

2015

BILANZ

# DONNÉES MÉDIAS

Print | Online | Mobile



- 3 CONCEPT RÉDACTIONNEL BILANZ
- 4 DÉLAIS ET PLANNING DE PARUTION
- 5 EDITIONS SPÉCIAUX
- 6 CAHIERS SPECIAUX & SUPPLEMENTS
- 7 ICON & HOMES
- 8 DONNÉES MÉDIAS
- 9 FORMATS & PRIX
- 10 FORMATS SPÉCIAUX & EMBLEMES
- 11 RABAIS
- 12 DONNÉES TECHNIQUES
- 13 ENCARTS
- 15 PUBLICITÉ ONLINE
- 16 CONDITIONS
- 17 CROSS-MÉDIAS
- 18 CONDITIONS D'INSERTION
- 20 CONTACTS



**1. BONJOUR** Pour commencer: Peter Gut dessine depuis plus de dix ans les événements et les scandales de l'économie avec humour.

**2. START** Cette rubrique en début de magazine survole l'actualité économique. Retrouvez les chroniques cultes: – l'interview incisif: Wie bitte? – le dossier enquête: Was macht bloss?



– qui est lié à qui: Machtnetz – qui mène une vie de milliardaire: Reichsten-Kolumne et baromètre – ce que les CEO ou présidents d'administration ne diraient jamais: Smalltalk.

### 3. UNTERNEHMEN

Le cœur du magazine.

L'économie, le thème central de BILANZ: des recherches méticuleuses, des histoires de sociétés, des portraits approfondis, des graphiques clairs. Dans cette rubrique, retrouvez le BILANZ-Gespräch: souvent controversé, toujours concis. L'interview d'une personnalité de l'économie.



### 4. KARRIERE & TRENDS

Comment manager son chef? Comment monter en grade à l'ère digitale? Ce sont les questions au sujet de la carrière qui seront discutées dans cette rubrique. De plus, les thèmes économie politique et conjoncture ainsi que



les trends sont aussi abordés. Des columnistes tels que Oswald Oelz, chef de clinique du Trimli Spital et alpiniste extrême, ou Kurt Zimmerman, l'expert testostérone.

**5. INVEST** Des informations pratiques pour les investisseurs sur 12 à 16 pages. Comment faire des investissements lucratifs? A quoi servent les produits structurés? Comment



puis-je optimiser mon portefeuille? Qui propose les hypothèques les plus attractives? Retrouvez nos conseils pour les impôts, la prévoyance, le financement ainsi que les coulisses de la Bourse suisse («Frank Goldfinger»).

**6. LUXUS** Les belles pages. Des services attractifs pour les revenus supérieurs et les esthètes. Montres, accessoires, jets privés, yachts, safaris exclusifs, vins. De plus, retrouvez nos astuces pour les épicuriens, pour les gourmets (Essen), pour le visionnaire (Selection), pour le passionné de voitures (Auto-Kolumne).



**7. DER ABGANG** Deux pages consacrées aux événements économiques les plus importants de Suisse ainsi que la rubrique Best of sur la dernière page.



## CONTENU RÉDACTIONNEL

BILANZ, le magazine économique suisse aux multiples facettes, couvre de nombreux thèmes passionnants.

BILANZ observe les faits économiques avec un regard critique et entretient une vision globale des événements économiques, comme en témoignent nos partenariats rédactionnels avec le magazine «Wirtschaftswoche» et «Fortune».

Une autre thématique importante sont les différents classements dans des domaines variés: hôtels, compagnies aériennes, banques privées, fonds, les entreprises, les puissants de ce monde, et bien entendu les fameux 300 plus riches.

– **Les abonnés BILANZ** ont également la possibilité de télécharger des informations détaillées sur le site [www.bilanz.ch](http://www.bilanz.ch), de consulter les archives BILANZ et de profiter de bien d'autres services.

Edition	Thème Central	Tirage Ex.	Date de parution	Délai d'insertion	Délai matériel
1/15	Invest Guide 2015	50 000	09.01.2015	23.12.2014	23.12.2014
2/15	Fonds / Produits structurés / Montres (SIHH)	50 000	23.01.2015	08.01.2015	09.01.2015
3/15	WEF / Formation continue / Conseils d'impôts / Planification de la succession	50 000	06.02.2015	22.01.2015	23.01.2015
4/15	Rating des entreprises / Beauty Highlights / HOMES*	50 000	20.02.2015	05.02.2015	06.02.2015
5/15	Voyages exclusifs / Digital Living / Efficacité énergétique / ICON*	50 000	06.03.2015	19.02.2015	20.02.2015
6/15	<b>MONTRES</b>	70 000	20.03.2015	05.03.2015	06.03.2015
7/15	Ranking des Golfs / Private-Banking-Rating / CARS	50 000	02.04.2015	18.03.2015	19.03.2015
8/15	<b>MARQUES</b>	70 000	17.04.2015	02.04.2015	02.04.2015
9/15	Ranking des villes / PME / HOMES*	50 000	30.04.2015	15.04.2015	16.04.2015
10/15	<b>LES 100 PLUS RICHES DE MOINS DE 40 ANS</b> / ICON* / <b>BUSINESS AVIATION</b>	70 000	15.05.2015	30.04.2015	30.04.2015
11/14	<b>INNOVATION</b>	70 000	29.05.2015	13.05.2015	13.05.2015
12/15	Art-Rating / Rating des compagnies aériennes / <b>MEN</b>	50 000	12.06.2015	28.05.2015	29.05.2015
13&14/15	<b>SUISSE</b>	70 000	26.06.2015	11.06.2015	12.06.2015
15&16/15	Rating des hôtels / Outdoor	50 000	24.07.2015	09.07.2015	10.07.2015
17/15	<b>HEALTH</b>	70 000	21.08.2015	06.08.2015	07.08.2015
18/15	Les meilleurs banquiers / Telecom-Rating / <b>MODE</b> / HOMES*	50 000	04.09.2015	20.08.2015	21.08.2015
19/15	RATINGS des rapports de gestion / Efficacité énergétique / ICON*	50 000	18.09.2015	03.09.2015	04.09.2015
20/15	<b>THE GOLDEN AGER</b> / CARS	70 000	02.10.2015	17.09.2015	18.09.2015
21/15	<b>LUXE</b>	70 000	16.10.2015	01.10.2015	02.10.2015
22/15	Planification fiscale / Voyages exclusifs / ICON*	50 000	30.10.2015	15.10.2015	16.10.2015
23/15	ETF-Report / Vins / <b>CHRISTMAS SPECIAL</b> / HOMES*	50 000	13.11.2015	29.10.2015	30.10.2015
24/15	<b>RICHES</b>	95 000	27.11.2015	12.11.2015	13.11.2015
25&26/14	<b>WHO IS WHO</b> / Fine Food / Immobilier	50 000	11.12.2015	26.11.2015	27.11.2015

\*HOMES et ICON voir les données médias distincte

## EDITIONS SPÉCIAUX (tirage augmenté)

BILANZ met l'accent sur 9 éditions prestigieuses annuelles:

- **MONTRES, MARQUES, LES 100 PLUS RICHES DE MOINS DE 40 ANS, INNOVATION, SUISSE, HEALTH, THE GOLDEN AGER & LUXE:**  
Tirage supplémentaire à 20 000 ex. =  
Tirage augmenté à 70 000 ex.



- **RICHES:**  
Tirage supplémentaire à 45 000 ex. =  
Tirage augmenté à 95 000 ex.

Veillez noter que dans les éditions précitées les prix ne sont pas les mêmes que dans les éditions normales : en effet dus au tirage supplémentaire, les prix sont majorés et marqués en bleu clair ou rouge (voir aussi sous encarts et formats & prix).

**Cahier spécial**  
**BUSINESS AVIATION, MODE (BOOKLET) et le CHRISTMAS SPECIAL** Merci de noter que le format du cahier spécial est légèrement différent de celui du cahier principal (voir formats & prix).

**Supplément**  
**CARS, MEN et WHO IS WHO**  
Le format des suppléments est le même de celui du cahier principal.



## MONTRES

Le marché Suisse de l'horlogerie: nouveautés & tendances.

Date de parution: 20.03.2015

Tirage: 70 000 ex.



## MARQUES

Les marques Suisses les plus précieuses.

Date de parution: 17.04.2015

Tirage: 70 000 ex.



**NOUVEAU**

## LES 100 PLUS RICHES DE MOINS DE 40 ANS

## LES 100 PLUS RICHES DE MOINS DE 40 ANS

Junior Rich List. Les 100 plus riches de moins de 40 ans.

Date de parution: 15.05.2015

Tirage: 70 000 ex.



## INNOVATION

Les logiques de la croissance.

Date de parution: 29.05.2015

Tirage: 70 000 ex.



## SUISSE

Ce qui fait bouger l'économie Suisse.

Date de parution: 26.06.2015

Tirage: 70 000 ex.



## HEALTH

La Santé – une affaire qui rapporte.

Date de parution: 21.08.2015

Tirage: 70 000 ex.



**NOUVEAU**

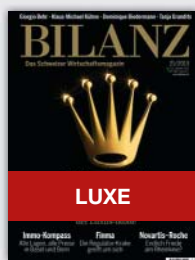
## THE GOLDEN AGER

## THE GOLDEN AGER

Tout pour les riches et actives Golden Ager.

Date de parution: 02.10.2015

Tirage: 70 000 ex.



## LUXE

Tout sur les emplettes de grand standing.

Date de parution: 16.10.2015

Tirage: 70 000 ex.



## RICHES

Les 300 plus grandes fortunes de Suisse.

Date de parution: 27.11.2015

Tirage: 95 000 ex.

## CAHIERS SPÉCIAUX

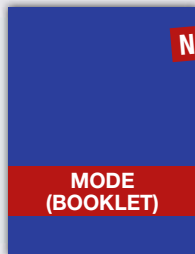


### BUSINESS AVIATION

Cahier spécial sur l'EBACE, le salon leader de l'aviation d'affaires.

Date de parution: 15.05.2015

Tirage: 50 000 ex.



NOUVEAU

### MODE (BOOKLET)

### MODE (BOOKLET)

Le fashion guide: nouveautés & tendances.

Date de parution: 04.09.2015

Tirage: 50 000 ex.



### CHRISTMAS SPECIAL

### CHRISTMAS SPECIAL

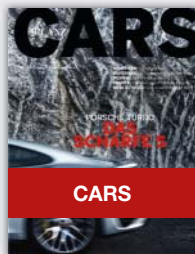
### CHRISTMAS SPECIAL

Guide des achats avec les plus beaux cadeaux de Noël 2015.

Date de parution: 13.11.2015

Tirage: 50 000 ex.

## SUPPLÉMENTS



### CARS

Les plus belles voitures, les meilleurs moteurs:

Une publication conjointe de

BILANZ et de PME Magazine.

Dates de parution: 02.04.2015

02.10.2015

Tirage: 75 000 ex.

(BILANZ & PME Magazine)



NOUVEAU

### MEN-BILANZ

### MEN-BILANZ

Le guide de style avec les dernières tendances pour l'homme.

Date de parution: 12.06.2015

Tirage: 50 000 ex.



### WHO IS WHO

### WHO IS WHO

Les 100 plus grandes personnalités de l'économie Suisse, portraits de BILANZ et de PME Magazine.

Date de parution: 11.12.2015

Tirage: 75 000 ex.

(BILANZ & PME Magazine)

## ICON



### ICON

Le magazine du style, une publication conjointe **BILANZ** et **Handelszeitung**.

Handelszeitung et BILANZ sont accompagnés quatre fois l'an par un magazine riche et sensuel apprécié tout particulièrement par ses lectrices et lecteurs.

ICON offre une plate-forme de très grand format aux photographes, aux illustrateurs et aux auteurs avec un plaisir marqué pour le luxe et l'extravagance!

ICON est une source d'inspiration pour ses lectrices et lecteurs très sensibles à la consommation et aux marques qui apprécient la griffe et l'angle très personnel de la rédaction.

### Dates de parution

06.03.2015  
15.05.2015  
18.09.2015  
30.10.2015

Tirage : 120 000 ex.\*

\* y compris la distribution avec l'enseigne Grieder/Bongenie

## HOMES



### BILANZ homes

Le magazine de la maison et de l'immobilier s'adresse à tous les détenteurs de biens immobiliers ainsi qu'aux futurs propriétaires en quête d'inspiration etsouhaitant une lecture divertissante de première classe..

Homes vous amène dans des maisons à vous couper le souffle, et présente des appartements de ville, des beaux appartements de vacances en Suisse et à l'étranger.

Vous vous retrouvez à nouveau face à des merveilles architectoniques. Homes vous montre les dernies tendances pour votre séjour, bureau, salle de bains, cuisine ou encore pour votre jardin. Homes fournit des chiffres et nouvelles sur l'immobilier suisse et vous apporte des informations et joie de vie de haute qualité !

### Dates de parution

20.02.2015  
30.04.2015  
04.09.2015  
13.11.2015

Tirage : Ø 55 000 ex.

## BILANZ, LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE LEADER EN SUISSE

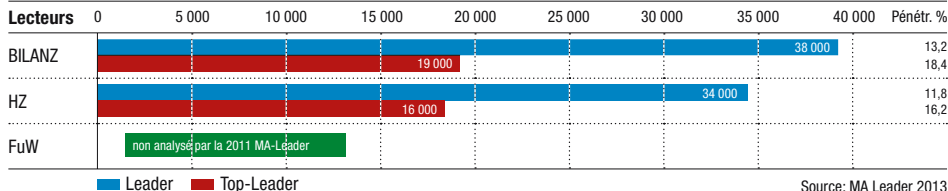
Rythme de parution	23 x par an	Prix de l'abonnement annuel	CHF 218.–
Prix au numéro	CHF 9.80	Tirage total vendu	38 387 ex.

## BILANZ: LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE SUISSE

Titre	Projection	Pénétration	Tirage	Lect./ex.
BILANZ	124 000	2,7%	38 387	2,9
Handelszeitung	85 000	1,8%	36 720	2,2
Finanz und Wirtschaft	90 000	1,9%	24 405	3,6

Source: MACH Basic 2014-2, Certification REMP 2013

## BILANZ: LE TITRE LEADER



Source: MA Leader 2013

## BILANZ: ÉTABLI CHEZ LES CONSOMMATEURS AU FORT POUVOIR D'ACHAT

Revenu personnel brut par année	Structure	Pénétration	Affinité	Structure
CHF 100 001.– à CHF 140 000.–	39,4%	9,7%	74	53,5%
CHF 140 001.– à CHF 220 000.–	40,8%	15,7%	119	34,2%
CHF 220 001.– et plus	14,3%	22,2%	169	8,5%

Source: MA Leader 2013

Nous établissons également des documentations qui répondent de manière spécifique à vos besoins.  
 Votre contact pour toute information: sophia.muscella@axelspringer.ch

## PROFIL DU LECTORAT

**BILANZ:** Suisse alémanique:  
 124 000 lecteurs 4 631 000 personnes

**Structure en %**      **Affinité**      **Structure en %**

### ► Un tiers du lectorat est féminin

Homme	75,9	153	49,6
Femme	24,1	48	50,4

### ► 78% du lectorat se situe entre 30 et 69 ans

14 à 29 ans	10,3	44	23,2
30 à 39 ans	15,9	99	16,0
40 à 49 ans	24,4	127	19,1
50 à 59 ans	21,5	134	16,0
60 à 69 ans	14,6	115	12,7
70 ans et plus	13,3	102	13,0

### ► Les lecteurs de BILANZ sont des têtes pensantes

obligatoire	6,4	33	19,6
intermédiaire	40,5	77	52,8
supérieure	53,0	192	27,6

### ► Les lecteurs de BILANZ gagnent bien leur vie

jusqu'à CHF 3999.–	4,9	33	15,1
CHF 4000.– à CHF 7999.–	25,1	60	41,9
CHF 8000.– et plus	70,0	163	43,0

### ► Avec BILANZ, vous touchez les cadres

Indépendant	13,9	176	7,9
Employé (fonction cadre)	39,0	218	17,9
Employé (sans fonction cadre)	23,5	60	38,9

### ► Lieu d'habitation

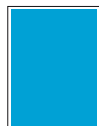
Ville/Agglomération	79,8	116	72,5
Campagne	20,2	74	27,5

Source: MACH Basic 2014-2

► L'abonné prend en moyenne 3,31 fois le BILANZ entre ses mains et regarde de plus près au moins 70% du contenu.

Source: Publitest-mafo concept GmbH/Durchschnittswert ab Nr. 9/97w





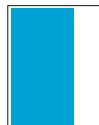
## 1/1 PAGE

CHF 14 900.– **CHF 16 400.–** CHF 17 135.–  
Miroir: 179 x 240 mm  
Franc-bord: 205 x 275 mm



## 2/3 PAGE HORIZONTALE

CHF 12 415.– **CHF 13 655.–** CHF 14 275.–  
Miroir: 179 x 159 mm  
Franc-bord: 205 x 176 mm



## 2/3 PAGE VERTICALE

CHF 12 415.– **CHF 13 655.–** CHF 14 275.–  
Miroir: 118 x 240 mm  
Franc-bord: 129 x 275 mm  
Possible que dans les pages à 3 colonnes



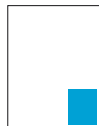
## 1/2 PAGE HORIZONTALE

CHF 9323.– **CHF 10 260.–** CHF 10 720.–  
Miroir: 179 x 120 mm  
Franc-bord: 205 x 134 mm



## 1/2 PAGE VERTICALE

CHF 9323.– **CHF 10 260.–** CHF 10 720.–  
Miroir: 86 x 240 mm  
Franc-bord: 98 x 275 mm  
Possible que dans les pages à 4 colonnes



## RÉCLAME INVEST\*

CHF 3010.– **CHF 3310.–** CHF 3460.–  
Miroir: 57 x 87 mm  
Possible que dans les pages à 3 colonnes



## 1/3 PAGE HORIZONTALE

CHF 6675.– **CHF 7340.–** CHF 7675.–  
Miroir: 179 x 77 mm  
Franc-bord: 205 x 95 mm



## 1/3 PAGE VERTICALE

CHF 6675.– **CHF 7340.–** CHF 7675.–  
Miroir: 57 x 240 mm  
Franc-bord: 68 x 275 mm  
Possible que dans les pages à 3 colonnes



## 1/4 PAGE HORIZONTALE

CHF 4885.– **CHF 5375.–** CHF 5620.–  
Miroir: 179 x 58 mm  
Franc-bord: 205 x 76 mm



## 1/4 PAGE VERTICALE

CHF 4885.– **CHF 5375.–** CHF 5620.–  
Miroir: 42 x 240 mm  
Franc-bord: 54 x 275 mm  
Possible que dans les pages à 4 colonnes



## RÉCLAME INVEST AUFMACHER

CHF 3280.– **CHF 3600.–** CHF 3772.–  
Miroir: 42 x 81 mm  
Emplacement fixe



## RÉCLAME INSIDE BAHNHOFSTRASSE\*

CHF 3905.– **CHF 4295.–** CHF 4490.–  
Miroir: 83 x 74 mm  
Possible que dans les pages à 2 colonnes

## MODÈLE DE PRIX 2014

### BILANZ

Tirage à 50 000 ex.

### ÉDITIONS SPÉCIAUX

MONTRÉS, MARQUES, LES 100 PLUS RICHES DE MOINS DE 40 ANS, INNOVATION, SUISSE, HEALTH, THE GOLDEN AGER ET LUXE: Tirage à 70 000 ex.

### RICHES-BILANZ

Tirage à 95 000 ex.

### SOUS-TEXTE / RÉCLAME

- Votre annonce sous (ou face) texte sera placée sur une page rédactionnelle et jouxtera au moins une fois le texte. Sans mention en suite de texte, ceci n'est pas garanti. Dans chaque numéro, le nombre de pages avec rédactionnel est limité. Veuillez donc réserver le plus tôt possible!
- Les annonces «réclames» sont placées d'office sur une page de texte. \* autre sur demande

### FORMAT FRANC-BORD

– A livrer avec 4 mm de coupe sur bord extérieur

### CAHIERS SPÉCIAUX

Les prix sont ceux de l'édition normale.

#### Format:

- 1/1: miroir: 171 x 236 mm  
franc-bord: 195 x 270 mm
- 1/2 largeur: miroir: 171 x 118 mm  
franc-bord: 195 x 135 mm
- 1/2 hauteur: miroir: 85 x 236 mm  
franc-bord: 96 x 270 mm



## 2/1 PAGE PANORAMIQUE

CHF 32 775.– CHF 36 050.– CHF 37 690.–  
Miroir: 386 x 240 mm  
Franc-bord: 410 x 275 mm



## 2 X 1/2 PAGE PANORAMIQUE

CHF 21 445.– CHF 23 590.– CHF 24 660.–  
Miroir: 386 x 118 mm  
Franc-bord: 410 x 134 mm



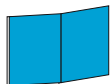
## 2 X 1/3 PAGE PANORAMIQUE

CHF 15 355.– CHF 16 890.– CHF 17 658.–  
Miroir: 386 x 77 mm  
Franc-bord: 410 x 95 mm



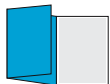
## 2 X 1/4 PAGE PANORAMIQUE

CHF 11 240.– CHF 12 365.– CHF 12 926.–  
Miroir: 386 x 58 mm  
Franc-bord: 410 x 76 mm



## GATEFOLDER 2 PAGES (RABATTU VERS L'EXTÉRIEUR)

Frais techniques inclus  
CHF 49 500.– CHF 54 450.– CHF 56 930.–  
Longueur totale: 386 mm, Hauteur: 275 mm



## GATEFOLDER 3 PAGES (RABATTU VERS L'INTÉRIEUR)

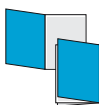
Frais techniques inclus  
CHF 52 500.– CHF 57 750.– CHF 60 380.–  
Longueur totale: 386 mm, Hauteur: 275 mm

## GATEFOLDER 4 PAGES (RABATTU VERS L'INTÉRIEUR) sur demande



## COUVERTURE AVEC RABAT (tirage total)

Frais techniques inclus  
CHF 52 000.– CHF 57 200.– CHF 59 800.–  
Format: 163 x 187 mm



## 2E + 4E DE COUVERTURE

CHF 20 500.– CHF 22 550.– CHF 23 575.–  
Miroir: 179 x 240 mm  
Franc-bord: 205 x 275 mm



## INHALT I+II

CHF 18 000.– CHF 19 800.– CHF 20 700.–



## ÉDITORIAL

CHF 17 800.– CHF 19 580.– CHF 20 470.–



## INDEX

CHF 16 800.– CHF 18 480.– CHF 19 320.–



## STARTERS AUFMACHER

CHF 16 390.– CHF 18 040.– CHF 18 848.–



## COVERSPREAD

CHF 42 500.– CHF 46 750.– CHF 48 875.–  
Format: 410 x 275 mm



## PAPILLON

CHF 49 500.– CHF 54 450.– CHF 56 925.–  
Frais techniques inclus  
Format: 120 x 202 x 120 x 275 mm



## BANDEROLE

(tirage total) (tirage abo)  
(REICHSTEN)  
CHF 55 000.– CHF 77 000.– CHF 60 100.–  
Hauteur: 30 – 100 mm  
Le prix est hors frais techniques pour la mise de la banderole. ca. CHF 280.–/1000 ex.



## COUVERTURE CLIENT PERFORÉE

(seulement sur tirage abonnés)  
CHF 48 500.– CHF 60 625.– CHF 60 625.–  
Format: 205 x 275 mm,  
Le prix est hors frais de production  
Autre format sur demande.

## BANDEROLE, FORMAT SPÉCIAL

- Les formats spéciaux doivent être annoncés en avance et faire l'objet d'une réservation et d'un test de faisabilité.
- Banderole: les banderoles et leurs sujets doivent être approuvés par la rédaction.
- Les formats spéciaux doivent être livrés deux semaines avant le délai de livraison du matériel.

## BOULEVARD D'ANNONCES

- Les boulevards d'annonces bénéficient d'un rabais supplémentaire de 10% et sont soumis à la CA et la JUP, dès 4 x 1/1 page

## PUBLI-REPORTAGE

- Prix CHF 14 900.–
- Ils doivent être livrés prêts à l'impression

## CONDITIONS

**Ordres:** L'annulation ou le déplacement d'une annonce confirmée peut se faire dans le cadre du délai d'insertion. Par la suite, BILANZ se réserve le droit de facturer ces modifications ou annulations.

**Réservations:** Dans le cas de réservations confirmées par Bilanz et qui se trouvent annulées par le client hors délai, une facture peut être émise comme dans le cadre des conditions d'annulation.

## REMARQUES

- Les prix sont valables pour 1 à 4 couleurs, basées sur l'échelle Cyan, Magenta, Jaune et Noir.
- Changement de prix sous réserve.
- Tous les prix s'entendent sans TVA.

# 11 RABAIS

## RABAIS DE QUANTITÉ STANDARD (POUR UNE PÉRIODE DE 12 MOIS)

CHF 30 000.–	▶ 2%	CHF 160 000.–	▶ 8%	CHF 320 000.–	▶ 18%	CHF 600 000.–	▶ 23%
CHF 60 000.–	▶ 3%	CHF 200 000.–	▶ 10%	CHF 360 000.–	▶ 20%	CHF 700 000.–	▶ 24%
CHF 90 000.–	▶ 4%	CHF 240 000.–	▶ 12%	CHF 460 000.–	▶ 21%		
CHF 120 000.–	▶ 5%	CHF 280 000.–	▶ 14%	CHF 560 000.–	▶ 22%		

Les rabais francs Bilanz et Bilanz Homes sont cumulables.

## RABAIS DE RÉPÉTITION STANDARD

3 fois	▶ 5%	10 fois	▶ 12%	18 fois	▶ 20%
6 fois	▶ 10%	12 fois	▶ 15%	23 fois	▶ 25%

Valable pour 1/3 page et formats inférieurs. Changement de sujet uniquement avec remise du matériel d'impression complet et sans modification de format. Non cumulable avec rabais francs.

## CC II / RACHA II POUR ANNONCES

- Commission d'agence: 15%
- RACHA: 15% dès CHF 60 000.– brut, dès 4 pages par an
- Les rabais (quantité et répétition) autorisent CC/RACHA.
- CC II / RACHA II pour encarts, voir sous encarts

## RABAIS SPÉCIAL

- Rabais social, conformément à la liste ZEWO: 50% de réduction sur le prix brut.
- Non cumulable avec rabais et CC/RACHA.

## COUVERTURE NATIONALE AVEC PME MAGAZINE

- Les publications économiques BILANZ et PME Magazine touchent en tout 185 000 lecteurs dans toute la Suisse. 60 000 sont des leaders et 21 000 des top-leaders. Ainsi la combinaison des deux titres fournit la plus grande couverture sur les top-leaders de toutes les publications de la finance et de l'économie en Suisse.

Sources: MACH Basic 2014-2 / MA Leader 2013

# SUPPLÉMENT BILANZ

## ANNONCES

- Boulevard d'annonces: 25% de suppléments d'emplacement sur le prix brut.
- Les souhaits d'emplacement sont exaucés dans la mesure du possible, mais sans garantie.
- Les instructions d'emplacement sont prises en compte dès 1/2 page et avec un supplément de 25%.
- Annonce sous chiffre Suisse CHF 20.–, étranger CHF 25.–

## ENCARTS

- Prospectus avec annonces tiers: par annonces, 30% du prix brut d'une annonce BILANZ.
- Edition partielle: CHF 3000.– en supplément
- Supplément pour blister: CHF 2500.–



<b>Format du magazine:</b>	205 × 275 mm
<b>Surface de composition:</b>	179 × 240 mm
<b>Annonces franc-bord:</b>	+3 mm de marge de rognage sur les côtés extérieurs. Les textes et parties d'illustration qui ne doivent pas être rognés nécessitent une marge de 10 mm.
<b>Technique d'impression:</b>	Offset rotative, ordre d'impression des couleurs N, C, M, J; densité 300%
<b>Trame:</b>	70, point elliptique
<b>Couleurs:</b>	Pour la densité et l'élargissement du point est valable la norme ISO 12647-2. Norme ISO, échelle EURO: voir sous <a href="http://www.eci.org">www.eci.org</a>
<b>Papier:</b>	Couverture: blanc, brillant, couché machine, 250 g/m <sup>2</sup> Pages intérieures: blanc, couché mat, 70 g/m <sup>2</sup>
<b>Couverture:</b>	ISO coated, contenu ISO-web-coated
<b>Epreuves / Proof:</b>	Pour une reproduction fidèle de vos documents, nous avons besoin d'une épreuve réalisée sur le papier qui servira à l'édition ou sur un support analogue. Afin de vérifier les valeurs des couleurs, il faut intégrer la bande de contrôle média UGRA/FOGRA.
<b>Imprimerie:</b>	Swissprinters AG, BILANZ, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen
<b>Livraison du matériel d'impression:</b>	Swissprinters AG, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen, Herr Patric Frei, tél. +41 58 787 38 06
<b>Fichiers numériques:</b>	Créer les annonces numériques si possible en fichier highend PDF (insérer les polices). PC/Windows: uniquement fichier PDF ou Tiff. Les couleurs mélangées et Pantone doivent être en gamme CMYK sur le fichier livré. Livrer dans le même répertoire les logos, images et polices utilisés.

**Programmes:** Tous les programmes graphiques et de mise en pages usuels  
**Transfert des données:** Par mail à [bilanz@swissprinters.ch](mailto:bilanz@swissprinters.ch) avec les informations suivantes: titres, date de parution, format, nom du sujet et expéditeur avec numéro de tél.

**Transfert de données**  
**Print-Online:** Pour l'envoi de données électroniques, nous privilégions la solution de branche POLDIRECT de Print Online qui permet d'envoyer les annonces rapidement et directement, de les vérifier et de les archiver de manière centralisée sans frais supplémentaires pour l'expéditeur des données.

**Information sur POLDIRECT:** [www.printonline.ch](http://www.printonline.ch), [info@printonline.ch](mailto:info@printonline.ch) ou tél. +41 44 258 17 70

**Transfert de données sur support informatique:** Support préféré: le CD-ROM. D'autres sont également possibles et doivent être convenus au préalable. Il faut joindre une épreuve représentative: des couleurs, adaptée aux conditions d'impression et réalisée avec la bande de contrôle Fogra sur un support analogue à celui de l'édition. Les supports de données doivent comporter les indications suivantes: BILANZ, date d'édition, format de l'annonce, désignation du sujet, ainsi que nom et numéro de téléphone de l'expéditeur pour d'éventuelles demandes de précisions. Les supports sont à envoyer à Swissprinters AG, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen

**Corrections / traitement:** Coûts de composition, copies, ajustement, etc. sont facturés séparément au tarif horaire.

**Gestion des données:** Nous ne retournons les supports de données que si le client en fait la demande. Les supports de données sont détruits trois mois après la dernière parution.

## ENCART LIBRE

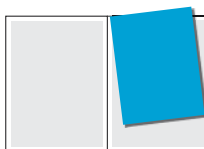
Poids	Coûts totaux		
	Edition normale 50 000 ex.	EDITIONS SPÉCIAUX (voir page 5) 70 000 ex.	RICHES- BILANZ 95 000 ex.
jusqu'à 15 g	CHF 27 000.–	CHF 37 800.–	CHF 51 300.–
jusqu'à 25 g	CHF 31 000.–	CHF 43 400.–	CHF 58 900.–
jusqu'à 35 g	CHF 32 000.–	CHF 44 800.–	CHF 60 800.–
jusqu'à 50 g	CHF 33 000.–	CHF 46 200.–	CHF 62 700.–
jusqu'à 75 g	CHF 39 500.–	CHF 55 300.–	CHF 75 050.–
jusqu'à 100 g	CHF 43 500.–	CHF 60 900.–	CHF 82 600.–
jusqu'à 125 g	CHF 54 000.–	CHF 75 600.–	CHF 102 600.–

Autres prix sur demande

## ENCART BROCHÉ

jusqu'à 15 g	CHF 23 000.–	CHF 32 200.–	CHF 43 700.–
jusqu'à 25 g	CHF 26 000.–	CHF 36 400.–	CHF 49 400.–
jusqu'à 35 g	CHF 28 000.–	CHF 39 200.–	CHF 53 200.–
jusqu'à 50 g	CHF 29 500.–	CHF 41 300.–	CHF 56 050.–
jusqu'à 75 g	CHF 34 000.–	CHF 47 600.–	CHF 64 600.–
jusqu'à 100 g	CHF 36 500.–	CHF 51 100.–	CHF 69 350.–

Autres prix sur demande



Encart libre



Encart broché

### Coûts

par 1000 ex.

CHF 540.–
CHF 620.–
CHF 640.–
CHF 660.–
CHF 790.–
CHF 870.–
CHF 1080.–

## ENCART LIBRE

### Divers

- Tiré à part: sur demande
- Edition partielle possible, blister sur demande
- Port et frais techniques inclus,
- TVA de 8% en sus

### Données techniques

- Format minimum: 105 x 148 mm
- Format maximum: 195 x 270 mm
- Papier: 120g/m<sup>2</sup>
- Pour les encarts de plusieurs pages, le cahier fermé doit comporter une largeur minimale de 148 mm

## ENCART BROCHÉ

### Divers

- Tiré à part: sur demande
- Port et frais techniques inclus,
- TVA de 8% en sus

### Données techniques

- Format: 205 x 275 mm
- Marge de coupe supérieure: 5 mm
- Marge de coupe côté agrafage: 3 mm
- Marge de coupe frontale: 3 mm
- Marge de coupe inférieure: 3 mm

CHF 460.–
CHF 520.–
CHF 560.–
CHF 590.–
CHF 680.–
CHF 730.–

## ANNONCES AVEC ENCART COLLÉ

Poids	Coûts totaux		
	Édition normale 50 000 ex.	ÉDITIONS SPÉCIAUX (voir page 5) 70 000 ex.	RICHES- BILANZ 95 000 ex.
Carte postale	CHF 11 500.–	CHF 16 100.–	CHF 21 850.–
jusqu'à 10 g	CHF 22 500.–	CHF 31 500.–	CHF 42 750.–
jusqu'à 25 g	CHF 27 250.–	CHF 38 150.–	CHF 51 775.–

Autres prix sur demande.

## ENCART PRESTIGE

jusqu'à 10 g	CHF 25 300.–	CHF 35 420.–	CHF 48 070.–
--------------	--------------	--------------	--------------

avec emplacement fixe dans le premier tiers du magazine

## SUPPLÉMENTS

- Prospectus avec annonces tiers: par annonces, 30% du prix brut d'une annonce BILANZ.
- Edition partielle: CHF 3000.–
- Supplément pour blister: CHF 2500.–

## CC II/RACHA II POUR ENCARTS ET ENCARTS COLLÉS

- Commission d'agence: 5%
- RACHA: 5 % dès CHF 60 000.– brut
- Les encarts, encarts collés, etc. autorisent CC/RACHA.



Annonce avec encart collé

Coûts  
par 1000 ex.

CHF 230.–  
CHF 450.–  
CHF 545.–

CHF 506.–

## ANNONCES AVEC ENCART COLLÉ

### DIVERS

- Produits spéciaux sur demande
- Le prix inclut le port et les frais techniques
- Le prix de l'annonce n'est pas compris
- TVA en sus

### Conditions techniques

- Format minimum: 80 x 55 mm
- Format maximum: 195 x 250 mm
- Prescription de la poste: non pliés
- Formats spéciaux: il est recommandé de se renseigner le plus tôt possible
- Sachets et encarts 3D: prix et faisabilité sur demande avec échantillons.
- Livrets sur demande

### MODÈLES

Aucune confirmation ne sera donnée avant réception de cinq modèles de l'encart pour contrôle. Pour les encarts collés, un modèle en blanc avec mise en pages doit être envoyé cinq semaines avant parution. Envoi à Bilanz, Service interne Annonces, case postale, 8021 Zurich.

### LIVRAISON

toujours 1000 ex. de plus

### Au plus tard 8 jours avant parution, à:

Swissprinters AG, Warenannahme BILANZ, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen, Téléphone +41 62 746 34 23 / 33 60

### Le bulletin de livraison doit obligatoirement comporter:

le titre, le numéro de parution, la date, la quantité. En cas de difficultés de traitement, priorité est donnée à la réalisation du tirage.

Nous vous présentons ci-contre nos formats publicitaires courants pour la publication en ligne, mobile et sur tablette. Vous trouverez des informations complémentaires sur: [www.axelspringer-mediapilot.ch](http://www.axelspringer-mediapilot.ch). Nous répondons à vos questions et vous conseillons en matière d'intégration et de solutions sur mesure:

**Tino Grimm, telephone 043 444 58 53, [tino.grimm@axelspringer.ch](mailto:tino.grimm@axelspringer.ch)**

Support publicitaire	Taille du fichier	Pixels	Site Internet/Menus (CPM)	Run of Site (CPM)	Wirtschaftsnetz* (TKP)
<b>Formats publicitaires standard</b>					
Leaderboard, Skyscraper, Rectangle	max. 80 KB	728 x 90 Pixel/160 x 600 Pixel/300 x 250 Pixel	80.–	70.–	60.–
Maxiboard	max. 80 KB	994 x 118 Pixel	100.–	90.–	80.–
Halfpage Ad	max. 80 KB	300 x 600 Pixel	100.–	90.–	80.–
Monstersky	max. 80 KB	245 x 770 Pixel	100.–	90.–	80.–
Monsterboard	max. 80 KB	600 x 400 Pixel	120.–	110.–	100.–
Billboard/Wideboard	max. 80 KB	994 x 250 Pixel	120.–	110.–	100.–
Wallpaper	max. 80 KB	728 x 90 Pixel/994 x 118 Pixel/160 x 600 Pixel	120.–	110.–	100.–
Trenner	max. 80 KB	600 x 75 Pixel	80.–		60.–
Teaser	max. 80 KB	300 x 200 Pixel	60.–	50.–	40.–

Branding Day: Uniquement en combinaison avec Handelszeitung: prix fixe 2500.–

### Formats spéciaux

Expandable Rectangle	max. 80 KB	300 x 250 bis 500 x 500 Pixel	90.–	80.–	70.–
Expandable Halfpage Ad	max. 80 KB	300 x 600 bis 500 x 600 Pixel	110.–	100.–	90.–
Expandable Wideboard	max. 80 KB	994 x 250 bis 994 x 600 Pixel	130.–	120.–	110.–

### Mobile/Tablet

Interstitial	max. 80 KB	640 x 960 Pixel	–	90.–	80.–
Mobile Wideboard	max. 80 KB	640 x 320 Pixel	–	80.–	70.–
Banner		320 x 50 Pixel	–	40.–	30.–

### Paramètre supplémentaire

Sticky (Sky), Capping, Targeting	max. 80 KB	Coût par paramètre supplémentaire	10.–	10.–	10.–
----------------------------------	------------	-----------------------------------	------	------	------

### Autres possibilités publicitaires

Newsletter BILANZ	2 fois par semaine et à environ 5000 abonnés, annonce texte (350 signes) incl. image (148 x 148 px) et 2 urls				1200.–
-------------------	---	--	--	--	--------

## Rabais Online

CHF	5 000.–	2%
CHF	10 000.–	4%
CHF	20 000.–	6%
CHF	30 000.–	8%
CHF	40 000.–	10%
CHF	50 000.–	12%
CHF	60 000.–	14%
CHF	70 000.–	16%
CHF	80 000.–	18%
CHF	100 000.–	20%

## Paramètres techniques

**Format des données:** GIF, JPEG ou Rich Media (pour Flash, y ajouter des alternatives aux formats JPEG ou GIF). En cas de problèmes avec des documents en format Rich-Media et des parutions jour après jour, un forfait de traitement de CHF 200.– est facturé.

**Livraison des données:** l'indication Click-Through-URL à [online@axelspringer.ch](mailto:online@axelspringer.ch)

## Utilisation en ligne

Titre	alignement des chiffres	Clients uniques
bilanz.ch	602 654	112 000
wirtschaftsmedien.ch	8 194 432	694 000

Source: Net-Matrix-Audit, Ø janvier–juin 2014

## Conditions générales

**Ordre minimum:** CHF 2500.–

**Prix:** Les prix CPM s'entendent pour 1000 ad Impressions en CHF (sauf mention spéciale), TVA en sus

**Rabais:** Les rabais dépendent du chiffre d'affaire relatif aux bannières livrées et facturées

**Délai d'insertion:** Au minimum 3 jours ouvrables avant la mise en service

**Changement de sujet:** En l'espace d'une journée de travail, excepté le samedi, le dimanche et les jours fériés

**Commission conseil:** 5% sur tous les contrats convenus par l'intermédiaire d'une agence publicitaire, ou média. 15% sur les contrats convenus pour les dispositions de l'étranger.

## Structure des utilisateurs bilanz.ch

Source: NET-Matrix-Profile 2014-1

	Structure	Affinité
<b>Sexe:</b>	Homme	125
	Femme	73
<b>Age:</b>	14 – 19 ans	85
	20 – 29 ans	103
	30 – 39 ans	123
	40 – 49 ans	108
	50 – 59 ans	83
	60 – 69 ans	88
	70+ ans	88
<b>Formation:</b>	obligatoire	53
	moyenne	77
	haute	164
<b>Revenu brut:</b>	jusqu'à CHF 3999.–	70
	CHF 4000.– jusqu'à 8000.–	74
	Plus de CHF 8000.–	139



# 17 OFFRE GLOBALE POUR VOTRE CONCEPT CROSS-MÉDIAS

IMPRIMÉS / EN LIGNE / MOBILE / ÉVÉNEMENTIEL



Imprimés, en ligne, mobile – avec les médias économiques d’Axel Springer, l’impression et le numérique se combinent et connectent de façon idéale. Chacun des canaux propose des modes publicitaires créatifs divers pour votre concept cross-médias novateur, ainsi que des possibilités d’intégration et de

coopération vous donnant accès aux groupes ciblés des décideurs à fort pouvoir d’achat, avec efficacité et une extrême précision. – Nous demeurons à votre disposition pour tout conseil en la matière.

## 1 Contrat d'insertion

Les Conditions d'insertion règlent les relations contractuelles entre l'annonceur ou l'intermédiaire mandaté par ce dernier et la maison d'édition pour autant qu'aucun autre accord n'ait été stipulé par écrit. Dans le cadre du contrat oral ou écrit d'insertion, l'éditeur s'engage à faire paraître une ou plusieurs annonces dans la publication désignée en contrepartie du paiement par l'annonceur des coûts d'insertion.

## 2 Droit applicable

Les relations contractuelles sont essentiellement régies par les Conditions d'insertion (CI) ainsi que par les dispositions du Code des obligations (CO) suisse.

## 3 Contrats conclus en francs et ordres de répétition

### 3.1 Fiabilité

Des contrats en francs et ordres de répétition ne peuvent être convenus que pour les annonces émanant de particuliers ou d'une seule entreprise. Les règlements particuliers de Presse Suisse/ASSP s'appliquent aux groupes et sociétés en holding.

### 3.2 Les contrats et leur durée

Le taux de rabais des contrats de quantité et de répétition doit en principe être connu lors de la première réservation d'espace, dans tous les cas avant la parution de la première annonce. La durée des contrats en francs et de répétition commence au plus tard lors de la première insertion, pour autant qu'une autre date n'ait pas été fixée lors de la conclusion du contrat. La durée du contrat est en principe de 12 mois et ne peut pas être changée. Si un contrat prend effet jusqu'au 15 d'un mois inclus, il dure jusqu'à la fin du mois précédent de l'année suivante.

### 3.3 Prix et changements de prix

Un contrat est conclu selon le tarif de base, séparément pour chaque publication. Toutes les catégories d'annonces donnant droit à un rabais seront incluses dans le contrat. Les changements de prix, des taux de rabais et de la TVA sont aussi immédiatement appliqués sur les réservations en cours. L'annonceur a le droit d'annuler son contrat dans les deux semaines qui suivent la communication écrite des nouveaux prix. Dans ce cas, il n'a droit qu'au rabais correspondant au volume publicitaire utilisé, selon l'échelle des rabais en vigueur.

## 4 Rabais

### 4.1 Rabais sur le chiffre d'affaires

Pour chaque contrat en francs, le donneur d'ordre a droit au rabais de quantité selon le tarif en vigueur.

### 4.2 Rabais rétroactif

Si, durant l'année, le volume des annonces dépasse le montant convenu lors de la conclusion du contrat, le rabais est calculé sur le volume global et un rabais rétroactif calculé selon le barème appliqué pour les rabais est accordé au client pour la fin de période de décompte.

### 4.3 Rabais de répétition

Le rabais de répétition est accordé sur les contrats qui portent sur le nombre d'annonces publiées simultanément prévu dans le barème de rabais (au cours d'une période de 12 mois au maximum). La grandeur de l'annonce ne doit pas être modifiée. Les textes et sujets ne peuvent être modifiés que s'il s'agit de matériel prêt à l'impression. Il est possible d'élargir et de renouveler un contrat de répétition si l'ordre est passé avant la parution de la dernière insertion dans les formes précédemment prescrites et avant l'écoulement de la période de 12 mois. Le rabais est calculé sur la base du nouveau volume global et selon l'échelon de rabais correspondant. Il est accordé à titre rétroactif compte tenu des annonces déjà décomptées. Les ordres de répétition sont réservés aux publications dont les tarifs prévoient cette possibilité.

### 4.4 Ajustement des rabais

En principe, le même taux de rabais est appliqué pendant toute la durée du contrat.

### 4.5 Rappel de rabais

Si, en fin de contrat, le volume consommé est inférieur au contrat conclu, un rappel de rabais sera perçu. L'annonceur bénéficie d'une tolérance de 3% calculée sur l'échelon qu'il a souscrit dans son contrat.

### 4.6 Commission conseil:

une commission conseil de 15% est accordée aux ordres d'insertion d'annonces provenant d'agences média. Elle s'élève à 15% et est calculée sur le montant brut total. Pour encarts et banderoles est accordée une commission d'agence de 5%. RACHA: une commission RACHA de 15% est applicable pour toute

annonce passée en directe et ceci dès Fr. 60000. Pour encarts et banderoles est accordée une commission RACHA de 5%. La commission d'agence et la RACHA ne peuvent être cumulées. En cas d'inobservation des conditions de paiement, les commissions payées seront réclamées en retour.

## 5 Dénonciation prématurée du contrat

### 5.1 Annulation par l'annonceur

La suppression ou le déplacement d'ordres d'insertion ne peuvent être acceptés, même pour des raisons impératives, que jusqu'à la dernière date prévue pour la remise des annonces.

### 5.2 Annulation par l'éditeur

Si, pendant la durée du contrat, une publication doit interrompre sa parution, l'éditeur peut se libérer du contrat sans obligation de dédommagement. L'annonceur n'est alors pas délié de l'obligation de payer les annonces déjà parues. En cas de dénonciation du contrat par l'éditeur, le rabais fixé à sa conclusion reste valable.

## 6 Conditions de paiement

### 6.1 Délai de paiement

Sans autre indication, les factures sont payables dans les 30 jours. Les prix s'entendent nets, c'est-à-dire sans escompte. En cas d'encaissement par voie judiciaire, les rabais sur les factures impayées sont caducs. Les rabais sont alors facturés en plus.

### 6.2 Intérêts de retard

En cas de non-paiement des factures dans les 30 jours, un intérêt de retard peut être facturé. Le montant dû est majoré de 5% (art. 104 CO).

### 6.3 Risque d'insolvabilité

Le risque d'insolvabilité d'un tiers est à la charge de l'annonceur, c'est-à-dire que le partenaire contractuel de l'éditeur s'engage à répondre du tiers en question pour le paiement ou pour tout autre engagement.

## 7 Prestations supplémentaires

Les travaux extraordinaires sont facturés selon les tarifs usuels dans la branche et majorés de la TVA. Sont considérés comme étant des travaux extraordinaires, la fabrication de maquettes, la mise en page des annonces, les modèles de textes, les traductions, les enquêtes relatives aux médias et leur dépouillement lorsque l'ampleur de la tâche est inhabituelle (par exem-

ple plans de diffusion, décomptes de coûts simples, etc.) ainsi que les coûts de PAO, coûts d'expédition au tarif express, modifications fréquentes des contrats, les nouveaux regroupements de factures indiqués ultérieurement, les informations fournies en cours de traitement pour les insertions en cours, les prestations de tiers, etc.

## 8 Emplacements désirés ou prescrits

Les prescriptions d'emplacements sont respectées sans engagement. Si, pour des raisons techniques, l'annonce paraît à un autre emplacement que celui prescrit ou désiré, l'annonceur ne peut ni refuser le paiement ni exiger de dédommagements.

## 9 Réclamations

Une parution défectueuse altérant sensiblement le sens ou l'effet d'une annonce donne droit à une compensation sous forme d'emplacement publicitaire, jusqu'à concurrence de la grandeur de l'annonce. Les commandes, les corrections et les annulations effectuées par téléphone sont aux risques de l'annonceur. Toute autre responsabilité est déclinée. Les erreurs d'impression qui ne modifient ni le sens ni l'effet d'une annonce ne justifient pas une réduction de prix. L'éditeur garantit une bonne reproduction de l'annonce au niveau de la technique d'imprimerie. Le matériel d'impression livré doit correspondre aux normes techniques du journal concerné. Les marges de tolérance par rapport aux standards exigés peuvent être communiquées à l'annonceur. Les légères différences de ton sont tolérées dans le procédé d'impression; le papier et les couleurs utilisés ne justifient pas une réduction de prix. La livraison retardée d'une édition, due à des défaillances techniques, ne donne droit à aucun dédommagement. Toute responsabilité est déclinée pour le matériel d'impression ne correspondant pas aux normes techniques de la revue. Les réclamations ne sont prises en considération que dans les 30 jours qui suivent la facturation. La contestation d'un ou de plusieurs points de la facture ne dispense pas l'annonceur de régler le montant restant de la facture dans les délais spécifiés sous «Conditions de paiement».

## 10 Refus de publier

L'éditeur a le droit de refuser la parution d'une annonce sans indication de motif. La conclusion d'un contrat portant sur l'in-

sertion d'annonces ne peut pas être subordonnée à la publication d'articles rédactionnels.

## 11 Dispositions légales

L'annonceur porte l'entière responsabilité du contenu de l'annonce vis-à-vis de l'éditeur, des autorités et des lecteurs. Si la responsabilité du journal est mise en cause par un tiers, l'annonceur s'engage à libérer le journal de cette responsabilité. Droit pénal et civil: sous réserve des conditions contraignantes inhérentes à la presse, l'annonceur porte l'entière responsabilité des conséquences financières lorsque la publication de son annonce enfreint des prescriptions légales. Il s'engage, en cas de litige avec des tiers résultant du contenu de l'annonce, à libérer complètement l'éditeur de toute responsabilité. Loi contre la concurrence déloyale: l'annonceur s'assure que ses annonces ne vont pas à l'encontre de la loi contre la concurrence déloyale. En cas d'atteinte à cette loi, l'annonceur décharge l'éditeur de toute responsabilité face aux conséquences y relatives. L'annonceur s'engage en particulier à prendre en charge l'ensemble des frais de l'éditeur dans le cas d'un processus juridique découlant d'un non-respect de cette loi. L'éditeur se réserve le droit de caractériser par la mention «annonce», les annonces pouvant être confondues avec le texte rédactionnel. Les annonces conçues comme un article rédactionnel ne peuvent pas être composées dans la police de caractères du journal ni contenir le titre du journal (police et logo).

## 12 Droit de réponse

Selon l'article 28g et ss du Code civil suisse, toute personne qui se sent atteinte dans l'intégrité de sa personne par la présentation de faits dans des médias paraissant régulièrement, a un droit de réponse. L'éditeur peut refuser le droit de réponse lorsque celui-ci est visiblement injustifié ou va à l'encontre de la loi ou de la morale. L'annonceur qui est à l'origine de la publication des faits contestés est tenu de supporter tous les frais liés à l'exercice du droit de réponse.

## 13 Transmission électronique du matériel d'impression

Toute responsabilité est déclinée en cas de livraison par le client de données (via des supports de donnée, modem ou ISDN) défectueuses ou incomplètes. En outre, l'éditeur ne répond pas des parutions défectueuses résultant de données qui lui

ont été fournies et qui ne peuvent pas être traitées ou utilisées selon les méthodes standard. Les charges supplémentaires qui en résultent sont facturées selon le temps effectivement nécessaire. L'éditeur répond uniquement des fautes imputables à une négligence grave de sa part.

## 14 Bon à tirer

Une épreuve est soumise à l'annonceur avant le début de l'impression uniquement pour les annonces réalisées par nos soins (facturation séparée) à partir des documents qu'il a fournis. L'épreuve est accompagnée de l'indication de la date limite d'acceptation des corrections. En l'absence de réponse du client à la date indiquée, l'éditeur est autorisé à supposer que l'annonce est un «bon à tirer». Les corrections qui divergent de l'original et nécessitent un nouveau traitement de la lithographie ne peuvent être acceptées que si les impératifs de temps le permettent et si l'annonceur en supporte les coûts. Aucune épreuve n'est réalisée lorsqu'il s'agit de données prêtes pour l'exposition.

## 15 Matériel d'impression

L'annonceur est responsable du délai de livraison du matériel d'impression ou des encarts. Sauf disposition contraire, l'éditeur ou la société de publicité n'a pas l'obligation d'archiver ou de restituer le matériel d'impression transmis par voie digitale ou traditionnelle (dessins, films, photos, etc.).

## 16 Modifications de tarifs

Les modifications de tarifs demeurent réservées et entrent en vigueur au même moment pour tous les annonceurs. L'annonceur a cependant le droit d'annuler le contrat dans les deux semaines qui suivent la communication écrite des nouveaux tarifs. Dans ce cas, il a seulement droit au rabais correspondant au volume publicitaire utilisé, selon l'échelle des rabais en vigueur.

## 17 For

Le for est le tribunal compétent au lieu du siège de l'agence de la société qui a conclu le contrat d'insertion. Dans ce cas, le for est Zurich.

Les présentes conditions entrent en vigueur le 1.1.2015 et remplacent toutes les précédentes.

## MAISON ÉDITION

### Axel Springer Schweiz AG

Förlibuckstrasse 70  
Case postale, 8021 Zürich  
tél. +41 43 444 55 20  
fax édition +41 43 444 55 03  
fax rédaction +41 43 444 55 21

## RÉDACTION

### Rédacteur en chef

#### Dirk Schütz

tél. +41 43 444 54 54  
dirk.schuetz@bilanz.ch

## ÉDITION

### Directeur d'édition

#### Dr. Thomas Garms

Telefon +41 43 444 50 06  
thomas.garms@axelspringer.ch

### Directrice adjointe

#### Maike Juchler

tél. +41 43 444 55 57  
maike.juchler@axelspringer.ch

## MARKETING LECTEUR

### Direction marketing

#### Patrizia Serra

tél. +41 43 444 58 90  
patrizia.serra@axelspringer.ch

### Product Manager

Sabine Carrieu  
tél. +41 43 444 59 14  
sabine.carrieu@axelspringer.ch

## RÉGIE DES ANNONCES / PRODUCT MANAGER

### Direction vente

#### Sandra Bruderer

tél. +41 43 444 55 13  
mobile +41 79 405 32 50  
sandra.bruderer@bilanz.ch

### Vente CH centrale / NW / part de ZH

Rolf Fischer  
tél. +41 43 444 55 10  
mobile +41 79 205 67 60  
rolf.fischer@bilanz.ch

### Vente CH ouest / FL / part de ZH / Tessin

Telefon +41 43 444 55 11

## Head of Sales homes

### Chef de projet annonces Bilanz

Tobias Hunziker  
Telefon +41 43 444 55 12  
Mobile +41 79 798 82 05  
tobias.hunziker@bilanz.ch

## Service interne

Desirée Michel  
tél. +41 43 444 55 14  
desiree.michel@bilanz.ch

## Suisse romande

Axel Springer Suisse SA  
Rue de Lyon 111  
1203 Genève  
tél. +41 22 949 06 60  
fax +41 22 949 06 64

## Vente

### Servais Micolot

tél. +41 22 949 06 60  
mobile +41 79 200 07 03  
servais.micolot@axelspringer.ch

## Service administratif

### Suisse romande

Martina Lügstenmann  
tél. +41 22 949 06 60  
martina.luegstenmann@axelspringer.ch

## VENTES PUBLICITAIRES INTERNATIONAL

### Allemagne

IMV Internationale Medien  
Vermarktung GmbH  
Wolfgang Jäger  
Hauptstrasse 29  
D-82319 Starnberg  
tél. +49 8151 550 8959  
fax +49 8151 550 9180  
w.jaeger@imv-media.com

### Autriche

proxymedia e.U.  
Michael Schachinger-Brauner  
Wiesengasse 3  
A-2801 Katzelsdorf  
Michael Schachinger  
tél. +43 2622 367 55  
fax +43 1253 30 333 989  
michael.schachinger@proxymedia.at

## Italie

Axel Springer Media Italia /  
Christiano Merlo  
Via Leopardi 21  
I-20123 Milano  
tél. + 39 02 43 98 18 65  
fax + 39 02 43 40 04 25  
info@axelspringer.it

## France

Axel Springer Media France  
Madame Laura Barbier  
93, Avenue Charles de Gaulle  
F-92521 Neuilly-sur-Seine Cedex  
tél. +33 1 76 21 85 00  
fax +33 1 76 21 85 01  
l.barbier@axel-springer.fr

## Angleterre

Axel Springer Media Impact UK  
Patricia Meier Woster  
6<sup>th</sup> Floor  
120 Charing Cross Road  
GB-London WC2H 0JR  
tél. +44 (0) 20 7836 4313  
fax +44 (0) 20 7836 5364  
patriciameier@axelspringer.co.uk

