Facturation électronique des achats média

FAQ pour les régies publicitaires
UDECAM - 19 novembre 2026

Le destinataire et le routage

1. À qui la régie doit-elle facturer dans le cas d'usage n° 15 ?

L'annonceur reste l'acheteur et la facture est libellée à son nom. L'agence intervient au nom et pour son compte ; ses missions de réception, de contrôle et de règlement dépendent du mandat. La réforme ne transforme pas l'agence en acheteur de l'espace publicitaire.

La facture structurée doit identifier l'agence dans le bloc Agent d'acheteur prévu pour ce circuit, sans remplacer l'identité de l'annonceur. Pour les mandats avec règlement, l'UDECAM recommande l'utilisation de la plateforme agréée proposée par l'agence comme PA pivot, avec un accès aux factures pour l'annonceur.

2. Quelle adresse utiliser et comment savoir où elle aboutit ?

Utilisez l'adresse électronique de facturation active confirmée pour le couple annonceur et agence, et vérifiez-la dans l'annuaire avec votre plateforme agréée (PA). Cette adresse se distingue d'une adresse de courriel. La régie émet depuis sa propre PA ; elle n'a pas à ouvrir un compte sur chaque PA d'agence pour le circuit normal d'émission.

L'adresse dédiée associe le SIREN de l'annonceur à un suffixe relatif aux achats publicitaires et à un identifiant d'agence. Les séparateurs et l'identifiant peuvent varier. Reprenez l'adresse exacte communiquée, sans la reconstruire ni choisir au hasard une autre adresse de l'annuaire.

Le nommage ne suffit pas, à lui seul, à décider de l'arrêt des copies. Faites confirmer par l'agence le circuit réel et la réception jusqu'à son outil métier. Si votre SI ne permet pas de distinguer les circuits, convenez avec l'agence d'une information opérationnelle exploitable.

3. Quand les adresses de facturation et les bons de commande sont-ils communiqués ?

L'agence précise les références nécessaires à la facturation et les modalités de leur transmission. Les échanges EDI d'ordres de publicité et d'ordres d'insertion prévoient des champs pour transmettre les bons de commande, ou PO. Hors EDI, les modalités d'envoi sont à convenir avec l'agence à l'origine de l'achat.

Pour l'adresse électronique de facturation, utilisez les communications actualisées de l'agence et les informations figurant dans l'attestation de mandat lorsqu'elles y sont renseignées, puis vérifiez l'adresse active. Ne supposez pas que cette information figure systématiquement dans chaque ordre de publicité.

Si une référence attendue manque, contactez votre interlocuteur achats ou trading au sein de l'agence qui a passé la commande. Vérifiez avec lui si un PO est requis et la marche à suivre pour cette opération. Certaines configurations fonctionnent sans PO : ne créez pas de référence fictive et n'appliquez pas de blocage automatique sans avoir confirmé le besoin avec l'agence.

Les références et les pièces attachées

4. Comment renseigner les références dans les champs BT-13 et BT-19 ?

Les références attendues et leur affectation dans les champs BT-13 et BT-19 se confirment avec chaque agence mandataire. Il peut s'agir d'un PO agence, d'un PO annonceur, des deux ou d'une référence interne. Il n'existe pas d'affectation opérationnelle unique à appliquer à toutes les agences indépendamment de leurs consignes.

Le paramétrage doit permettre la réception puis l'intégration de la référence utile dans l'outil métier de l'agence. Confirmez les consignes avec l'agence et les partenaires techniques concernés, dans le respect du format de facture utilisé. Ne dupliquez pas automatiquement une valeur d'un champ à l'autre sans accord sur ce paramétrage.

5. Faut-il joindre le PDF d'origine et le PFP à la facture électronique ?

Oui, les agences demandent de joindre le PDF de la facture d'origine de la régie et le PFP, Pivot Facture Publicité, lorsqu'il est produit. Il s'agit d'une recommandation opérationnelle pour disposer des informations métier utiles au contrôle, et non d'une obligation réglementaire générale d'ajouter ce PDF.

Ces pièces et les documents de détail utiles au contrôle doivent parvenir jusqu'à l'outil de l'agence selon les modalités convenues. Le PDF d'origine se distingue du rendu lisible reconstitué par la plateforme à partir des seules données structurées. Campagne, support, période et frais doivent rester identifiables.

Un PDF envoyé seul ne remplace pas la facture électronique structurée lorsqu'elle est obligatoire. Inversement, l'arrêt d'une copie envoyée séparément ne signifie pas l'arrêt du PDF attaché à la facture électronique.

6. Peut-on prévoir des tests avec les agences ?

Des tests ciblés peuvent être envisagés selon les besoins et les disponibilités de l'agence. Une recette complète de bout en bout n'est pas systématiquement disponible en production.

Convenir du périmètre utile : adresse et routage, références, facture et avoir, pièces attachées et intégration dans l'outil métier. Pour les avoirs, vérifier notamment le type de document, les montants et le lien avec la facture d'origine.

Les copies et le rapprochement

7. Quand maintenir ou arrêter les copies séparées adressées à l'agence ?

Si l'adresse est déléguée à l'agence et le flux intégré dans ses outils, arrêter la copie seulement après confirmation de l'agence, sur le périmètre concerné. Certaines agences demandent temporairement un double flux ; d'autres le refusent pour éviter les doublons. Il n'existe donc pas de consigne identique pour toutes les agences.

Si l'annonceur reçoit sur sa propre PA, maintenir la copie convenue à l'agence tant qu'un accès ou une réplication opérationnelle ne lui permet pas d'exécuter son mandat. La réplication désigne un transfert de flux, éventuellement via une API ou un réseau d'échange ; elle ne se confond pas avec un simple PDF par courriel.

Si l'adresse dédiée est absente ou inactive, confirmer le circuit avec les partenaires. En cas d'utilisation convenue d'une autre adresse active de l'annonceur, prévenir l'agence et maintenir la copie nécessaire. Raisonner par couple annonceur et agence : la mise en production de la régie ne suffit pas à arrêter toutes les copies.

8. Le 1er janvier 2027 impose-t-il la suppression de tous les PDF ?

Non. Le 1er janvier 2027 est un objectif opérationnel pour arrêter les copies séparées sur les flux concernés et stabilisés, après confirmation avec l'agence. Il ne constitue pas une échéance réglementaire générale de suppression des PDF. Le PDF métier attaché à la facture électronique reste demandé.

Une régie non encore tenue d'émettre électroniquement conserve le circuit convenu jusqu'à sa bascule. Pour les régies déjà soumises à l'obligation, une difficulté technique ne suspend pas celle-ci : documentez l'incident et organisez la continuité et la régularisation avec les partenaires.

9. Quel relevé transmettre et à quelle fréquence ?

Un relevé de factures et d'avoirs est recommandé, en principe mensuel, avec une fréquence à convenir selon le rythme de facturation. Un extrait du journal des ventes ou du grand livre convient s'il permet le même rapprochement ; le format grand livre n'est pas imposé.

Prévoir l'annonceur, le numéro et la date, le type de document, les montants HT, TVA et TTC, la référence de commande utile, l'adresse PA exacte, le canal et la date d'envoi, ainsi que l'identifiant de transmission et le dernier statut disponibles. L'agence rapproche les documents émis, reçus et intégrés et peut demander des copies complémentaires.

10. À quelle adresse envoyer le relevé ?

Adressez le relevé à l'adresse communiquée par chaque agence pour ce traitement. Il peut s'agir d'une boîte générique ou d'un contact comptable dédié. Cette adresse peut être différente de celle utilisée pour une facture ou un duplicata.

Si vous ne disposez pas du bon destinataire, rapprochez-vous de votre contact habituel en agence média ou d'EdiPub pour obtenir les coordonnées utiles. Vérifiez que ces coordonnées sont à jour avant l'envoi : une liste de contacts doit être actualisée pour rester exploitable.

Les statuts et les anomalies

11. Qui émet les statuts et que signifie le statut « Encaissée » ?

Le statut « Déposée » est émis par la PA d'émission. « Rejetée » peut provenir de la PA d'émission ou de réception. « Refusée » relève de l'acheteur ou de l'agence habilitée, via le circuit de réception. « Encaissée » relève du vendeur, donc de la régie, via sa PA d'émission lorsque la TVA est exigible à l'encaissement.

« Paiement transmis » indique une action de paiement côté agence ; il ne prouve pas que la régie a reçu les fonds. Un versement de l'annonceur à l'agence ne constitue pas non plus l'encaissement par la régie.

La mise à disposition renseigne la disponibilité pour traitement, sans valoir approbation. Sa mise en œuvre et celle des autres statuts facultatifs dépendent du circuit et des capacités des partenaires.

12. Faut-il privilégier « En litige » plutôt que « Refusée » ?

Un litige métier signale un écart à résoudre sans entraîner nécessairement l'annulation et la réémission de la facture. Un rejet technique se traite d'abord avec les PA. Un refus a des effets distincts sur le cycle de vie : lisez son motif et identifiez son auteur avant toute correction.

Pour éviter les refus non coordonnés, définissez avec l'annonceur les droits et procédures de traitement. Sur une PA pivot d'agence, organisez les habilitations pour que les statuts engageant le traitement soient pilotés par l'agence selon son mandat.

En cas de refus justifié, convenez de la correction avec votre PA et votre équipe comptable. Si une réémission est nécessaire, utilisez le document approprié et conservez le lien avec la facture initiale. Un refus ne tranche pas à lui seul un différend commercial : n'automatisez pas un avoir ou une nouvelle facture sans analyser sa cause.

13. Que faire si l'annonceur refuse une facture reçue sur sa PA ?

Contactez l'agence mandataire avant toute annulation ou réémission. Vérifiez si elle a reçu une copie exploitable de la facture, si elle l'a intégrée ou traitée et si un paiement a déjà été engagé ou effectué.

Si l'agence détient déjà une copie exploitable, elle peut confirmer le maintien de son traitement pendant la phase de transition. Dans ce cas, n'émettez pas une nouvelle facture sans son accord. Formalisez avec elle la continuité du traitement et les régularisations à effectuer avec l'annonceur et les PA, afin d'éviter tout double traitement ou double paiement.

Si l'agence ne retrouve aucune copie exploitable, convenez avec elle de la correction du refus et de la bonne adresse de facturation. Pour un refus justifié nécessitant une réémission, la procédure standard consiste à neutraliser la facture refusée dans les traitements internes, le cas échéant par un avoir interne, puis à émettre une nouvelle facture avec un nouveau numéro et la référence à la facture initiale.

Le maintien du traitement d'une copie ne supprime pas le statut de refus posé sur le flux électronique. Identifiez son motif, conservez les justificatifs et convenez des régularisations nécessaires avec l'annonceur et les PA. Ne renvoyez pas automatiquement le même document en changeant seulement l'adresse et ne considérez pas un passage de « Refusée » à « Encaissée » comme une procédure de régularisation.

Les situations particulières

14. Quel circuit appliquer si l'annonceur ou l'agence est à l'étranger ?

Pour une opération comportant un annonceur, une régie ou une agence à l'étranger, rapprochez-vous de l'agence concernée afin de déterminer le circuit adapté. Le pays de l'agence mandataire ne suffit pas, à lui seul, à déterminer le traitement fiscal.

La qualification dépend notamment de l'établissement du vendeur et de l'acheteur, de leur situation au regard de la TVA et de la nature de l'opération. Ne déduisez pas le circuit applicable de la seule présence d'un numéro de TVA français ou d'une adresse postale à l'étranger.

Validez avec les partenaires concernés et leurs équipes compétentes les obligations de facturation et de transmission des données, ainsi que l'accès ou la copie nécessaire à l'agence pour exécuter son mandat. Les configurations avec une agence étrangère se traitent au cas par cas.

15. Faut-il modifier les mandats agence–annonceur ou les CGV des régies ?

Vérifiez que les documents applicables couvrent la réception, les accès, le contrôle, les habilitations de statuts et, le cas échéant, le paiement par l'agence. L'adresse électronique de facturation et le circuit retenu doivent être clairement communiqués entre les partenaires.

Le contrat de mandat, son attestation et les CGV de la régie sont des documents distincts. La nécessité d'un avenant ou d'une évolution des CGV dépend du contenu des contrats et de l'organisation choisie ; elle doit être examinée avec les parties et leurs équipes juridiques.

16. Comment traiter les annonceurs publics et les mandats sans paiement ?

Pour un mandat sans paiement, précisez les missions de l'agence et les accès ou statuts associés. N'appliquez pas automatiquement toutes les règles d'un mandat payeur.

Pour un annonceur public, vérifiez le circuit Chorus Pro et les accès effectivement disponibles. Maintenez la copie convenue avec l'agence tant que son accès n'est pas opérationnel, sans remplacer les obligations du circuit public.