

Page PP L215xH271	VERSION FEMINA TARIFS DE PUBLICITE 2010	Edition nationale Euro H.T.
Applicables à partir du 1er janvier 2010		CD rom + épreuve numérique avec barre de contrôle

avant application de la remise professionnelle de 15% (voir conditions générales de vente au verso)

REFERENCES TARIFAIRES	
Double page	150 800
Page	75 400
EMPLACEMENTS PREMIUM	
4ème de couverture	107 000
3ème de couverture	94 000
2ème de couverture	98 000
Face Sommaire/face Edito	93 000
1er recto	91 000
2ème au 5ème recto	89 000
Double d'ouverture	190 000
1ère double	183 000

DEGRESSIF VOLUME*	
CA brut à partir de 75 400	5%
CA brut à partir de 226 200	6%
CA brut à partir de 377 000	7%
CA brut à partir de 603 200	8%
CA brut à partir de 754 000	9%
CA brut à partir de 1 131 000	11%
CA brut à partir de 1 885 000	13%
CA brut à partir de 2 639 000	14%
CA brut à partir de 3 393 000	15%

* Applicable à l'annonceur ou groupe d'annonceurs

DEGRESSIF CUMUL DE MANDATS*	
CA Brut Base Achat applicable au 1er euro : 3%	

* Applicable au mandataire

Chaque dégressif est calculé sur le CA Brut Base Achat
(après application de modulations éventuelles)

CATEGORIES TARIFAIRES	Simple	Double
	88 000	175 000
	FIRST	
Ouverture dossier thématique		Double 1ère partie
Recto fermeture dossier thématique		Double ouverture rubrique
		Double ouverture/ fermeture dossier
	87 000	170 000
	STARS	
Recto Mode		1ère double 2ème partie
Recto Beauté		
Recto dossier thématique		
	84 000	
	ESSENTIELS	
Recto autres rubriques		

AUTRES CONDITIONS ET DEFINITIONS TARIFAIRES	
Offre FEMMES VERSION 3 :	
Forfait 3 insertions SPQ*	net espace 113 000 €
*même visuel même campagne dans un délai de 3 à 6 semaines	
Offre PACK FOOD VALUE :	
1 page Version femina + 1 page Télé 7 Jours =	47 000 € net espace
Successivité :	+ 5%
Emplacement de rigueur petits formats :	+ 15%

AUTRES FORMATS			
1/2 page	48 200	1/4 page	31 900
1/3 page	39 200		
ECHANTILLONS - FORFAIT			
Forfait Double d'ouverture avec collage			
< à 1,5 millions d'ex.		203 000	
> à 1,5 millions d'ex.		221 000	
ENCARTS (hors frais techniques)			
Droit d'asile	Coût au mille	Droit d'asile	Coût au mille
2 pages	17	12 pages	43
4 pages	25	16 pages	49
6 pages	31	24 pages	62
8 pages	37	32 pages	74

Tous nos tarifs et CGV sont téléchargeables depuis : <http://www.lagardere-pub.com/presse/notre offre/les formats traditionnels>

Toutes nos normes sont téléchargeables depuis : <http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/normes et profils techniques>

Toutes nos fiches techniques sont téléchargeables depuis : <http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/fiches techniques>

Lagardère Publicité a adopté les normes recommandées par la commission technique de l'APPM : <http://www.pressemagazine.com/documentation-technique/>

Interquot SNC au capital de 8 000 € RCS Nanterre B 439 758 509

Siège social : 23, rue Baudin / TSA 44002 / 92538 Levallois-Perret Cedex - <http://www.lagardere-pub.com>

Contacts	
Directeur Général	Philippe PIGNOL
Directeur Général Adjoint	Bernard FAUVE
Directrice Commerciale	Anouk DIAMANTOPOULOS
Directrice de Publicité : Sophie GABRIEL	01 53 96 33 75
Directrice de Marché : Florence CHOMAT	01 53 96 33 70
Directrice de Clientèle : Catherine BENOIT	01 53 96 33 73
Directrice de Clientèle : Marie-Aude KARM	01 53 96 33 72
Directeur de Clientèle : Julien SZLAFMYC	01 53 96 33 74
Assistante Commerciale : Sylvie PATOUT	01 53 96 33 76
Service encarts : Christine DELAUNAY	01 41 34 81 81
Service technique : Sabine GROMIK	01 41 34 81 59
Adresse mail :	prénom.nom @lagardere-pub.com

L'implantation des publicités nationales étant indépendante de la commercialisation régionale, la régie Interquot ne peut, en aucun cas, être tenue pour responsable des problèmes de maquette éventuels.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE ET DE REGLEMENT D'INTERQUOT

1. Acceptation des Conditions Générales de Vente

Toute réservation ou souscription d'un ordre de publicité implique l'acceptation sans réserve de nos conditions de vente et de règlement. Les présentes conditions générales de vente annulent et se substituent à celles qui avaient été précédemment communiquées. Elles s'appliquent et prévalent sur tous les autres documents de l'acheteur et du vendeur et ne sauraient être modifiées par des stipulations contraires figurant notamment sur les commandes ou les ordres de publicité ou dans des conditions générales d'achat.

2. Définitions

Annonceur : Sont réputées constituer un seul et même annonceur ou un groupe d'annonceurs, toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire au travers d'une entité unique assurant les fonctions médias. Sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% au 1^{er} janvier 2010 par une même personne physique ou morale. La justification devra être communiquée à la Régie par LRAR les conditions groupes n'étant applicables qu'à réception des justificatifs

Mandataire : tout intermédiaire professionnel assurant une prestation complète notamment la réservation d'espace, l'ordre d'achat, la gestion et le contrôle des facturations qui intervient pour le compte et au nom d'un ou plusieurs annonceurs pour acheter de l'espace publicitaire dans un ou plusieurs supports au cours de la période concernée, en vertu d'un contrat écrit de mandat. Dès la remise de l'ordre, une attestation de mandat devra être produite à la Régie. En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai la Régie par LRAR, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à la Régie à compter de la date de réception de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.

Marque : dénomination commerciale d'un produit, d'un service ou d'une ligne de produits commercialisées par un annonceur ou un groupe d'annonceurs.

3. Commandes et ordres de publicité

3.1 Toute réservation doit être confirmée auprès du service concerné de la Régie par la signature d'un bon de commande, détaillé (emplacement, dispositif, valorisation...) de l'annonceur ou en son nom et pour son compte par son mandataire. La Régie pourra accepter un ordre émis par échange EDI sous réserve que le contrat d'interchange ait été signé entre la Régie et le preneur d'ordre. La Régie ne sera en aucun cas tenu d'exécuter les ordres d'insertion non signés par l'Annonceur, ni les ordres passés par un mandataire dont le mandat n'a pas été justifié. Tout ordre qui, à titre exceptionnel, serait passé par téléphone et ne serait pas confirmé par écrit en raison de son caractère tardif, et qui serait cependant exécuté, le sera aux conditions de la Régie, en vigueur au jour de la diffusion, ce que l'Annonceur ne pourra contester. L'omission de toute confirmation entraîne de plein droit la libre disponibilité pour la Régie de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre annonceur.

3.2 L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur et lié à un produit ou un service, une marque ou un nom commercial ou une enseigne. L'ordre ne peut être modifié sans l'autorisation de la Régie et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'annonceur ou le mandataire.

La Régie se réserve le droit de refuser pour une même diffusion, un ordre provenant d'annonceurs multiples. En cas d'acceptation, tous les annonceurs concernés seront responsables du paiement de manière solidaire et indivisible

3.3 L'annonceur est responsable financièrement et juridiquement du paiement de tous les droits et de l'obtention des autorisations nécessaires pour la publication de tout message publicitaire. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire et de trans-mettre une lettre accreditant son mandataire

La responsabilité de la Régie et/ou des éditeurs ne saurait être engagée par les messages publicitaires qui sont diffusés sous la seule responsabilité de l'annonceur.

L'annonceur certifie que le message publicitaire ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur ainsi qu'aux recommandations de l'ARPP et qu'il est livré libre de tout droits sur tous ses éléments y compris ceux afférents aux illustrations (l'annonceur en faisant son affaire personnelle) et qu'il ne comporte aucune imputation diffamatoire ou dommageable à l'égard de tiers. L'Annonceur garantit en conséquence l'éditeur et la Régie contre toute réclamation de ce fait.

3.4 Aucune exclusivité n'est réservée à un annonceur sous quelque forme que ce soit. L'éditeur se réserve le droit de refuser, sans en indiquer la raison, la publicité qu'il estimerait contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation de la publication, et plus généralement à ses intérêts matériels ou moraux, lui seul étant juge. Les éditeurs décident souverainement de leurs contenus, du style général de la publicité et se réservent la possibilité de les modifier. Les messages pouvant entraîner une confusion entre la publicité et le rédactionnel doivent être soumis à l'éditeur pour approbation.

La Régie se réserve également le droit de refuser toute publicité dont la provenance lui semblerait douteuse ou qui serait contraire aux règles de sa profession, ainsi que toutes celles susceptibles de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes moeurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques du public, à la ligne éditoriale fixée par l'éditeur ou à ses intérêts.

3.5 Toute citation d'annonceur tiers dans un message publicitaire est soumise à l'accord préalable de la Régie qui pourra solliciter l'accord de l'annonceur cité.

3.6 Toute ordre comportant une exigence spécifique non définie par les tarifs devra faire l'objet d'une acceptation expresse de la Régie. En particulier, aucun emplacement préférentiel ne peut être exigé sans l'accord préalable de la Régie et paiement d'une majoration correspondante.

3.7 Les fichiers numériques et autres documents techniques doivent être remis à la Régie dans le respect des délais de bouclage. Leur remise hors-délai entraînera la facturation par la Régie au prix normal quand bien même la parution n'aurait pu intervenir.

3.8 Le droit d'asile vise les encarts incluant des communications ou publications concernant les seules marques de l'annonceur. Tout encart incluant d'autres marques que celles de l'annonceur doit faire l'objet d'une présentation préalable à la Régie. De surcroît, l'annonceur devra justifier du mode de commercialisation des espaces et du mandat dont il dispose. Toute insertion d'encart nécessite la validation préalable, par la Régie des textes et des visuels.

4. Modification et annulation de l'ordre

4.1 Toute demande de modification ou d'annulation de l'ordre devra être adressée par écrit à la Régie et ne prendra effet qu'à compter de son acceptation.

4.2 L'annulation d'un ordre de publicité ne pourra être acceptée que si elle intervient au moins deux mois avant parution et six mois pour les 4èmes de couverture, doubles centrales et doubles d'ouverture.

5. Conditions de diffusion et réclamations

5.1 La Régie adressera les justificatifs de diffusion à l'annonceur ou à son éventuel mandataire. Toute réclamation notamment sur les aspects techniques de la diffusion du message doit être, sous peine d'irrecevabilité, transmise par LRAR auprès de l'Administration des Ventes de la Régie et indiquer précisément les griefs reprochés. Cette requête doit être adressée dans le mois suivant la parution de la publicité, faute de quoi elle ne sera pas prise en considération.

5.2 Toute réclamation portant sur la qualité des éléments techniques ne pourra être recevable lorsque ceux-ci ont été transmis directement par l'annonceur à l'imprimeur ou à un prestataire extérieur. Toute autre réclamation, notamment sur les retombées commerciales, l'environnement rédactionnel ou publicitaire de l'insertion, ne pourra en aucun cas être prise en compte.

5.3 Seul le respect intégral des normes de la Régie et des Fiches Techniques du magazine engagera la responsabilité de la Régie en cas de litiges. Ces données sont disponibles sur notre site : <http://www.lagardere-pub.com>, dans la section PRESSE > TECHNIQUE

5.4 Dans le cas d'une repasse accordée, le même visuel doit servir pour cette nouvelle insertion. Sauf si le message publicitaire affiche une promotion datée.

5.5 Toute nouvelle diffusion doit faire l'objet d'un nouvel ordre. Il est rappelé que les réassorts presse ne comportent pas de cahiers ni d'encarts publicitaires. Toute commande de cahiers ou d'encarts publicitaires ne concerne que la première parution.

6. Tarifs

Définitions :

- **Le chiffre d'affaires brut base achat** est défini comme étant le chiffre d'affaires brut après promotions ou majorations éventuelles.

- **Le chiffre d'affaires net avant RP** est défini comme étant le chiffre d'affaires brut base achat annuel après application des dégressifs.

- **Le chiffre d'affaires net espace** est défini comme étant le chiffre d'affaires net après application s'il y a lieu de la remise professionnelle de 15%.

- **Le net media** est l'addition du chiffres d'Affaires net espace et des frais techniques s'il y a lieu.

La Régie se réserve le droit de modifier les conditions du tarif en vigueur moyennant un préavis de trois mois. Le tarif de référence est exprimé en Euros. Les tarifs encartés ne peuvent être compris que comme des communications ou publicités relatives à un seul annonceur.

7. Dégressifs

L'octroi des dégressifs est subordonné à leur présence sur le même tarif.

Les dégressifs se calculent et s'appliquent sur le chiffre d'affaires brut base achat annuel (hors pages échanges marchandises) hors taxes en date de parution.

Les dégressifs sont calculés sur la base d'une prévision de chiffre d'affaires annuel, validée par la Régie, ou du portefeuille d'ordres annuel de l'annonceur et sont applicables immédiatement sur chaque facture.

En conséquence, si le chiffre d'affaires brut base achat annuel est inférieur au portefeuille à la date de facturation initiale ou par rapport à la prévision annuelle, le prix facturé sera augmenté, en fonction de l'application des grilles de dégressifs.

Dégressif sur volume :

Ce dégressif s'applique à l'annonceur ou à un groupe d'annonceurs sur la base du cumul du C.A. brut base achat réalisé par lui ou par son mandataire (ou ses mandataires), pour son compte. Le CA généré par les échanges marchandises n'est pas inclus dans l'assiette de calcul des dégressifs volume et cumul.

Dégressif Cumul des mandats :

Ce dégressif s'applique à toutes les insertions pour lesquelles un même mandataire a traité au moins deux marques ou produits et a investi sur le titre pour le compte d'un ou plusieurs annonceurs ou groupe d'annonceurs. En cas de non respect des CGV, notamment concernant les délais de paiement par le mandataire, le versement intégral du cumul de mandat est susceptible à être remis en cause.

8. Remise professionnelle

Pour les factures concernant les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, la remise professionnelle de 15% est appliquée sur le chiffre d'affaires net avant remise professionnelle hors taxe facturé, tel que défini plus haut. Elle ne pourra être accordée que si les éléments techniques nécessaires à la parution de l'insertion conformément infra, sont fournis.

Dans le cadre d'un ordre émanant d'un mandataire, en l'absence de durée indiquée expressément dans l'attestation de mandat, celle-ci sera réputée conclue pour une durée indéterminée jusqu'à la notification de sa résiliation par l'annonceur à la Régie. Tous les ordres passés directement par l'annonceur, bénéficieront d'une remise de 15% intervenant sur le CA net avant RP hors taxe facturé tel que défini plus haut si l'annonceur fournit les éléments techniques nécessaires à la parution de l'insertion

9. Conditions de paiement Facturation

9.1 Les tarifs sont indiqués en Euros H.T. - tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux ordres de publicité et aux contrats d'opérations spéciales ou de sponsoring étant à la charge de l'annonceur. La facture est émise en base date de parution.. Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29 janvier 1993, l'original de la facture sera directement envoyé à l'annonceur.

Un exemplaire de la facture sera envoyé au mandataire.

es factures et avoirs sont établis au moins mensuellement par la Régie au nom de l'annonceur, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du mandataire expressément habilité pour le règlement, conformément à la confirmation de mandat . L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et reste redevable du règlement à défaut de paiement du mandataire qu'il aurait désigné. Le paiement ou l'avance effectués au mandataire par l'annonceur ne le libère pas vis-à-vis de la Régie Pour tout ordre qui émanerait d'un mandataire, la Régie se réserve le droit d'exiger un engagement de paiement direct de l'annonceur dans le cas où le mandataire ne présenterait pas de garanties financières suffisantes. Dans le cas où le mandataire a réglé la Régie, celui-ci ne pourra se prévaloir ultérieurement du non paiement éventuel de l'annonceur pour réclamer le remboursement des sommes versées.

9.2 La Régie se réserve le droit d'exiger le règlement avant la diffusion ou une caution bancaire moyennant un escompte de 1% du montant TTC de la facture. Tout élément qui pourrait entraîner un risque de non-paiement des factures, tel que modification dans la situation juridique ou financière de l'annonceur, non retour des traites, incident ou retard de paiement justifie que la Régie modifie, du moins provisoirement, les conditions de paiement de l'annonceur.

9.3 Pour un paiement parvenu à nos services comptables dans les 20 jours ouvrables suivant la date de facture, un escompte de 0,3 % du montant TTC de la facture est accordé.

9.4 Aucune réclamation concernant la facturation ne sera admise, si elle n'a pas été effectuée par Lettre Recommandée avec Accusé de Réception à LA RÉGIE à l'attention de l'Administration des Ventes dans les 15 jours suivant la date de facturation. En cas de litige ou d'attente d'avis, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.

Pour tout nouvel annonceur, le règlement sera demandé à la remise de l'ordre. L'exécution du contrat par la Régie n'interviendra qu'à l'issue de l'encaissement effectif du règlement.

Pour toute commande inférieure à 1000 euros le paiement se fera comptant par chèque. Pour toute commande inférieure à 7500 € TTC, le paiement se fera par remise d'une traite acceptée et domiciliée au jour de la passation de l'ordre.

Dans les autres cas, le paiement devra être effectué à la Régie soit par chèque, par virement bancaire ou par traite à 45 jours Fin de mois . Le règlement sera effectif le jour de réception des fonds à la Régie. En cas de modification donnant lieu à l'établissement d'une nouvelle facture, cette modification n'entraînera pas la modification de la date initiale d'échéance du paiement.

10. Retard de paiement et intérêts de retard

10.1 Le défaut de paiement à l'échéance entraîne l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non échues ainsi que les sommes dues au titre des ordres exécutés en cours de facturation et des ordres en cours de diffusion. L'exécution des ordres en cours pourra être suspendue. De même tout défaut de paiement à l'échéance entraînera déchéance du terme, pour les paiements que la Régie aurait pu accorder à un annonceur ou son mandataire.

10.2 Des pénalités de retard seront exigibles de plein droit auprès de l'annonceur le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel soit nécessaire, conformément aux dispositions du Code de Commerce. Le taux appliqué par la Régie est de 3 fois le Taux d'Intérêt Légal (T.I.L.).

11. Clause pénale

Si la carence de l'annonceur rend nécessaire un recouvrement contentieux ou judiciaire, le client s'engage à régler en sus du principal, des intérêts, des frais, dépens et émoluments ordinairement et légalement à sa charge, une indemnité fixée à 15% du montant en principal TTC de la créance, et ce, à titre de dommages et intérêts conventionnels et forfaitaires.

12. Litiges et Clause d'attribution de juridiction

12.1 Dans le cas d'un événement revêtant les caractéristiques de la force majeure, y compris grève, catastrophe naturelle, rendant impossible la diffusion du message, la responsabilité de la Régie et/ou des éditeurs ne pourra être recherchée.

12.2 Le fait que la Régie ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales de Ventes ne peut être interprété comme valant renonciaion à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

12.3 Tout différend découlant de la validité, l'interprétation comme de l'exécution des présentes conditions générales de vente, même en cas de pluralité de défendeurs ou d'appel en garantie, relèvera de la compétence du Tribunal de Commerce de Paris.