

Tarifs publicitaires 2010

En vigueur à compter du numéro de février 2010

Quatre couleurs	1 - 3	4 - 8	9 - 12	13 +
Pleine page	19 320 \$	18 525 \$	17 885 \$	17 305 \$
Double page	38 640	37 035	35 770	34 605
2/3 page horizontale ou 2 colonnes	15 455	14 825	14 295	13 850
1/2 page horizontale ou double 3/4 de colonne (mini-page)	13 525	12 965	12 500	12 115
Bandeau	11 405	10 935	10 550	10 210
1 colonne ou 1/3 page carré	9 280	8 895	8 580	8 320
Couverture intérieure	21 250	20 375	19 660	19 040
Couverture extérieure	23 180	22 225	21 450	20 770
Noir et une couleur*	1x	4x	8x	12x
Pleine page	17 000 \$	17 345 \$	15 740 \$	15 235 \$
Double page	34 010	32 615	31 470	30 470
2/3 page horizontale ou 2 colonnes	13 600	13 045	12 590	12 195
1/2 page horizontale ou double 3/4 de colonne (mini-page)	12 015	11 415	11 020	10 665
Bandeau	10 040	9 630	9 290	8 990
1 colonne ou 1/3 page carré	8 165	7 830	7 550	7 310
Noir et blanc	1x	4x	8x	12x
Pleine page	15 075 \$	14 455 \$	13 945 \$	12 405 \$
Double page	30 145	28 900	27 890	24 795
2/3 page horizontale ou 2 colonnes	12 060	11 565	11 160	10 800
1/2 page horizontale ou double 3/4 de colonne (mini-page)	10 550	10 215	9 760	9 455
Bandeau	8 895	8 535	8 230	7 980
1 colonne ou 1/3 page carré	7 245	6 950	6 710	6 490

* Les couleurs harmonisées ne sont pas toujours disponibles. Communiquez avec le bureau du service de la production au 514 843-2557 au sujet de la disponibilité de couleurs harmonisées particulières. Les tarifs de fréquence peuvent être accordés pour les annonces multiples.

Dates de tombée 2010

Numéro	Réservation	Matériel	En kiosque
février	11 décembre	22 décembre	8 janvier
1 ^{er} mars	8 janvier	22 janvier	5 février
15 mars	22 janvier	5 février	19 février
1 ^{er} avril	5 février	19 février	5 mars
15 avril	19 février	5 mars	19 mars
1 ^{er} mai	5 mars	19 mars	2 avril
15 mai	26 mars	9 avril	23 avril
1 ^{er} juin	9 avril	23 avril	7 mai
15 juin	23 avril	7 mai	21 mai
juillet	7 mai	21 mai	4 juin
août	4 juin	18 juin	2 juillet
1 ^{er} septembre	9 juillet	23 juillet	6 août
15 septembre	23 juillet	6 août	20 août
1 ^{er} octobre	13 août	27 août	10 septembre
15 octobre	27 août	10 septembre	24 septembre
1 ^{er} novembre	10 septembre	24 septembre	8 octobre
15 novembre	24 septembre	8 octobre	22 octobre
1 ^{er} décembre	8 octobre	22 octobre	5 novembre
15 décembre	22 octobre	5 novembre	19 novembre
janvier 2011	5 novembre	19 novembre	3 décembre

La date de mise en marché représente la date à laquelle le premier exemplaire du magazine arrivera en kiosque ou sera livré au domicile de l'abonné.

Renseignements sur la publicité et spécifications 2010

Exigences techniques

Format du magazine : 7 po 7/8 de largeur sur 10 po 3/4 de longueur			
Format de l'annonce	Format rogné (L X P)	Marge perdue	Marge texte
Double page DPS	15 po 3/4 x 10 po 3/4	Minimum de 3 mm (1/8 po) au-delà de la marge	Minimum de 6 mm (1/4 po) à l'intérieur de la marge
Pleine page	7 po 7/8 x 10 po 3/4		
1/2 double page	15 po 3/4 x 5 po 3/8		
2/3 page horizontale	7 po 7/8 x 6 po 3/4		
2 colonne	5 po 1/8 x 10 po 3/4		
1/2 page horizontale	7 po 7/8 x 5 po 3/8		
1/2 page verticale	3 po 7/8 x 10 po 3/4		
3/4 colonne double	5 po x 7 po 7/8		
Bandeau	7 po 7/8 x 2 po		
1/3 page verticale	2 po 3/4 x 10 po 3/4		
1/3 page carré	4 po 7/8 x 5 po 3/8		
MARGE PERDUE : Pour éviter le rognage du texte ou des illustrations des annonces à fond perdu, prévoyez des marges extérieures de 3 mm (1/8 po).			
MARGE DE SÉCURITÉ : Veuillez prévoir 6 mm (1/4 po) de surface de texte à l'intérieur du format rogné.			

Note importante : Pour éviter que du texte ou des images soient coupés, conserver une marge extérieure d'un minimum de 1/4 po (6 mm) et une marge de 1/8 po (3 mm) à l'intérieur de chaque double page brochée à cheval ou une marge de 1/4 po (6 mm) pour les doubles pages collées. L'éditeur N'EST AUCUNEMENT responsable de l'alignement de texte et d'images qui dépassent la marge intérieure sur les doubles pages ou les pages en contiguïté avec un encart. D'ailleurs, nous décourageons FORTEMENT le positionnement de texte et d'images dans la marge intérieure. Le pliage et le rognage peuvent varier.

Modalités de production

Impression : Haute vitesse, lithographie web offset

Format : Système d'écriture directe des plaques (computer-to-plate)

Brochage : Dos carré-collé

Dimensions du magazine rogné : 200 mm (7 po 7/8) de largeur sur 273 mm (10 po 3/4) de longueur

Matériel publicitaire fourni

Fichiers électroniques : PDF/X-1a:2001 ou fichier PDF équivalent créé selon les normes des Éditions Rogers, transmis en ligne par l'entremise de Magazines Canada AdDirect au adirect.sendmyad.com. Pour en savoir davantage au sujet des normes des Éditions Rogers, visitez le www.rogersdigitalads.com ou communiquez avec le chef de production, au 514 843-2557. Les Éditions Rogers n'assument aucune responsabilité quant au contenu ni au chevauchement de couleurs.



Renseignements sur la publicité et spécifications 2010

Projets spéciaux

Le service de Création stratégique de L'actualité excelle dans la transformation des lancements de produits, des anniversaires d'entreprise et des initiatives spéciales de marketing de ses clients en événements médiatiques à succès. Le service élaborera et produira pour vous des sections publicitaires spéciales et d'autres éléments spéciaux personnalisés (commanditaire unique ou annonceurs multiples).

Encarts

Les encarts contribuent aux rabais de volume calculés au prorata du rendement net de la page pour un espace ordinaire.

Renseignements généraux

A. Les tarifs indiqués dans cette trousse d'information sont en vigueur à compter du numéro du février 2010 de L'actualité. Les changements de tarifs seront annoncés au moins 60 jours avant la date de tombée du premier numéro auquel ils s'appliquent. De tels changements peuvent être faits en tout temps. Si l'annonceur n'accepte pas un changement de tarif, il peut annuler le contrat sans frais de résiliation, excluant les rabais applicables aux ententes couvrant plusieurs années.

B. Annulations : Aucune annulation après les dates de tombée officielles. Aucune annulation pour les pages couvertures, les positions spéciales, les chroniques spécialisées, les suppléments et les encarts.

C. Positions garanties : disponibilité limitée. Un supplément de 10 % s'applique.

D. Cinquième couleur : supplément de 20 %. Pleines pages et doubles pages seulement.

E. Tarifs pour organismes culturels et de bienfaisance et pour établissements d'enseignement sur demande.

Commission d'agence

Les commissions d'agence de 15 % du montant brut facturé pour l'espace, la couleur, le positionnement ou les papiers d'encarts spéciaux seront versées uniquement aux agences reconnues. Les commissions ne s'appliquent pas aux frais de mécanographie supplémentaire, aux réimpressions, etc.

Conditions relatives aux textes et aux contrats

A. L'éditeur n'est aucunement lié par quelque condition, présentée sous forme imprimée ou autre, apparaissant sur le contrat ou dans les instructions, entrant en conflit avec les modalités de la présente grille de tarifs.

B. Les annonceurs et agences de publicité assument la responsabilité de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) de toutes les annonces imprimées et la responsabilité de toute réclamation à l'éditeur et des frais qui en découlent.

C. La valeur de tout contrat en vigueur depuis six mois ou plus peut être augmentée sous la forme d'un crédit pour un espace offert à l'annonceur, et non sous la forme de réductions en espèces. De tels crédits doivent être utilisés dans les 60 jours suivant la date d'expiration de l'ancien contrat.

D. Les annonceurs et les agences de publicité conviennent que L'actualité n'est aucunement responsable de son défaut de publier toute publicité.

E. L'éditeur a droit au paiement des sommes prévues aux présentes dès qu'il a imprimé la publicité et pris toutes les dispositions raisonnables pour assurer la distribution de la publication.

F. L'acceptabilité de toute publicité est à la discrétion de l'éditeur.

G. La mention «publicité» sera inscrite au-dessus du texte si l'éditeur juge que celui-ci peut être confondu avec le matériel éditorial de la publication.

H. Cette grille de tarifs est valable exclusivement pour les publicités commerciales standards de l'annonceur; les publicités insérées pour d'autres raisons seront facturées aux tarifs en vigueur selon l'espace utilisé.

I. Toute réclamation de l'annonceur ou de l'agence de publicité à l'encontre de ce magazine doit être présentée au magazine par écrit dans les soixante (60) jours suivant l'expiration du contrat.

J. L'entreprise n'admet pas les accords verbaux.

K. Les tarifs publicitaires sont soumis aux taxes exigibles, notamment à la taxe sur les produits et services (TPS), la taxe de vente harmonisée (TVH) et la taxe de vente du Québec (TVQ), le cas échéant.

À propos de L'actualité :

- Fondée en 1976, L'actualité est publiée en français à Montréal par Les Éditions Rogers, 1200, av. McGill College, bureau 800, Montréal (Québec) H3B 4G7
- L'actualité est publiée deux fois par mois, sauf en janvier, février, juillet et août, mois pendant lesquels un seul numéro est publié.
- Le tirage payé total moyen de L'actualité est de 175 150 (chiffres de diffusion du ABC pour la période de six mois se terminant le 30 juin 2009).
- Prix par exemplaire : 5,95 \$. Prix de l'abonnement d'un an : Canada, 37,95 \$; É.-U., 65,00 \$; autres pays, 116,00 \$.
- Les Éditions Rogers sont une entreprise de communication diversifiée qui publie également Maclean's, Chatelaine, Châtelaine, Loulou, Le Bulletin des agriculteurs, Flare et de nombreuses autres publications professionnelles et spécialisées.
- Membre du Print Measurement Bureau.
- Membre de l'Association québécoise des éditeurs de magazines.

Modalités générales 2010

MODALITÉS GÉNÉRALES

Le bon d'insertion pertinent (dans la mesure où il n'entre pas en conflit avec les modalités des présentes), la grille des tarifs courante des publications auxquelles se rapporte le bon d'insertion au moment de sa présentation (la « Publication ») et les spécifications de publicité courantes de la Publication en vigueur à ce moment sont intégrés aux présentes modalités par référence explicite et sont collectivement désignés la « Convention ». Les personnes, firmes ou sociétés qui concluent un contrat avec les Éditions Rogers Ltée (l'« Éditeur ») pour l'insertion d'une publicité dans la Publication, que ce soit à titre de mandant (l'« Annonceur ») ou de mandataire (l'« Agence »), sont réputées être dûment autorisées pour toutes les fins couvertes par la présente Convention.

Tarifs et commissions

- (a) L'Éditeur se réserve le droit de modifier ses tarifs publicitaires en tout temps. Les changements de tarif doivent être présentés au moins 30 jours avant la date de tombée du premier numéro auquel ils s'appliquent. Si l'Annonceur ou l'Agence n'accepte pas un changement de tarif, ceux-ci peuvent, dans les 15 jours suivant l'avis de changement de tarif, annuler la Convention sans frais de résiliation (excluant les rabais applicables aux ententes couvrant plusieurs années).
- (b) Les tarifs publicitaires sont soumis aux taxes exigibles, notamment à la taxe sur les produits et services (TPS), la taxe de vente harmonisée (TVH) et la taxe de vente du Québec (TVQ), le cas échéant.
- (c) Les commissions d'Agence, pouvant atteindre 15 % du montant brut facturé pour l'espace, la couleur, le positionnement ou les papiers d'encart spéciaux seront versées uniquement aux agences reconnues. Les commissions ne s'appliquent pas aux frais de mécanographie supplémentaires, aux réimpressions, aux tirages fractionnés et aux autres frais de cette nature.
- (d) Tous les rabais négociés ne pourront être en vigueur qu'au cours de la période à laquelle ils s'appliquent. Les remises associées à quelque rabais applicable à l'Annonceur doivent être utilisées dans les six mois suivant la fin de la période où elles ont été obtenues, et deviendront caduques si elles ne sont pas utilisées pendant ce délai.

Facturation et paiements

- (a) L'Annonceur et l'Agence seront conjointement et solidairement responsables du paiement de toutes les factures pour la publicité publiée dans la Publication.
- (b) Tous les montants facturés sont payables sur réception de la facture. Des intérêts seront exigibles au taux de 1½ % par mois (18 % par année) sur tous les montants en souffrance depuis plus de 30 jours à compter de la date de la facture.
- (c) Les montants facturés sont payables aux bureaux de la Publication en devises canadiennes, ou en fonds équivalents, selon le taux de change en vigueur au moment du paiement.
- (d) L'Éditeur se réserve le droit de modifier les modalités de paiement en tout temps, en exigeant un paiement comptant au moment de la présentation du bon d'insertion.

Annulation

- (a) L'annulation de la Convention par l'Annonceur ou l'Agence est soumise à l'approbation de l'Éditeur, à sa seule discrétion. Les Conventions portant sur les pages couvertures, les positions spéciales et les encarts ne peuvent être annulées par l'Annonceur ou l'Agence. Aucune annulation ne sera acceptée par l'Éditeur après la date de tombée pour l'espace publicitaire. Des frais de résiliation s'appliqueront à toutes les annulations par l'Annonceur ou l'Agence.
- (b) L'Éditeur pourra, à sa discrétion, résilier la présente Convention en cas de manquement à ses modalités. Advenant la résiliation de la Convention en raison d'un manquement, tous les frais encourus, ainsi que les frais de résiliation, seront immédiatement exigibles.

Matériel publicitaire

- (a) Tout le texte publicitaire est soumis à l'approbation de l'Éditeur, et l'Éditeur pourra, sans avis ni responsabilité, rejeter, suspendre ou omettre une publicité pour quelque raison, et en tout temps.
- (b) La mention « Publicité » sera inscrite au-dessus du texte si l'Éditeur juge que celui-ci peut être confondu avec le matériel éditorial de la Publication, ou si le caractère publicitaire n'est pas immédiatement identifiable.
- (c) L'Éditeur ne pourra être tenu responsable pour la couleur ou les registres de couleur ou le texte publicitaire qui ne se conforment pas aux normes « dMACS » (digital Magazines Advertising Canadian Specifications). Le matériel publicitaire doit être accompagné d'une épreuve standard de norme dMACS. Pour obtenir de plus amples renseignements concernant les normes en vigueur dans l'industrie des magazines, veuillez consulter le site Magazines Canada www.magazinescanada.ca ou les normes dMACS <http://magazinescanada.ca/dmacs.php?cat=dmacs>. Les exigences relatives aux épreuves sont également présentées sur le site www.rogersdigitalads.com sous la rubrique « Proofing Info » (renseignements sur les épreuves).

- (d) L'Éditeur peut insérer la publicité n'importe où dans la Publication, à sa seule discrétion, et toutes les conditions stipulées sur les bons de commande ou les instructions de texte concernant le positionnement de l'annonce seront traitées comme des demandes de positionnement seulement, et ne pourront être garanties. Si l'Éditeur est incapable ou néglige de respecter une telle demande de positionnement, l'Annonceur ou l'Agence ne sera pas libéré de ses obligations de paiement à l'égard de la publicité.
- (e) L'Éditeur ne sera tenu de retourner le matériel publicitaire.
- (f) Toute publicité publiée dans la Publication pourra, à la discrétion de l'Éditeur, être publiée et archivée par l'Éditeur ou par quiconque autorisé par l'Éditeur, aussi souvent que l'Éditeur et les personnes autorisées par l'Éditeur le désirent, sur tout produit, média ou archives (y compris sous forme imprimée, électronique ou autre).

Garanties, indemnisations, limites

- (a) L'Annonceur et l'Agence seront conjointement et solidairement responsables de tout le contenu (y compris le texte, la représentation et les illustrations) de toutes les annonces imprimées. L'Annonceur et l'Agence, conjointement et solidairement, devront indemniser l'Éditeur, ses sociétés affiliées et leurs dirigeants, directeurs, employés, entrepreneurs et mandataires respectifs relativement à toute responsabilité ou à tous frais, y compris les frais juridiques, attribuables à un manquement à la présente Convention ou résultant de la publication du matériel publicitaire, incluant, sans toutefois s'y limiter, la diffamation, la concurrence illégale ou les pratiques commerciales illégales, la contrefaçon de marque commerciale, de nom commercial ou de droits d'auteur et les manquements aux droits à la vie privée, à la propriété ou aux contrats.
- (b) L'Éditeur ne pourra être tenu responsable des erreurs ou omissions dans le matériel publicitaire fourni par l'Annonceur ou l'Agence (y compris les erreurs dans les numéros clés) ou pour tout changement apporté à une telle publicité après la date de tombée qui s'y applique.
- (c) L'Annonceur et l'Agence conviennent que la Publication n'aura aucune responsabilité en cas de manquement, pour quelque raison que ce soit, à publier une publicité ou à distribuer un numéro de la Publication.

Généralités

- (a) Si une Agence a conclu la présente Convention au nom de l'Annonceur, l'Agence confirme que l'Annonceur a obtenu une copie des présentes modalités.
- (b) La présente Convention constitue la totalité de l'entente conclue entre les parties couvrant le sujet traité aux présentes et remplace toutes les conventions et ententes antérieures reliées au sujet traité dans les présentes. Tout changement apporté à la présente Convention ne pourra s'appliquer que s'il a été présenté par écrit et signé par la partie devant être liée par un tel changement.
- (c) Pour de plus clarté, l'Éditeur ne sera nullement lié par quelque condition, présentée sous forme imprimée ou autre, apparaissant sur les contrats, bons de commande ou instructions de l'Annonceur ou de l'Agence, entrant en conflit avec les présentes modalités, ou représentant une variante ou un ajout à celles-ci.
- (d) Ni l'Annonceur ni l'Agence ne peuvent céder leurs droits ou obligations en vertu de la présente Convention.
- (e) L'Annonceur et l'Agence conviennent de ne faire aucune référence à la Publication dans sa promotion ou sa mise en marché, à moins d'avoir reçu la permission écrite préalable de l'Éditeur, dans chaque cas particulier.
- (f) Aucune disposition de la présente Convention ne fera l'objet d'un renoncement en vertu du cours des affaires, à moins qu'une telle renonciation ne soit présentée par écrit, dûment signée par toutes les parties, et énonçant spécifiquement l'intention de modifier la présente Convention.
- (g) La présente Convention doit être régie et interprétée conformément aux lois de la province de l'Ontario et des lois fédérales du Canada qui s'y appliquent. Tout recours en relation avec le sujet traité dans la présente Convention sera soumis à la juridiction exclusive des tribunaux de la province de l'Ontario.