

# SAVOIR FAIRE

Comment les entrepreneurs façonnent l'avenir

*Le nouveau magazine économique suisse de Raiffeisen*

Données média 2018



Marché publicitaire

**kö media**  
Passionnément

Kömedia AG  
Geltenwilenstrasse 8a, 9001 Saint-Gall  
Tél. 071 226 92 92, fax 071 226 92 93  
info@koimedia.ch, www.kömedia.ch

# Philosophie



## 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.

*Proche des entreprises  
suisses*

# 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

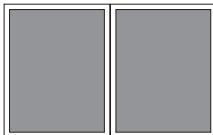


*Solide et utile*

# 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)



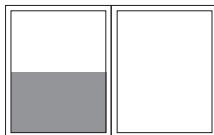
## 2/1 page

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

	<b>Date de publication</b>	<b>Clôture de réservation d'encarts publicitaires</b>
# 01/2018	23 février 2018	19 janvier 2018
# 02/2018	29 juin 2018	1 <sup>er</sup> 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.

<b>Tirage imprimé (édition 1/18) 78'000 exemplaires dont</b>	
<b>exemplaires en allemand</b>	47'000
<b>exemplaires en français</b>	23'500
<b>exemplaires en italien</b>	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 Molinario, i.molinario@koimedia.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

Toutes les conditions générales d'affaires (CGA) suivantes sont déterminantes pour le règlement du rapport contractuel. D'éventuels accords individuels écrits peuvent surcharger 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'annoncer final) soit elle-même le client, ou qu'elle agisse en remplacement du client (dans le même cas, seulement si le client l'a expressément mentionné).

## 3. Base de la fixation des prix des annonces

Tous les tarifs s'appliquent conformément aux données média actuelles. Les prix des annonces s'entendent toujours hors taxe 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 dépouillement, y compris l'analyse des tâches habituelles (par exemple la vérification des erreurs d'impression), sont facturées au client en sus au tarif dans le secteur. Le calcul des annonces s'effectue en principe sur la base de la balleuse publique. Le millimètre commencé 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'en découpage 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 d'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 ligne (en millimètres ou page 1/1 ou ½ page, etc.) ou en francs pendant une certaine période. Les commandes récurrentes sont des commandes d'annonces identiques à l'avance à plusieurs mois. Les contrats d'achat d'espace publicitaire et les commandes récurrentes ne sont pas automatiques pour que les annonces d'un client en particulier. Pour les annonces d'un même donneur d'ordre économique, qui parviennent sous différents noms ou pour le compte de différentes entreprises (filiales, etc.), il convient en principe de conclure des contrats et des accords de rabais séparés. Ils s'entendent sous réserve des contrats de groupes et sont conclus en parallèle. La maison d'édition 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<sup>e</sup> jour du mois, celui-ci est compris.

## 6. Rabais

Pour chaque contrat d'achat d'espace publicitaire, le client a droit au rabais tarifaire et volume (cf. les indications). Ce sont les données média). Un rabais de réédition est accordé sur les commandes qui dépassent le nombre d'annonces correspondant aux dispositions sur les rabais (für 12 monate). La telle ne doit pas être modifiée. Les textes et les sujets peuvent être unique si l'il s'agit de matériel d'impression complet. 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 conclu au moment de la signature du contrat peut, à la demande du client, être modifié pendant la durée du contrat en fixant 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 conclu, 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. chiffre 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 a lieu aux risques du client. Pour les délais d'insertion, ce sont les indications figurant dans les données média ou les éditions connexes qui s'appliquent. En cas de retard dans l'envoi, le client s'engage à informer la maison d'édition le plus tôt possible. Si l'envoi est effectué 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 créatis), 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 puisse utiliser les données personnelles pour la publicité et pour des services externes ou pour la publicité publique tout ce qu'il faut. La maison d'édition peut facturer les montants dus pour des annonces qui ont été réservées si, pour une raison ou une autre, elles n'ont pas été mises en ligne en toute et due forme, ou pas au tout misées en ligne (par ex. en cas d'indication erronée, défectueuse, non parvenue à temps ou modifiée ultérieurement). Toutefois, un événement occasionnel peut également être facturé au client.

## 8. Execution; 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 ou plusieurs pages supplémentaires à l'encart publicitaire («Annonce+» ou «Publicité+») et le client doit s'acquitter d'un supplément pour cette extension. 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 disposition de tiers.

Le client cède à la maison d'édition le droit (mais pas l'obligation) de s'appuyer 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 publication, il peut être détruit. Le client doit faire porter la mention «permanente» sur la commande de matériel d'impression avec une caractère permanent qui passe à la maison d'édition et ce matériel constitue 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 cope par partie, le remboursement ne peut pas être garanti du fait que le matériel est endommagé pendant le processus d'impression.

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

Pour des raisons techniques, la maison d'édition peut se résigner le droit d'avoir recours à un autre moyen de publication d'annonces, pour autant que le contenu n'exige pas absolument la parution à un jour déterminé. Si une annonce, ce qui ne doit pas parvenir à une date précise, est publiée dans une autre édition, ce qui ne dérange pas l'annonceur, alors la maison d'édition peut être déchargée de sa responsabilité. Pour les annonces dont le placement est fixé, un supplément est perçu dans la mesure où la maison d'édition a accepté ce placement. Si une annonce est publiée dans une autre édition, alors la maison d'édition peut être déchargée de sa responsabilité. Si la demande exprimée du client, malgré les efforts fournis, ne peut pas être respectée, alors la maison d'édition peut être déchargée de sa responsabilité. Si la demande exprimée du client, malgré les efforts fournis, ne peut pas être respectée, alors la maison d'édition peut être déchargée de sa responsabilité.

10. Parution erronée / non exécutée  
La maison d'édition s'efforce de publier les annonces dans le cadre des normes

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.

## 11. 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 certains faits valorisent des prétentions contractuelles ou légales, mais ne sont pas couverts par la garantie, alors le client assume entièrement (prétendu) ou de la concurrence, de la propriété intellectuelle, de la personne 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 extraordinaire ou judiciaire (en particulier les frais de procédure et les dépens) et intervient à la demande de la maison d'édition dans le 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 remboursement (cf. chiffre 14) demeurent réservés.

## 12. Protection des données

La maison d'édition s'engage à respecter les dispositions relatives à la protection des données, malgré les particularités de la maison d'édition et la confection de documents, et à respecter les obligations données personnelles. Le client prend à sa charge le fait que les données personnelles sont également consignées dans des états d'usage 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 basées des tiers (des sous-traitants, par ex.) y accéder dans la mesure où cela lui semble approprié. En cas d'années en ligne, le client, s'il ne 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 pouvoirs le faire.

## 13. Conditions de paiement

Toutes 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. doit verser une caution à la maison d'édition pour assurer le paiement de son édition elle-même. 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 réclamer le dépôt supplémentaire, de s'adresser directement à l'annoncer final et de 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 prévision vis-à-vis de la maison d'édition, si des anomalies finaux concordent 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, la maison d'édition peut demander la remise en ordre du contrat, notamment en établissant 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 d'au moins 5% peuvent être calculés, sous réserve d'autres dommages-intérêts (cf. art. 104 ss. du Code des obligations suisses [CO]). Un rappel n'est pas nécessaire. L'art. 107 ss. 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 résiler (cf. chiffre 14) si le paiement n'est pas effectué dans le délai supplémentaire impart. De plus, la maison d'édition est autorisée à refuser la publication d'autres annonces dès réserves mêmes si elles sont en cours. Toutes les mesures nécessaires au recouvrement des paiements en souffrance, en particulier les faits de recours à des tiers, sont à la charge du client retardataire.

## 14. Résiliation anticipée du contrat

Si le modèle imprimé ou en ligne stoppe la parution pendant la durée du contrat, ou si l'ensemble des contrats sont suspendus ou réservés pour la durée du contrat, la maison d'édition n'est pas responsable non-respect des prescriptions juridiques, obligations contractuelles majeures ou non-octroi de droits d'utilisation nécessaires par le client (ch. 7 al. 3). La maison d'édition peut se retirer du contrat ou le résilier sans délai, sans obligation de garantie ni de remplacement ou sans autre versement de dommages-intérêts. Les prétections 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 payées. 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 chiffre 12).

15. Modifications des CGA, clause salvatoire, autres

Les modifications des CGA sont réservées. Les modifications modifient également la maison d'édition et la maison d'édition n'est pas responsable non-respect des prescriptions juridiques.

16. Droit d'opposition, droit applicable

Le droit applicable des deux parties est Saint-Gall. Le droit suisse s'applique, en particulier les prescriptions du code des obligations suisse (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 en vigueur au 1<sup>er</sup> octobre 2017.



Marché publicitaire

**kö•media**

Passionnément

Kömedia AG

Ornella Assalve, conseil médiatique

[o.assalve@koimedia.ch](mailto:o.assalve@koimedia.ch)

Geltenwilenstrasse 8a, 9001 Saint-Gall

Tél. 071 226 92 70, Fax 071 226 92 93

[info@koimedia.ch](mailto:info@koimedia.ch), [www.koimedia.ch](http://www.koimedia.ch)

Editeur

**RAIFFEISEN**

Raiffeisen

Raiffeisen Suisse société coopérative

Case postale

CH-9001 Saint-Gall

[redaction@raiffeisen.ch](mailto:redaction@raiffeisen.ch)