

SAVOIR FAIRE

Comment les entrepreneurs façonnent l'avenir

Le nouveau magazine économique suisse de Raiffeisen

Données média 2018



Marché publicitaire

kömedia
Passionnément

Kömedia AG

Geltenwilenstrasse 8a, 9001 Saint-Gall

Tél. 071 226 92 92, fax 071 226 92 93

info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Philosophie



*Proche des entreprises
suisses*

Caractéristique

Raiffeisen a lancé le magazine économique SAVOIR FAIRE afin de renforcer sa présence dans les opérations avec la clientèle entreprises. Le magazine paraît en trois langues et il est distribué sous forme imprimée à 78'000 entreprises. Le magazine s'adresse aux CEO et aux cadres des PME (focus 50 collaborateurs) et vise un large éventail de secteurs. Il prend en compte toutes les régions et toutes les tailles d'entreprises. Des contenus supplémentaires (vidéos, galeries photos, histoires) sont publiés en ligne. Le magazine exprime la force de la Suisse d'avoir autant de PME, le pilier de son économie.

Approche journalistique

Les éditeurs du magazine ont adopté une approche journalistique pour les contenus. Par ailleurs, de nombreux journalistes économiques réputés écrivent, eux aussi, régulièrement pour le magazine, relatent les histoires de succès, abordent des thèmes économiques et donnent des conseils pour le quotidien des PME, ce qui augmente la crédibilité du magazine auprès de ses lecteurs. La mise en page est épurée, accompagnée d'éléments ludiques, et intègre également des textes courts et de nombreuses photos. Enfin, le magazine inclut des infographies et des rubriques de conseils pour une lecture rapide.

Opérations avec la clientèle entreprises

Les Banques Raiffeisen s'occupent d'environ 160'000 clients entreprises en Suisse. Raiffeisen privilégie une croissance qualitative depuis des années. Cette croissance souligne le positionnement de Raiffeisen comme un partenaire important pour les PME. La clientèle entreprises est constituée en majeure partie de petites entreprises opérant dans le rayon d'activité des Banques Raiffeisen. Les crédits à la clientèle entreprises sont octroyés à des partenaires commerciaux disposant d'une bonne solvabilité.

Thèmes



#01/2018: Efficacité

Se concentrer sur les compétences clés et retrouver plus de temps pour la créativité!

#02/2018: Nouveau départ

Les entrepreneurs qui se réinventent en rompant avec les anciennes méthodes et en osant la nouveauté.

#03/2018: La Suisse et l'étranger

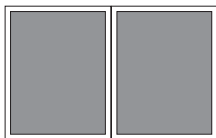
Les entreprises suisses qui osent s'implanter à l'étranger ou qui réussissent à faire venir des clients étrangers en Suisse



Solide et utile

Prix/formats Valable dès le 01.01.2018

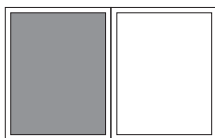
Format du magazine: 210 x 297 mm / annonces uniquement possibles dans la maquette d'impression (5 mm de bordure blanche)



2/1 page

410 x 287 mm

Prix total	14'000.–
Prix D	9'000.–
Prix F	3'000.–
Prix I	2'550.–
Prix D/F	12'000.–
Prix F/I	4'400.–



1/1 page

195 x 287 mm

Prix total	9'500.–
Prix D	6'500.–
Prix F	2'000.–
Prix I	1'500.–
Prix D/F	8'000.–
Prix F/I	3'900.–



1/2 page

195 x 140 mm

Prix total	5'000.–
Prix D	2'900.–
Prix F	1'750.–
Prix I	900.–
Prix D/F	4'800.–
Prix F/I	1'500.–

Rabais

→ Rabais de répétition
2 x 5%, 4 x 15%

Commission de conseil

→ 5% du net/net

Annexes

→ Sur demande

Edition	Date de publication	Clôture de réservation d'encarts publicitaires
# 01/2018	23 février 2018	19 janvier 2018
# 02/2018	29 juin 2018	1 ^{er} juin 2018
# 03/2018	26 octobre 2018	28 septembre 2018

Informations techniques

Trois éditions linguistiques

Le nouveau magazine économique de Raiffeisen paraît en trois éditions linguistiques séparées, à savoir en allemand, français et italien.

Tirage imprimé (édition 1/18) 78'000 exemplaires dont

exemplaires en allemand	47'000
exemplaires en français	23'500
exemplaires en italien	7'500

Matériel d'impression: impression PDF 300 dpi

Impression: 4 couleurs, résolution sur l'échelle européenne

Papier: (FSC): Arctic Volume white

Finition: reliure adhésive

Distribution: aux clients entreprises par la Poste Suisse.

Livraison des données: Kömedia AG, Geltenwilenstrasse 8a, 9000 Saint-Gall, tél. 071 226 92 92
Igor Molinaro, i.molinaro@koemedia.ch

Prix des annonces en CHF, 7.7% de TVA en plus / cours de l'euro selon la comptabilité (conditions générales en allemand sur www.koemedia.ch)

Conditions générales d'affaires



1. Termes et forme du contrat d'insertion publicitaire

En concluant un contrat d'insertion publicitaire, la société Kömedia AG (ci-après la «maison d'édition») s'engage à faire paraître une ou plusieurs annonces dans la publication désignée. En contrepartie, le client doit payer le prix de ces annonces. Les contrats d'insertion publicitaire doivent être conclus par écrit. Les e-mails, fax et autres documents identiques sont assimilés à la forme écrite et valides. En plus des commandes, les modifications ou les annulations doivent également revêtir la forme écrite.

2. Importance des CGA

Les conditions générales d'affaires (CGA) suivantes sont déterminantes pour le règlement du rapport contractuel. D'éventuels accords individuels écrits prévalent sur les présentes CGA. En revanche, les présentes CGA prévalent sur d'éventuelles CGA différentes du client. Les CGA sont également valables pour une agence et/ou une société intermédiaire éventuellement mandatée par le client, à moins que l'agence / la société intermédiaire (et non l'annonceur final) soit elle-même le client, ou qu'elle agisse en remplacement du client (dans le dernier cas, uniquement si le client l'a expressément mentionné).

3. Base de la fixation des prix des annonces

Les tarifs s'appliquent conformément aux données média actuelles. Les prix des annonces s'entendent toujours hors taxes de TVA en vigueur à ce moment-là. Les prestations supplémentaires comme la création de documents, la mise en page des annonces, les modèles de textes, les traductions, les enquêtes relatives aux médias et leur développement, etc., dépassant l'ampleur des tâches habituelles (par ex. plans de diffusion, calculs de coûts simples), etc.) sont facturés aux tarifs en vigueur dans le secteur. Le calcul des annonces s'effectue en principe sur la base de la taille publiée. Le millimètre commercial est facturé en entier. L'analyse de l'outil de gestion publicitaire de la maison d'édition sert de base de calcul pour la réalisation correcte des campagnes publicitaires en ligne ainsi qu'au décompte de celles-ci. Le client n'a pas le droit de recevoir des informations sur les statistiques dépassant le cadre de ce qui est nécessaire pour le décompte.

4. Refus des annonces

La maison d'édition a le droit de refuser des annonces sans indiquer de motifs. Ce refus ne donne pas droit à des dommages-intérêts. Seules les annonces acceptées par la maison d'édition sont comprises dans la conclusion du contrat.

5. Contrats d'achat d'espace publicitaire et commandes récurrentes

On entend par contrats d'achat d'espace publicitaire l'achat de volumes d'annonces en taille (en millimètres ou par page 1/1 ou 1/2 page, etc.) ou en francs pendant une certaine période. Les commandes récurrentes sont des commandes d'annonces identiques passées à l'avance à date fixe. Les contrats d'achat d'espace publicitaire et les commandes récurrentes ne sont en principe autorisés que pour les annonces d'un client en particulier. Pour les annonces d'un même donneur d'ordre économique, qui paraissent sous différents noms et pour le compte de différentes entreprises (filiales, etc.), il convient en principe de conclure des groupes et sous-groupes d'achats séparés. La maison d'édition réserve des contrats de groupes et conclut en particulier, la maison d'édition en prenant en compte les normes habituellement en vigueur dans le secteur. En l'absence d'un autre accord, la durée des contrats d'achat d'espace publicitaire et des commandes récurrentes commence au plus tard à la date de la première insertion. Elle est en principe de 12 mois. Dans le cas d'une première insertion avant le 15 jour du mois, celui-ci est compris.

6. Rabais

Pour chaque contrat, celui-ci est complété, le client a droit au rabais tarifaire en vigueur (cf. les indications à ce sujet dans les données média). Un rabais de répétition est accordé sur les commandes qui comprennent le nombre d'annonces correspondant aux dispositions sur les rabais (sur 12 mois). La taille ne doit pas être modifiée. Les textes et les sujets peuvent l'être uniquement s'il s'agit de matériel d'impression commun. Les accords sur les rabais avec les clients bénéficiant d'une prime de chiffre d'affaires annuelle se terminent toujours à la fin de l'année civile. Le rabais qui résulte du montant connu au moment de la signature du contrat peut, à la demande du client, être modifié pendant la durée du contrat en fonction d'un nouveau montant. En cas de montant brut fixé dans le contrat, le rabais ou la prime de chiffre d'affaires annuelle sont crédités à l'échéance de l'accord sur les rabais. Si le volume des annonces publiées dépasse les montants prévus pendant l'année, le rabais est calculé sur le volume global et un rabais rétroactif est accordé au client dans le cadre des dispositions sur les

rabais. Si, en fin de contrat, le volume des annonces publiées est inférieur au contrat connu, le client reçoit un rappel de rabais dans le cadre des dispositions sur les rabais. En cas de résiliation du client suite à des modifications de tarifs (cf. chapitre 15), celui-ci a droit au rabais correspondant au volume effectif des annonces publiées conformément aux dispositions sur les rabais.

7. Obligations du client

Le matériel livré pour les annonces imprimées ainsi que les modèles en ligne doivent respecter les normes techniques de la maison d'édition (cf. également les données média). La transmission à l'avis aux risques du client. Pour les délais d'insertion, ce sont les indications figurant dans les données média ou les éditions concernées qui s'appliquent. En cas de mise en ligne, le client s'engage à fournir l'annonce à la maison d'édition au plus tard le troisième jour ouvré précédant la première date de publication en ligne. Le client accorde à la maison d'édition les droits d'utilisation du contenu des annonces (en particulier concernant la propriété intellectuelle du client et équivalent) dans la mesure où cela est nécessaire à l'exécution du contrat. De plus, le client autorise la maison d'édition, dans la mesure où cela est nécessaire à l'exécution du contrat, à utiliser les supports publicitaires (y compris tous les contenus créatifs), à les héberger, les mettre en cache, les archiver, les enregistrer, les reproduire, les modifier, les afficher, les transmettre, les exploiter, etc. Il se déclare en particulier d'accord pour que la maison d'édition diffuse les annonces sur ses propres services en ligne et sur des services externes ou les publie et puisse les traiter à cet effet. La maison d'édition peut facturer les montants dus pour des annonces qui ont été réservées à, pour une raison ou une autre, elles n'ont pas été mises en ligne en bon et due forme, ou pas du tout en ligne (par ex. en cas d'indication erronée, d'obsolescence, non parvenue à temps ou modifiée ultérieurement). Tout frais éventuel occasionnel peut également être facturé au client.

8. Exécution: généralités, conception

Le lieu d'exécution des deux parties contractantes est Saint-Gall. La maison d'édition est autorisée à faire appel à des auxiliaires, à des sous-traitants, etc. afin de pouvoir exécuter le contrat. Les lecteurs doivent pouvoir identifier clairement les annonces en tant que telles et les distinguer des parties rédactionnelles dans leur conception et leur écriture. La maison d'édition se réserve le droit d'ajouter une indication supplémentaire comme «Encart publicitaire», «Annonces», «Publicité» ou «Publicité» et le client se déclare d'accord avec cette convention. Le client accepte que les annonces imprimées par la maison d'édition, diffusées ou publiées sur des services en ligne ne soient pas à la libre disposition de tiers. Le client s'engage à la maison d'édition le droit (sans obligation) de s'opposer à toute exploitation et à tout traitement de ces annonces par des tiers non autorisés avec les moyens appropriés. Le matériel d'impression sans spécification est considéré comme du matériel à usage unique. À l'échéance d'un délai de 3 mois à compter de la dernière date de parution, il peut être détruit. Le client doit faire porter la mention «permis de la commande de matériel d'impression ayant un caractère permanent qu'il passe à la maison d'édition et ce matériel constituant la seule exception. Le matériel d'impression devant être restitué doit être renvoyé dans les 3 mois à compter de la fin de la commande. En cas de copies papier, le remboursement ne peut pas être garanti du fait que le matériel peut être endommagé pendant le processus d'impression.

9. Reports particuliers, souhaits et prescriptions en matière de placement des annonces

Pour des raisons techniques, la maison d'édition peut se réserver le droit d'avancer ou de reporter d'une édition la publication d'annonces, pour autant que le contenu n'est pas absolument la parution à un jour déterminé. Si une annonce, qui ne doit pas paraître à une date précise, est publiée dans une autre édition, son paiement ne peut pas être refusé et des dommages-intérêts ou des droits de garantie ne peuvent pas être réclamés. Les souhaits de placement du client sont toujours sans engagement. Pour les annonces dont le placement est fixe, un supplément est perçu pour la mesure où la maison d'édition a accepté ce placement par écrit. L'exclusion d'annonces de la concurrence est possible à la demande expresse du client, mais est facturée en plus. Si, pour des raisons techniques, une annonce est publiée à un emplacement différent que celui qui a été déterminé ou souhaité, son paiement ne peut pas être refusé et des dommages-intérêts ou des droits de garantie ne peuvent pas être réclamés. Un supplément n'est pas perçu dans ce cas. Suivant la conclusion du contrat, les changements de réservation ne sont possibles que jusqu'au dixième jour ouvré

précédant la publication (et de trois jours ouvrés avant la mise en ligne, pour les publications en ligne). Une demande de changement de réservation doit être adressée par écrit avant l'expiration du délai susmentionné (date de réception à la maison d'édition). Même pour les changements de réservation dans les délais, tous les frais supplémentaires sont à la charge de la maison d'édition.

10. Respect des normes et droits de tiers

Sous réserve de normes juridiques différentes à observer obligatoirement, le client est seul responsable du fait qu'une annonce respecte les normes juridiques applicables, les droits de tiers et les éventuelles règles en vigueur dans les fédérations du secteur. Le client est seul responsable en cas de violation des normes et des droits de tiers. Si un tiers fait valoir des prétentions contre la maison d'édition en raison du contenu des annonces, notamment suite à une infraction (préjudice du droit de la concurrence, de la propriété intellectuelle, de la personnalité ou de la protection des données), le client est tenu de libérer la maison d'édition de tous ses engagements. Le client prend à sa charge tous les frais et les dépenses en lien avec un conflit extrajudiciaire ou judiciaire (en particulier les frais de procédure et les dépens) et intervient à la demande de la maison d'édition dans les procès ou dirige la procédure à sa place (art. 79 du code de procédure civile [CPC]). Les dommages-intérêts de la maison d'édition ainsi que son droit de retrait ou de résiliation (cf. chapitre 14) demeurent réservés.

11. Protection des données

La maison d'édition s'engage à respecter les dispositions relatives à la protection des données, mais ne peut pas garantir à part entière la confidentialité, l'intégrité, l'authenticité et la disponibilité des données personnelles. Le client prend acte du fait que les données personnelles sont également consultables dans des États qui ne sont pas régis par des dispositions sur la protection des données comparables avec la Suisse. Si des données personnelles du client, de ses collaborateurs ou de ses mandataires sont mises à la disposition de la maison d'édition, celle-ci peut les collecter et les traiter afin d'exécuter le contrat et laisser des tiers des sous-traitants, par ex. s'y accéder dans la mesure où cela lui semble approprié. En cas d'annonces en ligne, le client, s'il s'y oppose pas par écrit, autorise l'utilisation de programmes logiciels automatisés afin de consulter et d'analyser ses sites Web en vue d'évaluer la qualité du support publicitaire et de pouvoir le fournir.

12. Conditions de paiement

Les factures de la maison d'édition doivent être payées dans les 30 jours nets à compter de la date de la facture. La maison d'édition est autorisée à demander des avances. Un client représenté par une agence, une société intermédiaire, etc. ne peut s'exempter d'une obligation de paiement que par le paiement à la maison d'édition. Si une agence ou une société intermédiaire est le client lui-même, la maison d'édition a également le droit, en cas de retard à l'échéance du délai supplémentaire, de s'adresser directement à l'annonceur final et lui indiquer les arriérés de paiements de l'agence ou de la société intermédiaire. L'agence ou la société intermédiaire ne peut pas faire valoir de dommages-intérêts ou de droits de garantie ou toute autre prétention vis-à-vis de la maison d'édition, si des annonces finaux concluent des contrats d'insertion publicitaire avec la maison d'édition. Tous les prix des annonces sont nets, c'est-à-dire sans déduction d'un escompte. En cas de dissolution du contrat suite à un retard de paiement, tous les droits à des rabais ou à d'autres conditions préférentielles s'éteignent, en particulier les paiements de commissions, sur toutes les factures non payées. Le remboursement des paiements de commissions ou d'autres bonus déjà effectués peut être demandé. Il est procédé à une facturation ultérieure pour ces rabais. Si les factures nettes ne sont pas payées dans les 30 jours, des intérêts moratoires (au moins 5% peuvent être calculés, sous réserve d'autres dommages-intérêts (cf. art. 104 s. du Code des obligations suisses [CO]). Un rappel n'est pas nécessaire. L'art. 107 s. du CO s'applique concernant les autres conséquences des retards. Si d'autres publications d'annonces font partie du contrat, lorsque le délai de paiement est dépassé, la maison d'édition a également le droit de les résilier (cf. chapitre 14) si le paiement n'est pas effectué dans le délai supplémentaire impart. De plus, la maison d'édition est autorisée à renoncer à la publication d'autres annonces déjà réservées mais si elles sont en cours. Toutes les mesures nécessaires au recouvrement des paiements en souffrance, en particulier les frais de recours à des tiers, sont à la charge du client.

13. Parution erronée / non exécution

La maison d'édition s'efforce de publier les annonces dans le cadre des normes

techniques usuelles. Le client est conscient du fait que, dans l'état actuel de la technique, il est impossible de garantir la disponibilité des systèmes et une publication irréprochable à tout moment. La maison d'édition ne garantit ni la disponibilité ni la publication sans erreur, sans défaut ou sans dysfonctionnement. En cas d'annonces en ligne, il est également impossible de garantir un nombre exact d'impressions, de publications, de conversions ou de clics sur un support publicitaire. En dehors d'une faute grave ou d'une intention de commettre une faute, toute garantie ou responsabilité de la maison d'édition est exclue. La clause d'exclusion de responsabilité en cas de faute grave et d'intention s'applique également au recours de personnes auxiliaires ou de sous-traitants. Il n'existe aucune garantie ni responsabilité de dommages-intérêts des annonces imprimées ou en ligne, ou pour tout matériel, qui ne répondent pas aux normes techniques du support média concerné. Il en va de même pour les erreurs dans la transmission des commandes publicitaires. Pour les couleurs vives, la maison d'édition se réserve une tolérance raisonnable concernant les nuances (selon la norme IFRA). La maison d'édition décline toute responsabilité pour les erreurs de traduction provenant d'annonces en langue étrangère. Les réclamations doivent parvenir dans les 10 jours suivant la publication de l'annonce. Passé ce délai, la prestation de la maison d'édition est considérée comme acceptée. En cas de parution erronée nuisant considérablement au sens ou à l'effet d'une annonce, ou en cas de non-publication, un remplacement est effectué sous la forme d'un espace publicitaire pouvant atteindre la taille de l'annonce erronée ou non publiée. Si une publication n'a plus de sens (par ex. une publicité pour un événement unique ou déjà passé), le client peut également demander le remboursement de la rémunération qui il a déjà versée pour l'annonce concernée. Toute autre prétention en matière de dommages-intérêts est exclue, à mesure autorisée par la loi (cf. également chapitre 4 et 9). Les réclamations ou la contestation d'un ou de plusieurs postes de la facture ne délient pas le client de son obligation de s'acquitter des montants facturés dans les délais spécifiés au chapitre 12.

14. Résiliation anticipée du contrat

Si le média imprimé ou en ligne stoppe la parution pendant la durée du contrat, ou si existe des raisons importantes qui rendent l'exécution du contrat inacceptable (par ex. cas de force majeure; raisons techniques importantes) dont la maison d'édition n'est pas responsable; non-respect des prescriptions juridiques; obligations contractuelles majeures ou non-ocroi de droits d'utilisation nécessaires par le client (cf. 7 al. 3b), la maison d'édition peut se retirer du contrat et le résilier sans délai, sans obligation de garantie, sans remplacement ou sans autre versement de dommages-intérêts. Les prétentions en dommages-intérêts de la maison d'édition vis-à-vis du client demeurent réservées. Mais le client n'est pas délié de l'obligation de payer les annonces déjà parues. En cas de dissolution anticipée du contrat par la maison d'édition et si le client n'est pas responsable du motif de la dissolution, les droits aux rabais, fixés initialement dans le contrat, persistent. Si le client est responsable du motif de la dissolution, les droits aux rabais ou à d'autres conditions préférentielles au moment de la dissolution sur les factures non encore payées sont supprimés (cf. également chapitre 12).

15. Modifications des CGA, clause salvatrice, autres

La maison d'édition est en droit de modifier ses tarifs et d'autres règles générales à tout moment. Les règlements modifiés s'appliquent même sur les contrats en cours sous réserve d'une autre disposition contraire. Cependant, le client a le droit de se retirer du contrat dans les 10 jours à compter de la communication écrite des nouvelles conditions. Dans ce cas, il n'a droit qu'aux rabais correspondant au volume effectif des annonces publiées conformément aux dispositions sur les rabais en vigueur jusqu'à présent. Si une ou plusieurs dispositions de ces CGA sont ou deviennent caduques, la validité des autres dispositions ou accords n'est pas affectée pour autant. Au lieu de la disposition invalide, un règlement dont le sens et le but s'en rapprochent le plus possible doit s'appliquer. Le client renonce au droit de compenser une éventuelle créance en contrepartie.

16. For competent, droit applicable

Le for juridique des deux parties est Saint-Gall. Le droit suisse s'applique, en particulier les prescriptions du code des obligations suisses (CO). Les normes de renvoi à d'autres juridictions ainsi que la Convention des Nations Unies sur les contrats de vente internationale de marchandises sont exclues.

17. Entrée en vigueur

Ces CGA entrent en vigueur à partir du 1er octobre 2017.

Marché publicitaire

kömedia

Passionnément

Kömedia AG

Ornella Assalve, conseil médiatique

o.assalve@koemedia.ch

Geltenwilenstrasse 8a, 9001 Saint-Gall

Tél. 071 226 92 70, Fax 071 226 92 93

info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Editeur

RAIFFEISEN

Raiffeisen

Raiffeisen Suisse société coopérative

Case postale

CH-9001 Saint-Gall

redaction@raiffeisen.ch

