

Cahier des charges de l'appel à candidatures « Campagnes d'intérêt général »

1. Contexte

France Médias Monde, société nationale de programmes et acteur de référence dans le paysage audiovisuel mondial, souhaite ouvrir à titre gracieux certains de ses espaces publicitaires - dits de comblement - sur la chaîne France 24, à des organisations qui œuvrent pour des causes d'intérêt général, aussi bien nationales qu'internationales. Les campagnes publicitaires peuvent porter sur des thématiques telles que la santé, la culture, le patrimoine, l'environnement ou encore l'innovation et sont de nature à susciter l'intérêt des publics du groupe par leur nature informative et/ou éducative.

Pour ce faire, France Médias Monde lance un appel à candidatures, afin de sélectionner les organismes qui pourront bénéficier de ce dispositif dans les conditions définies dans le présent appel à candidatures.

2. Objectifs de cet appel à candidatures

La mise à disposition d'espaces publicitaires à titre gracieux au profit des Candidats s'inscrit dans le cadre d'une politique d'antenne répondant à plusieurs objectifs :

- 1/ Informer et sensibiliser les publics du monde entier sur des enjeux majeurs de société, de santé, d'environnement, de culture, de patrimoine, d'innovation, ou de toute autre thématique d'intérêt général.
- 2/ Permettre à des acteurs engagés dans la défense de causes d'intérêt général de se faire connaître en portant à la connaissance du public leurs initiatives, actions et messages.
- 3/ Diversifier les contenus ou campagnes de comblement afin de garantir une qualité d'antenne conforme aux exigences éditoriales de France 24.

3. Le dispositif

L'appel à candidatures se déroule en plusieurs étapes et prévoit, pour l'année 2025, le recueil, l'évaluation et la sélection des campagnes publicitaires dans un délai de deux (2) mois à compter de la diffusion de l'appel à candidatures qui commencera le 8 octobre 2025 jusqu'au 28 novembre 2025.

L'appel à candidatures prévoit d'offrir à chaque projet retenu, dans la limite de 30 projets maximum, 18 passages publicitaires minimum d'une durée de 30 secondes sur la chaîne France 24 selon les disponibilités planning de la régie publicitaire de France Médias Monde.

Les spots publicitaires sélectionnés pourront être diffusés en floating avec au minimum 18 passages garantis sur une période de trois (3) mois.

France Médias Monde ne peut fournir aucun plan média en amont de la diffusion des spots publicitaires.

Une mention sera intégrée pendant chaque spot publicitaire informant le téléspectateur que cet espace a été offert par France Médias Monde.

En fin de campagne, un bilan de diffusion sera remis aux Candidats.

Les écrans publicitaires de comblement mis à disposition dans le cadre de cet appel à candidature concernent le signal France (en Europe) et Monde de l'antenne en français de la chaîne France 24, pour une diffusion européenne et sur les pays représentés sur la carte en annexe 3.

France Médias Monde reste la seule responsable de ses contenus éditoriaux diffusés sur France 24. Le Candidat déclare ainsi avoir pris connaissance du fait que France Médias Monde, en raison de sa qualité de médias de service public diffusant de l'information internationale en continue, pourrait à tout moment modifier, voire annuler les messages de communication, et notamment si un événement majeur lié à l'actualité nationale ou internationale nécessitait une modification de la grille des programmes.

Dans ce cas de figure, aucune compensation financière ne serait requise de la part de France Médias Monde.

France Médias Monde précise également qu'elle ne relayera pas d'appel aux dons intégrés dans les spots publicitaires.

4. Modalité de sélection des projets

a. Critères d'éligibilité du Candidat et du projet

Critère d'éligibilité du Candidat porteur du projet

Les projets déposés dans le cadre de cet appel à candidatures feront l'objet d'une analyse préalable par la régie de France Médias Monde en vue de vérifier leur éligibilité.

Seront éligibles :

- Les associations, organisations, organismes, institutions, administrations dont l'activité principale ne repose pas sur la vente d'un produit ou un service (n'est pas commerciale) mais réside dans sa vocation servir une cause d'intérêt général (éducation, santé, patrimoine, environnement, culture, innovation etc...)
 - o dont le siège social est situé en France ou à l'étranger
 - o en conformité administrative sur le plan social et fiscal.

Le Candidat devra fournir à France Médias Monde le spot publicitaire déjà réalisé, selon les spécificités techniques listés en Annexe 1.

France Médias Monde se réserve la possibilité de refuser le spot publicitaire si celui-ci ne correspond pas aux spécificités techniques requises pour sa diffusion (Annexe 1).

Le Candidat garantit expressément France Médias Monde avoir obtenu l'intégralité des droits et autorisations (notamment cessions de droits d'auteurs, droits voisins, droit à l'image, etc.) nécessaires à l'exploitation et la diffusion du spot publicitaire par France Médias Monde sur la chaîne France 24 en broadcast et pour le monde entier, et garantit France Médias Monde contre tout trouble ou revendication, éviction quelconque, de sa part ou de celle de tiers, contre toute action en contrefaçon ainsi que toute autre action en responsabilité du fait du spot publicitaire qu'il aura réalisé et/ou et livré à France Médias Monde.

Critères d'éligibilité des projets

Un projet est éligible au présent appel à candidatures à condition qu'il rentre dans une des catégories suivantes :

- l'éducation
- la santé
- la culture
- le patrimoine
- l'environnement
- l'innovation

Le projet devra respecter un caractère informatif et de sensibilisation autour de sa thématique.

Ces projets peuvent concerner des faits ou des actions locales, nationales, régionales pouvant être également adaptées ou déployées dans d'autres zones.

Le Candidat sera responsable de la teneur du message et de sa conformité à la législation, aux CGV de France Médias Monde, ainsi qu'à son cahier des charges.

Pour rappel, selon le cahier des charges de France Médias Monde, les spots publicitaires :

- Doivent être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la dignité de la personne humaine, et ne pas porter atteinte au crédit de l'Etat.
- Doivent être exempte de toute discrimination (en raison de la race, du sexe, de la nationalité, du handicap, de l'âge ou de l'orientation sexuelle), de toute scène de violence et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement.
- Ne doivent pas contenir des éléments de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs.
- Doivent être conçus dans le respect des intérêts des consommateurs (pas d'allégations ou de présentations fausses).
- Ne doivent pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs.

Est également interdite la publicité concernant d'une part les produits dont la publicité télévisée fait l'objet d'une interdiction législative et d'autre part, les produits et secteurs économiques suivants : boisson comprenant plus de 1,2 degré d'alcool et l'édition littéraire.

De plus, la législation française n'autorise pas la publicité pour le tabac et les produits du tabac, les médicaments sur prescription médicale, les armes à feu, l'assistance juridique et les préparations alimentaires pour nourrissons.

Depuis l'adoption de la loi « Climat et résilience » du 22 août 2021, il n'est possible d'affirmer dans une publicité qu'un produit ou service est neutre en carbone seulement si l'association 1/ fournit un bilan d'émissions de gaz à effet de serre, 2/ explique la démarche grâce à laquelle les émissions de gaz à effet de serre du produit sont évitées, réduites et compensées, 3/ explique les modalités de compensation des émissions de gaz à effet de serre.

Seuls les Candidats dont le projet respecte l'ensemble des critères ci-avant énoncés verront leur dossier de candidature étudié par la régie de France Médias Monde.

b. Dossier de candidature

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

- Description du Candidat (taille, structure, objectifs, projets réalisés sur les dernières années, présentation de vos projets en cours) ;
- Une copie des comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) ;
- Présentation de tous types de documents attestant de la création effective de l'organisme (documents types CERFA 13973/12156/13971, formulaires administratifs etc...) ;
- Description du projet de communication dans le cadre de la candidature :
 - Le projet devra porter sur des actions concrètes d'information et/ou de sensibilisation.
- Présentation de ses partenaires éventuels (le message ne devra cependant procéder d'aucune démarche commerciale, par exemple inciter à un acte d'achat, ni citer des marques commerciales, ni appeler aux dons) ;
- Présentation des messages que le Candidat souhaite véhiculer à travers son projet.

Il est néanmoins rappelé au Candidat que son dossier de candidature soumis dans le cadre de son projet s'accompagne du spot publicitaire qu'il a déjà réalisé et bon pour diffusion, selon les spécificités techniques listées en Annexe 1.

Le Candidat pourra également ajouter toute pièce permettant de justifier son éligibilité au présent appel à candidatures.

c. Modalités de remise du dossier de candidature

Les dossiers de candidature doivent être déposés via le formulaire sur le lien [suivant](#) avant le 28 novembre 2025 à minuit (heure de Paris). Les dossiers de candidature reçus après cette date ne seront pas retenus.

Adresse électronique de correspondance pour toute information : campagneinteretgeneral@francemm.com

Les Candidats dont le projet est retenu seront contactés par France Médias Monde au plus tard le 10 janvier 2026.

La participation à l'appel à candidatures vaut acceptation par le(s) Candidat(s) de toutes les clauses du présent appel à candidatures qui constituent les termes du contrat.

France Médias Monde se réserve le droit de modifier les dates, d'interrompre, de supprimer ou de différer son appel à candidatures à tout moment, comme elle le souhaite, sans préavis et notamment en fonction de ses besoins opérationnels, sans que sa responsabilité ne puisse être recherchée de ce fait.

d. Critères d'évaluation des candidatures

Les projets éligibles seront soumis à l'avis d'un jury interne composé de membres de la régie publicitaire, de la RSE et des rédactions des médias de France Médias Monde qui choisira les projets en fonction de :

- La pertinence de l'action présentée par rapport aux thèmes de l'appel à candidatures
- Le caractère inspirant, intéressant et répliquable du message porté

- La formulation du message qui présente l'action au sein de la vidéo envoyée
- Le respect du règlement de la régie publicitaire de FMM et du cadre légal
- Le caractère diffusable du spot (qui doit respecter les spécificités techniques listées en Annexe 1.

Les critères d'évaluation présentés ci-dessus sont détaillés sous forme de notation au sein de la grille de sélection jointe en annexe 2 du présent document.

Les décisions du jury sont sans appel, elles ne pourront faire l'objet d'aucun recours quel qu'il soit.

5. Traitement des informations personnelles lors de la procédure

Les informations recueillies lors de la présente procédure d'appel à candidature sont enregistrées dans un fichier informatisé par le responsable de traitement, France Médias Monde, situé au 80 rue Camille Desmoulins – 92130 Issy les Moulineaux pour sélectionner le ou les attributaire(s) de cette procédure sur la base des offres communiquées par chacun des candidats.

Ce traitement est fondé sur la base légale du contrat.

Les données collectées contiennent notamment les données personnelles suivantes : nom, prénom, qualité ou fonction et coordonnées professionnelles des représentants des candidats (adresse, numéro de téléphone, adresse de courrier électronique), et toutes autres données communiquées dans le cadre des offres.

Les destinataires des données sont les personnes au sein de France Médias Monde en charge de l'exécution du présent appel à candidatures. Dans le cas où votre candidature est retenue, ces données pourront être partagées avec France Télévisions Publicité dans le cadre de la diffusion de votre campagne sur les antennes de France 24.

Les données sont conservées pendant deux (2) ans à compter de la notification des résultats de l'appel à candidature pour les candidatures non retenues, et cinq (5) ans à compter de l'exécution du contrat pour les candidatures retenues. Elles sont hébergées par Microsoft en Europe. Dans le cadre de cet hébergement, Microsoft ne pourra ni accéder aux données saisies, ni les utiliser à ses propres fins.

Conformément à la loi n°78-17 « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée par la loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui le concernent.

Pour exercer ces droits ou pour toute question sur le traitement de vos données dans ce dispositif, veuillez adresser un courrier à l'adresse suivante : France Médias Monde, Délégué à la protection des données personnelles, 80 rue Camille Desmoulins – 92130 Issy les Moulineaux ou un courriel à l'adresse suivante : dpd@francemm.com_en précisant l'objet de votre demande.

Par ailleurs, vous disposez de la possibilité d'introduire une réclamation auprès d'une autorité de contrôle, en France la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL), si vous estimez que vos droits sur vos données ne sont pas respectés après nous avoir contactés.

Annexe 1 : Spécificités techniques

□ Formats acceptés en HD

▪ Vidéo

XDCAM HD 4.2.2 QUICKTIME	XDCAM HD QUICKTIME
Balayage entrelacé	Balayage entrelacé
XDCAM HD 4.2.2 1080i	XDCAM HD 1080i
Résolution : 1920x1080	Résolution : 1440x1080
16/9 anamorphosé en 4/3	16/9 anamorphosé
4.2.2	4.2.0
Priorité de trame : trame impaire en premier (Upper Field first)	Priorité de trame: trame impaire en premier (Upper Field first)
Fréquence d'image : 25 images/s	Fréquence d'image : 25 images/s
Débit : 50Mb/s	Débit : 35Mb/s
Débit constant (CBR)	Débit constant (CBR)

▪ Son

Noncompressé:PCM, WAV ou AIFF échantillonnage 48KHz Quantification 24 bits ou 16 bits (20 bits formellement proscrit) **Piste 1 = canal gauche, piste 2 = canal droit**

Le niveau audio du programme ne doit pas dépasser les valeurs autorisées par le CSA, soient -23 LUFS en intensité moyenne (programme Loudness) et -20 LUFS en intensité courte (Short term Loudness), en respectant **le paramétrage de la norme EBU :**



France
médias
monde



Formats acceptés en SD

- Vidéo

MPEG2 MXF op1a	IMX QUICKTIME
Balayage Entrelacé	Balayage entrelacé
MPEG2 422P@ML	MPEG-IMX
Résolution :720x608	Résolution :720x608
16/9 anamorphosé en 4/3	16/9 anamorphosé en 4/3
4.2.2	4.2.2
Priorité de trame : Trame impaire en premier (Upper Field first)	Priorité de trame : trame impaire en premier (Upper Field first)
i-frame uniquement	
Fréquence d'images : 25 images/s	Fréquence d'image : 25 images/s
Débit : 50Mb/s	Débit 50Mb/s
Débit constant (CBR)	Débit constant (CBR)
Vertical Interval Time Code (VITC) présent sur les lignes 19 et 21	Vertical Interval Time Code (VITC) présent sur les lignes 19 et 21

Son

Noncompressé: PCM, WAV ou AIFF échantillonnage 48KHz Quantification

24 bits ou 16 bits (20 bits formellement proscrit) Piste 1 = canal gauche,

Piste 2 = canal droit

Le niveau audio du programme ne doit pas dépasser les valeurs autorisées par le CSA, soient -23 LUFS en intensité moyenne (programme Loudness) et -20 LUFS en intensité courte (Short term Loudness), en respectant le paramétrage de la norme EBU : R 128

Annexe 2 : Grille de sélection

Grille de sélection – Appel à candidatures « Campagne d'intérêt général »		
	Critère	Note
1	Pertinence de l'idée présentée par rapport aux thèmes de l'appel à candidatures <i>Le spot proposé respecte t'il les thématiques d'intérêt général ?</i> <i>Le spot est-il facilement compréhensible ainsi qu'informatif ?</i> <i>Le spot proposé n'a pas d'impact ou d'externalités négatives par rapport aux fins visés ?</i>	
2	Caractère inspirant et répliquable du spot <i>La solution proposée donne-t-elle envie d'agir, tant en tant que citoyen qu'en tant qu'organisation engagée ?</i>	
3	Formulation du spot qui présente l'action au sein de la vidéo envoyée <i>Le message permet-il de faire passer le bon message ?</i> <i>Est-il construit de manière intelligible ? Vérifier qu'il n'y ait pas de notions pouvant induire le spectateur en erreur.</i> <i>Ne contribue-t-il pas, à son insu, à colporter des valeurs ou des messages contraires ou incohérents avec le thème choisi ?</i>	
4	Respect du règlement de la régie publicitaire de FMM et du cadre légal	<u>Non noté mais éliminatoire si non respecté</u>
5	Caractère diffusable du spot	<u>Non noté mais éliminatoire si non respecté</u>

Annexe 3 : Zones de diffusion

Décrochage France

Astra 1

