MINISTERE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES

REPUBLIQUE DE GUINEE

Travail-Justice-Solidarité

ARRÊTÉ CONJOINT AC/2023_3379_/MIC/MEF/CAB/SGG

FIXANT LES TARIFS APPLIQUÉS AUX PRESTATIONS ET SUPPORTS PUBLICITAIRES EN REPUBLIQUE DE GUINEE

LES MINISTRES

Vu la Charte de la transition ;

Vu la Loi L/2017/056/AN du 08 décembre 2017, modifiant certaines dispositions de la Loi L/2016/075/AN du 30 Décembre 2016 portant Gouvernance Financière des Sociétés et Etablissements Publics en République de Guinée ;

Vu la Loi L/2018/025/AN du 03 juillet 2018, portant Organisation Générale de l'Administration Publique ;

Vu l'Ordonnance O/2021/001/PRG/CNRD/SGG du 16 septembre 2021, portant prorogation des lois nationales, des conventions, traités et accords internationaux en vigueur au 05 Septembre 2021 ;

Vu le Décret D/2018/239/PRG/SGG du 28 septembre 2018, fixant les conditions d'application de la Loi L/2017/056/AN du 08 décembre 2017 modifiant certaines dispositions de la Loi L/2016/075/AN du 30 Décembre 2016 portant gouvernance financière des sociétés et établissements publics en République de Guinée ;

Vu le Décret D/2022/0043/PRG/SGG du 20 janvier 2022, portant attributions et organisation du ministère de l'Information et de la Communication ;

Vu le Décret D/2022/387/PRG/CNRD/SGG du 20 août 2022 portant nomination du Premier Ministre, Chef du Gouvernement de Transition ;

Vu le Décret D/2022/548/PRG/CNRD/SGG du 18 novembre 2022 modifiant la Structure du Gouvernement de Transition ;

Vu le Décret D/2022/549/PRG/CNRD/SGG du 18 novembre 2022 portant nomination des membres du Gouvernement de Transition ;

Vu le Décret D/2022/578/PRG/CNRD/SGG du 12 décembre 2022 portant attributions et organisation du ministère de l'Economie et des Finances ;

Vu le Communiqué N° 01 du Comité National du Rassemblement pour le Développement (CNRD) du 05 septembre 2021 portant prise effective du Pouvoir par les Forces de Défense et de Sécurité.

ARRÊTENT

CHAPITRE 1 : OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

Article 1 : Le présent Arrêté conjoint fixe les tarifs appliqués aux prestations et supports publicitaires en République de Guinée. Il s'applique à tous les supports publicitaires, les prestations de service en publicité, le marketing mobile, les plateformes de diffusions télévisuelles, la diffusion de publicité et de publi-reportages dans les médias publics et les insertions dans la presse publique.

CHAPITRE 2 : DEFINITION DES TERMES

Article 2 : Aux termes du présent Arrêté, les termes ci-après doivent être entendus de la façon suivante :

Affichage publicitaire :

- tout tract ou prospectus, tout visuel imprimé, tout caisson lumineux ou tout autocollant apposé sur des supports, sur des meubles ou des immeubles et visible du grand public ;
- la publicité effectuée au moyen de supports statiques, mobiles, spectaculaires ou en volume, sur lesquels sont apposés, diffusés, projetés ou représentés des images et messages fixes, mobiles, sonores, par voie d'impression, de décoration, de calligraphie, de spots et d'animation ;
- tout support de communication visuelle de formats variables apposé sur des panneaux publicitaires, des murs, des toitures, ou tout emplacement prévu à cet effet, en vue de la diffusion au public de messages publicitaires.

Affichette : affiche de petite taille que l'on peut coller sur un support ou qui est parfois distribuée lors des opérations marketing sur le terrain.

Annonceur : toute personne physique ou morale qui commande une publicité pour promouvoir son image, ses produits ou services.

Communication publicitaire : toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, dans le but de promouvoir les vertus d'un produit, d'une marque de produits, d'un service ou d'une entreprise, en vue d'inciter le public à son acquisition ou à son utilisation.

Conseil en publicité : activité exercée par une personne physique ou morale consistant en l'étude, la conception, la réalisation et la mise en œuvre de projets, de campagnes ou de programmes publicitaires pour bâtir et entretenir la notoriété d'une marque ou d'un service d'une personne physique ou morale.

Consommateur : personne physique ou morale à qui est adressée un message publicitaire ou qui est susceptible de le recevoir.

Courtage en publicité : toute activité exercée par une personne physique ou morale qui recherche pour le compte de son mandataire, des activités de publicité.

Ecran publicitaire : ensemble de spots publicitaires continus sur un support audiovisuel et/ou en ligne.

Editeur de supports : personne physique ou morale qui étudie, crée ou conçoit des supports publicitaires.

Edition publicitaire : activité consistant en l'étude, en la création et en la conception de tous types de dispositifs servant à la présentation et à l'exposition d'un message publicitaire.

Emission : s'entend comme un programme ou une tranche de programme audiovisuel et/ou en ligne.

Emission interactive : s'entend comme une émission qui implique une communication bidirectionnelle entre un support audiovisuel et/ou en ligne et ses auditeurs.

Film ou documentaire publicitaire : message publicitaire dont la durée varie est au-delà de 60 secondes, diffusé en télévision, en radio, sur internet ou tout autre média, ou dans le domaine de l'affichage publicitaire digital dont le but est de capter l'attention du public sur une marque, un produit, un service ou un événement.

Gadget : s'entend comme un objet, offert à des clients actuels ou potentiels dans le but d'assurer la promotion d'un produit ou d'un service en vue de les attirer ou les fidéliser.

Interview : s'entend comme un entretien avec une personne, pour l'interroger sur ses actes, ses idées, ses projets, afin d'en publier ou diffuser le contenu échangé au cours de cet entretien.

Homme-sandwich : personne dont l'activité consiste à circuler à pied dans les rues en portant deux placards de publicité, un devant et l'autre sur le dos, reliés par des sangles sur les épaules.

Hors-média : tout vecteur de messages publicitaires ne mettant pas en œuvre la notion de média.

Magazine : s'entend comme une émission audiovisuelle et/ou en ligne traitant régulièrement de sujets variés ou appartenant à un même domaine de connaissances.

Marketing direct : ensemble des techniques de communication mises en œuvre pour atteindre le grand public, avec la possibilité de valider à chaque fois la réception des messages émis et d'amorcer un dialogue interactif dans le temps.

Marketing mobile : s'entend comme le fait de réaliser des actions de marketing à destination d'un consommateur, par le biais d'un support mobile.

Marketing de téléphonie : s'entend comme le fait de réaliser des actions de marketing à destination d'un consommateur, par le moyen du téléphone.

Mécénat : toutes contributions de personnes physiques ou morales afin de promouvoir et de financer des activités culturelles, sportives, artistiques, scientifiques, ou communautaires, sans contrepartie.

Média : tout moyen de communication permettant d'atteindre un public donné de façon collective et simultanée et faisant intervenir un ensemble de techniques et de technologies de production et de diffusion de masse, entre la source du message et ses destinataires.

Message publicitaire : s'entend comme :

- un type de communication destiné à retenir l'attention d'un public déterminé ;
- toute information principale véhiculée par une communication publicitaire et dont le contenu est relatif au langage utilisé, aux présentations visuelles, audiovisuelles et/ou en ligne.

Microprogramme : s'entend comme un message radiophonique utilisé dans les campagnes éducatives composé de plusieurs éléments dont l'ensemble concourt à présenter de manière persuasive une idée ou une indication à l'action. Ce message est caractérisé par sa durée très courte destinée à une programmation répétitive.

Office Guinéen de Publicité (OGP) : organe de Régulation de la Publicité en République de Guinée.

Opération de publicité :

- toute inscription, forme, image ou son, destinée à informer le public et à attirer son attention sur une marque, un produit, un service ou un événement ;
- tout dispositif dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images ;
- toutes actions ou faits de promotion ou la vente d'un produit en exerçant sur le public, une influence, une action psychologique afin de créer, en lui des besoins et/ou des désirs ;
- l'ensemble des moyens employés pour promouvoir un produit ou un service ;
- toute exposition publique à but publicitaire.

Ordre de publicité : tout document qui formalise l'accord des parties sur les modalités d'insertion d'une publicité.

Parrainage ou sponsoring : un accord dont l'objet consiste en l'obtention par une personne physique ou morale, du droit d'être mentionnée par son nom ou sa raison sociale sur des supports de communication afin de promouvoir son image, son activité ou ses réalisations, à l'exclusion de toute promotion commerciale directe ou indirecte de ses produits ou services.

Prescripteur : tout individu qui par son activité, expérience ou expertise est en position de recommander l'achat d'un produit, d'un service ou d'une marque.

Professionnel de la publicité : toute personne physique ou morale qui fait de l'accomplissement des opérations de publicité sa profession.

Publicité :

- le fait d'exercer une action psychologique sur le public à des fins commerciales, spécialement, de faire connaitre un produit ou un service et d'inciter à l'acquérir ;
- toute activité ayant pour but de faire connaitre une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser un service ;
- ensemble des moyens et techniques employés à cet effet.

Publicité comparative : toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

Publicité mensongère ou trompeuse : toute publicité composant sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire le consommateur en erreur ou de créer le doute ou la confusion dans son esprit. Celles-ci portent sur la nature, la composition, la qualité, la teneur, en l'espèce, la quantité, le mode et la date de fabrication, les propriétés, les prix et les conditions d'utilisation, les motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, la portée des engagements pris par l'annonceur, l'identité, les qualités ou les aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

Publicité de produits pharmaceutiques : toute forme d'information y compris le démarchage de prospection ou d'incitation, qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de ces produits de santé, à l'exception de l'information dispensée, dans le cadre de leurs activités, par les professionnels de santé.

Publicité sur le Lieu de Vente (PLV) : s'entend comme un ensemble de moyens utilisés par les fabricants ou les distributeurs pour valoriser les produits sur le lieu de vente.

Publicité électronique : toute action visant à promouvoir un produit, un service, une marque ou une organisation par le truchement d'un réseau social ou tout autre support digital.

Publireportage : toute méthode de promotion commerciale qui vise la publication, dans la presse écrite, à la radio, à la télévision, sur internet ou tout autre média, d'une information, prônant l'usage d'une marque, d'un produit vendu ou d'un service par la personne ou l'organisme qui finance cette information.

Régie publicitaire : toute activité exercée par une personne morale consistant en la vente des espaces publicitaires en qualité de mandataire ou de propriétaire.

Régulateur : la personne morale chargée de veiller à l'application de la loi dans le secteur de la publicité.

Régisseur en publicité : toute personne morale qui assure pour son propre compte ou pour le compte d'un éditeur de support, la vente des espaces publicitaires d'un support donné.

Reportage : s'entend comme un ensemble d'informations écrites, enregistrées, photographiés ou filmées, recueillies par un journaliste sur le terrain destiné à informer le public sur un événement d'actualité, sur une activité humaine ou sur la nature.

Spot publicitaire : message publicitaire dont la durée varie entre 10 et 60 secondes, diffusé en télévision, en radio, sur internet ou tout autre média, ou dans le domaine de l'affichage publicitaire digital dont le but est de capter l'attention du public sur une marque, un produit, un service ou un événement.

Support publicitaire :

- tout moyen ou publicité, conçu pour capter l'attention du public ou le faire réagir d'une manière ou d'une autre dès lors qu'il est emporté par un message, une information ou une action ;
- la radio, la télévision, la presse écrite, la presse en ligne, les panneaux, les affiches, les pré-enseignes, les banderoles, les équipements et terminaux de téléphonie fixe et mobile, l'internet et tout autre support existant ou à venir concourant à créer des besoins, des désirs ou assimilés.

["] : désigne les secondes.

['] : désigne les minutes.

Article 3 : La tarification des prestations est fixée selon les modalités ci-après :

- **Pour l'audiovisuel** :
  - en fonction du type de communication, du temps de diffusion, de la période de diffusion pour les radios et télévisions
  - en fonction du nombre d'abonnés actifs mensuels de chaque distributeur d'images de télévision recensés à l'OGP.
- **Pour l'affichage** : en fonction du type, de la surface du support et du site d'implantation.
- **Pour la publicité via téléphone mobile :** en fonction du nombre d'abonnés de chaque opérateur de téléphonie tel que déclaré par l'Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications (ARPT).
- **Pour la publicité électronique :** les entreprises disposant de leurs propres pages de réseau social ou autres supports digitaux sont facturées annuellement.

CHAPITRE 3 : TARIFS

Article 4 : Les tarifs des supports et prestations publicitaires sont fixés et payables en **Francs Guinéens (GNF)** ainsi qu'il suit :

I. LICENCES

L'obtention des licences d'exploitation est subordonnée au paiement des frais annuels de maintien ci-dessous en fonction des catégories indiquées ci-après :

N°	DESIGNATION	FRAIS D'EXPLOITATION DE LA LICENCE / HT
01	Agence régie d'affichage	50 000 000
02	Régie audiovisuelle	
	Télévision	20 000 000
	Radio	10 000 000
03	Agence Conseil de Publicité	15 000 000
04	Editeur en publicité	10 000 000
05	Courtier en Publicité	5 000 000
07	Sites Web	500 000 / site web
08	Réseaux Sociaux	1 000 000 / réseau social

Les entreprises de régie publicitaire disposant de leurs propres pages Facebook, YouTube, Twitter, Instagram ou autres supports digitaux sont facturées annuellement. Les sociétés exploitantes de bouquets de télévision sont invitées à déclarer à l'Office Guinéen de Publicité (OGP) le parc mensuel de leurs abonnés actifs. A défaut, l'OGP se réserve le droit de recourir à ses propres moyens pour facturer tout contrevenant sans que le montant de la pénalité ne soit inférieur à 20% de son chiffre d'affaires. Toute fraude observée à l'implantation ou à la déclaration des supports et /ou d'abonnés actifs en téléphonie ou en audiovisuel est pénalisée sans que le montant ne soit inférieur à 20% de son chiffre d'affaires.

II. TARIFS MARKETING MOBILE

PUBLICITE VIA TELEPHONE MOBILE	
Base de calcul	Nombre d'Abonnés
Tarifs hors taxes / an	640 GNF / Abonné
Périodicité de facturation	Trimestre

III. REDEVANCES AUDIOVISUELLES

PUBLICITE VIA BOUQUETS DE TELEVISION TV/TNT ET SATELLITE	
Base de calcul	Nombre d'Abonnés
Tarifs hors taxes	5000 GNF / Abonné
Périodicité de facturation	Mensuelle

VISA de Diffusion de messages audiovisuels		
Nature de Spots	Radio	Télévision
Base de Calcul	Spot 10"- 60"	Spot 10"- 60"
Tarifs H.T /Spot validé	100 000	500 000

Toute diffusion audiovisuelle d'ondes, à caractère publicitaire, par quelques méthodes ou canaux utilisés, touchant le public guinéen est soumis de facto au règlement des redevances y afférentes.

Les messages publicitaires notamment les spots radio et télé doivent impérativement avoir le visa de l'OGP avant toute diffusion sur les ondes. L'OGP se réserve le droit de recourir à toutes mesures disciplinaires légales à l'encontre de tout contrevenant.

IV. AFFICHAGES PUBLICITAIRES

1. AFFICHAGE FIXE, TARIFS HT / M² / AN

REDEVANCES OGP	CONAKRY – COYAH - DUBREKA		PROVINCES	
Tarifs HT / m² / an	**Simple Face**	**Double Face**	**Simple Face**	**Double Face**
Panneaux Routiers	150 000	290 000	100 000	190 000
Mural	100 000	-	50 000	-
Panneaux directionnels (Min .1m²)	50 000	90 000	50 000	90 000
Totem / unité	1.500 000		1 000 000	
Mat	750 000		500 000	
Les Frontons	25 000	-	25 000	-
Vitrophanie	100 000	-	100 000	-
Colonne publicitaire (par unité)	10 000 / jour		8 000 / jour	

Facturation / unité /an	Tarifs / an
Potence inférieure à 1m²	50 000
Stop Trottoir	150 000
Stand / Tente	170 000
Rack	150 000
Table-Parasol	200 000
Fanion / Guirlande	40 000

Sticker /Affiche A3 / 2 semaines	10 000
Kiosque /unité	300 000
Chariot à Glacière	150 000
Pré-Enseigne	250 000
Stop Rayons	15 000

2. AFFICHAGE SUR REGIE MOBILE

FACTURATION / ANNONCE / UNITE / AN	MONTANT
Réseau de Taxis – Type Motos	170 000
Réseau de Taxis- Type Voitures	200 000
Réseau de Bus Urbains	720 000
Affichage/ Wagon de Train	720 000

3. ENSEIGNES LUMINEUSES

TARIFS HT / AN / M²	
Aéroport de Conakry	1 500 000
Sur les immeubles	500 000
Sur les boutiques et autres façades	200 000
Pylônes – mâts	500 000
Monolithes Grandes Entreprises	1 200 000
Monolithes PME	500 000

Les tarifs relatifs à l'affichage de publicité des boissons alcoolisées sont majorés de 25%.
Les frais relatifs aux enseignes lumineuses sont acquittés par le propriétaire de la régie publicitaire.

4. VEHICULES A GRAPHIE PUBLICITAIRE

N°	CATEGORIES	MONTANT HT /ANNONCE / UNITE / AN	TVA	MONTANT TTC/ ANNONCE / UNITE / AN
1	Pick-Up / Mini-bus brandés	720 338	129 662	850 000
2	Camions et Bus brandés	1 016 950	183 050	1 200 000
3	Véhicules / Engins identifiés	423 729	76 272	500 000
4	Motos / Tricycles	169 492	30 508	200 000

Les tarifs relatifs aux véhicules à graphie publicitaire sont applicables également à toutes les entreprises y compris les sociétés minières et pétrolières, les sociétés industrielles, les sociétés privées de sécurité et les sociétés de transport et de logistique, aux départements ministériels et organismes publics.

5. BANDEROLES :

Tout affichage de banderole est conditionné au paiement à l'avance des frais d'affichage ci-dessous par l'annonceur, le propriétaire de la banderole ou la régie. Les banderoles, doivent être fixés aux endroits préalablement définis en commun accord avec l'OGP.

TEMPS D'AFFICHAGE :

- Commerciales : 25 000 GNF/banderole affichée par semaine
- Evènementielles : 20 000 GNF/banderole affichée par semaine

L'annonceur, le propriétaire de la banderole ou la régie verse à l'OGP une caution d'enlèvement égale à 100% des frais d'affichage pour garantir l'enlèvement de la ou des banderoles dans le délai de 48 heures après la date butoir consignée à l'OGP. Le défaut d'enlèvement par l'annonceur, le propriétaire de la banderole ou la régie dans le délai indiqué entraine la perte de ladite caution au profit de l'OGP.

6. PUBLICITE SONORE

Tarifs HT / jour

- Déambulation par véhicule : 500 000 GNF
- Publicité sonore sur place : 400 000 GNF

7. AUTRES FORMES DE DISTRIBUTION

Tarifs HT

- Gadgets et PLV : 380 000 / mois / site
- Homme-sandwich : 175 000 / jour

8. REDEVANCES D'OCCUPATION DES LIEUX PUBLICS DES COLLECTIVITES LOCALES

DESIGNATION	TARIFS HT	BASE TAXABLE
Occupation Lieu Public 1	150 000 / an	Panneau de 6 m² à 18m²
Occupation Lieu Public 2	180 000 / an	Panneau de 19 m² à 50 m²
Occupation Lieu Public 3	200 000 /an	Panneau de 51 m² à plus
Timbre Municipal (TM)	15 000 / m² / an	Surface / Panneau

V. JOURNAL HOROYA

INSERTIONS PUBLICITAIRES : TARIFS HT

SURFACE	PAGES INTERIEURES	DERNIERE PAGE
Bandeau à la Une	1 100 000	
Page entière	2 012 000	2 580 000
¾ de page	1 452 000	2 030 000
2/3 de page	1 085 000	1 500 000
½ de page	1 032 000	1 300 000
1/3 de page	930 000	1 188 000
¼ de page	825 000	980 000
1/8 de page	620 000	825 000

VI. SITES INTERNET AGENCE GUINEENNE DE PRESSE, HOROYA / RTG

FORMAT	TAILLE	EMPLACEMENT	TARIFS MENSUEL HT	TARIF MENSUEL TTC
Bannière	728 x 99	**Menu Principal**	7 000 000	8 260 000
Bannière	468 x 60	Second menu	6 000 000	7 080 000
Bannière	300 x 250	Second menu	5 000 000	5 900 000
	Arrière-Plan du Site			
Sponsoring/Parrainage			9 000 000	10 620 000

La couverture médiatique pour les sites internet de l'AGP, HOROYA et la RTG est facturée à **1 500 000 GNF**. Pour l'intérieur du pays, tous les frais supplémentaires liés au déplacement, à la nourriture et à l'hébergement de l'équipe sont à la charge du client en sus des frais indiqués. La signature d'un contrat de partenariat pour une durée de plus de trois (3) mois donne accès à l'ensemble des services proposés par le site internet.

VII. RADIOS, TELEVISION, SITES INTERNET RTG / AGP / HOROYA

A. Radios

A.1. *Radiodiffusion Nationale*

TARIFS DES PRESTATIONS						
Types de Communication	**Frais de production**	**Durée**	**Nombre de diffusion**	**Frais de diffusion**	**Montant Total / HT**	**Commentaires**
Avis de décès, sacrifice, veuvage	Non facturé	1'	1 / langue	25 000	25 000	Remise de 30% pour la rediffusion
Baptême, naissance, mariage	Non facturé	1'	1 / langue	100 000	100 000	
Avis et communiqués	Non facturé	1'	1 / langue	125 000	125 000	
Avis et communiqués pour les évènements culturels et sportifs	Non facturé	1'	1 / langue	150 000	150 000	
Couverture médiatique	500 000	1' 45"	1 / langue	1 000 000	1 500 000	Tarifs valables à Conakry
Table ronde	500 000	26'	1	2 000 000	2 500 000	Tarifs valables à Conakry
Emission interactive	500 000	30'	1	1 000 000	1 500 000	Tarifs valables à Conakry
Spots publicitaires	750 000/voix	≤ 30"	1	50 000	800 000	Pour chaque voix supplémentaire dans la production des spots, le client paie 20% du montant initial en supplément
		≤ 45"	1	60 000	810 000	
		≤ 60"	1	75 000	825 000	
Publi-reportage	750 000	3'	1	2 000 000	2 750 000	Tarifs valables à Conakry

Les tarifs de diffusion des spots publicitaires et publi-reportages feront l'objet de majoration ou de réduction selon la tranche horaire de diffusion :

1. Prime Time : 6H - 9H ; 18H - 20H : plus 10%
2. Late Night : à partir de 21H30 : moins 30%

Une remise de 20% est accordée à partir de la 30 ème rediffusion à la radiodiffusion nationale pour les spots publicitaires et publi-reportage.

Les durées indiquées dans les différents tableaux sont les formats consacrés dans le domaine de l'audiovisuel. L'utilisation d'une durée supérieure au format indiqué fera l'objet d'une majoration de 20% du montant initial. Cette durée ne peut dépasser 25% de la durée initial proposé. Les services non facturés correspondent aux éléments fournis par le client et directement rendus à l'antenne en l'état. Pour l'intérieur du pays, tout frais supplémentaire est facturé au client en sus des tarifs ci-dessus.

A.2. *Radios Rurales*

TARIFS DES PRESTATIONS						
Types de Communication	**Frais de production**	**Durée**	**Nombre de diffusion**	**Frais de diffusion**	**Montant Total / HT**	**Frais de rediffusion**
Avis de décès, sacrifice, veuvage	Non facturé	1'	1 / langue	20 000	20 000	20 000
Baptême, naissance, mariage	Non facturé	1'	1 / langue	50 000	50 000	50 000
Avis et communiqués	Non facturé	1'	1 / langue	50 000	50 000	50 000
Avis et communiqués pour les évènements culturels et sportifs	Non facturé	1'	1 / langue	75 000	75 000	75 000
Emission publique	Non facturé	≤ 60'	1 / langue	1 948 100	1 948 100	360 000
Magasine	Non facturé	20'	1 / langue	612 500	612 500	120 000
Microprogramme	Non facturé	≤ 3'	1 / langue	520 300	520 300	90 000
Interview	Non facturé	≤ 5'	1 / langue	315 600	315 600	70 000
Couverture médiatique	Non facturé	1' 45"	1 / langue	300 000	300 000	250 000
Table ronde	Non facturé	26'	1 / langue	787 600	787 600	180 000
Reportage	Non facturé	≤ 5'	1 / langue	375 600	375 600	80 000
Publi-reportage	Non facturé	≤ 5'	1 / langue	750 000	750 000	250 000
Emission interactive	Non facturé	≤ 60'	1 / langue	759 000	759 000	360 000
Temps d'antenne	Non facturé	20'	1 / langue	250 000	250 000	159 000
Spots publicitaires	500 000/voix	≤ 25"	1	25 000	525 000	Pour chaque voix supplémentaire dans la production des spots, le client paie 20% du montant initial en supplément
		≤ 30"	1	30 000	530 000	
		≤ 45"	1	40 000	540 000	
		≤ 60"	1	50 000	550 000	

Tarifs spécifiques aux spots de 45" maximum au niveau des Radios Rurales

Pack à partir d'un (1) mois				
Durée / nombre de spots 4 fois / jour	1 mois / 120 spots	3 mois / 360 spots	6 mois /720 spots	1 an /1440 spots
Tarifs	**2 800 000**	**8 000 000**	**15 000 000**	**29 000 000**
Durée / nombre de spots 8 fois / jour	1 mois / 240 spots	3 mois / 720 spots	6 mois /1440 spots	1 an / 2880 spots
Tarifs	**5 300 000**	**27 500 000**	**49 000 000**	**85 000 000**

Tous les frais supplémentaires relatifs aux prestations de la radio rurale liés au déplacement, à la nourriture et à l'hébergement de l'équipe sont à la charge du client en sus des tarifs ci-dessus.
Les services non facturés correspondent aux éléments fournis par le client et directement rendus à l'antenne en l'état.

B. Télévision Nationale

TARIFS DES PRESTATIONS						
Types de Communication	**Frais de production**	**Durée**	**Nombre de diffusion**	**Frais de diffusion**	**Montant Total / HT**	**Commentaires**
Avis de décès, sacrifice, veuvage	100 000	1'	1 / langue	100 000	200 000	Remise de 30% pour la rediffusion
Baptême, naissance, mariage	100 000	1'	1 / langue	200 000	300 000	

Avis et communiqués à caractère commercial	100 000	1'	1 / langue	200 000	300 000	
Avis et communiqués pour les évènements culturels et sportifs	Non facturé	1'	1 / langue	200 000	200 000	
Couverture médiatique	Non facturé	1' 45"	1 / langue	3 000 000	3 000 000	Tarifs valables à Conakry
Magazine	2 000 000	6'	1	4 000 000	6 000 000	
Documentaire	5 000 000	26'	1	10 000 000	15 000 000	
Table ronde	1 500 000	26'	1	4 000 000	5 500 000	
Capsule	2 000 000	1' 50"	1	1 000 000	3 000 000	
Invité du journal	Non facturé	≤ 5'	1	5 000 000	5 000 000	
Temps d'antenne	Non facturé	10'	1	3 000 000	3 000 000	
Tirage loterie	Non facturé	≤ 3'	1	3 500 000	3 500 000	
Spots publicitaires	5 000 000	≤ 30"	1	250 000	5 250 000	
		≤ 45"	1	300 000	5 300 000	
		≤ 60"	1	400 000	5 400 000	
Publi-reportage	2 000 000	3'	1	3 000 000	5 000 000	
Ecritel (bande passante)	Non facturé	24 heures	Continue	350 000	350 000	

Les tarifs de diffusion des spots publicitaires, publi-reportages et écritels feront l'objet de majoration ou de réduction selon la tranche horaire de diffusion :

1. Prime Time : 18H - 21H : plus 10%
2. Late Night : à partir de 21H30 : moins 30%

Une remise de 20% est accordée à partir de la 14 ème rediffusion pour les spots publicitaires, publi-reportage et écritels (bande passante) à la télévision nationale.

La diffusion des spots publicitaires, publi-reportages et écritels dans les émissions ordinaires (Kolomatin, Zenith) donne droit à une remise de 15% des tarifs susmentionnés.

Les tarifs de diffusion des spots publicitaires lors des compétitions sportives (nationales, africaines et internationales) sont majorés de 20%.

Les Tarifs ci-dessus sont valables à Conakry. Pour l'intérieur du pays, tous les frais supplémentaires liés au déplacement, à la nourriture et à l'hébergement de l'équipe sont à la charge du client en sus des tarifs ci-dessus.

Les souscriptions de publicité à la télévision nationale dont le montant dépasse les seuils indiqués ci-dessous auront droit aux avantages ci-après :

- De 50 000 000 Gnf à 75 000 000 Gnf : une (1) diffusion d'un spot gratuitement dans l'écran publicitaire avant le journal télévisé (JT) de 20H30 pendant deux (2) semaines ;
- De 75 000 000 Gnf à 100 000 000 Gnf : une (1) diffusion d'un spot gratuitement dans l'écran publicitaire avant le journal télévisé (JT) de 20H30 pendant un (1) mois ;
- Plus de 100 000 000 Gnf : une (1) diffusion d'un spot gratuitement dans les écrans publicitaires avant les journaux télévisés (JT) de 19H00 et de 20H30 pendant un (1) mois.

VIII. TARIFS DEGRESSIFS SPECIAUX POUR LES FRAIS DE PUBLICITE

Les entités ci-après bénéficient des remises suivantes sur les frais de prestations et supports publicitaires. Lesdits avantages ne sont pas cumulables avec les remises prévues pour la diffusion des spots publicitaires, publi-

reportages à la radio rurale, la radiodiffusion nationale et la télévision nationale ainsi que les écritels à la télévision nationale.

Toutefois, ces remises sont cumulables à celles relatives à la rediffusion de tous les autres programmes hormis ceux susmentionnés.

- Tarif Spécial des Groupes Scolaires et Universités : - 15 %
- ONG et Institutions Onusiennes et Internationales : - 25 %
- Institutions Républicaines et Départements Ministériels : - 30 %
- Organismes publics : - 25 %
- Agences de Communication et Courtiers : - 15 %
- Pharmacies : - 15 %

La Croix verte et le Caducée sont exonérés du paiement des frais de publicité.

Article 5 : Tout support publicitaire existant ou à créer non prévu par le présent Arrêté conjoint fera l'objet d'une tarification spécifique.

Article 6 : Les tarifs de prestation relatifs à la Radiodiffusion nationale, à la Radio Rurale de Guinée, à la Télévision nationale, à l'Agence Guinéenne de Presse, au Quotidien Horoya sont payés au Trésor Public. Les autres tarifs susmentionnés sont payés à l'OGP et feront l'objet de révision aux termes des réformes entreprises sur les statuts de celui-ci.

Article 7 : Le retard observé dans le règlement des redevances publicitaires est assujetti à une majoration de 10% de la facture.

Article 8 : Le présent Arrêté conjoint qui entre en vigueur à compter de sa date de signature abroge toutes dispositions antérieures contraires sera enregistré et publié au Journal Officiel de la République de Guinée.

Conakry, le 25 JUIL. 2023

Ministre de l'Information et de la Communication

Madame Aminata KABA

Ministre de l'Économie et des Finances

Monsieur Moussa CISSE

Ampliations :

PRG 2
PRIMATURE 2
MIC 1
MEF 1
MPTEN 1
RTG 1
J-HOROYA 1
AGP 1
RRG 1
SGG 3
OGP 1
HAC 1
JO 1/17