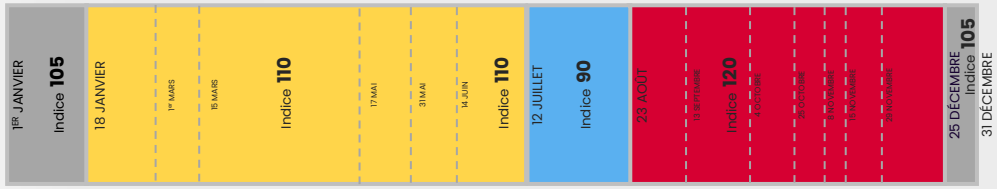
Saisonnalités applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS

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

RADIO



AUDIO DIGITAL



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 2e message sans condition d'emplacement préférentiel.

Hors Écran ▶ SUR DEVIS

Le Hors Écran est un espace publicitaire exclusif, sans encombrement, conçu pour renforcer l'émergence de la marque. Il est réservé à un annonceur unique.

Les dispositifs hors écran sont soumis aux frais de mise à l'antenne et proposés sous réserve des disponibilités de planning et de l'accord préalable de l'antenne.

CONDITIONS COMMERCIALES

- **Hors écran EUROPE 1**
  Lundi-vendredi : 6h28, 6h46, 7h18, 7h52, 8h05, 8h40, 12h33
  Samedi-Dimanche : 6h29, 12h55
  Des horaires au cœur des tranches d'information.

- **Hors écran EUROPE 2**
  Lundi-vendredi : 6h59, 8h29, 16h59, 17h59
  Prime time et drive.

- **Hors écran RFM**
  Lundi-vendredi : 6h03, 7h03, 8h03, 9h03
  Un horaire par heure au cœur du prime time.

- **Hors écran RADIO NOVA**
  Lundi-vendredi : 8h12, 10h12, 16h12, 18h12
  Prime time et drive.

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 dispositifs hors écran.

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 dispositifs hors écran.

Virgule sonore ▶ +5 points
Majoration cumulative aux conditions d'emplacement et modulations tarifaires.

Dispositif Tapis Rouge ▶ SUR DEVIS
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.

CONDITIONS COMMERCIALES

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.

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

Europe 1 Dynamic ▶ SUR DEVIS

Opérations et formats spéciaux ▶ SUR DEVIS



© Pierre-Olivier – CAPA Pictures – Europe 1

CONDITIONS COMMERCIALES

4. DÉGRESSIFS VOLUMES

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 2027 et le 31 décembre 2027 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.

GRILLE APPLICABLE

DU 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2027

CHIFFRE D'AFFAIRES CUMULÉ BRUT (EN €H.T.)						Taux de dégressif au 1er euro
	Europe 1	Europe 2	RFM	radio nova	LPN	
Inférieur à	300 000 €	100 000 €	170 000 €	200 000 €	300 000 €	-15%
À partir de	300 000 €	100 000 €	170 000 €	200 000 €	300 000 €	-30%
À partir de	850 000 €	300 000 €	500 000 €	600 000 €	850 000 €	-32%
À partir de	1 300 000 €	450 000 €	750 000 €	850 000 €	1 300 000 €	-34%
À partir de	2 100 000 €	700 000 €	1 200 000 €	1 400 000 €	2 100 000 €	-36%
À partir de	2 700 000 €	900 000 €	1 550 000 €	1 800 000 €	2 650 000 €	-37%
À partir de	3 300 000 €	1 100 000 €	1 900 000 €	2 200 000 €	3 300 000 €	-38%
À partir de	4 100 000 €	1 350 000 €	2 350 000 €	2 750 000 €	4 050 000 €	-39%
À partir de	5 000 000 €	1 650 000 €	2 900 000 €	3 350 000 €	4 950 000 €	-40%

CONDITIONS COMMERCIALES

5. NOUVEL ANNONCEUR ▶ -40% / -45%
Concerne l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS.
Tout annonceur absent sur les stations nationales de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS entre le 1er janvier 2026 et le 31 décembre 2026 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 2027 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 1er janvier 2027 au 31 décembre 2027 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 2026 (V207).

Pour bénéficier de cette remise forfaitaire sur l'année 2027, 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 – PUB. GOUVERNEMENTALES 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 autres abattements.

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

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.

CONDITIONS COMMERCIALES

C – LPN+

1. DESCRIPTION

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

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 2027.

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 03-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 2027 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…).

CONDITIONS COMMERCIALES

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

Les modulations tarifaires prévues, au paragraphe 3 de la partie 03-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 1er 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.

RADIO ÎLE-DE-FRANCE.

Conditions commerciales de publicité.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

CONDITIONS COMMERCIALES

OFFRE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE

Offre des stations Ile-de-France LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS : Europe 2, RFM, Radio Nova, OÜI FM, FG, Chante France, Maxximum, FG Dance, FG Chic.

Offre LIP ! : se référer aux conditions commerciales et CGV LIP !

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

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 publirédactionnel, 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 2027 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'Éditeur*

CONDITIONS COMMERCIALES

3. SAISONNALITÉS 2027

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 +) : 45 € / 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.

9. OPÉRATIONS ET FORMATS SPÉCIAUX ▶ SUR DEVIS

CONDITIONS COMMERCIALES

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.

La remise professionnelle de 15% est incluse dans le calcul des tarifs bruts, les dégressifs et offres commerciales

1. REMISE NOUVEL ANNONCEUR ▶ -50%

Tout Annonceur absent des stations de l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS RADIOS ÎLE-DE-FRANCE entre le 1er janvier 2026 et le 31 décembre 2026 inclus sera considéré comme nouvel Annonceur du 1er janvier 2027 au 31 décembre 2027 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 1er janvier 2027 au 31 décembre 2027 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%**

CONDITIONS COMMERCIALES

2. REMISE MULTI-STATIONS

L'achat de plusieurs stations commercialisées par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ÎLE-DE-FRANCE (Europe 2, RFM, Radio Nova, OÜI 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%**
6	**SUR DEVIS**

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

CONDITIONS COMMERCIALES

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.

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

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 respectant le nombre maximal de spots par tranche.

Tranches semi-floating, Lundi – Dimanche :
- 6H-10H : 2 spots maximum
- 10H-14H : 2 spots maximum
- 14H-18H : 2 spots maximum
- 18H-22H : 2 spots maximum



© Florian Corcos / RFM

RADIO MULTIVILLES.

Conditions commerciales de publicité.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

CONDITIONS COMMERCIALES

OFFRE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS MULTIVILLES :

Offre des stations multi-locales LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS : Europe 2, RFM.

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

A – MODULATIONS TARIFAIRES

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

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

Le publirédactionnel, 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'Éditeur.*

3. SAISONNALITÉS 2027

Saisonnalités applicables à l'offre LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS MULTIVILLES



CONDITIONS COMMERCIALES

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. EMPLACEMENTS 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.

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 2026 et le 31 décembre 2026 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 2027 au 31 décembre 2027 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%**

CONDITIONS COMMERCIALES

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%**
- >4 STATIONS OU >4 VILLES 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.

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.

CONDITIONS COMMERCIALES

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 respectant le nombre maximal 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 :

- 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.

8. GESTION CENTRALISÉE ▶ -3%
Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé, à l'exclusion de tous les frais de diffusion et de tous les frais techniques, des annonceurs transitant par un mandataire, y compris pour les établissements publics à caractère industriel ou commercial. Elle n'est accordée que si LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS est en possession d'une attestation de mandat conforme. Elle n'est acquise qu'à la condition que le mandataire assure la gestion, le suivi et le règlement des factures pour le compte de l'annonceur.

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

CONDITIONS COMMERCIALES

C – OFFRE COMMERCIALE

OFFRE DUO MULTIVILLES ▶ -50%
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

Offre nette de toute remise présente dans les CGV.

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



© Florian Corcos / Europe 2

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 2027. 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 SPECIALE : 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 NANTERRE sous le numéro 538 865 064, dont le siège social est situé à 6-8-10 RUE GODEFROY, IMMEUBLE OPTIMA, 92800 PUTEAUX).

3 - COMMANDES ET ORDRES DE PUBLICITÉ

Les commandes ou Ordres de publicité concernant les Radios EUROPE 1, EUROPE 2, RFM, Radio Nova, Chante France, OÜI 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 6-10, rue Godefroy, 92800 Puteaux.

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'Éditeur ne saurait être engagée à ce titre. L'Annonceur garantit à la Régie et l' Éditeur 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 Éditeurs, 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 Éditeurs.

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'Éditeur, 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, podcasts…) 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 convenu, étant précisé que les webradios et les podcasts 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 LAGARDÈRE 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 LAGARDÈRE 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'Éditeur 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 dits titulaires.

L'Annonceur garantit la Régie, l'Éditeur 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 règlementation 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 Éditeurs, 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 validés.

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 Éditeurs 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'Éditeur 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 1re 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'Éditeur. 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'Éditeur 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 personnel »).

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Dans tous les cas, que l'Annonceur soit également sous-traitant de l'Éditeur 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'Éditeur 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 2018. (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'Éditeur, 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'Éditeur 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'Éditeur 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'Éditeur. 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 les 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 personnel ».
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 mis 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
6-8-10 RUE GODEFROY, IMMEUBLE OPTIMA, 92800 PUTEAUX

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
6-8-10 RUE GODEFROY, IMMEUBLE OPTIMA, 92800 PUTEAUX

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.

7.7/ Conformément à la réglementation en vigueur, la Régie met en œuvre la facturation électronique selon le calendrier et les modalités applicables. Lorsque la réglementation l'exige, les factures sont émises et transmises sous format électronique par l'intermédiaire d'une plateforme agréée.

L'Annonceur et/ou son Mandataire s'engagent à communiquer à la Régie, sous leur responsabilité, l'ensemble des informations nécessaires à l'établissement, au routage et à la transmission des factures électroniques, notamment leur identifiant de routage, leur adresse de facturation et les références administratives requises. Ils informent sans délai la Régie de toute modification de ces informations.

La Régie ne pourra être tenue responsable d'un retard, d'un rejet ou d'une impossibilité de transmission résultant d'informations incomplètes, erronées ou non actualisées communiquées par l'Annonceur et/ou son Mandataire. Pour toute question relative à la facturation électronique, ces derniers sont invités à contacter leur interlocuteur habituel au sein de la Régie.

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 évènement 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.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

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 règlementation 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 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.

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 évènement 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 quel que 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.

Pour une campagne intégrant une opération de parrainage ou une opération spéciale : les délais pris en compte sont ceux du paragraphe 4 des présentes conditions générales de vente POUR LES OPÉRATIONS DE PARRAINAGE ET LES OPÉRATIONS SPÉCIALES».

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 suivantes :

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 évènementiels : 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 animées.

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 dégagée de sa responsabilité concernant la bonne diffusion de la Publicité.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

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.

17 – UTILISATION DES FONCTIONNALITÉS REPOSANT SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Certains services proposés par la Régie peuvent intégrer des fonctionnalités reposant sur des technologies d'intelligence artificielle, générative ou non, notamment des agents conversationnels ou des assistants d'achat média avec lesquels l'Annonceur et/ou son Mandataire peuvent interagir directement. L'utilisateur est informé lorsqu'il interagit avec un système d'intelligence artificielle.

Les analyses, recommandations, plans média, estimations, synthèses ou suggestions produits par ces outils sont générés automatiquement à partir des informations disponibles au moment de leur traitement. Ils peuvent comporter des erreurs, omissions, approximations, biais ou informations obsolètes et sont fournis à titre indicatif et d'assistance à la décision.

L'Annonceur et/ou son Mandataire demeurent responsables de la vérification, de l'analyse critique et de la validation des résultats avant toute utilisation ou mise en œuvre. Aucun résultat généré par un outil d'intelligence artificielle ne constitue un engagement contractuel de la Régie tant qu'il n'a pas été expressément confirmé par une personne habilitée et, le cas échéant, formalisé dans un Ordre de publicité ou un Bon de commande accepté par la Régie.

L'Annonceur et/ou son Mandataire demeurent seuls responsables des informations, requêtes, briefs et documents transmis aux outils d'intelligence artificielle. Ils garantissent disposer des droits nécessaires sur ces éléments et s'interdisent d'y intégrer des données personnelles sensibles, des informations confidentielles appartenant à des tiers ou tout contenu dont l'utilisation ou la divulgation serait illicite.

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE RADIO – AUDIO 2027

05. ACTIVEZ LE RÉFLEXE

Une équipe d'experts à votre écoute.

PARLONS DE VOTRE PROJET

Nos équipes vous accompagnent à chaque étape de votre prise de parole audio.



Franck GODIN
Président



François DONVAL
Directeur général commerce



Laurent DAURON
Directeur des opérations & yield



Viviane ROUVIER
Directrice brand content



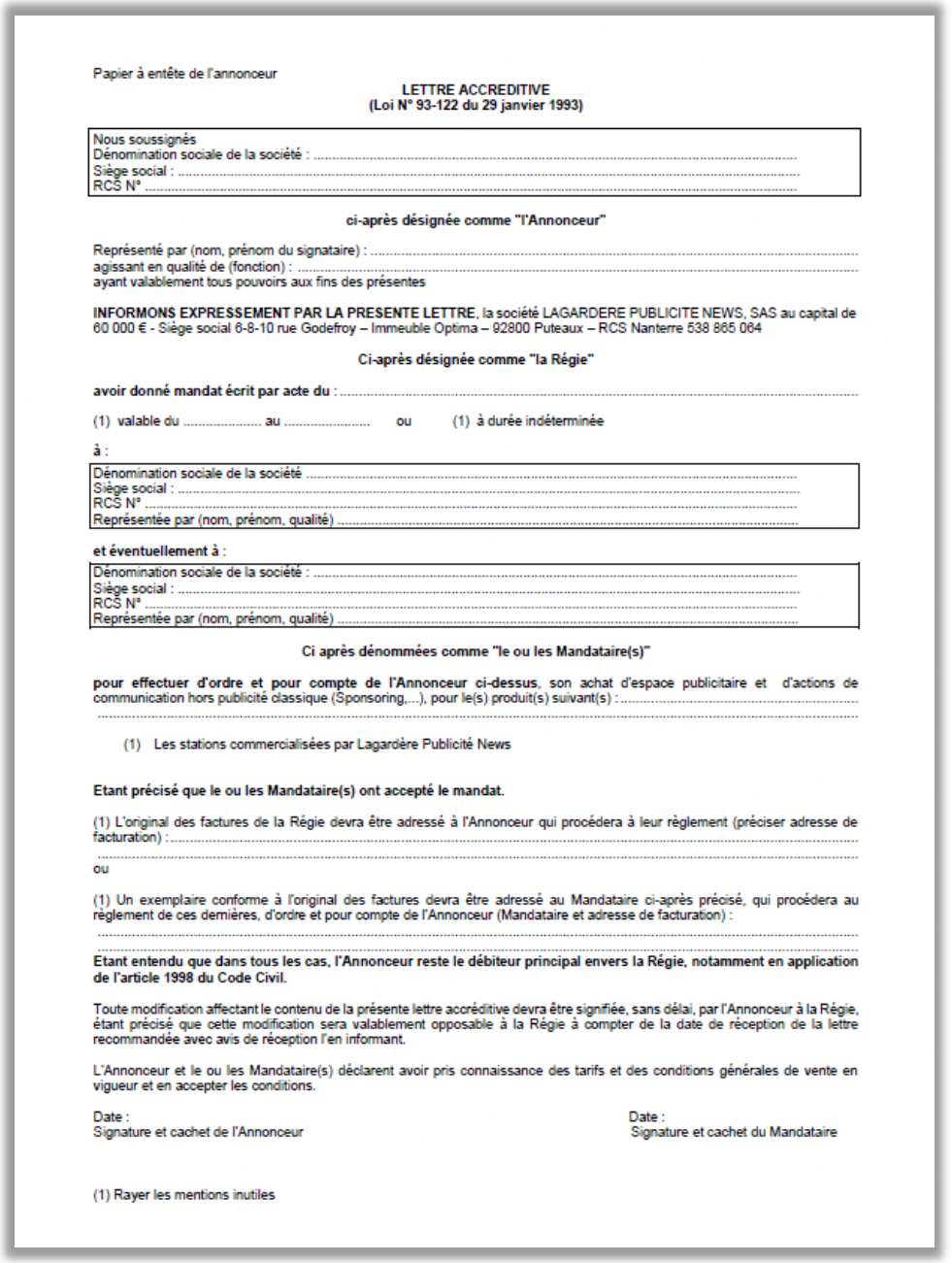
Guillaume BARREYRE
Directeur marketing

👉 **Contactez-nous pour activer votre audio.**

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 8-8-10 rue Godefroy – Immeuble Optima – 92800 Puteaux – RCS Nanterre 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) Les stations commercialisées par Lagardère Publicité News

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 procédera 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 procédera 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.

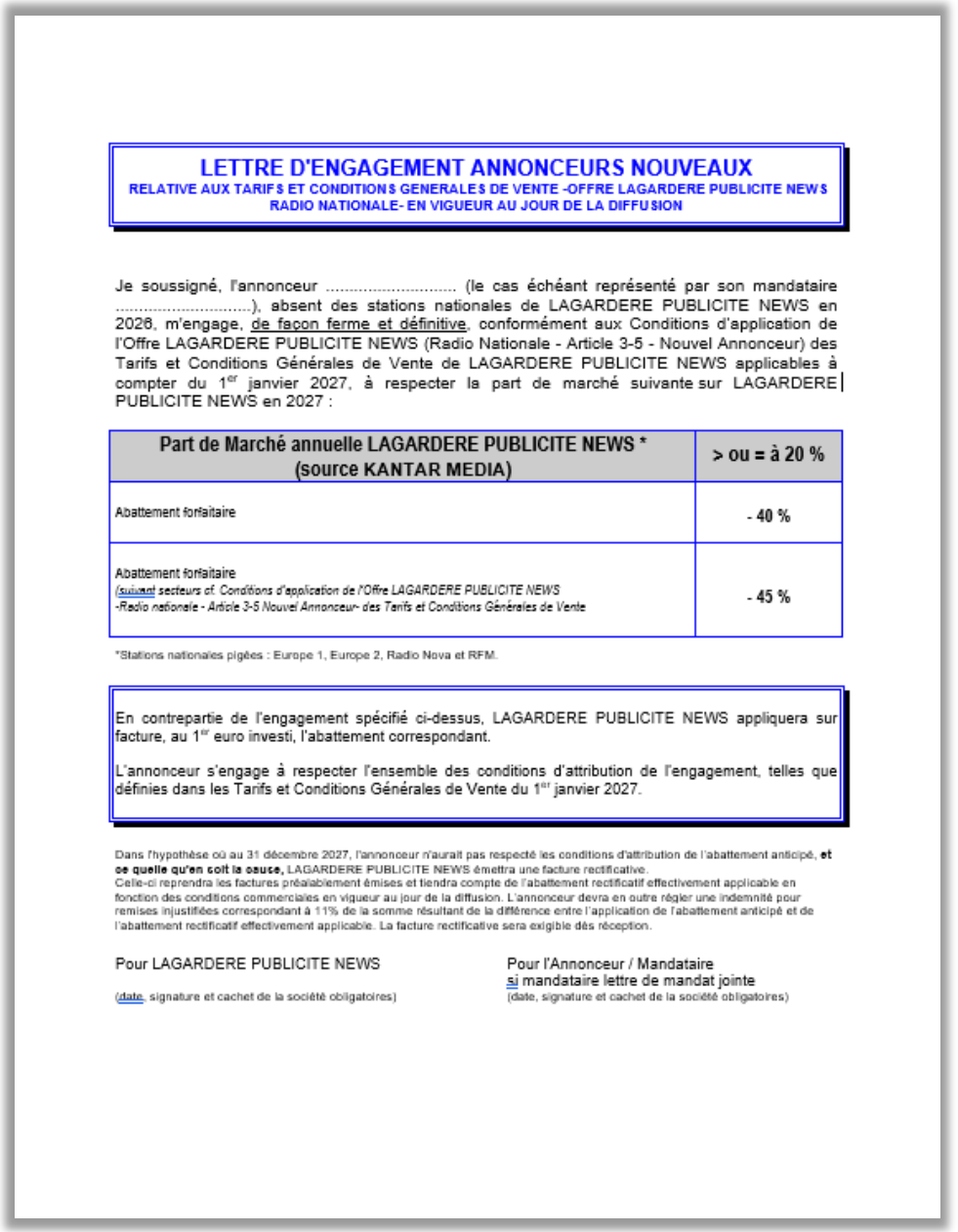
Date :
Signature et cachet de l'Annonceur

Date :
Signature et cachet du Mandataire

(1) Rayer les mentions inutiles

LETTRE D'ENGAGEMENT

TÉLÉCHARGER



LETTRE D'ENGAGEMENT ANNONCEURS NOUVEAUX

RELATIVE AUX TARIFS ET CONDITIONS GENERALES 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 2026, 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 1er janvier 2027, à respecter la part de marché suivante sur LAGARDERE PUBLICITE NEWS en 2027 :

Part de Marché annuelle LAGARDERE PUBLICITE NEWS * (source KANTAR MEDIA)	> ou = à 20 %
Abattement forfaitaire	- 40 %
Abattement forfaitaire *(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*	- 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 1er 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 1er janvier 2027.

Dans l'hypothèse où au 31 décembre 2027, 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 2027

mymandat

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

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, Société par Actions Simplifiée à Associé Unique au capital de 60 000 Euros, dont le siège social est situé à : IMMEUBLE OPTIMA 6-8-10 RUE GODEFROY 92800 PUTEAUX. Immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre sous le n°538 865 064. Contacts : 01 80 20 30 00, regie@lagarderenews.com, https://www.lagarderepublicitenews.fr

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

2027

LE RÉFLEXE AUDIO

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE RADIO – AUDIO