

Prix et prestations 2010



drive
STYLE

AUTOMOBIL
REVUE | **REVUE**
AUTOMOBILE

Plan de parutions

Parution:

- RA (en français): bimensuel, le jeudi
Première édition 7.1.10, dernière édition 9.12.10
- AR (en allemand): hebdomadaire, chaque mercredi
Première édition 6.1.10, dernière édition 15.12.10

Délais de remise des annonces et livraison des données:

- pour **les annonces commerciales** avec bon à tirer:
jeudi jusqu'à 9 heures
- pour **les offres d'emploi**:
RA mardi jusqu'à 9 heures, AR lundi jusqu'à 9 heures

Editeur

Tamedia SA, Zurich

Maison d'édition

FMM Fachmedien Mobil AG
Dammweg 9
case postale 5635
CH-3001 Berne
Tél. + 41 (0)31 330 30 30
Fax + 41 (0)31 330 30 33
www.revueautomobile.ch

Rédacteur en chef

Pierre-André Schmitt
pierre.schmitt@automobilrevue.ch

Directeur commercial

Rehné Herzig
rehne.herzig@espacemedia.ch

Directeur des annonces

Remo De Piano
remo.depiano@espacemedia.ch

Insertions d'annonces

Tél. + 41 (0)31 330 30 01
Fax + 41 (0)31 330 30 33
annonces@revueautomobile.ch

Profil des lecteurs

Lecteurs/Lectrices	REVUE AUTOMOBILE	AUTOMOBIL REVUE	RA/AR
Dispersion	5.4 %	4.2 %	4.5 %
Projection	75 000	182 000	257 000
Hommes	80 %	83 %	82 %
Femmes	20 %	17 %	18 %
PML 1/1 page n/b net	62.74	41.94	47.33
PML 1/1 page 4c net	77.26	49.60	57.07

Source: MACH Basic 2009

Tirage

Tirage	REVUE AUTOMOBILE	AUTOMOBIL REVUE	RA/AR
Tirage vendu total	14 658 Ex.	29 264 Ex.	43 922 Ex.
- dont abonnés	12 222 Ex.	22 917 Ex.	35 139 Ex.
- dont ventes au numéro	721 Ex.	1 296 Ex.	2 017 Ex.
- autres ventes	1 017 Ex.	3 657 Ex.	4 674 Ex.
- dont exemplaires gratuits (5 %)	698 Ex.	1 394 Ex.	2 092 Ex.
Tirage gratuit total	2 269 Ex.	3 407 Ex.	5 676 Ex.
Tirage imprimé	21 000 Ex.	42 000 Ex.	63 000 Ex.

Source: REMP 2009

RA = REVUE AUTOMOBILE AR = AUTOMOBIL REVUE

Prix de vente au numéro et abonnements















	REVUE AUTOMOBILE	AUTOMOBIL REVUE
Vente au numéro	4.50	4.50
Abonnement annuel	104.-	159.-
Abonnement de 2 ans	164.-	249.-
Abonnement à l'essai	(6 éditions) 20.-	(8 éditions) 20.-

Structure et affinités des lecteurs	RA (SR)		Ø SR en %	AR (SA)		Ø SA en %
	en %	affinité		en %	affinité	
Sexe						
Hommes	79,8	166	48,2	82,6	168	49,2
Femmes	20,2	39	51,8	17,4	34	50,8
Age						
14 – 34	35,8	108	33,3	34,8	105	33,1
35 – 54	38,8	107	36,3	38,7	106	36,4
55 – 99	25,4	84	30,5	26,5	87	30,5
Revenu brut par ménage						
jusqu'à CHF 3 999.-	12,3	60	20,3	8,6	58	15,0
de CHF 4 000 à CHF 7 999.-	48,2	107	45,1	46,7	103	45,3
plus de CHF 8 000.-	39,5	114	34,5	44,7	112	39,8
Activité professionnelle						
Personnes actives	66,7	115	58,1	75,8	126	60,1
Sans emploi	33,3	80	41,9	24,2	61	39,9
Position						
Cadres dirigeant supérieurs	1,9	84	2,3	4,2	193	2,2
Cadres dirigeant moyens	20,7	157	13,2	22,1	157	14,1
Employé(e)s	29,8	94	31,7	34,6	101	34,1
Cadres positions						
Employé(e)s cadres	22,6	146	15,5	26,3	161	16,3
Employé(e)s non-cadres	35,7	101	35,3	38,7	107	36,2
Indépendants	8,4	115	7,3	10,8	141	7,6

SR = Suisse romande, SA = Suisse alémanique

Source: MACH Basic 2009

Formats et prix des annonces standards

Formats pages	Surfaces d'impr. largeur x hauteur (mm)	REVUE AUTOMOBILE			AUTOMOBIL REVUE		
		n/b	4 couleurs	Dans page réd. 4 couleurs	n/b	4 couleurs	Dans page réd. 4 couleurs
 1/1	263 x 380	4 851.-	6 036.-	-	7 952.-	9 404.-	-
Dernière page	263 x 380	5 820.-	7 200.-	-	9 517.-	10 290.-	-
 2/1 page pano	560 x 380	10 661.-	13 266.-	-	17 562.-	20 703.-	-
 2/2 page pano	560 x 190	-	-	10 944.-	-	-	16 624.-
 2/3 page pano	560 x 127	-	-	8 163.-	-	-	12 535.-
 1/2 page horiz.	263 x 190	2 534.-	3 760.-	5 099.-	4 048.-	5 717.-	7 756.-
 1/2 page vert.	129 x 380	2 534.-	3 760.-	-	4 048.-	5 717.-	-
 1/3 page horiz.	263 x 127	1 700.-	2 719.-	3 801.-	2 709.-	4 202.-	5 881.-
 1/4 page horiz.	263 x 95	1 226.-	1 916.-	2 668.-	1 998.-	2 977.-	4 141.-
 1/4 page vert.	129 x 190	1 226.-	1 916.-	-	1 998.-	2 977.-	-
 1/8 page horiz.	263 x 47	577.-	958.-	1 329.-	948.-	1 391.-	1 947.-
 1/8 page vert.	129 x 95	577.-	958.-	-	948.-	1 391.-	-
1/16 page horiz.	129 x 47	299.-	494.-	-	525.-	773.-	-
1/16 page vert.	63 x 95	299.-	494.-	-	525.-	773.-	-
1/32 page horiz.	63 x 47	155.-	258.-	-	247.-	391.-	-
 Junior Page	174 x 250	-	-	5 428.-	-	-	8 353.-
 Monolithe	85 x 380	-	-	5 109.-	-	-	8 034.-
 Double monolithe	2 x 85 x 380	-	-	10 722.-	-	-	16 871.-

Tous les prix sont bruts et en CHF, TVA en sus.

Prix pour formats individuels / pour les offres d'emploi et les annonces immobilières















Largeur des colonnes en mm

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Annonces	-	50	77	103	129	157	183	210	-	263

	n/b	4c
RA Prix mm/colonne (hauteur minimale 15 mm)	1.56	2.28
AR Prix mm/colonne (hauteur minimale 15 mm)	2.60	3.48
¹⁾ AR/RA mm/colonne (hauteur minimale 15 mm)	4.16	5.76

¹⁾ A déduire, rabais combiné de 5%

Formats et prix des annonces RA/AR standards

Formats pages	Surfaces d'impr. largeur x hauteur (mm)	n/b	4 coul.	Dans page réd. 4 couleurs
 1/1 Dernière page	263 x 380	12 803.-	15 440.-	-
 2/1 page pano	560 x 380	28 223.-	33 969.-	-
 2/2 page pano	560 x 190	-	-	27 568.-
 2/3 page pano	560 x 127	-	-	20 698.-
 1/2 page horiz.	263 x 190	6 582.-	9 477.-	12 855.-
 1/2 page vert.	129 x 380	6 582.-	9 477.-	-
 1/3 page horiz.	263 x 127	4 409.-	6 921.-	9 682.-
 1/4 page horiz.	263 x 95	3 224.-	4 893.-	6 809.-
 1/4 page vert.	129 x 190	3 224.-	4 893.-	-
 1/8 page horiz.	263 x 47	1 525.-	2 349.-	3 276.-
 1/8 page vert.	129 x 95	1 525.-	2 349.-	-
1/16 page horiz.	129 x 47	824.-	1 267.-	-
1/16 page vert.	63 x 95	824.-	1 267.-	-
1/32 page horiz.	63 x 47	402.-	649.-	-
 Junior Page	174 x 250	-	-	13 781.-
 Monolithe	85 x 380	-	-	13 143.-
 Double monolithe 2 x 85	x 380	-	-	27 593.-

Prix bruts, à déduire, rabais combiné de 5 %

Autres formats sur demande.

Rabais et suppléments

Rabais de conclusion de contrat

contrat CHF	rabais %	contrat CHF	rabais %
1 000.-	2	75 000.-	10
2 000.-	3	125 000.-	12
5 000.-	4	200 000.-	14
10 000.-	5	300 000.-	16
25 000.-	6	400 000.-	18
50 000.-	8	500 000.-	20

Rabais de répétition

Nombre	6 x	12 x	24 x
Rabais	3 %	6 %	15 %

Rabais combiné (annonces standards seulement)

RA/AR 5 %

Emplacement

20 % pour chaque prescription d'emplacement

Sous chiffres

CHF 35.-

Dès le 2^e bon à tirer

CHF 80.- tarif horaire

Tous les prix sont bruts et en CHF, TVA en sus.

Prix des annonces «Occasions»

Toutes les rubriques, exceptées "hit de la semaine" et "utilitaire de la semaine"	1	2	3	4	5
Largeur des colonnes en mm (minimum 50x15 mm):	50	103	157	210	263

Prix	Revue Automobile		Automobil Revue		
	n/b	4c	n/b	4c	
Annonce texte plein	1.95		2.65		
Annonce composée	2.10	2.65	3.10	3.95	
Délai de remise des annonces	mardi 9 h		lundi 9 h		

hit de la semaine (module avec photo, 4-couleurs)					
1 module (40x50 mm)	45.-		65.-		
1 bandeau (263x50 mm)	312.-		450.-		
Délai de remise des annonces	vendredi 9 h		vendredi 9 h		

Bandeau réclame (4-couleurs)					
1 bandeau pied de page (263x50)	420.-		600.-		
Délai de remise des annonces	vendredi 9 h		vendredi 9 h		

Utilitaire de la semaine (module avec photo, 4-couleurs)					
1 module (103x30 mm)	55.-		79.-		
Délai de remise des annonces	mardi 9 h		lundi 9 h		

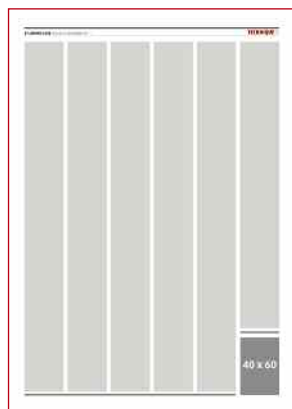
Réclames

	Formats (mm)	REVUE AUTOMOBILE	AUTOMOBIL REVUE	RA/AR
Bandeau en première page	263 x 47	3 390.-	5 290.-	8 680.-
Emplacement pour réclame en page 5	85 x 80	1 100.-	1 800.-	2 900.-
Emplacement pour réclame A	40 x 60	350.-	650.-	1 000.-
Emplacement pour réclame B	85 x 80	900.-	1 500.-	2 400.-
Emplacement pour réclame C	129 x 50	560.-	850.-	1 410.-

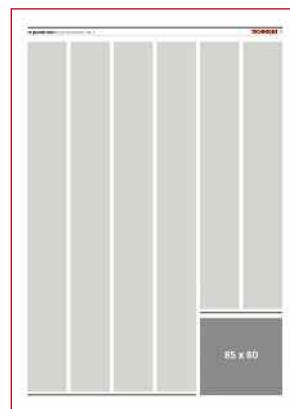
Prix pour réclame 4 couleurs. Autres formats sur demande.



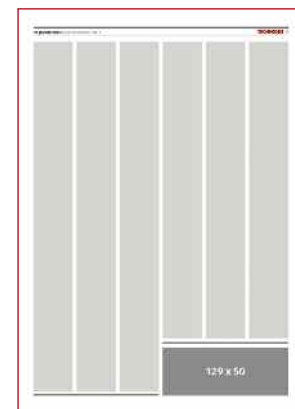
Bandeau en première page



Emplacement pour réclame A



Emplacement pour réclame B
Emplacement pour réclame en page 5



Emplacement pour réclame C

Numéros spéciaux 2010

Thèmes	Parutions	Dates de livraison	RA N°	AR N°	Formes
Salon de Genève	04.03.2010	25.02.2010	5	9	Numéro spécial
Spécial Salon	04.03.2010	29.01.2010	5	9	Magazine
Cabriolets et Motos	15.04.2010	08.04.2010	8	15	Numéro spécial
Automobiles classiques	29.04.2010	01.04.2010	9	17	Magazine
Transport 1	14.05.2010	06.05.2010	10	19	Numéro spécial
Spécial été	24.06.2010	17.06.2010	13	25	Numéro spécial
Energies alternatives	19.08.2010	12.08.2010	17	33	Numéro spécial
Voitures de sport et de luxe	16.09.2010	20.08.2010	19	37	Magazine
4x4 et Spécial hiver	30.09.2010	23.09.2010	20	39	Numéro spécial
Transport 2	14.10.2010	07.10.2010	21	41	Numéro spécial
Caravanes/Voyages	28.10.2010	21.10.2010	22	43	Numéro spécial
Automobiles, montres et mode	11.11.2010	15.10.2010	23	45	Magazine

C'est avec plaisir que nous vous renseignerons en détail: Tél. + 41 (0)31 330 30 01, e-mail annonces@revueautomobile.ch

Impressions spéciales

L'équipe de la RA vous fournit volontiers toute information sur les impressions spéciales.

Prix indicatifs:

Exemple: 2 pages, A3, quadrichrome

1000 exemplaires CHF 2400.-

10000 exemplaires CHF 4600.-

Drive Style

DriveStyle – Le magazine de la Revue Automobile/Automobil Revue publié 4 fois par an. Images de haute qualité et sujets passionnants... le tout sur papier glacé! (Gratuit pour les abonnés. Vendu séparément en kiosques.)

Format	Miroir de page en mm	Franc-bord en mm*	Prix CHF
1/1 page	194 x 280	215 x 300	15 440.–
1/2 page verticale	95 x 280	105.5 x 300	9 477.–
1/2 page horizontale	194 x 138	215 x 148	9 477.–
Page pano 2/1 page	409 x 280	430 x 300	33 969.–
Page pano 2x 1/2 page	409 x 138	430 x 148	27 568.–
1/4 page verticale	95 x 138	105.5 x 148	4 893.–
1/4 page horizontale	194 x 67	215 x 77	4 893.–
1/8 page verticale	45.5 x 138		2 349.–
1/8 page horizontale	95 x 67		2 349.–
1/16 page verticale	45.5 x 67		1 267.–
2° à 4° de couverture		215 x 300	21 500.–

* + coupe 3 mm

Tous les prix sont bruts et en CHF, TVE en sus.



Publireportages

Les publireportages sont des reportages sur des sociétés, anniversaires, inaugurations, «Journées portes ouvertes». Vous pouvez vous procurer, auprès de l'équipe de la RA, les informations nécessaires sur la conception et les maquettes d'imprimerie.

Prix	REVUE AUTOMOBILE	AUTOMOBIL REVUE	RA/AR ¹⁾
1/1 page quadrichrome	6 730.-	9 950.-	16 680.-
1/2 page horiz. quadrichrome	3 920.-	5 690.-	9 610.-

Tous les prix sont bruts et en CHF, TVA en sus.

¹⁾ A déduire, rabais combiné de 5 %

Catalogue 2011

Ouvrage standard destiné à tous les amoureux de l'automobile et des prestigieux objets de collection: Edition bilingue (français/allemand), plus de 500 pages, plus de 3500 modèles. Contient, en outre, un guide pour l'achat de votre voiture, un résumé de tous les essais, un hit-parade des nouveautés et concept cars ainsi que plus de 1200 photos couleurs et dessins.

Parution:

début mars 2011

Dernier délai pour les annonces: 30 nov. 2010

Livraison des données: 14 déc. 2010

Tirage:

42 000 exemplaires, distribution:
librairies, kiosques, stations essence,
expositions et internet

Format:

Format catalogue: 227 x 300 mm
Surface d'impression: 203 x 271 mm
Annonces avec franc bord:
233 x 306 mm

Le catalogue de La Revue Automobile se trouve online!

www.catalogue.revueautomobile.ch. Demandez notre factsheet séparé.



Encarts

Prix		RA	AR	RA/AR
Indice publicitaire	jusqu'à 25 g	3 988.-	9 970.-	13 958.-
Joindre	CHF 50.-‰	1 050.-	2 100.-	3 150.-
Port	CHF 0.11/Ex.	1 760.-	3 410.-	5 170.-
Total		6 798.-	15 480.-	22 278.-

Indice publicitaire	de 26 à 50 g	4 192.-	10 487.-	14 679.-
Joindre	CHF 50.-‰	1 050.-	2 100.-	3 150.-
Port	CHF 0.11/Ex.	1 760.-	3 410.-	5 170.-
Total		7 002.-	15 997.-	22 999.-

Indice publicitaire	de 51 à 75 g	4 703.-	11 757.-	16 460.-
Joindre	CHF 50.-‰	1 050.-	2 100.-	3 150.-
Port	CHF 0.13/Ex.	2 080.-	4 030.-	6 110.-
Total		7 833.-	17 887.-	25 720.-

Indice publicitaire	de 76 à 100 g	5 629.-	14 075.-	19 704.-
Joindre	CHF 50.-‰	1 050.-	2 100.-	3 150.-
Port	CHF 0.15/Ex.	2 400.-	4 650.-	7 050.-
Total		9 079.-	20 825.-	29 904.-

Tirages				
Abonnements		16 000	31 000	47 000
Tirage d'imprimerie		21 000	42 000	63 000

Rabais

Déduction des éventuels rabais de conclusion de contrat et de combiné sur l'indice publicitaire.

Formats

Minimum 105 x 148 mm, maximum 200 x 285 mm

Poids

Maximum 100 g, feuille unique DIN A6: poids minimum du papier de 170 gm², > DIN A6 135 gm²

Encarts de plus de 75 g et de surface lisse: échantillon indispensable pour essai.

Echantillons

10 ex. 15 jours ouvrables avant parution à: REVUE AUTOMOBILE, Service des annonces, Dammweg 9, case postale, 3001 Berne.

Mise à disposition

4 jours ouvrables avant parution à:

Druckzentrum Bern, Espace Media, Zentweg 7, 3006 Berne
Tél. + 41 (0)31 349 41 14

Jours de livraison

Du lundi au vendredi de 08.00 à 17.00 heures

Supplément

Dans les encarts, les annonces de clients externes seront majorées de 20 % du prix d'une page d'annonce quadrichrome, par sujet.

Tous les prix sont bruts et en CHF, TVA en sus.

Données techniques

Format journal	297 x 420 mm (A3)
Surface d'impression	263 x 380 mm
Procédé d'impression	offset, trame 44
Dpi	300
Documents d'impression	Textes, photos, diapositives, dessins au net, illustrations
Mise à disposition des données	Supports de données, programmes et formats de données, cf. indications séparées
E-mail	Jusqu'à 5 MB: annonces@revueautomobile.ch De 5 à max. 32 MB: revueautomobile@espace-data.ch
Fax	+ 41 (0)31 330 30 33

Livraison des données

Format idéal:

PDF/X-3 (à partir d'Acrobat 4/PDF 1.3). Pour infos, téléchargements des profils et options de travail, voir sous www.pdfx-ready.ch et www.printonline.ch.

Programmes/formats (PC et Mac) compatibles pour l'impression:

QuarkXpress, InDesign, PageMaker, Illustrator, Photoshop, CorelDraw, MS Office (attention: les logos et images seront extraits des documents Word uniquement s'ils offrent une qualité suffisante pour l'impression!).

Les données d'autres programmes ne peuvent être prises en compte que s'il s'agit de documents PDF, EPS ou PS.

Support de données: CD-Rom

A respecter absolument:

- Les polices utilisées (en dehors de celles de l'Adobe Type Library) doivent être fournies. Dans l'idéal, l'écriture Type 1 est utilisée.
- Toujours fournir les données originales des logos et photos.
- Avec les documents EPS, lier les écritures ou les transformer en signes, lier les données des photos.

Nous déclinons toute responsabilité en ce qui concerne les données numériques transmises ne correspondant pas aux présentes directives.

Important:

Veillez nous envoyer, pour chaque ordre transmis numériquement, une copie du sujet par fax +41 (0)31 330 30 33.

Dispositions relatives à l'insertion REVUE AUTOMOBILE

En vigueur dès le 1er janvier 2010

1. Objet. Les présentes conditions d'insertion régissent les relations contractuelles entre l'annonceur et FMM Fachmedien Mobil AG (« éditeur ») concernant les mandats publicitaires, sous réserve de convention écrite contraire.

2. Les ordres, la modification et la suspension d'annonces doivent nous être transmis par écrit. Dans le cadre des présentes conditions d'insertion, les télécopies ou courriers électroniques envoyés au département des ventes satisfont également à l'exigence de la forme écrite. Sous réserve de conventions individuelles contraires, le contrat n'est en principe conclu qu'une fois que l'annonceur a fait parvenir à l'éditeur l'offre de contracter écrite, en lui transmettant le formulaire d'ordre d'insertion signé ainsi que le texte de l'annonce, et que l'éditeur a accepté le mandat publicitaire, par confirmation écrite de l'ordre. Les modifications et les suspensions peuvent être effectuées sans suite de frais jusqu'à échéance du délai de remise des annonces. Pour le matériel d'impression déjà traité, les frais occasionnés seront facturés. Les reproductions et lithographies produites par le centre d'impression restent propriété de celui-ci. L'éditeur n'assume aucune responsabilité en cas d'erreurs dans la transmission des ordres, des modifications ou des suspensions de mandats publicitaires.

3. Les souhaits quant à la date de parution et à l'emplacement sont reçus sans engagement. L'éditeur se réserve le droit de reporter la parution des annonces pour des raisons techniques, sans en aviser l'annonceur au préalable.

3.1. Les instructions relatives à l'emplacement qui ne sont pas fixées de manière tarifaire font l'objet d'un supplément. Elles n'ont d'effet contraignant qu'après négociation et confirmation.

3.2. Si l'emplacement confirmé ne peut être respecté pour des raisons techniques, l'annonceur en est dans la mesure du possible informé par avance.

3.3. La non-parution d'une annonce, l'insertion à un autre emplacement ou la parution à une date autre que celle qui a été convenue ainsi qu'une exécution tardive suite à des dysfonctionnements techniques ne fondent aucune prétention en dommages-intérêt de quelque nature que ce soit.

3.4. L'éditeur n'accorde pas de clause d'exclusivité.

4. Publication d'annonces/d'encarts. L'éditeur se réserve en tout temps le droit d'exiger des modifications des contenus des annonces/encarts ou de refuser, resp. suspendre des annonces/encarts sans indication de motifs.

4.1. Services en ligne (en particulier Internet). L'annonceur autorise l'éditeur, jusqu'à révocation, à intégrer les annonces à ses propres services en ligne ou à ceux de tiers ou à les publier de toute autre manière et à les traiter dans ce but. L'éditeur s'engage à respecter les normes de protection des données mais n'est toutefois pas en mesure de garantir complètement la confidentialité, l'intégrité, l'authenticité et la disponibilité des données personnelles. L'annonceur prend connaissance du fait que les données personnelles pourront aussi être consultées dans des pays ne possédant pas de dispositions sur la protection des données comparables à celles de la législation suisse. L'annonceur donne ainsi son accord à ce que les annonces que l'éditeur imprime, met en ligne ou publie de toute autre manière ne soient pas mis à la libre disposition de tiers. L'annonceur s'oppose en particulier à la reprise par des tiers de ses annonces dans des services en ligne sans l'accord de l'éditeur et cède à l'éditeur le droit de s'opposer à toute exploitation et tout traitement de quelque manière que se soit de ces annonces en utilisant les moyens nécessaires.

5. Les annonces à caractère politique manifestement conçues pour former ou influencer l'opinion publique en vue des élections ou votations doivent paraître suffisamment tôt avant le passage aux urnes pour que le camp adverse ait lui-même la possibilité de placer des annonces avant le jour des élections ou votations. Elles sont par ailleurs soumises aux directives de l'éditeur.

6. La publication d'articles rédactionnels ne peut pas constituer une condition au placement d'ordres d'insertion d'annonces.

7. Responsabilité. L'annonceur est responsable du contenu des annonces. Il est tenu de respecter les dispositions légales, directives et conventions de la branche applicables. Dans la mesure où la législation le permet, il libère l'éditeur, ses organes et auxiliaires de toute responsabilité envers des tiers. Si l'éditeur est poursuivi en justice, l'annonceur est tenu de participer au procès dès la dénonciation du litige. L'annonceur assume en tous les cas tous les frais judiciaires et extrajudiciaires engagés en rapport avec les prétentions de tiers ou dans des procédures auprès des autorités.

8. Droit de réponse. Les requêtes en publication d'une réponse à des annonces sont dans la mesure du possible traitées d'entente avec l'annonceur, resp. l'agence de publicité. Si l'éditeur est poursuivi en justice, l'annonceur est tenu de participer au procès dès la dénonciation du litige. L'annonceur assume en tous les cas tous les frais judiciaires et extrajudiciaires engagés en rapport avec un droit de réponse.

9. Les instructions de mise en page peuvent être reçues dans la mesure des possibilités techniques. Les annonces doivent être clairement identifiables comme telles par les lecteurs et se distinguer de la partie rédactionnelle par leur mise en page et leur police. L'éditeur se réserve le droit de les signaler en outre par un en-tête « Annonce », « Publicité » ou « Publiereportage ». Le logo ou le nom du journal ne peut être employé qu'avec l'accord écrit de l'éditeur ; dans le cas contraire, celui-ci se réserve le droit de refuser des ordres d'insertion.

10. Les bons à tirer ne sont produits que sur demande expresse et ce uniquement si les documents d'impression sont fournis à l'éditeur au plus tard 1 jour ouvrable avant l'échéance du délai d'insertion. Les annonces sont en principe publiées à la date requise, même si le bon à tirer n'est pas encore parvenu. Aucun bon à tirer n'est en principe établi en cas d'utilisation de matériel plein.

11. Malfaçons, erreurs, défauts d'impression/garantie/responsabilité de l'éditeur. L'éditeur s'efforce d'assurer une publication des annonces optimale au regard des standards techniques usuels. L'annonceur a connaissance du fait que l'état actuel de la technique ne permet pas de garantir en tout temps la disponibilité des systèmes ni une publication exempte de défauts. L'éditeur ne garantit pas la disponibilité ni l'absence d'erreurs, défauts ou malfaçons. Sauf négligence grave ou dol, toute responsabilité de l'éditeur est exclue. Toute responsabilité des auxiliaires de l'éditeur est exclue de manière générale. De surcroît, la responsabilité se limite le cas échéant aux dommages directs et au maximum au remboursement du prix versé par l'annonceur pour l'insertion en cause, resp. à l'inscription d'un crédit de (au maximum) même montant pour la publication ultérieure d'une annonce.

L'éditeur n'assume aucune responsabilité pour les annonces paraissant avec des défauts dus à un matériel d'impression défectueux ou inadapté (trames ou traits trop fins, caractères trop petits etc.), ni pour la non-conformité du rendu de couleurs ou les irrégularités de repérage liées aux conditions techniques de la procédure d'impression. Il en va de même si le matériel d'impression, dont la qualité a été critiqué par l'éditeur, n'a malgré cette intervention pas été remplacé par du matériel en bon état. Pour les couleurs vives, l'éditeur se réserve une tolérance raisonnable pour les nuances de couleur.

12. Les erreurs d'impression qui ne portent pas atteinte de manière significative au sens ou à l'impact publicitaire de l'annonce ne donnent pas droit à une réduction du prix. Des divergences par rapport aux règles typographiques ou l'absence de codes d'identification sur les coupons-réponse ne donnent pas non plus droit à une compensation.

12.1. La rédaction et l'éditeur appliquent les **règles d'orthographe** en vigueur. Les annonces dictées par téléphone sont publiées, sauf volonté expresse contraire de l'annonceur, conformément aux directives actuelles.

12.2. L'éditeur décline toute responsabilité pour les **erreurs de traduction** d'annonces dont le texte fourni est en langue étrangère.

12.3. Si une **parution défectueuse** altère considérablement le sens ou l'effet d'une annonce, l'annonceur a droit au maximum à être libéré du paiement des frais d'insertion de l'annonce en question ou à une compensation sous forme d'espace publicitaire. Toute prétention supplémentaire est exclue.

13. Avis des défauts. L'annonceur est tenu de contrôler l'annonce immédiatement après sa première parution et de dénoncer immédiatement les éventuels défauts. Faute d'avis immédiat des défauts, l'exécution de la commande est réputée acceptée.

14. Les réclamations portant sur la facturation ne sont prises en considération que dans un délai de 10 jours après l'établissement de la facture. Les réclamations portant sur le rendu des couleurs doivent être émises dans les 3 jours suivant la parution.

15. Les mesures des annonces sont en principe établies de filet à filet. Un millimètre entamé est compté en plein. La « hauteur utile » désigne non pas la limite minimale mais un espace adapté au sujet. En cas d'utilisation de matériel plein, on ajoute en principe 2 mm à la « hauteur de l'annonce ».

16. Les conventions de rabais (contrats en francs/commandes de répétition) valent pour une année et une entreeprise. Pour les annonces d'un même client qui paraissent sous des noms différents ou pour le compte de différentes entreprises, il y a lieu de conclure des conventions de rabais séparées (filiales etc.). Les entreprises juridiquement indépendantes doivent conclure des contrats en francs séparés même si elles appartiennent à la même organisation faitière (holding). Les contrats holding sont soumis à la directive de l'Association Presse Suisse/ASSP. Le rabais pour les commandes de répétition n'est accordé qu'en cas de commande simultanée (sans changement de dimensions).

16.1. La durée des contrats en francs et des commandes de répétition commence au plus tard à la date de la première insertion. Elle s'étend en principe à 12 mois. Si un contrat est conclu jusqu'au 15 d'un mois, il dure jusqu'à la fin du mois précédent de l'année suivante ; à partir du 16, jusqu'à la fin du même mois de l'année suivante. Les conventions de rabais passées avec les clients RACHA I expirent toujours à la fin de l'année civile.

16.2. Décomptes de rabais. Si le volume des insertions dépasse ce qui est prévu au contrat, l'annonceur a droit à un rabais rétroactif selon le tarif. Si le volume des commandes est inférieur à ce qui a été convenu, l'annon-

ceur est tenu de restituer le rabais perçu. Le quota non utilisé ne peut être reporté à l'année suivante. Les mêmes règles s'appliquent par analogie aux commandes de répétition.

16.3. Pour les **contrats bruts**, les rabais et provisions ou la RACHA sont crédités à l'expiration de la convention de rabais.

16.4. Les annonces collectives sont soumises à des conventions de rabais spéciales.

17. Justificatifs. Sur demande, un justificatif est remis gratuitement (en général une page complète). Les justificatifs supplémentaires seront facturés.

18. Les offres en réponse à des annonces sous chiffre ne sont transmises à leurs destinataires que si elles présentent un lien direct avec l'annonce en question. Les envois de nature publicitaire ou recommandations, les offres anonymes ou de masse ne sont pas transmises. Afin d'identifier de telles offres, l'éditeur se réserve le droit d'ouvrir des lettres ou courriers électroniques par échantillonnage. Si des documents originaux ou des photographies ne sont pas restitués aux personnes intéressées, l'éditeur pourrait se voir contraint par un tribunal ou une autorité d'instruction, dans le cadre de l'audition de témoins au cours d'une procédure judiciaire intentée par un candidat, de divulguer l'identité d'un annonceur sous chiffre. L'éditeur décline toute responsabilité pour le renvoi de documents. Les offres dépassant le format C5 ne seront transmises que si les timbres correspondants y sont joints.

19. Conditions de paiement. Sous réserve de convention contraire, les factures doivent être payées sous 30 jours sans déduction d'escompte. Les déductions d'escompte injustifiées feront l'objet d'une nouvelle facturation.

19.1. En cas de retard de paiement, des **frais de rappel de CHF 10.-** ainsi qu'un intérêt moratoire de 6 % seront facturés. En cas de poursuite, de sursis concordataire ou de faillite, l'annonceur perd tout droit aux rabais et commissions d'intermédiaire. Les commissions d'intermédiaire déjà versées devront être restituées. De plus, la créance est majorée de 5 % à titre de frais administratifs (min. CHF 50.-, max. CHF 300.-).

19.2. L'éditeur se réserve le droit de contrôler en tout temps la **solvabilité** des annonceurs, resp. des agences de publicité.

19.3. For et droit applicable. Le présent contrat est soumis au droit matériel suisse. Le for est à Zurich.

20. Modification des conditions d'insertion ; modifications tarifaires. L'éditeur est en droit de modifier en tout temps les présentes conditions d'insertion, le tarif ainsi que les éventuelles autres conditions générales. Ces conditions d'insertion, conditions générales et tarifs modifiés entrent en vigueur simultanément pour tous les annonceurs et s'appliquent également aux commandes en cours. L'annonceur a cependant le droit de se départir du contrat dans les 2 semaines suivant la notification écrite des nouveaux prix. Il a dans ce cas seulement droit au rabais correspondant selon le tarif au volume de commandes effectives.

21. Résiliation anticipée. Si un organe d'insertion met fin à la parution pendant la durée du contrat, l'éditeur peut se départir du contrat sans obligation de substitution. Une résiliation anticipée du contrat n'a pas pour effet de libérer l'annonceur de l'obligation de payer les annonces parues. Il n'est pas procédé à des rappels de rabais mais à des bonifications, dans la mesure où un seuil de rabais supérieur est atteint au moment de la résiliation.

Tous les prix sont indiqués hors TVA 7.6%.

Ces conditions d'insertion entrent en vigueur au 1er janvier 2010.



FMM Fachmedien Mobil AG

Dammweg 9, case postale 5635

CH-3001 Berne

Tél. +41 (0)31 330 30 30

Fax +41 (0)31 330 30 33

E-mail annonces@revueautomobile.ch

www.revueautomobile.ch

