

**DAS**

KNOW-HOW-MAGAZIN ZUR KAPITALANLAGE

# INVESTMENT

## **Tarifs complets 13/2011**

Applicable à compter du 1.1.2011

## DAS INVESTMENT – LE PROFIL



DAS INVESTMENT  
12 parutions/an



DAS INVESTMENT  
EXTRA  
sur demande



DAS INVESTMENT  
THEMA (brochure)  
sur demande



Notre cœur de compétence se concentre sur les fonds de placement, les produits dérivés, les assurances et l'épargne retraite d'entreprise, les fonds fermés et les placements alternatifs, le portefeuille (allocation des actifs) ainsi que les sujets qui intéressent les conseillers financiers et les courtiers (formation et perfectionnement, régulation, droits et impôts).

DAS INVESTMENT se documente au bon moment sur les innovations du secteur de la finance, s'exprime avec compétence sur toutes les classes d'actifs et permet de s'orienter par rapport à la multitude de produits financiers et de tendances au sein du conseil financier, et ce, dans le magazine imprimé comme en ligne à l'adresse DAS INVESTMENT.com. Les parties de DAS INVESTMENT consacrées aux statistiques sur les fonds de placement sont les plus fournies dans leur catégorie, et tiennent compte de tous les taux pertinents.

### Principales cibles du magazine DAS INVESTMENT

- Conseillers financiers et courtiers d'assurances indépendants
- Groupes de conseillers financiers et distributeurs en produits financiers
- Administrateurs de biens selon l'article 32 de loi sur le crédit (Kreditwesengesetz, en abrégé KWG)
- Conseillers de banque et caisse d'épargne
- Investisseurs institutionnels (banques, assurances, fondations, fonds de pension, entreprises publiques de production et de distribution, sociétés de placement syndicats, œcuméniques)
- Managers de fonds de fonds et Family Offices
- Consultants d'actif, experts fiscaux et comptables
- Organisations de l'économie des prestations de services financiers

Le magazine DAS INVESTMENT est disponible en Allemagne, en Autriche, en Suisse et dans les pays du Benelux (Belgique, Hollande et Luxembourg).

Prix du numéro : 4,80 euros (prix local).

### Sommaire

2	Le profil
3	Nos lecteurs
4	l'étude HBS de 2010 / 2011
<b>6</b>	<b>Prix des annonces</b>
7	Formats spécifiques
8	Formats des annonces
10	Rabais
<b>11</b>	<b>Durées et thèmes abordés</b>
12	Données techniques
13	Encarts libres, collés, agrafés
16	Remarques générales
17	Maison d'édition
<b>18</b>	<b>Parutions spéciales</b>
19	Prix Contents (contenus)
<b>20</b>	<b>Publicité en ligne</b>
24	Conditions générales de vente
28	Contacts (au verso)

## NOS LECTEURS

Les lecteurs du magazine DAS INVESTMENT disposent d'une formation supérieure à la moyenne. Environ 65 pour cent possèdent une formation professionnelle de haut niveau, un diplôme d'études supérieures technologiques ou un diplôme universitaire. Les lecteurs du magazine DAS INVESTMENT travaillent en majorité dans le domaine des services financiers qualifiés. Ils sont, pour ne citer que quelques exemples, intermédiaires financiers et courtiers d'assurances, conseillers de banque, administrateurs de biens, mais parmi eux il en est aussi qui sont investisseurs institutionnels : banques, assurances, fondations et instituts de prévoyance (institutions de retraite professionnelle, fonds et caisses de retraite).

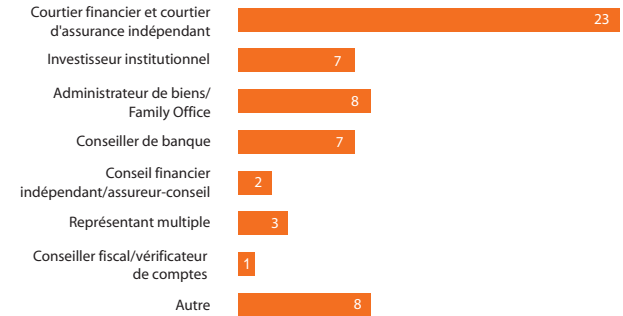
Les lecteurs s'intéressent en outre particulièrement aux activités économiques : plus de 60 pour cent portent un fort ou très fort intérêt à la politique économique et financière. Plus de 60 pour cent des lecteurs du magazine DAS INVESTMENT se situent dans la classe d'âge entre 30 et 49 ans, particulièrement réceptive à la publicité.

DAS INVESTMENT est très apprécié de ses lecteurs. Pour plus de un sur deux, le magazine présente souvent ou très souvent d'utiles informations pour leur activité professionnelle dans le domaine des services financiers. A de très rares exceptions près, la majorité de nos lecteurs trouvent que le magazine est bien conçu et meilleur que les autres en ce qui concerne sa conception générale, son caractère fondé sur la pratique, sa convivialité de lecture, sa présentation et la qualité de ses articles.

Un sur deux porte un grand ou très grand intérêt aux recommandations concrètes de produits. Quand il est question d'informations sur le thème des placements d'argent, plus de 85 pour cent des lecteurs utilisent DAS INVESTMENT. Aussi le magazine occupe-t-il dans l'opinion de ses lecteurs une place qui devance de beaucoup celle de la presse écrite concurrente. Quatre sur cinq des lecteurs du magazine DAS INVESTMENT le recommandent à d'autres.

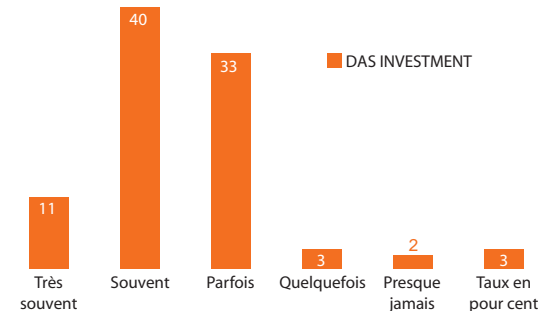
Extrait de : Enquête auprès des lecteurs du magazine DAS INVESTMENT, octobre 2008. Exploitation de plus de 800 questionnaires retournés volontairement (en ligne et par courrier/fax) du 18 septembre au 31 octobre 2008. Institut : Faktenkontor GmbH, Hamburg.

### Au cas où vous travailleriez dans le domaine des services financiers : parmi les catégories professionnelles suivantes, quelle est celle qui vous correspond le mieux ?



Taux en pour cent.

### Avec quelle fréquence DAS INVESTMENT vous fournit-il d'utiles informations pour votre activité professionnelle dans le domaine des services financiers ?



Taux en pour cent

## L'ÉTUDE HBS DE 2010/2011

Dans l'étude de 2010/2011 par HBS du marché et des médias, la question suivante a été, entre autres, posée :

Quels médias utilisent les prestataires de services financiers et les investisseurs institutionnels ?

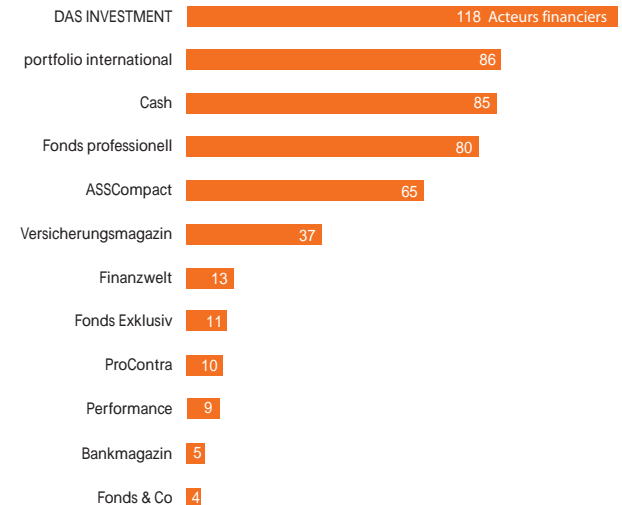
Au centre de l'étude HBS de 2010/2011 se trouve le sondage téléphonique au total de 935 acteurs financiers basés en Allemagne. Les personnes sondées ont été classées, en fonction de leur activité professionnelle principale, dans les groupes suivants :

Conseillers de banque	250
Conseillers financiers indépendants	250
Managers de fonds de fonds	71
Manager de dépôt d'actions	102
Entreprises	61
Family Offices	60
Fondations	61
Investisseurs VAG	30
Assurances institutionnelles	50

Les sondages se sont déroulés de juin à août 2010 à partir d'un ensemble constitué d'environ 14 500 contacts. Lors du choix des personnes à sonder, ont été considérés tous les domaines pertinents du secteur financier, ainsi que, outre les institutions importantes, les petites et les moyennes entreprises.

Ce que confirme également l'étude actuelle, c'est que DAS INVESTMENT compte une nouvelle fois parmi les magazines spécialisés gagnants.

Voici les réponses à la question : Quel magazine ou revue spécialisés lisez-vous régulièrement pour des raisons professionnelles ?



Taux par personnes ; sondage de 935 acteurs financiers.  
Pour les résultats détaillés, voir en page 5 des présentes documentations médias.

# L'ÉTUDE HBS DE 2010/2011

## Quels médias utilisent les prestataires de services financiers et les investisseurs institutionnels ? Vue d'ensemble des résultats triés sur un choix de magazines financiers :

Cible	Acteurs financiers sondés	DAS INVESTMENT			portfolio international			Cash			Fonds professionnell		
		Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers
Conseillers de banque	250	8	4,4	11	9	4,0	10	a.c.	-	-	11	2,4	6
Conseillers financiers indépendants	250	4	21,2	53	3	21,6	54	1	31,6	79	8	14,4	36
Managers de fonds de fonds	71	4	32,4	23	5	28,2	20	13	2,8	2	3	46,5	33
Manager de dépôt d'actions	102	10	3,9	4	a.c.	-	-	a.c.	-	-	11	2,9	3
Entreprises	61	11	4,9	3	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Family Offices	60	6	11,7	7	11	3,3	2	11	3,3	2	11	3,3	2
Fondations	61	6	8,2	5	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Investisseurs VAG	30	8	10,0	3	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Assurances institutionnelles	50	5	18,0	9	a.c.	-	-	11	4,0	2	a.c.	-	-
<b>Total</b>	<b>935</b>			<b>118</b>			<b>86</b>			<b>85</b>			<b>80</b>

Cible	Acteurs financiers sondés	ASSCompact			Versicherungsmagazin			Finanzwelt			Fonds Exklusiv		
		Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers
Conseillers de banque	250	13	1,6	4	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Conseillers financiers indépendants	250	2	23,2	58	10	8,0	20	15	4,4	11	18	3,2	8
Managers de fonds de fonds	71	a.c.	-	-	a.c.	-	-	13	2,8	2	12	4,2	3
Manager de dépôt d'actions	102	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Entreprises	61	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Family Offices	60	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Fondations	61	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Investisseurs VAG	30	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Assurances institutionnelles	50	10	6,0	3	2	34,0	17	a.c.	-	-	a.c.	-	-
<b>Total</b>	<b>935</b>			<b>65</b>			<b>37</b>			<b>13</b>			<b>11</b>

Cible	Acteurs financiers sondés	ProContra			Performance			Bankmagazin			Fonds & Co		
		Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers	Rang	Rang en %	Acteurs financiers
Conseillers de banque	250	a.c.	-	-	a.c.	-	-	14	1,2	3	a.c.	-	-
Conseillers financiers indépendants	250	16	4,0	10	17	3,6	9	a.c.	-	-	21	1,6	4
Managers de fonds de fonds	71	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Manager de dépôt d'actions	102	a.c.	-	-	a.c.	-	-	12	2,0	2	a.c.	-	-
Entreprises	61	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Family Offices	60	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Fondations	61	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Investisseurs VAG	30	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
Assurances institutionnelles	50	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-	a.c.	-	-
<b>Total</b>	<b>935</b>			<b>10</b>			<b>9</b>			<b>5</b>			<b>4</b>

a.c. = aucun classement

## PRIX DES ANNONCES \*

<b>Formats de base</b>								
Taille en page		Découpage		Miroir de page		4c EUR	3c EUR	2c EUR
		Largeur mm	Hauteur mm	Largeur mm	Hauteur mm			
1/1		210	297	180	267	7 153,00	6 504,00	5 913,00
2/3	2 colonnes (haut)	130	297	117	267	5 247,00	4 769,00	4 337,00
1/2	3 colonnes (quadri)	210	144	180	127	3 935,00	3 577,00	3 253,00
1/2	1 1/2 colonnes (haut)	97	297	–	–	3 935,00	3 577,00	3 253,00
1/3	1 colonne (haut)	68	297	55	267	2 624,00	2 385,00	2 169,00
1/3	2 colonnes	–	–	117	127	2 624,00	2 385,00	2 169,00
1/3	3 colonnes (quadri)	210	95	–	–	2 624,00	2 385,00	2 169,00
<b>Formats de base sur deux pages</b>								
2/1		420	297	394	267	14 300,00	13 007,00	11 826,00
1 2/3	5 colonnes	344	297	330	267	12 400,00	11 273,00	10 250,00
1 1/3	4 colonnes	283	297	268	267	9 778,00	8 889,00	8 082,00
2 x 1/2	6 colonnes	420	144	394	127	7 870,00	7 153,00	6 506,00
2 x 2/3	4 colonnes	283	297	268	267	10 493,00	9 539,00	8 674,00
<b>Pages de couverture</b>								
2e page de couverture		210	297	180	267	8 585,00	7 804,00	7 096,00
3e page de couverture		210	297	180	267	7 869,00	7 155,00	6 505,00
4e page de couverture		210	297	180	267	9 300,00	8 455,00	7 688,00
<b>Formats spécifiques</b>								
Annonce entourée de texte sur ses quatre côtés		–	–	55	55	856,00	–	–
Annonce sur deux pages		–	–	55	100	1 491,00	–	–
Bandeau dans la partie rédactionnelle		180	20	–	–	821,00	–	–
Bandeau dans les tableaux des fonds		190	20	–	–	685,00	–	–

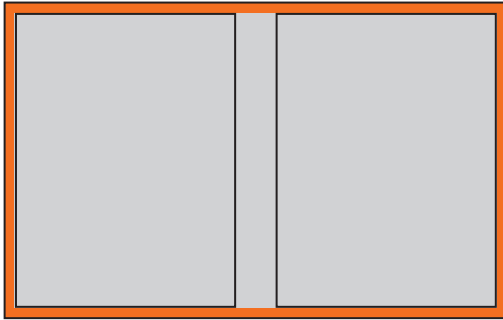
Positionnements spécifiques							
Taille en page	Découpage		Miroir de page		4c EUR	3c EUR	2c EUR
	Largeur mm	Hauteur mm	Largeur mm	Hauteur mm			
1/3 éditorial, 1 colonne (haut)	68	297	55	267	2 886,00	2 624,00	2 386,00
1/2 sommaire, 3 colonnes (quadri)	210	144	180	127	4 329,00	3 935,00	3 579,00
1/3 impressum, 1 colonne (haut)	68	297	55	267	2 886,00	2 624,00	2 386,00
1/1 1e page de rubrique	210	297	180	267	7 869,00	7 155,00	6 505,00

Formats spécifiques – Dépliants			
Formats	Découpage		4c EUR
	Largeur mm	Hauteur mm	
Dépliant en couverture (PC1) Annonce Dépliant (aucune réduction)	416	297	9 300,00 8 585,00
2e page de couverture (PC2) Annonce Dépliant (aucune réduction)	207 146	297 297	8 585,00 8 585,00
3e page de couverture (PC3) Annonce Dépliant (aucune réduction)	207 146	297 297	7 869,00 8 585,00
Pliage en autel, en couverture Annonce Dépliant (aucune réduction)	207 G:125x297 D:115x297	297	9 300,00 8 585,00
Dépliant en couverture Annonce au recto Annonce au verso	maximum 207	297 297	9 300,00 8 585,00

Formats spécifiques – Ad-ons			
Formats	Découpage		4c EUR
	Largeur mm	Hauteur mm	
DAS INVESTMENT-EXTRA Supplément (se reporter à la page 18) (aucune réduction)	200	280	sur demande
Brochure (se reporter à la page 18) collée sur la couverture (PC1) ou l'annonce de référence (aucune réduction)	110	150	sur demande
Signet fixé avec une ficelle (aucune réduction)	90	210	sur demande
Post-it Papier autocollant jusqu'à 5 g (aucune réduction)	76	75	sur demande
CD/DVD en pochette papier (aucune réduction)			sur demande

\*Tous les prix sont indiqués en net, avant réduction, commission pour l'agence de publicité, frais de port et avant majoration de la TVA légale. Plus de formats publicitaires spécifiques sur demande.

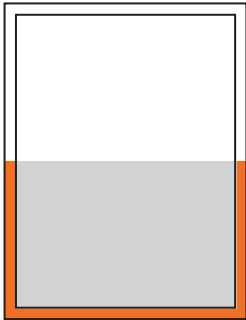
## FORMATS DES ANNONCES



2/1 page, impression sur deux pages

Format: L 420 x H 297 mm

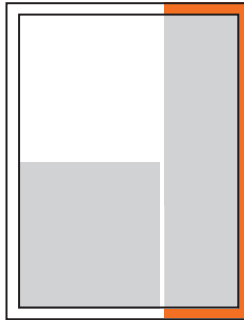
Prix 4c: 14 300,00 EUR



1/2 page 3 colonnes (quadri)

Format: L 210 x H 144 mm

Prix 4c: 3 935,00 EUR



1/3 page 1 colonne (haut)

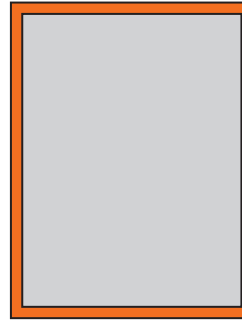
Format: L 68 x H 297 mm

Prix 4c: 2 624,00 EUR

1/3 page 2 colonnes

Format: L 117 x H 127 mm

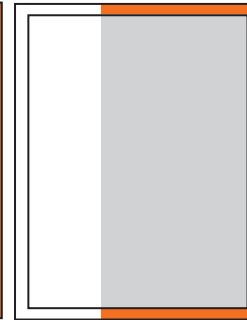
Prix 4c: 2 624,00 EUR



1/1 page

Format: L 210 x H 297 mm

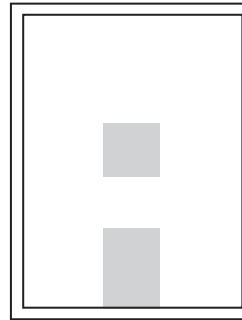
Prix 4c: 7 153,00 EUR



2/3 page 2-colonnes (haut)

Format: L 130 x H 297 mm

Preis 4c: 5 247,00 EUR



Annonce entourée de texte sur ses quatre côtés

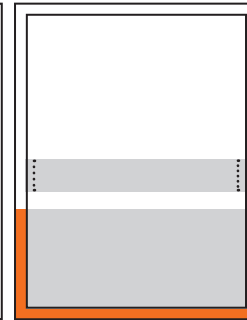
Format: L 55 x H 55 mm

Prix 4c: 856,00 EUR

Annonce sur deux pages

Format: L 55 x H 100 mm

Prix 4c: 1 491,00 EUR



1/3 page 3 colonnes (quadri)

Format: L 210 x H 95 mm

Prix 4c: 2 624,00 EUR

Bandeau rédaction

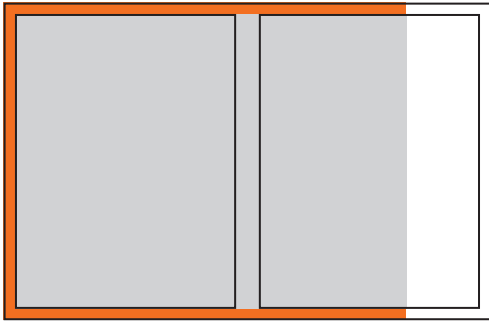
Format: L 180 x H 20 mm

Prix 4c: 821,00 EUR

Bandeau tabl. fonds.

Format: L 190 x H 20 mm

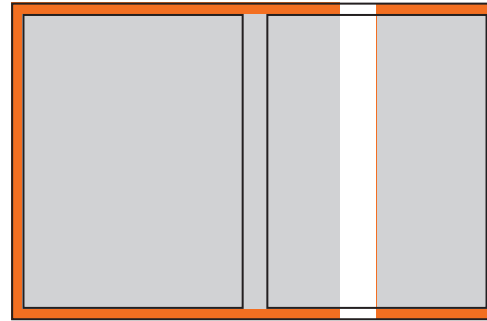
Prix 4c: 685,00 EUR



1 2/3 page, impression sur deux pages

Format: L 344 x H 297 mm

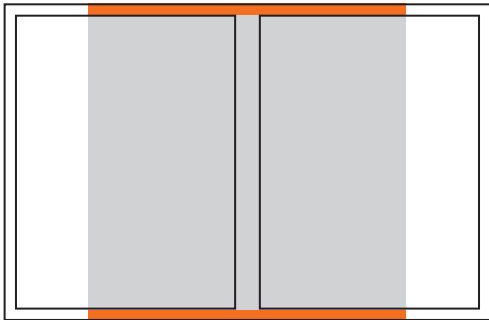
Prix 4c: 12 400,00 EUR



1 1/3 p., impression sur 2 p 1/2 page 1 1/2 colonnes (quadré)

Format: L 283 x H 297 mm Format: L 97 x H 297 mm

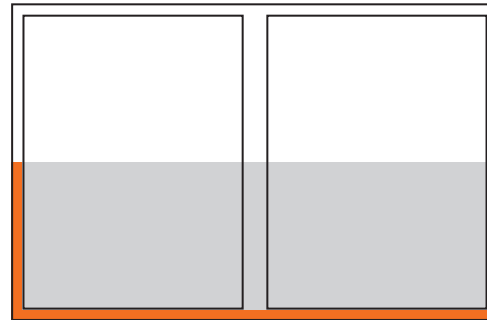
Prix 4c: 9 778,00 EUR Prix 4c: 3 935,00 EUR



2x 2/3 page, impression sur deux pages

Format: L 283 x H 297 mm

Prix 4c: 10 493,00 EUR



2x 1/2 page, impression sur deux pages

Format: L 420 x H 144 mm

Prix 4c: 7 870,00 EUR

**Marges:** laisser une marge de 4 mm sur toutes les pages extérieures. Deux présentations séparées sont nécessaires pour les annonces imprimées sur deux pages. A l'élaboration des présentations d'impression, les éléments susceptibles d'être découpés doivent être positionnés vers l'intérieur à 8 mm minimum du bord.

Les indications de format des annonces découpées doivent être imprimées en orange. Autres formats sur demande.

## R A B A I S

### Rabais sur le prix

#### Annonces/encarts libres/encarts collés/encarts agrafés

<i>Grille de quantité</i>	<i>Rabais</i>	<i>Grille de renouvellement</i>	<i>Rabais</i>	<i>Grille de volume formats composés</i>	<i>Rabais</i>
2 pages par an	5 %	A partir de 3 annonces par an	5 %	A partir de 12 500 EUR par an	5 %
3 -5 pages par an	10 %	A partir de 6 annonces par an	7 %	A partir de 20 000 EUR par an	10 %
6 -8 pages par an	15 %	A partir de 9 annonces par an	10 %	A partir de 40 000 EUR par an	15 %
9 -11 pages par an	22 %	A partir de 12 annonces par an	12 %	A partir de 60 000 EUR par an	22 %
12 pages et plus par an	25 %			A partir de 80 000 EUR par an	25 %

### Règles de rabais

La grille de volume formats composés s'applique à la réservation de plusieurs différents formats publicitaires (par ex. annonces et encarts) et au cas où elle s'avèrerait pour le client plus avantageuse que la grille de renouvellement quant au rabais accordé.

L'achat d'encarts libres, collés ou agrafés peut être comptabilisé.

### Rabais de répétition

Le client se voit accorder un rabais de répétition en plus du rabais convenu lorsqu'il utilise plusieurs pleines pages d'un même numéro. Les rabais de répétition peuvent être complètement intégrés aux rabais de base existants.

A partir de 5 pages : 4 % de rabais    A partir de 8 pages : 8 % de rabais    A partir de 12 pages : 10 % de rabais

### Délais de résiliation et de dépôt des annonces et des documents à imprimer

Conformément au planning de la page 11, les délais de résiliation sont identiques aux délais pour le dépôt des annonces. Comme les délais pour le dépôt des documents à imprimer sont calculés au plus juste, un retard de livraison de ces documents peut compromettre le résultat à l'impression. Dans ce cas, les réclamations éventuelles sont exclues.

## PLANNING 2011 – DAS INVESTMENT

Dans chaque numéro du magazine DAS INVESTMENT, vous trouverez des informations sur les fonds communs de placement, les assurances, les fonds fermés, les placements alternatifs et les produits dérivés ainsi que des dossiers autour du thème « conseil financier. Consultez la table des thèmes actuelle pour les principaux sujets abordés dans ce numéro\*.

N° magazine	Sujets principaux* / Garantie	Premier jour de parution	Délais pour le dépôt des annonces (délai de résiliation)**	Délais pour le dépôt des documents à imprimer**	Délais de livraison** encarts libres/agrafés
02/2011	<p><b>Garantie de positionnement pour ceux qui commandent tôt :</b></p> <p>Si la commande de l'annonce est passée tôt, nous placerons votre annonce à un endroit qui lui est thématiquement approprié.</p> <p>Voici les champs thématiques à votre disposition dans chaque numéro :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonds de placement</li> <li>• Assurances</li> <li>• Placements alternatifs</li> <li>• Produits dérivés</li> <li>• Fonds fermés</li> <li>• Immobiliers</li> <li>• Conseil financier</li> </ul>	Jeu. 20.01.11	Mer. 15.12.10	Mer. 22.12.10	Jeu. 06.01.11
03/2011		Jeu. 17.02.11	Mer. 19.01.11	Mer. 26.01.11	Jeu. 03.02.11
04/2011		Jeu. 17.03.11	Mer. 16.02.11	Mer. 23.02.11	Jeu. 03.03.11
05/2011		Jeu. 21.04.11	Mer. 23.03.11	Mar. 30.03.11	Jeu. 07.04.11
06/2011		Jeu. 19.05.11	Mer. 20.04.11	Mer. 27.04.11	Jeu. 05.05.11
07/2011		Jeu. 16.06.11	Mer. 18.05.11	Mer. 25.05.11	Mar. 01.06.11
08/2011		Jeu. 21.07.11	Mer. 22.06.11	Mer. 29.06.11	Jeu. 07.07.11
09/2011		Jeu. 18.08.11	Mer. 20.07.11	Mer. 27.07.11	Jeu. 04.08.11
10/2011		Jeu. 15.09.11	Mer. 17.08.11	Mer. 24.08.11	Jeu. 01.09.11
11/2011		Jeu. 20.10.11	Mer. 21.09.11	Mer. 28.09.11	Jeu. 06.10.11
12/2011		Jeu. 17.11.11	Mer. 19.10.11	Mer. 26.10.11	Jeu. 03.11.11
01/2012		Jeu. 15.12.11	Mer. 16.11.11	Mer. 23.11.11	Jeu. 01.12.11

\* Nous nous ferons un plaisir de vous envoyer automatiquement une fois par mois la table des thèmes actuelle. Vous pouvez la commander à l'adresse e-mail suivante [media@dasinvestment.de](mailto:media@dasinvestment.de).

\*\* Reportez-vous à ce sujet au paragraphe 4 des conditions générales de vente.

## DONNEES TECHNIQUES

<b>Format du magazine</b>	Largeur : 210 mm, hauteur : 297 mm
<b>Miroir de page</b>	Largeur : 180 mm, hauteur : 267 mm
<b>Procédé d'impression</b>	Rotative offset (couverture : offset à feuilles, reliure par collage)
<b>Documents à imprimer</b>	Merci de livrer les documents sous forme de fichiers numériques
<b>Résolution</b>	Trame de 60
<b>Couleurs</b>	Echelle européenne/CMYK
<b>Formats des données</b>	Données ouvertes sur Mac avec toutes les illustrations, polices PostScript (les polices pour l'écran et pour l'impression, aucun True Type) ainsi que les données relatives aux illustrations utilisées InDesign CS 2/CS 3 Quark XPress Version 7.0 et 8.0 Photoshop en EPS jusqu'à la version 7.0, CS 2 et CS 3 ou en TIFF
<b>Données PDF</b>	Avec la spécification X3 compatible avec Acrobat 4.0 (1.3), imprimable dans tous les jeux de caractères, avec les marques de découpage, CMYK.
<b>Livraison des données</b>	Par e-mail ou sur CD avec épreuve contractuelle. Le droit à réclamation est extrêmement restreint pour les annonces non accompagnées d'épreuve. Les données doivent être remises dans un classeur avec le nom de l'annonceur et le numéro du magazine DAS INVESTMENT concerné.
<b>Remarques importantes</b>	Merci de respecter une marge de 4 mm sur tous les documents. Envoyer les données relatives aux illustrations en format EPS ou TIFF pour Photoshop. Pas de données DCS ou de formats JPEG. Envoyer les illustrations avec une trame de 305 dpi et les dessins en 1 200 dpi.
<b>Adresse de livraison de l'éditeur</b>	Fonds & Friends Verlagsgesellschaft mbH Anzeigenproduktion DAS INVESTMENT Goldbekplatz 3-5 D-22303 Hamburg
<b>Remarque</b>	Une livraison à l'imprimerie peut être envisagée avec l'éditeur. Dans ce cas, faxer d'abord une copie au service des annonces.

## ENCARTS LIBRES

Les encarts libres sont des imprimés joints au magazine.

<b>Tarifs des encarts libres*</b>	jusqu'à 25 g	143,00 EUR par mille
	Tous les 5 g supplémentaires	3,70 EUR par mille
	Poids maximum 50 g	

Les frais postaux supplémentaires occasionnés par les encarts libres sont à la charge du donneur d'ordre.

**Publicités groupées** Se reporter aux « Remarques générales sur les encarts libres / collés / agrafés » page 16

**Editions possibles** Sur l'ensemble du tirage (sur une partie de l'édition sur demande)

**Marge de livraison** 2 - 3 % de chaque tirage

<b>Formats des encarts libres</b>	Format minimum	largeur 148 mm, hauteur 105 mm
	Format maximum	largeur 195 mm, hauteur 282 mm

**Poids du papier** Encarts libres de deux pages : 100 g/m2 minimum  
Encarts libres de quatre pages : 80 g/m2 minimum  
Encarts libres de plus de quatre pages : sur demande avec présentation d'un modèle

**Conditions techniques** Les encarts libres sont insérés par une machine au hasard dans le magazine et doivent donc respecter des conditions particulières. Pour les encarts libres à plusieurs pages, le côté fermé doit toujours être parallèle au dos du magazine. Nous ne traitons pas les encarts libres pliés en Leporello ou les encarts libres comportant une carte postale agrafée. Pour les encarts libres comportant une carte postale collée, cette dernière doit être apposée avec une pointe de colle parallèlement au bord fermé de l'encart afin qu'elle ne soit pas emportée par la machine. Les encarts libres avec des présentations différentes publiés par un même annonceur envisageables après accord spécifique.

**Délais de l'ordre et de résiliation** Se reporter au planning page 11

**Remarque** Merci de respecter les « Remarques générales sur les encarts libres / collés / agrafés » page 16.

\*Tous les prix sont indiqués en net, avant réduction, commission pour l'agence de publicité, frais de port et avant majoration de la TVA légale.

## ENCARTS COLLES

Ces encarts sont collés sur l'annonce de référence (1/1 page minimum) pour faciliter leur utilisation.

- a) Les cartes postales et autres imprimés rectangulaires non pliés, les enveloppes vides (fermées avec une languette)
- b) Les enveloppes avec un contenu (fermées avec une languette), les imprimés pliés
- c) Echantillons, avec modèles sur demande.

### Tarifs des encarts collés\*

Cartes postales et autres imprimés rectangulaires non pliés,  
enveloppe vides : 67,00 EUR par mille

Enveloppe avec contenu,  
imprimés pliés : 81,00 EUR par mille

Les frais postaux supplémentaires occasionnés par les encarts collés sont à la charge du donneur d'ordre.

### Editions possibles

Sur l'ensemble du tirage

### Format de l'encart collé

105 mm X 148 mm. Autres formats avec modèles sur demande.

### Poids du papier

Poids du papier pour la carte postale : 170 g/m<sup>2</sup>

Consulter l'éditeur pour connaître le poids maximum autorisé pour les enveloppes avec contenu

### Positionnement

Un accord doit être conclu avec le service d'annonces quant au positionnement de l'annonce et de son encart collé. L'encart collé doit se situer dans un cadre positionné à env. 20 - 40 mm de la reliure et à 20 mm minimum des bords. Lors de l'élaboration de l'annonce, respecter les tolérances de collage de 10 mm maximum de chaque côté ainsi que les variations du parallélisme de plus 5 degrés.

### Achat de l'annonce

Annonce de 1/1 page minimum (selon Tarifs)

### Délais de l'ordre/de résiliation

Se reporter au planning page 11.

### Remarque

Merci de respecter les « Remarques générales sur les encarts libres / collés / agrafés » page 16.

\*Tous les prix sont indiqués en net, avant réduction, commission pour l'agence de publicité, frais de port et avant majoration de la TVA légale.

## ENCARTS AGRAFÉS

Ces encarts sont des imprimés et prospectus agrafés à l'intérieur du magazine. Ils doivent être remis prêt à l'emploi par le donneur d'ordre.

<b>Tarifs des encarts*</b>	2 pages	170,00 EUR par mille
	4 pages	320,00 EUR par mille

Les frais postaux supplémentaires occasionnés par les encarts sont à la charge du donneur d'ordre.

**Editions possibles** Sur l'ensemble du tirage

**Format** sans marges, largeur 218 mm, hauteur 305 mm  
Du fait des possibles tolérances relatives aux marges, les éléments de texte et d'illustration susceptibles d'être coupés doivent respecter une marge de 4 mm en haut et en bas et une marge sur les côtés de 8 mm sur le format final avec marges. D'autres formats sur demande auprès de l'éditeur.

**Format final avec marges** Largeur 210 mm x hauteur 297 mm

**Poids du papier** 4 pages : 80 g/m<sup>2</sup> minimum

**Caractéristique** Pour les encarts agrafés qui ne sont pas clairement identifiables comme de la publicité du fait de leur présentation, le donneur d'ordre doit, conformément au droit de la presse, clairement faire apparaître sur chaque page la mention « ANNONCE » écrite en demi-gras et en majuscules avec une police de taille 9.

**Droit de l'ordre et de résiliation** Se reporter au planning page 11.

**Remarque** Merci de respecter les « Remarques générales sur les encarts libres / collés / agrafés » page 16.

\*Tous les prix sont indiqués en net, avant réduction, commission pour l'agence de publicité, frais de port et avant majoration de la TVA légale.

## REMARQUES GÉNÉRALES SUR LES ENCARTS LIBRES / COLLÉS / AGRAFÉS

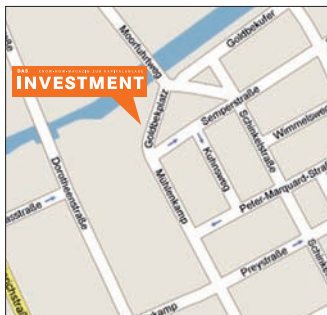
La facturation des encarts libres / collés / agrafés se base sur le tirage papier de chaque numéro. Les prix peuvent être augmentés lorsque la nature du produit complique sa publication. Les frais postaux en vigueur sont comptabilisés en supplément lors de l'édition d'un tirage avec envoi par la poste. Le montant de facturation net est majoré de la TVA légale.

<b>Frais d'élimination</b>	Le donneur d'ordre prend en charge les frais supplémentaires occasionnés par l'élimination des encarts libres / collés invendus. Ces frais sont calculés au cas par cas.
<b>Quantité à livrer</b>	Pour pouvoir prendre en compte les variations de tirage, il faut de nouveau s'accorder avec le service des annonces sur la quantité effective nécessaire d'encarts libres / collés / agrafés avant leur fabrication. Quantité ajoutée pour la configuration de la machine entre 2 et 3 %.
<b>Responsabilité</b>	Les dommages occasionnés à l'éditeur du fait du non respect des conditions techniques par le donneur d'ordre doivent être indemnisés. Si d'éventuelles difficultés de traitement apparaissent, le tirage est prioritaire.
<b>Livraison des données</b>	Par e-mail ou sur CD avec épreuve contractuelle. Le droit à réclamation est extrêmement restreint pour les annonces non accompagnées d'épreuve.
<b>Livraison</b>	Conformément au planning page 11, les encarts libres / collés / agrafés doivent être livrés gratuitement à l'imprimerie exclusivement sur des europalettes. Les palettes ne doivent pas être entrecroisées ; prévoir un intercalaire de 2 mm minimum d'épaisseur entre chaque palette. Les bons de livraison doivent comporter les indications suivantes : • Magazine, Numéro du magazine, nom du produit • Nombre d'exemplaires sur la palette • Nombre de palettes, nombre total de pièces livrées • Expéditeur et destinataire. Un modèle doit être placé en évidence sur chaque coli.
<b>Adresse de livraison</b>	Pour obtenir les coordonnées de l'éditeur, se reporter au verso des tarifs des annonces. Selon l'accord, livraison directe à l'imprimerie.
<b>Remarque</b>	Lorsque l'ordre est passé, présenter un modèle (en 4 exemplaires). L'ordre n'est considéré comme définitif qu'après la présentation du modèle et son acceptation.

## MAISON D'ÉDITION



Le siège de la Sté Fonds & Friends Verlagsgesellschaft mbH



<b>Edition</b>	Fonds & Friends Verlagsgesellschaft mbH Goldbekplatz 3–5 D-22303 Hamburg
<b>Adresse</b>	Postfach / B.P. 13 07 71 D-20107 Hamburg
<b>Téléphone</b>	+49 (0)40 40 19 99-50
<b>Télécopie</b>	+49 (0)40 40 19 99-60
<b>E-mail</b>	info@dasinvestment.com
<b>Site Internet</b>	www.dasinvestment.com
<b>Coordonnées bancaires</b>	Sparkasse Neuss • N° Compte : 80 104 532 • Code banque : 305 500 00 IBAN: DE46 3055 0000 0080 1045 32 • BIC: WELA DE DN
<b>Registre du commerce</b>	HRB 73703 • Tribunal d'Instance de Hambourg
<b>Conditions de paiement</b>	Les factures sont exigibles à compter du premier jour de parution du numéro du magazine DAS INVESTMENT dans lequel est publiée l'annonce. Les virements bancaires sont acceptés.
<b>TVA</b>	Les prix nets sont majorés de la TVA (impôt sur le chiffre d'affaires) légale en vigueur, exigible aux mêmes dates que le montant net.
<b>Mode de parution</b>	Mensuel ; tirage : 46 000 exemplaires
<b>Premier jour de parution</b>	Tous les troisièmes jeudis du mois (exception : parutions spéciales)



## PARUTIONS SPÉCIALES

### DAS INVESTMENT EXTRA et DAS INVESTMENT THEMA

DAS INVESTMENT présente des parutions rédactionnelles spéciales haut de gamme sur des sujets actuels relatifs au placement de capitaux et aux assurances, ainsi qu'ayant trait aux événements sectoriels (tels les salons financiers, les congrès, etc.). Ces parutions sortent en supplément grand format.

DAS INVESTMENT EXTRA ou DAS INVESTMENT THEMA au format pocket. Pour chacune de ces éditions spéciales, le magazine coopère avec un ou plusieurs importants participants au marché et/ou organisations sectorielles en mesure d'apporter leur expertise. DAS INVESTMENT est synonyme de compétence rédactionnelle démontrée, d'informations indépendantes, de crédibilité élevée et de discours ciblés, Ce dont profitent également les partenaires de coopération de DAS INVESTMENT EXTRA et de DAS INVESTMENT THEMA :

**les parutions spéciales, fortes de la grande attention qui leur est portée, fournissent aux partenaires de coopération les meilleures conditions préalables pour un succès durable de communication.**

### DAS INVESTMENT EXTRA

**Supplément\***, est joint au magazine imprimé

<b>Volume</b>	variable, maximum 16 pages internes plus 4 pages de couverture
<b>Format</b>	20 x 28 cm (L x H), marge 3-5 mm
<b>Prix</b>	sur demande



### DAS INVESTMENT THEMA

**Brochures\***, (collées sur la couverture (PC1) ou la page de référence 1/1)

<b>Volume</b>	variable, maximum 24 pages internes plus 4 pages de couverture
<b>Format de la brochure</b>	11 x 15 cm (L x H), marge 3-5 mm
<b>Prix</b>	sur demande



\* DAS INVESTMENT EXTRA et DAS INVESTMENT THEMA sont en outre disponibles comme e-booklets. Dans ce cas, l'éditeur met en outre à la disposition sa couverture en ligne.

## PRIX CONTENIS (CONTENUS) \*

### Copyrights

(pour utilisation en ligne)

1e page 300,00 EUR en PDF,  
2e page 200,00 EUR en PDF,  
chaque page suivante 100,00 EUR en PDF

Prix plus éventuelle majoration pour les licences des images et des diagrammes

### Impressions spéciales/réimpressions

<b>Volume</b>	2 ou 4 pages		
<b>Format</b>	2 pages : 210 x 297 mm 4 pages : 420 x 297 mm ouvert, 210 x 297 mm fermé		
<b>Impression Papier</b>	5/4 couleurs selon Euroskala + Pantone 21c Impression d'images, blanc brillant		
<b>Prix</b>	<b>Tirage**</b>	<b>2 pages</b>	<b>4 pages</b>
	5.000	1 395,00 EUR	2 217,00 EUR
	10 000	1 678,00 EUR	2 729,00 EUR
	15 000	2 069,00 EUR	3 558,00 EUR
	20 000	2 397,00 EUR	4 679,00 EUR
	** d'autres tirages sur demande.		



\* Les prix Contents (contenus) ne font pas l'objet de remises et de commissions. Tous les prix sont hors TVA.



# DAS INVESTMENT.COM

[Home](#) | [Sitemap](#) | [Unternehmen](#) | [Mediadaten](#)

Suche

los

THEMEN	INVESTMENTS	Finanzberatung	Recht & Steuern	Institutionelle	Altersvorsorge	Sparen & Portfolio	Finanzboulevard			
<a href="#">Home</a>	<a href="#">Märkte</a>	<a href="#">Fonds</a>	<a href="#">Versicherungen</a>	<a href="#">Geschlossene Fonds</a>	<a href="#">Immobilien</a>	<a href="#">Alternative Investments</a>	<a href="#">Grünes Geld</a>	<a href="#">Sachwerte</a>	<a href="#">ETF</a>	<a href="#">Zertifikate</a>

Les pros de la finance et les investisseurs privés expérimentés trouvent sur DAS INVESTMENT.com les nouvelles financières, les informations de background et les analyses produit dont ils ont régulièrement besoin pour leurs décisions en matière d'investissement.

## Importance : lire et décider

79 % des pros de la finance qui consultent le site DAS INVESTMENT.com, déclarent le faire parce qu'ils y obtiennent régulièrement d'utiles informations pour leur activité professionnelle. 47 % du contenu du site sert même, souvent voire très souvent, d'importante base de décision.

## Nouvelle mise en page : à présent encore plus adaptée aux campagnes

Depuis fin octobre 2010, DAS INVESTMENT.com brille d'un nouvel éclat : langage fortement visuel, optique claire, look haut de gamme, et bien plus large. Cela plaît mieux non seulement aux utilisateurs. La nouvelle mise en page offre davantage d'espace pour les grands formats publicitaires en meilleure position, constituant la scène idéale pour des campagnes visuelles marquantes.

## De nouveaux utilitaires : thèmes, interaction utilisateur, présentation de contenus

Des centaines de sites sur des personnes, des sociétés et des sujets brûlants offrent des informations complètes au lecteur. Davantage de place pour les opinions des lecteurs et les résultats de sondages, voilà qui est garant de proximité ! Et ce qui revêt une importance particulière, est présenté au centre du slider comme sujet top ou comme highlight d'article.

## Le trafic mensuel en chiffres\* :

Nombre de visites : 121 736

Nombre de pages consultées : 299 209  
(98% de contenu rédactionnel)

\* Source : IVW, octobre 2010



## Nos lecteurs, votre groupe cible principal :

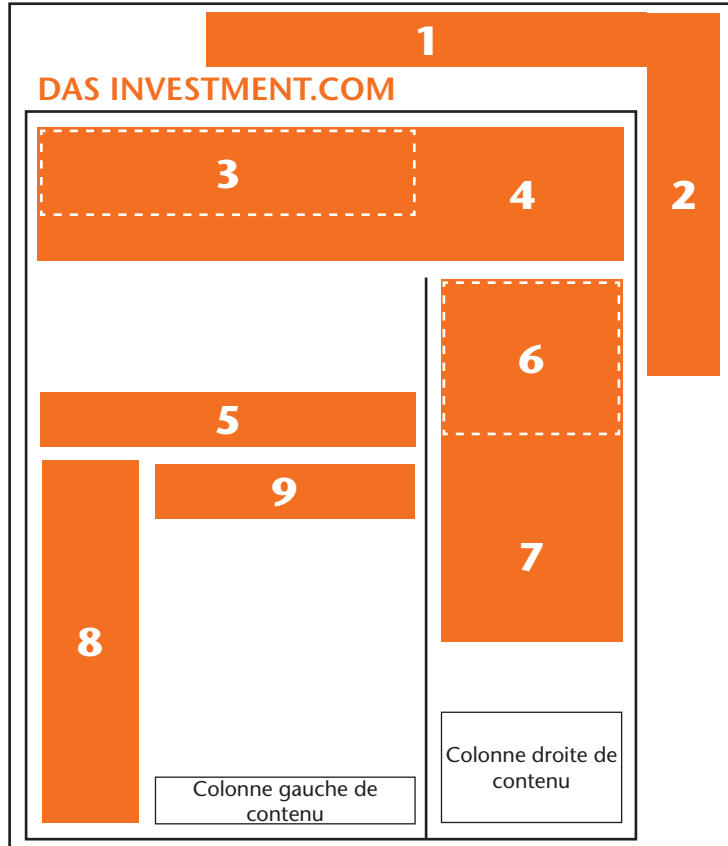
pros de la finance (conseillers en placements, courtiers d'assurance, administrateurs de biens, investisseurs institutionnels...)

et

investisseurs privés expérimentés

## FORMATS DE BANDEAU

Formats Premium grande surface pour votre campagne image et produit



Livraison des données en format gif, swf, jpg, Flash ; vidéo ; les annonces textuelles en tant que document Word. Merci de respecter nos spécifications Flash.

### Super bandeau

1

Format: 728 x 90 pixels

### Skyscraper

2

Format: 120 (max. 200) x 600 pixels

### Wall paper

1 + 2

Format: 728 (max. 1002) x 90, 120 (max. 200) x 600 pixels

Remarque: Possibilité de définir une couleur d'arrière-plan

### Super bandeau premium

3

Format: 621 x 140 pixels

### Super bandeau branding

4

Format: 970 x 220 pixels

### Super bandeau contenu

5

Format: 621 x 90 pixels

### Rectangle médium

6

Format: 300 x 250 pixels

Hinweis: Positionnement au choix en haut (zone visible) ou au milieu

### Half page ad

7

Format: 300 x 600 pixels

### Skyscraper contenu

8

Format: 160 x 600 pixels

### Bouton combiné

9

Format: dans la même mise en forme que les article teasers

## PRIX EN LIGNE

Publicité display		Prix (PMC) en EUR	
Formats standard	Format (L x H en pixels)	Rubrique	Rotation
Super bandeau	728 x 90 (max. 1002 x 90)	60	49
Skyscraper	120 x 600 (max. 200 x 600)	70	55
Wall paper	728 x 90 (max. 1002 x 90) 120 x 600 (max. 200 x 600)	110	89
Rectangle médium en haut (zone visible)	300 x 250	90	75
Rectangle médium au milieu	300 x 250	45	35
Half page ad	300 x 600	110	89
Formats spécifiques*			
Super bandeau Premium	621 x 140	90	69
Super bandeau Branding	970 x 220	110	89
Super bandeau contenu	621 x 90	70	55
Skyscraper contenu	120 x 600 (max. 160 x 600)	90	75
Flash layer	400 x 400	120	95
Video ad	sur demande	120	95

Publicité rédactionnelle	Format	Prix (PMC) en EUR
Kombi-Button	graphique (130 x 81 px), texte (250 caractères), un lien	110 EUR PMC
Online-Advertorial	sur demande	sur demande

Publipostage	Format	Prix en EUR
DAS INVESTMENT daily	Bandeau full size (468 x 60 px)	800 pro Woche
DAS INVESTMENT daily	graphique (200 x 123 px), Texte (250 caractères), un lien	1 000 pro Woche
Newsletter stand-alone	Modèles HTML à 8 500 abonnés de DAS INVESTMENT daily	2 500 pro Versand

Tous les prix sont indiqués en net, avant réduction, commission pour l'agence de publicité, et avant majoration de la TVA légale.

## Formats spécifiques

### Promotion d'événements

Présentez vos événements sur DAS INVESTMENT.com. Qu'il s'agisse d'un roadshow, un cours, un webinar, un congrès ou un salon, nous focalisons l'attention de notre réseau financier B2B sur votre événement à l'aide de solutions médias adaptées.  
(Exemple de prix paquet premium 2 900 EUR)

### Spécial Thèmes

Positionnez-vous sur DAS INVESTMENT.com avec des présentations rédactionnelles de vos thèmes principaux ou de vos produits. Contactez-nous. Ensemble, nous développerons des solutions adaptées pour votre succès de vente.

### E-booklets

Nous présentons dans un magazine en ligne (flashbook à feuilleter et PDF) vos thèmes et solutions de placement d'une façon adaptée aux investisseurs. Votre service commercial utilise des e-booklets pour informer pertinemment vos clients. Les buts : mieux informer la clientèle, davantage de contacts avec les clients et davantage de chiffre d'affaires pour vous et vos distributeurs.

\* d'autres formats spécifiques, par ex. Tandem Ads, Expandables, sur demande.

## PUBLIPOSTAGE

### DAS INVESTMENT daily



La newsletter quotidienne d'informations boursières en HTML approvisionne les pros de la finance en actualités, interviews et rapports de synthèses regroupés de toutes les rubriques.

**Fréquence de parution** : chaque jour de Bourse

**Format** : newsletter en HTML

**Tirage** : 8 500 abonnés

#### Possibilités de publicité

Annonce content (texte et image en look & feel de l'article teaser) ou bannière

#### Prix

Annonce texte et image 1 000 € par semaine,  
bannière 800 € par semaine

Lien vers l'édition actuelle : [www.dasinvestment.com/htmlnews](http://www.dasinvestment.com/htmlnews)

### DER FONDS



Egon Wachtendorf et sa rédaction relatent dans DER FONDS quels produits doivent faire partie d'un dépôt, et où de nouvelles chances vont probablement bientôt se présenter.

**Fréquence de parution** : tous les 15 jours

**Format** : newsletter PDF

#### Possibilités de publicité

Divers formats d'annonce et formats spécifiques

#### Prix

sur demande

Documentations médias à l'adresse : [www.dasinvestment.com/mediadaten](http://www.dasinvestment.com/mediadaten)

### Newsletters stand-alone

Liste individuelle de destinataires par newsletter ou en fonction de l'intérêt pour certains produits, ou par activité/statut de conseil.

#### Prix sur demande.

Exemple de prix : envoi à la liste des destinataires de DAS INVESTMENT daily (8 500 abonnés) 2 000 EUR

Création de modèles par la maison d'édition (contre un supplément de 500 EUR)

### D'autres newsletters

Possibilités de publicité et prix sur demande



#### Newsletter Assurances

**Fréquence de parution** : hebdomadaire

**Format** : newsletter en HTML



#### Cleantech Magazin

**Fréquence de parution** : trimestrielle

**Format** : PDF et Flash (flip book)

## CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

1. « L'ordre d'annonce » désigne au sens de ces présentes Conditions Générales de Vente le contrat portant sur la publication dans un imprimé d'une ou plusieurs annonces d'un publicitaire ou de tout autre annonceur en vue de sa diffusion.

2. En cas de doute sur leur publication, les annonces peuvent être consultées dans un délai d'un an après la conclusion du contrat. Si le droit de consulter une annonce spécifique est accordé dans le cadre d'un contrat, l'ordre doit être exécuté dans l'année qui suit la parution de la première annonce, dans la mesure où la première annonce a été consultée et publiée dans le délai mentionné à la première phrase.

3. Lorsqu'un contrat est conclu, le donneur d'ordre est autorisé à rechercher, dans le délai convenu ou dans le délai mentionné au paragraphe 2, des annonces supplémentaires, en plus de celles déjà mentionnées dans l'ordre.

4. Si l'ordre n'a pu être exécuté de fait de circonstances non imputables à l'éditeur, le donneur d'ordre doit rembourser à l'éditeur, sans préjudice d'autres droits éventuels, la différence entre le rabais convenu et le rabais correspondant à la prise de livraison réelle. Le remboursement ne s'effectue pas lorsque la non-exécution est imputable à un cas de force majeure relevant du domaine de risque de l'éditeur. Si l'ordre est annulé par le donneur d'ordre après écoulement du délai pour le dépôt des annonces (= délai de résiliation), il doit alors s'acquitter de frais d'annulation. Le montant des frais d'annulation est fonction du délai dans les proportions suivantes : après écoulement du délai de résiliation : 25% ; après écoulement du délai pour le dépôt des documents à imprimer : 50% ; après écoulement du délai de livraison : 100% de la valeur nette de l'ordre.

5. Les ordres concernant les annonces et les encarts libres, qui, pour des raisons fondées, doivent être publiés exclusivement dans un numéro déterminé, une édition déterminée ou à une place déterminée dans l'imprimé, doivent être livrés à l'éditeur dans les délais impartis afin que le donneur d'ordre puisse être informé avant l'expiration du délai de dépôt des annonces si l'ordre ne peut être exécuté conformément à ces exigences. Les annonces classées sont imprimées dans la rubrique correspondante sans qu'un accord express ne soit requis.

6. L'alinéa 1 concerne les annonces textes. Non valide pour les magazines. Les annonces qui ne sont pas clairement identifiables comme de la publicité du fait de leur présentation rédactionnelle sont clairement désignées comme telles par l'éditeur qui fait apparaître la mention « Annonce » au frais du donneur d'ordre.

7. L'éditeur se réserve le droit de refuser des ordres d'annonces - ainsi que des consultations isolées dans le cadre d'un contrat - et des ordres d'encarts libres du fait de leur contenu, de leur origine ou de leur forme technique pour des principes de cohérence concrètement justifiés par l'éditeur, lorsque leur contenu est contraire à la loi ou aux dispositions administratives ou dont la publication est jugée déraisonnable par l'éditeur. Cette règle s'applique également pour les ordres donnés à nos points de ventes, à nos services de réception ainsi qu'à nos représentants. Les ordres d'encarts libres ne sont considérés comme définitifs par l'éditeur qu'après la présentation d'un modèle de cet encart et son acceptation. Les encarts libres qui contiennent des

annonces étrangères, par ex. des publicités groupées, ou qui donnent l'impression aux lecteurs, du fait de leur format ou de leur présentation, de faire partie du magazine, ne sont pas acceptés. Le refus d'un ordre est communiqué immédiatement au donneur d'ordre.

8. Le donneur d'ordre est responsable de la livraison dans le délai convenu du texte de l'annonce et du parfait état des documents à imprimer ou des encarts libres. L'éditeur exige le remplacement immédiat des documents à imprimer clairement inappropriés ou endommagés. L'éditeur garantit la qualité d'impression habituelle pour le titre choisi dans le cadre des possibilités offertes par les documents à imprimer.

9. Le donneur d'ordre a droit à une réduction du prix ou une annonce de remplacement en parfait état en cas d'impression totalement ou partiellement illisible, incorrecte ou incomplète, dans la mesure où il a été porté atteinte au but de son annonce. Si l'éditeur laisse s'écouler le délai imparti à cet effet ou si l'annonce de remplacement n'est toujours pas en parfait état, le donneur d'ordre a droit à une réduction du prix ou une dénonciation de l'ordre. Les droits à indemnisation du fait d'une violation positive du contrat, d'une faute à la conclusion du contrat et d'un acte illicite sont exclus, même pour les prises d'ordres par téléphone ; les droits à indemnisation en cas d'impossibilité ou de retard d'exécution de la prestation se limitent à l'indemnisation des dommages prévisibles et à la somme versée pour l'achat de l'annonce ou de l'encart libre concerné. Cette disposition s'applique également pour la préméditation et la négligence grossière de la part de l'éditeur, de ses représentants légaux et de ses exécutants. La responsabilité de l'éditeur reste engagée pour les dommages occasionnés par défaut de qualités garanties. L'éditeur n'est également pas responsable de la négligence grossière de ses exécutants commerciaux ; dans les autres cas, la responsabilité des commerciaux se limite, selon l'importance de la négligence grossière, aux dommages prévisibles et jusqu'à la somme versée pour l'achat de l'annonce concernée. Les réclamations doivent être effectuées, dans les quatre semaines après réception de la facture et de la preuve, sauf pour les défauts non manifestes.

10. Les échantillons ne sont livrés que sur demande expresse. Le donneur d'ordre est responsable de l'exactitude des échantillons renvoyés. L'éditeur prend en compte toutes les corrections qui lui sont communiquées dans le délai imparti au renvoi de l'échantillon.

11. Si aucune indication de taille n'est communiquée, le calcul s'effectue en se basant sur la taille d'impression habituelle et réelle de ce type d'annonce.

12. La facture doit être réglée dans le délai indiqué dans les tarifs qui débute à réception de la facture, sauf s'il a été convenu d'un autre délai de paiement ou d'un paiement anticipé spécifique à un cas particulier.

13. En cas de retard ou de délai de paiement, des intérêts ainsi que des frais de recouvrement sont facturés selon les tarifs. En cas de retard de paiement, l'éditeur peut repousser l'exécution de l'ordre en cours jusqu'au paiement de la somme due et exiger des paiements anticipés pour les annonces restantes. S'ils existent des doutes fondés sur la solvabilité du donneur d'ordre, l'éditeur est autorisé, même pendant l'exécution d'un ordre d'annonce en cours, à subordonner la parution des annonces suivantes, au paiement anticipé du montant, sans considération des modalités de paiement initialement convenues, ainsi qu'au paiement des montants facturés dus.

14. Les tirages distribués ainsi que les tirages diffusés sont soumis aux fluctuations du marché. L'éditeur fournit sur demande des renseignements à ce sujet. Les tirages sont contrôlés par IWW.

15. Sur demande, l'éditeur envoie avec la facture une preuve de la publication de l'annonce. Selon le type et l'importance de l'ordre d'annonce, des extraits de l'annonce, des pages de preuve ou des numéros complets attestant de la publication des annonces sont envoyés. Si l'éditeur n'est plus en mesure de fournir une preuve, une attestation juridiquement valide rédigée par l'éditeur est envoyée à la place certifiant de la publication et de la diffusion de l'annonce.

16. Le donneur d'ordre prend en charge les coûts de fabrication des documents à imprimer commandés ainsi que les importantes modifications souhaitées et à justifier par le donneur d'ordre des versions originales convenues.

17. Les documents à imprimer ne sont renvoyés que sur demande spécifique du donneur d'ordre. L'obligation de conservation s'achève trois mois après la fin de l'ordre.

18. Le lieu d'exécution est le siège de l'éditeur. Le tribunal compétent pour les plaintes concernant le service commercial, les personnes morales de droit publiques ou les fonds communs de placement de droit public est le tribunal de Hambourg. Dans la mesure où les droits de l'éditeur n'ont pas été exercés par une mise en demeure, le tribunal compétent pour les personnes non commerçantes est déterminé par leur lieu de domiciliation. Si le lieu de domiciliation ou le lieu de résidence habituel du donneur d'ordre, y compris celui des personnes non commerçantes, n'est pas connu au moment du dépôt de la plainte, ou si le donneur d'ordre a changé de circonscription après la conclusion du contrat en changeant de lieu de domiciliation ou de lieu de résidence habituel, le tribunal d'Hambourg est alors désigné comme le tribunal compétent.

### Conditions de vente supplémentaires ajoutées par l'éditeur

a) Les intermédiaires publicitaires ou les agences de publicité sont obligés de conserver les tarifs indiqués par l'éditeur sur leurs offres, leurs contrats et leurs décomptes avec des publicitaires. La commission intermédiaire accordée par l'éditeur ne doit pas être divulguée, même en partie, au donneur d'ordre. Les ordres d'annonces via une agence sont acceptés en son nom et pour son compte.

b) Les conditions générales et supplémentaires de vente établies par l'éditeur s'appliquent aussi logiquement aux ordres concernant des encarts collés et agrafés ainsi que les versions techniques spécifiques. Chaque ordre n'est considéré comme définitif qu'après accord écrit de l'éditeur.

c) Sauf accord contraire expressément convenu, les nouveaux tarifs s'appliquent également aux ordres en cours lors d'une adaptation des prix.

d) Les entreprises appartenant à des grands groupes qui demandent un rabais commun doivent présenter une preuve écrite de leur participation à plus de 50 % du capital.

e) Le donneur d'ordre est seul responsable du contenu et de la conformité juridique des documents textuels et illustrés mis à disposition pour la publication. Il incombe au donneur d'ordre d'exempter l'éditeur de tout droit exercé à son encontre par un tiers du fait de l'exécution de l'ordre, même si ce dernier venait à être annulé. L'éditeur n'est pas obligé de vérifier que les ordres et les annonces ne violent pas les droits d'un tiers, notamment les dispositions légales du droit de la concurrence et des droits d'auteur. Si des annonces sont annulées, le donneur d'ordre n'a également aucun droit à l'encontre de l'éditeur.

f) En cas de pannes de la production ou en cas de force majeure (par ex. grèves, saisies, et autre fait de même nature), l'éditeur peut exiger le paiement intégral des annonces publiées lorsque les ordres ont été remplis avec 80 % du tirage réalisé dans la phase de marché concernée. Les prestations qui ont été réduites doivent être payées selon le prix pour mille pages conformément au tirage garanti.

g) L'éditeur ne peut être tenu responsable du non respect du positionnement convenu des documents à imprimer du fait d'un retard de livraison et d'une réduction de la qualité d'impression.

h) Les premières épreuves tirées avant la mise sous presse ne sont pas envoyées.

i) L'envoi de plus deux présentations de couleurs, le non respect du délai de livraison des documents à imprimer et la demande d'une reproduction imprimée différente de la présentation peuvent se répercuter sur le positionnement et la qualité d'impression et excluent toute réclamation future. L'éditeur se réserve le droit de facturer les coûts supplémentaires occasionnés.

j) L'éditeur se réserve le droit de positionner exceptionnellement dos à dos les annonces comportant des bons.

k) Pour ses nouveaux clients, l'éditeur se réserve le droit d'exiger un paiement anticipé à régler avant l'expiration du délai de dépôt de l'annonce.

l) La nullité d'une seule de ces conditions ne remet pas en cause la validité des autres. Seul le droit allemand est applicable.

Conditions au : 1.1.2011

VOS NOTES



