
Tarifs 2010

DIE **WELTWOCH**E

Année de fondation	1933		
Tirage vendu	81 753 exemplaires (REMP 2009)		
Lectorat	348 000 (Leader pénétration 22.7% + Top Leader pénétration 26.4%)		
Pénétration	8.1%		
Mode de parution	52× par an/hebdomadaire/tous les jeudis		
Diffusion	Suisse alémanique, Liechtenstein, Autriche et Allemagne		
Adresse	Förrlibuckstrasse 70, Postfach, CH-8021 Zurich Tél. +41 43 444 57 02 weltwoche.ch/anzeigen	Editeur et rédacteur en chef Roger Köppel Directrice d'édition Maike Juchler Directrice marché publicitaire Christine Lesnik Vente Online Publicitas web2com AG	Tél. +41 43 444 56 16 Tél. +41 43 444 56 00 Tél. +41 43 444 56 03 Tél. +41 44 250 31 91

Formats et prix

Format de la page	Miroir en mm	Francs-bords en mm	Prix brut CHF
2 ^e page de couverture	208 × 269	230 × 300	21 200.– (Extra 23 000.–)
3 ^e page de couverture	208 × 269	230 × 300	16 910.– (Extra 16 910.–)
4 ^e page de couverture	208 × 269	230 × 300	23 100.– (Extra 25 000.–)
1 ^{re} double page	434 × 269	460 × 300	35 000.– (Extra 36 800.–)
1 ^{re} page de droite, face index	208 × 269	230 × 300	17 640.– (Extra 18 000.–)
1 ^{re} 1/1 page, face éditorial	208 × 269	230 × 300	18 060.– (Extra 18 500.–)
page double	434 × 269	460 × 300	30 600.– (Extra 32 000.–)
1/1 page	208 × 269	230 × 300	15 300.– (Extra 16 000.–)
2/3 page verticale	137 × 269	150 × 300	12 900.– (Extra 12 900.–)
2/3 page horizontale	208 × 174	230 × 192	12 900.–
1/2 page horizontale	208 × 131	230 × 149	9 600.– (Extra 10 000.–)
1/3 page verticale	66 × 269	79 × 300	6 460.– (Extra 7 000.–)
1/3 page horizontale	208 × 85	230 × 103	6 460.–
1/6 page verticale	66 × 131	79 × 149	3 300.–

Notes

Annonces consécutives: supplément de 20% sur le prix brut. Tous les prix s'entendent TVA de 7,6% en sus. **Commission Conseil:** 15%. **RACHA:** 15% à partir de CHF 45 900.– (Extra 48 000.–) brut. **Rabais social:** 50% (non cumulable avec rabais et CC /RACHA). Uniquement pour les organisations avec Label ZEW0. **Ordres d'insertion:** la suppression ou le déplacement d'ordres d'insertion passés ne peut être accepté(e) que jusqu'au délai d'insertion. Weltwoche se réserve le droit de facturer toute annulation qui interviendra passé ce délai. **Réservations:** les réservations confirmées par écrit par le client ou Weltwoche et annulées après le délai d'insertion seront également facturées.

Extras

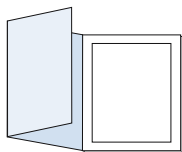
Pour les éditions spéciales le tirage sera augmenté à 95 000 exemplaires à la place de 90 000 exemplaires.

Boulevard d'annonces

4 pages d'annonces
(moins 20% de remise) CHF 52 020.–
Extra 4 pages d'annonces CHF 54 400.–

8 pages d'annonces
(moins 40% de remise) CHF 79 560.–
Extra 8 pages d'annonces CHF 83 200.–

Formats spéciaux

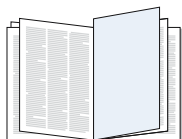


Gatefolder avec 2^e de couverture (3 pages)

prix brut: CHF 58 000.-

largeur: 217/217/227 mm

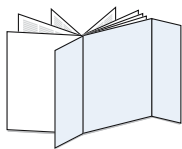
hauteur: 300 mm



Encart

prix brut: CHF 37 600.-

format: 205 × 330 mm



Surcouverture

prix brut: CHF 66 000.-

Largeur partie médiane: 227 mm

Volet droit: 123 mm

Volet gauche: 123 mm

Largeur totale: 73 mm

Spécial

N'hésitez pas à nous contacter pour d'autres formats spéciaux. Nous nous ferons un plaisir d'étudier votre nouveau concept et examinerons les possibilités ainsi que les conditions de réalisation. Veuillez noter que les formats spéciaux doivent être déclarés à l'avance et qu'ils font systématiquement l'objet d'une réservation et d'un contrôle préalable de la part de Weltwoche. Demandez les délais d'insertion.

Notes

Tous les prix s'entendent TVA de 7,6% en sus. **Commission Conseil: 5%.**

Ordres d'insertion: la suppression ou le déplacement d'ordres d'insertion passés ne peut être accepté(e) que jusqu'au délai d'insertion. Weltwoche se réserve le droit de facturer toute annulation qui interviendra passé ce délai.

Réservations: les réservations confirmées par écrit par le client ou Weltwoche et annulées après le délai d'insertion seront également facturées.

Rabais

Rabais de quantité

CHF 40 000.–	2%	CHF 150 000.–	8%	CHF 400 000.–	18%	CHF 700 000.–	22%
CHF 60 000.–	3%	CHF 200 000.–	10%	CHF 450 000.–	19%	CHF 800 000.–	23%
CHF 80 000.–	4%	CHF 250 000.–	12%	CHF 500 000.–	20%	CHF 900 000.–	24%
CHF 100 000.–	5%	CHF 300 000.–	14%	CHF 600 000.–	21%	CHF 1 000 000.–	25%

Rabais de quantité pour les éditions principales et spéciales (cumulables sur les annonces et tous les encarts).

Délai d'enlèvement: 12 mois

Données techniques

Die Weltwoche est imprimé selon le procédé «Computer to Plate».

Format du magazine: 230 × 300 mm

Surface d'impression: 208 × 269 mm

Annonces francs-bords: +4 mm de marge de rognage sur tous les côtés extérieurs. Les textes et parties d'illustrations qui ne doivent pas être rognés nécessitent une marge de 10 mm.

Technique d'impression: offset rotative, ordre d'impression des couleurs K, M, C, Y, densité 260%

Trame: 60, point elliptique

Couleurs: quadrichrome, échelle EURO (pas de couleurs Pantone)

Ligne caractéristique d'impression: pour la densité et l'élargissement du point, la norme ISO 12647-2 s'applique.

Norme ISO,

échelle EURO: voir sous www.eci.org

Papier:

a) couverture: offset, mat, blanc, sans bois, 120g/m²

b) pages intérieures: MFC, blanc, légèrement couché, avec bois, 60g/m²

Epreuves/Proof/Composition: pour une reproduction fidèle de vos documents, nous avons besoin d'un proof ou d'une épreuve réalisée sur le papier qui servira à l'édition ou sur un support analogue. Afin de vérifier les valeurs des couleurs, il faut intégrer la bande de contrôle UGRA/FOGRA média.

Imprimerie:

Ziegler Druck- und Verlags AG, Rudolf-Diesel-Strasse 22, Postfach 778 CH-8401 Winterthur, Téléphone 052 266 98 29, Fax 052 266 99 10

Livraison du matériel d'impression: Ziegler Druck- und Verlags AG, Prepress/Weltwoche, Rudolf-Diesel-Strasse 22, CH-8401 Winterthur

Fichiers numériques: créer les annonces numériques si possible en fichier Highend-PDF (insérer les polices). PC/Windows: uniquement fichier PDF ou Tiff. Les couleurs mélangées et Pantone doivent être en gamme CMYK sur le fichier livré. En cas de livraison des données ouvertes, livrer dans le même répertoire les logos, images et polices utilisés.

**Rabais/
données techniques**

Programmes:

Tous les programmes graphiques et de mise en page courants.

Transfert des données par ftp:

ftp.zieglerdruck.ch, user: weltwoche, passwort: welt.woche

Avant l'envoi des données, une notice rappelant l'ordre et mentionnant le titre, la date de parution, le format d'annonce, le titre de sujet, le nom de l'expéditeur ainsi que son numéro de téléphone pour d'éventuelles précisions doit être envoyée à weltwoche@zieglerdruck.ch.

Transfert de données Print Online (Poldirect):

Pour l'envoi de données électroniques, nous préférons la solution retenue par notre branche POLDIRECT de Print Online qui permet d'envoyer les annonces rapidement et directement, de les vérifier et de les archiver de manière centralisée sans frais supplémentaires pour l'expéditeur des données.

Pour de plus amples informations sur POLDIRECT sous www.printonline.ch, info@printonline.ch ou par téléphone: 044 258 17 70

Transfert de données sur support informatique: support préféré: CD-Rom.

Autres possibilités sur demande préalable. Joindre une épreuve couleur adaptée aux conditions d'impression, réalisée avec la bande de contrôle Fogra et sur un support analogue à celui de l'édition. Les supports de données doivent comporter les indications suivantes: Die Weltwoche, date d'édition, format de l'annonce, désignation du sujet, ainsi que nom et numéro de téléphone de l'expéditeur pour d'éventuelles demandes de précisions. Les supports sont à envoyer à: Ziegler Druck- und Verlags AG, Prepress/Weltwoche, Rudolf-Diesel-Strasse 22, CH-8401 Winterthur

Contrôle des données:

Pour le contrôle des données, nous avons besoin en tout cas d'un tirage de l'annonce (proof, imprimante à laser, etc.) correspondant aux données livrées. S'il ne nous est pas livré à temps, nous déclinons toute responsabilité quant à l'exactitude de la publication.

Correction et traitement des données:

Frais de composition, de recopie, d'adaptation, etc. sont facturés séparément selon le temps nécessité (CHF 160.-/h).

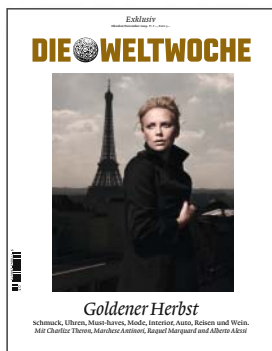
Gestion de données: Nous ne retournons les supports de données que si le client en fait la demande. Les données ainsi que les supports de données seront détruits 3 mois après la dernière parution.

Plan de parutions 2010

Edition	Date de parution	Délai d'insertion annonces	Edition	Date de parution	Délai d'insertion annonces
1	07.01.2010	31.12.2009	27	08.07.2010	02.07.2010
2	14.01.2010	08.01.2010	28	15.07.2010	09.07.2010
3	21.01.2010	15.01.2010	29	22.07.2010	16.07.2010
4	28.01.2010	22.01.2010	30/31	29.07.2010 Été double édition	23.07.2010
5	04.02.2010	29.01.2010	32	12.08.2010	06.08.2010
6	11.02.2010	05.02.2010	33	19.08.2010	13.08.2010
7	18.02.2010	12.02.2010	34	26.08.2010	20.08.2010
8	25.02.2010	19.02.2010	35	02.09.2010	27.08.2010
9	04.03.2010	26.02.2010	36	09.09.2010	03.09.2010
10	11.03.2010	05.03.2010	37	16.09.2010	10.09.2010
11	18.03.2010	12.03.2010	38	23.09.2010	17.09.2010
SPÉCIAL	18.03.2010 Extra «Style»	02.03.2010	SPÉCIAL	23.09.2010 Extra «Exclusive»	07.09.2010
12	25.03.2010	19.03.2010	39	30.09.2010	24.09.2010
13	31.03.2010 (mercredi)	25.03.2010	40	07.10.2010	01.10.2010
14	08.04.2010	01.04.2010	41	14.10.2010	08.10.2010
15	15.04.2010	09.04.2010	42	21.10.2010	15.10.2010
SPÉCIAL	15.04.2010 Extra «Horlogerie & Bijouterie»	29.03.2010	SPÉCIAL	21.10.2010 Extra «Fashion»	05.10.2010
16	22.04.2010	16.04.2010	43	28.10.2010	22.10.2010
17	29.04.2010	23.04.2010	44	04.11.2010	29.10.2010
18	06.05.2010	30.04.2010	45	11.11.2010	05.11.2010
19	12.05.2010 (mercredi)	06.05.2010	SPÉCIAL	11.11.2010 Extra «Célébrer»	26.10.2010
SPÉCIAL	12.05.2010 Extra «Voyages & Aménagement»	26.04.2010	46	18.11.2010	12.11.2010
20	20.05.2010	14.05.2010	47	25.11.2010	19.11.2010
21	27.05.2010	21.05.2010	48	02.12.2010	26.11.2010
22	03.06.2010	28.05.2010	49	09.12.2010	03.12.2010
23	10.06.2010	04.06.2010	50	16.12.2010	10.12.2010
24	17.06.2010	11.06.2010	51/52	23.12.2010 Platin double Édition	17.12.2010
25	24.06.2010	18.06.2010			
26	01.07.2010	25.06.2010			

Les délais d'annulation coïncident avec les délais d'insertion.

Extras



18 mars

«Style»

15 avril

«Horlogerie & Bijouterie»

12 mai

«Voyages & Aménagement»

23 septembre

«Exclusive»

21 octobre

«Fashion»

11 novembre

«Célébrer»

Doubles éditions



29 juillet

Été double édition

23 décembre

Platin double édition

Tirage 95 000 exemplaires

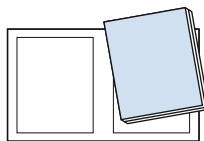
Distribution Tirage pour les abonnements et les kiosques ainsi que pour distribution spéciale dans les grands hôtels de Suisse, les loges VIP d'aéroport, les grands hôpitaux de Suisse

Plan de parutions
Extras

Encarts

Encarts libres

Poids	Coûts totaux	Coûts pour 1000 ex.
jusqu'à 25 g	CHF 33 840.–	CHF 376.–
jusqu'à 35 g	CHF 37 890.–	CHF 421.–
jusqu'à 50 g	CHF 40 050.–	CHF 445.–
jusqu'à 75 g	CHF 43 560.–	CHF 484.–
à partir de 75 g sur demande		



Prix comprenant les frais techniques et le port.

Conditions techniques

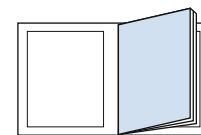
- **Format minimum:** 105 × 148 mm
Format maximum: 225 × 297 mm
- **Epaisseur:** 2,5 mm max.
- **Poids du papier:** 2 pages au moins 120g/m², 4 à 6 pages au moins 90g/m², 8 à 24 pages au moins 60g/m²
- **Façonnage:** pliés, pas moins de 100 exemplaires attachés ensemble par paquet, non croisés dans un même paquet
- Les annonces de tiers sont facturées avec un supplément de 25% par sujet/page par rapport à la page d'annonces brute (CHF 3 825.–).
- Edition partielle CHF 2 700.– (possibilité d'abonnement aux éditions partielles, régions sur demande)
- **Tous les prix s'entendent TVA de 7,6% en sus**

Modèles

Pour les encarts simples et encarts brochés, un modèle (5 exemplaires) doit être envoyé 3 semaines avant la parution au service interne des annonces.

Encarts brochés

Poids	Coûts totaux	Coûts pour 1000 ex.
jusqu'à 25 g	CHF 33 840.–	CHF 376.–
jusqu'à 35 g	CHF 37 890.–	CHF 421.–
jusqu'à 50 g	CHF 40 050.–	CHF 445.–
jusqu'à 75 g	CHF 43 560.–	CHF 484.–
à partir de 75 g sur demande		

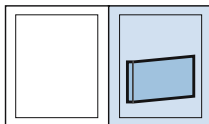


Prix comprenant les frais techniques et le port.

Conditions techniques

- **Format minimum:** 105 × 148 mm + 5 mm de marge de coupe supérieure
Format maximum: 230 × 300 mm (format cahier) + des marges de coupe supérieure de 5 mm, inférieure de 10 mm et frontale de 5 mm. Ecart 8 mm min. entre les éléments à ne pas couper et le rognage
- **Pliage:** pages de la moitié arrière du cahier 10 mm plus larges, fermé sur le haut du cahier (jusqu'à 16 pages)
- **Façonnage:** paquet, non croisés dans un même paquet. Si le format est inférieur à celui du cahier, rognés au format définitif à droite et en bas (rognage supérieur de + 5 mm).
- **Epaisseur:** 2,5 mm max.
- **Poids du papier:** 4 pages au moins 100 g/m², plus de pages, au moins 60g/m²
- Les annonces de tiers sont facturées avec un supplément de 25% par sujet/page par rapport à la page d'annonces brute (CHF 3 825.–).
- Edition partielle CHF 2 700.– (Possibilité d'abonnement aux éditions partielles, régions sur demande)
- **Tous les prix s'entendent TVA de 7,6% en sus.**

Annonces avec encart collé



Poids/articles	Coûts totaux	Coûts pour 1000 ex.
Carte postale	CHF 12 330.–	CHF 137.–
jusqu'à 25 g	CHF 17 010.–	CHF 189.–
jusqu'à 50 g	CHF 21 240.–	CHF 236.–
Sachets/échantillons	sur demande	

Prix comprenant les frais techniques et le port.
Le coût de l'annonce n'est pas compris.

Conditions techniques

- **Format minimum:** 55×85mm
Format maximum: 190×210mm
- **Commande minimale:** 1/1 page, selon prix brut d'insertion
- **Position des encarts collés:** le côté collé du prospectus doit être parallèle au côté agrafé du magazine
- **Marges d'écart:** écarts de 2 à 3 mm admissibles
- **Marges au centre:** min. 15 mm. Distance du bords supérieur, inférieur et frontal du magazine: min. 15 mm
- **Façonnage:** encarts coupés exactement et nettement selon le format. Les exemplaires ratés jusqu'à 1% du nombre mis à disposition sont admissibles.
- **Poids du papier:** 150g/m² min, 300g/m² max. (les cartes postales doivent correspondre aux prescriptions de la poste)
- **Tous les prix s'entendent TVA de 7,6% en sus**

Tirage

Le tirage total (90 000 exemplaires) sert de base de calcul pour le prix des encarts.

- **Tirage certifié:** 81 753 exemplaires (REMP 2009)
- **Tirage abonnements:** 77 000 exemplaires

Modèles

Aucune confirmation définitive ne sera donnée avant réception des modèles de l'encart pour contrôle par le service interne des annonces. Pour les encarts collés, un modèle en blanc avec mise en page doit également être envoyé 5 semaines avant parution au service interne des annonces.

CC II/RACHA II

- **Commission Conseil:** 5%
- **RACHA II:** 5% à partir d'un chiffre d'affaires de CHF 45 900.–

Rabais et CC II/RACHA II applicables à tous les encarts.

Livraison

Du lundi au jeudi de la semaine avant la parution:
Ziegler Druck- und Verlags AG, Warenanlieferung
Grüzefeldstrasse, 8404 Winterthur

Prière de prendre rendez-vous au préalable: Téléphone 052 266 98 84
ou 052 266 98 83

Conditions d'insertion

1 Contrat d'insertion

Les conditions d'insertion régissent les relations contractuelles entre l'annonceur ou l'intermédiaire mandaté par ce dernier et la maison d'édition pour autant qu'aucun autre accord n'ait été stipulé par écrit. Dans le cadre du contrat oral ou écrit d'insertion, l'éditeur s'engage à faire paraître une ou plusieurs annonces dans la publication désignée en contrepartie du paiement par l'annonceur des coûts d'insertion.

2 Droit applicable

Les relations contractuelles sont essentiellement régies par les Conditions d'insertion (CI) ainsi que par les dispositions du Code des obligations (CO).

3 Contrats conclus en francs et ordres de répétition

3.1 Fiabilité

Des contrats en francs et ordres de répétition ne peuvent être convenus que pour les annonces émanant de particuliers ou d'une seule entreprise. Les règlements particuliers de Presse Suisse/ASSP s'appliquent aux groupes et sociétés en holding.

3.2 Les contrats et leur durée

Le taux de rabais des contrats de quantité et de répétition doit en principe être connu lors de la première réservation d'espace, dans tous les cas avant la parution de la première annonce. La durée des contrats en francs et de répétition commence au plus tard lors de la première insertion, pour autant qu'une autre date n'ait pas été fixée lors de la conclusion du contrat. La durée du contrat est en principe de 12 mois et ne peut pas être changée. Si un contrat prend effet jusqu'au 15 d'un mois inclus, il dure jusqu'à la fin du mois précédent de l'année suivante.

3.3 Prix et changements de prix

Un contrat est conclu selon le tarif de base, séparément pour chaque publication. Toutes les catégories d'annonces donnant droit à un rabais seront incluses dans le contrat. Les changements de prix, des taux de rabais et de la TVA sont aussi immédiatement appliqués sur les réservations en cours. L'annonceur a le droit d'annuler son contrat dans les deux semaines qui suivent la communication écrite des nouveaux prix. Dans ce cas, il n'a droit qu'au rabais correspondant au volume publicitaire utilisé, selon l'échelle des rabais en vigueur.

4 Rabais

4.1 Rabais sur le chiffre d'affaires

Pour chaque contrat en francs, le donneur d'ordre a droit au rabais de quantité selon le tarif en vigueur.

4.2 Rabais rétroactif

Si, durant l'année, le volume des annonces dépasse le montant convenu lors de la conclusion du contrat, le rabais est calculé sur le volume global et un rabais rétroactif calculé selon le barème appliqué pour les rabais est accordé au client pour la fin de période de décompte.

4.3 Rabais de répétition

Le rabais de répétition est accordé sur les contrats qui portent sur le nombre d'annonces publiées simultanément prévu dans le barème de rabais (au cours d'une période de 12 mois au maximum). La grandeur de l'annonce ne doit pas être modifiée. Les textes et sujets ne peuvent être modifiés que s'il s'agit de matériel prêt à l'impression. Il est possible d'élargir et de renouveler un contrat de répétition si l'ordre est passé avant la parution de la dernière insertion dans

médias et leur dépeuplement lorsque l'ampleur de la tâche est inhabituelle (par exemple plans de diffusion, décomptes de coûts simples, etc.) ainsi que les coûts de PAO, coûts d'expédition au tarif express, modifications fréquentes des contrats, les nouveaux regroupements de factures indiqués ultérieurement, les informations fournies en cours de traitement pour les insertions en cours, les prestations de tiers, etc.

8 Emplacements désirés ou prescrits

Les prescriptions d'emplacements sont respectées sans engagement. Si, pour des raisons techniques, l'annonce paraît à un autre emplacement que celui prescrit ou désiré, l'annonceur ne peut ni refuser le paiement ni exiger de dédommagements.

9 Réclamations

Une parution défectueuse altérant sensiblement le sens ou l'effet d'une annonce donne droit à une compensation sous forme d'emplacement publicitaire, jusqu'à concurrence de la grandeur de l'annonce. Les commandes, les corrections et les annulations effectuées par téléphone sont aux risques de l'annonceur. Toute autre responsabilité est déclinée. Les erreurs d'impression qui ne modifient ni le sens ni l'effet d'une annonce ne justifient pas une réduction de prix. L'éditeur garantit une bonne reproduction de l'annonce au niveau de la technique d'imprimerie. Le matériel d'impression livré doit correspondre aux normes techniques du journal concerné. Les marges de tolérance par rapport aux standards exigés peuvent être communiquées à l'annonceur. Les légères différences de ton sont tolérées dans le procédé d'impression; le papier et les couleurs utilisés ne justifient pas une réduction de prix. La livraison retardée d'une édition, due à des défaillances techniques, ne donne droit à aucun dédommagement. Toute responsabilité est déclinée pour le matériel d'impression ne correspondant pas aux normes techniques de la revue. Les réclamations ne sont prises en considération que dans les 30 jours qui suivent la facturation. La contestation d'un ou de plusieurs points de la facture ne dispense pas l'annonceur de régler le montant restant de la facture dans les délais spécifiés sous «Conditions de paiement».

10 Refus de publier

L'éditeur a le droit de refuser, ou d'ajourner la parution d'une annonce ou d'un encart sans indication de motif. La conclusion d'un contrat portant sur l'insertion d'annonces ne peut pas être subordonnée à la publication d'articles rédactionnels.

11 Dispositions légales

L'annonceur porte l'entière responsabilité du contenu de l'annonce vis-à-vis de l'éditeur, des autorités et des lecteurs. Si la responsabilité du journal est mise en cause par un tiers, l'annonceur s'engage à libérer le journal de cette responsabilité.

Droit pénal et civil Sous réserve des conditions contraignantes inhérentes à la presse, l'annonceur porte l'entière responsabilité des conséquences financières lorsque la publication de son annonce enfreint des prescriptions légales. Il s'engage, en cas de litige avec des tiers résultant du contenu de l'annonce, à libérer complètement l'éditeur de toute responsabilité.

Loi contre la concurrence déloyale L'annonceur s'assure que ses annonces ne vont pas à l'encontre de la loi contre la concurrence déloyale. En cas d'atteinte à cette loi, l'annonceur décharge l'éditeur de toute responsabilité face aux conséquences y relatives. L'annonceur s'engage en particulier à prendre en charge l'ensemble des frais de l'éditeur dans le cas d'un processus juridique dé-

les formes précédemment prescrites et avant l'écoulement de la période de 12 mois. Le rabais est calculé sur la base du nouveau volume global et selon l'échelon de rabais correspondant. Il est accordé à titre rétroactif compte tenu des annonces déjà décomptées. Les ordres de répétition sont réservés aux publications dont les tarifs prévoient cette possibilité.

4.4 Ajustement des rabais

En principe, le même taux de rabais est appliqué pendant toute la durée du contrat.

4.5 Rappel de rabais

Si en fin de contrat le volume consommé est inférieur au contrat conclu, un rappel de rabais sera perçu. L'annonceur bénéficie d'une tolérance de 3% calculée sur l'échelon qu'il a souscrit dans son contrat.

4.6 Commission Conseil, RACHA

Commission Conseil CC: Une Commission Conseil (CC) de 15% du prix brut s'applique sur les annonces provenant d'agences média ou publicitaires reconnues. Pour les formats spéciaux tels qu'encarts simples, encarts brochés, encarts collés, échantillons de marchandises, etc. une CC de 5% est accordée.

RACHA II: Une ristourne annuelle sur le chiffre d'affaires (RACHA II) de 15% du montant net facturé est accordée à tous les annonceurs directs, dont le volume d'annonces annuel est de trois pages minimum. La ristourne est calculée sur le prix brut. Pour les formats publicitaires spéciaux tels qu'encarts simples, encarts brochés, encarts collés, échantillons de marchandises, etc., 5% de RACHA sont accordés.

CC et RACHA: CC et RACHA ne sont pas cumulables. En cas de non-respect des conditions de paiement, les CC et RACHA rétrocédées seront exigées.

5 Dénonciation prématurée du contrat

5.1 Annulation par l'annonceur

La suppression ou le déplacement d'ordres d'insertion ne peuvent être acceptés, même pour des raisons impératives, que jusqu'à la dernière date prévue pour la remise des annonces.

5.2 Annulation par l'éditeur

Si, pendant la durée du contrat, une publication doit interrompre sa parution, l'éditeur peut se libérer du contrat sans obligation de dédommagement. L'annonceur n'est alors pas délié de l'obligation de payer les annonces déjà parues. En cas de dénonciation du contrat par l'éditeur, le rabais fixé à sa conclusion reste valable.

6 Conditions de paiement

6.1 Délai de paiement

Sans autre indication, les factures sont payables dans les 30 jours. Les prix s'entendent nets, c'est-à-dire sans escompte. En cas d'encaissement par voie judiciaire, les rabais sur les factures impayées sont caducs. Les rabais sont alors facturés en plus.

6.2 Intérêts de retard

En cas de non-paiement des factures dans les 30 jours, un intérêt de retard peut être facturé. Le montant dû est majoré de 5% (Art. 104 CO).

6.3 Risque d'insolvabilité

Le risque d'insolvabilité d'un tiers est à la charge de l'annonceur, c'est-à-dire que le partenaire contractuel de l'éditeur s'engage à répondre du tiers en question pour le paiement ou pour tout autre engagement.

7 Prestations supplémentaires

Les travaux extraordinaires sont facturés selon les tarifs usuels dans la branche et majorés de la TVA. Sont considérés comme étant des travaux extraordinaires, la fabrication de maquettes, la mise en page des annonces, les modèles de textes, les traductions, les enquêtes relatives aux

coulant d'un non-respect de cette loi. L'éditeur se réserve le droit de mentionner la mention «annonce», les annonces pouvant être confondues avec le texte rédactionnel. Les annonces conçues comme un article rédactionnel ne peuvent pas être composées dans la police de caractères du journal ni contenir le titre du journal (police et logo).

12 Droit de réponse

Selon l'article 28 g et ss du Code civil suisse, toute personne qui se sent atteinte dans l'intégrité de sa personne par la présentation de faits dans des médias paraissant régulièrement, a un droit de réponse. L'éditeur peut refuser le droit de réponse lorsque celui-ci est visiblement injustifié ou va à l'encontre de la loi ou de la morale. L'annonceur qui est à l'origine de la publication des faits contestés est tenu de supporter tous les frais liés à l'exercice du droit de réponse.

13 Livraison du matériel d'impression

Toute responsabilité est déclinée en cas de livraison par le client de données (via des supports de donnée, modem ou ISDN) défectueuses ou incomplètes. En outre, l'éditeur n'est pas tenu pour responsable des parutions et des encarts défectueux résultant de données qui lui ont été préalablement fournies et qui ne peuvent pas être traitées ou utilisées selon les méthodes standard. Les charges supplémentaires qui en résultent sont facturées selon le temps effectivement nécessaire. L'éditeur répond uniquement des fautes imputables à une négligence grave de sa part.

14 Bon à tirer

Une épreuve est soumise à l'annonceur avant le début de l'impression uniquement pour les annonces réalisées par nos soins (facturation séparée) à partir des documents qu'il a fournis. L'épreuve est accompagnée de l'indication de la date limite d'acceptation des corrections. En l'absence de réponse du client à la date indiquée, l'éditeur est autorisé à supposer que l'annonce est un «bon à tirer». Les corrections qui divergent de l'original et nécessitent un nouveau traitement de la lithographie ne peuvent être acceptées que si les impératifs de temps le permettent et si l'annonceur en supporte les coûts. Aucune épreuve n'est réalisée lorsqu'il s'agit de données prêtes pour l'exposition.

15 Matériel d'impression

L'annonceur est responsable du délai de livraison du matériel d'impression ou des encarts. Sauf disposition contraire, l'éditeur ou la société de publicité n'a pas l'obligation d'archiver ou de restituer le matériel d'impression transmis par voie digitale ou traditionnelle (dessins, films, photos, etc.).

16 Modifications de tarifs

Les modifications de tarifs demeurent réservées et entrent en vigueur au même moment pour tous les annonceurs. L'annonceur a cependant le droit d'annuler le contrat dans les deux semaines qui suivent la communication écrite des nouveaux tarifs. Dans ce cas, il a seulement droit au rabais correspondant au volume publicitaire utilisé, selon l'échelle des rabais en vigueur.

17 For

Le for est le tribunal compétent au lieu du siège de l'agence de la société qui a conclu le contrat d'insertion. Dans ce cas, le for est Zurich

Les conditions d'insertion sont valables dès le 1^{er} janvier 2010 et remplacent toutes les versions précédentes.

Structure du cahier

Actuel

Editorial
Commentaire
Politique intérieure
et étrangère
Economie
Marchés financiers
Questions à
Médias

Fond

Histoires de réussite
Essais
Interview

Style et culture

Noms
Luxe-Must have
En conversation
Automobiles
Boire et manger
Objets
Littérature/Art

Editorial



Commentaire



Questions à



Médias



Top Stories



Essai



Interview



Noms



Luxe-Must have



Automobiles



En conversation

