

revue juive



LE MAGAZINE INDÉPENDANT JUIF SUR LA POLITIQUE,
LA SOCIÉTÉ, LA CULTURE, L'ÉCONOMIE ET LE JUDAÏSME

revue juive

Liste de prix des annonces – valable dès 2010

LE MAGAZINE INDÉPENDANT JUIF SUR LA POLITIQUE, LA SOCIÉTÉ, LA CULTURE, L'ÉCONOMIE ET LE JUDAÏSME

La maison d'édition JM Jüdische Medien AG fait paraître le magazine juif REVUE JUIVE ainsi que le magazine hebdomadaire TACHLES en Suisse allemande

Mode de parution : lors des fêtes juives
Lecteur : 12 000
Diffusion : en Suisse romande entière

JM JÜDISCHE MEDIEN AG

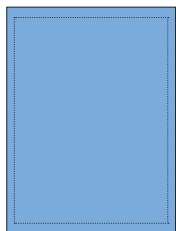
case postale, 8027 Zurich
verlag@tachles.ch
www.tachles.ch
No. tél. : +41 44 206 42 00
No. fax : +41 44 206 42 17

VENTE D'ANNONCES

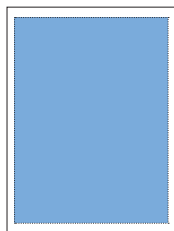
Chef du service intérieur : Dani Treuhaft
No. tél. direct : +41 44 206 42 04
verlag@tachles.ch



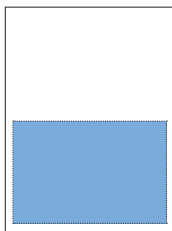
FORMATS, PRIX ET RABAIS (TOUS PRIX COULEUR Y COMPRIS)



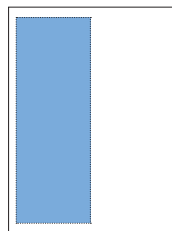
Page couverture
Surface de page :
230 x 300 mm
CHF 6'370.-



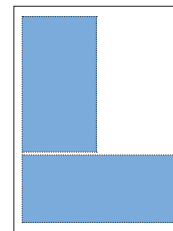
1/1 page
Surface d'impression :
203 x 272 mm
CHF 5'310.-



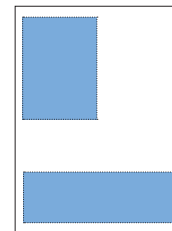
1/2 page
203 x 136 mm
CHF 2'990.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 3'580.-



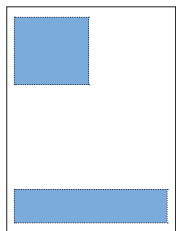
1/2 page
99 x 272 mm
CHF 2'990.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 3'580.-



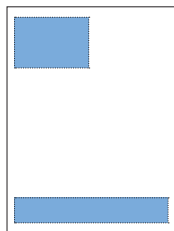
1/3 page
203 x 90 mm
99 x 180 mm
CHF 2'190.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 2'620.-



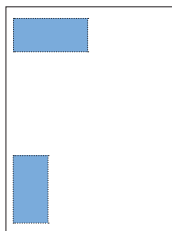
1/4 page
99 x 136 mm
203 x 68 mm
CHF 1'390.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 1'660.-



1/6 page
99 x 90 mm
203 x 45 mm
CHF 910.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 1'090.-



1/8 page
99 x 68 mm
203 x 34 mm
CHF 680.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 810.-



1/12 page
99 x 45 mm
47 x 90 mm
CHF 420.-
Placement en partie
rédactionnelle :
CHF 500.-

RABAIS

Remises sur contrats en francs	Rabais	Répétitions
CHF 5'000.-	5 %	5 x 5 %
CHF 7'500.-	10 %	10 x 10 %
CHF 15'000.-	15 %	
CHF 22'500.-	20 %	

Les remises sur contrats en francs et les rabais de répétitions ne peuvent pas être cumulés. Commission de conseiller de 5 % pour les agences de publicité et de média autorisées à la commission.

DONNÉES TECHNIQUES ET INDICATIONS DE PRIX

DONNÉES TECHNIQUES

Surface d'impression

203 x 272 mm

Surface de page de magazine

230 x 300 mm

Bords rognés

Format de page plus rognure de 5 mm aux 4 bords.
Les images ou éléments de texte qui ne doivent pas être rognés sont à placer à 8 mm de distance du bord de page.

Trame

60

Largeur de colonnes

(partie d'annonces et placement en partie rédactionnelle)

1 colonne 47 mm
2 colonnes 99 mm
3 colonnes 151 mm
4 colonnes 203 mm

Technique d'impression

Offset feuille

Matériel d'impression

Télétransmission des données à verlag@tachles.ch
Tirages d'art et dessins au net à JM Jüdische Medien AG,
Annonces, case postale, 8027 Zurich

Encarts

Format max. 220 x 297 mm, jusqu'à 50 grammes,
pliés au format final
Encarts de plus de 50 grammes selon offre spéciale

Réquisitions techniques

- établir tous images et logos en couleur en mode CMYK
- pas de données RGB
- résolution d'image : 300 dpi

Logiciels applicables

- tous les logiciels courants pour Mac et PC

Production de matériel d'impression

Possibilités limitées sur demande

Publicité en ligne

Possible sur www.tachles.ch

INDICATIONS DE PRIX SUPPLÉMENTAIRES

Encarts

Tirage complet y inclus frais de port : CHF 3'700.–
Les encarts ont droit au rabais

Tarifs par mm

En partie rédactionnelle, minimum 1/12 page.
Par colonne (47 mm) et mm : CHF 6.10

Surtaxes spéciales

Prescription de placement : + 10%

DATES DE PARUTION ET JOUR DE FÊTE JUIVE 2010

Édition No.	Date de parution	Clôture des annonces	Jour de fête juive 2010
01	19.02.10	05.02.10	Pourim
02	26.03.10	12.03.10	Pessah
03	07.05.10	23.04.10	Shavuoth/ FSCI
04	03.09.10	20.08.10	Roch Hachana
05	03.12.10	19.11.10	Hanoucca

CONDITIONS D'INSERTION

1. Champ d'application

Les présentes conditions d'insertion règlent les relations contractuelles entre l'annonceur ou l'agent publicitaire mandaté par lui (ci-après „annonceur“) et Jüdische Medien AG (ci-après „éditeur“), pour autant qu'aucune autre disposition n'ait été stipulée par écrit.

2. Prix

Concernant la publication d'annonces, les tarifs d'insertion établis par l'éditeur s'appliquent. Les éventuels changements des tarifs d'insertion s'appliquent également aux ordres et contrats en cours.

3. Conventions de rabais

Les tarifs d'annonces prévoient l'octroi de rabais lorsque l'annonceur s'engage pour une certaine période à consommer un volume d'annonces donné en francs.

Si pendant la période convenue, le volume d'annonces consommé est supérieur au volume convenu, un rabais rétroactif correspondant au volume effectivement consommé sera accordé en fin de contrat. Si pendant la période convenue le volume consommé est inférieur au contrat d'espace conclu, un rappel de rabais sera perçu.

Les annonces qui paraissent sans modification de sujet à des dates prévues d'avance (ordres de répétition) peuvent bénéficier dans certains cas d'un rabais de répétition. Un rabais plus élevé est accordé rétroactivement pour autant que l'ordre de répétition soit renouvelé aux mêmes conditions, avant parution de la dernière annonce et que cet ordre atteigne ainsi une échelle de rabais supérieure.

Les conventions de rabais ne sont valables que pour les insertions d'une seule firme. Pour les contrats holding, c'est le règlement de la Société suisse de presse/SSP qui fait foi.

4. Droit de l'éditeur

L'éditeur a le droit d'exiger des modifications du contenu des annonces ou de les refuser sans être tenu d'en indiquer les raisons.

L'éditeur peut, pour des raisons techniques et sans en avertir préalablement l'annonceur, avancer ou retarder d'une édition la publication d'annonces avec des dates prescrites, pour autant que le contenu n'exige pas absolument la parution à un jour déterminé.

L'éditeur peut faire figurer la mention „publicité“ sur l'annonce, afin de la distinguer de la partie rédactionnelle.

L'éditeur ne tient compte des prescriptions de placement que contre paiement du supplément de placement prévu dans le tarif d'insertion et que si l'emplacement demandé est encore disponible. Les désirs de l'annonceur quant à un emplacement préférentiel (sans supplément) ne peuvent être acceptés que sans engagement.

5. Epreuves

Des épreuves peuvent être livrées sur commande pour autant que le matériel d'impressions parvienne au moins une semaine avant le délai de remise.

Les annonces sont publiées en principe dans les éditions stipulées, même si le bon à tirer n'a pas encore été retourné.

6. Matériel d'impression

Sans disposition contraire, l'éditeur n'a pas l'obligation d'archiver ou de restituer le matériel d'impression transmis par voie digitale ou traditionnelle (dessins, films, photos, etc.).

7. Conditions de paiement

Sauf disposition contraire, les factures doivent être payées à 30 jours sans escompte. Les prix sont nets, TVA en sus. Les frais de rappels seront facturés.

En cas de poursuite, concordat ou de faillite, les rabais et autres commissions d'intermédiaire tombent.

8. Résiliation anticipée d'un contrat

Si, en cours de contrat, le journal cesse de paraître, l'éditeur est libérée de ses obligations contractuelles et ne peut être astreinte à un dédommagement.

L'annonceur est tenu de payer les insertions déjà parues.

Il ne sera pas perçu de rappel de rabais. Un rabais rétroactif sera accordé pour autant qu'au moment de la résiliation du contrat une échelle supérieure de rabais ait été atteinte.

9. Parution défectueuse, non-parution

Les réclamations pour des parutions défectueuses ou des non-parutions doivent être faites par écrit auprès de l'éditeur dans les 10 jours après parution.

Une parution défectueuse altérant notablement le sens ou l'effet de l'annonce ainsi qu'une insertion qui n'a pas paru à une date ferme convenue, donnent lieu à une compensation sous forme d'espace publicitaire.

Les ordres mal transmis par voie digitale à l'éditeur, les erreurs dues à la traduction de documents en langues étrangères, la parution différée d'une annonce (voir chiffre 4.2.), les prescriptions d'emplacement non observées, les documents inadaptés, les différences de repérage et les variations de couleurs à l'intérieur de la zone de tolérance acceptable, les variations dans les règles typographiques, l'absence de codes d'identification ne donnent pas lieu aux prétentions précitées.

Toutes prétentions autres que celles stipulées au chiffre 9.2. pour parution défectueuse, non-parution ou toutes autres raisons sont exclues.

10. Responsabilité quant au contenu des annonces

L'annonceur est responsable du contenu de l'annonce. Il s'engage vis-à-vis de l'éditeur à respecter les dispositions légales et les prescriptions des associations de la branche. Il libère l'éditeur, ainsi que les organes et auxiliaires de toutes prétentions d'autrui. Il est en tout cas dans l'obligation de prendre en charge tous les frais judiciaires et extra-judiciaires en rapport avec des exigences d'autrui ou avec d'autres procédures.

11. Droit de réponse

Selon l'article 28g ss du Code civil, toutes personnes étant directement touchées dans leur personnalité par des faits qui les concernent ont le droit de demander un droit de réponse. L'éditeur seul ou le tribunal décide de l'acceptation de cette réponse par un tiers. Dans les deux cas, le mandant de ces affirmations doit supporter les frais occasionnés par l'exercice du droit de réponse.

12. Droit applicable, for

Le contrat d'insertion est régi exclusivement par le droit suisse. Le for exclusif est Zurich.