

Données techniques et prix pharmaJournal

Formats standards

	¹ / ₁ -page	210 × 297 mm + 3 mm de débord	Fr. 5900.-
	¹ / ₂ -page verticale	86 × 268 mm	Fr. 3400.-
	¹ / ₂ -page horizontale	176 × 132 mm	Fr. 3400.-
	¹ / ₃ -page verticale	64 × 268 mm	Fr. 3000.-
	¹ / ₃ -page horizontale	176 × 86 mm	Fr. 3000.-
	¹ / ₄ -page verticale	86 × 132 mm	Fr. 2300.-
	¹ / ₄ -page horizontale	176 × 64 mm	Fr. 2300.-

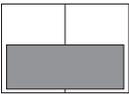
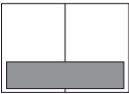
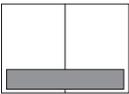
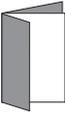
Nouveautés

Medium	450 signes + lien site internet + packshot	Fr. 2000.-
--------	--	------------

Marché de l'emploi

		Membres	Non-Membres
¹ / ₂ -page verticale	86 × 268 mm	Fr. 780.-	Fr. 1560.-
¹ / ₂ -page horizontale	176 × 132 mm	Fr. 780.-	Fr. 1560.-
¹ / ₄ -page verticale	86 × 132 mm	Fr. 430.-	Fr. 860.-
¹ / ₈ -page verticale	64 × 132 mm	Fr. 320.-	Fr. 640.-

Formats spéciaux

	¹ / ₁ -page panorama	420 × 297 mm	Fr. 10 500.-
	¹ / ₂ -page panorama	376 × 132 mm	Fr. 6 100.-
	¹ / ₃ -page panorama	376 × 86 mm	Fr. 4 400.-
	¹ / ₄ -page panorama	376 × 64 mm	Fr. 3 100.-
	Jaquette 2 × ¹ / ₂ -pages	105/210 × 297 mm	Fr. 13 500.-

Programme de rédaction pharmaJournal 2022

Février	Mars	Avril	Mai	Juin/juillet
Dysfonction érectile	Fer	Obésité	Série gériatrie (1^{re} partie): Polypharmacie chez les personnes âgées – médicaments potentiellement inadéquats pour les personnes âgées	Acné + série gériatrie (2^e partie): Charge anticholinergique (anticholinergic burden)

Délai d'insertion / date de parution

9.2. / 24.2.	9.3. / 24.3.	4.4. / 21.4.	9.5. / 26.5.	15.6. / 30.6.
--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Série gériatrie (3^e partie): Adaptations des dosages chez les personnes âgées	Herpès zoster	Vitamine D	Maladies des yeux liées à l'âge	Dermocorticoïdes/ liste B+

Délai d'insertion / date de parution

10.8. / 25.8.	7.9. / 22.9.	12.10. / 27.10.	9.11. / 24.11.	7.12. / 22.12.
---------------	--------------	-----------------	----------------	----------------

Spécialités

Publireportage

$\frac{1}{1}$ -page, 297 × 210 mm

Fr. 7 100.–

$\frac{1}{2}$ -page, 176 × 132 mm

Fr. 4 200.–

inclus coûts de rédaction/
création et traduction

Carte postale encartée*

Format: min. 55 × 85 mm, max. 148 × 210 mm

Prix sur demande

Format minimal de l'annonce
principale: $\frac{1}{2}$ -page horizontale,
uniquement possible sur page droite

Papier: min. 150 g/m², max. 300 g/m²

inclus frais de port et coûts
techniques, hors prix de l'annonce

Echantillon encarté*

Format: min. 65 × 84 mm, max. 148 × 210 mm

Prix sur demande

Format minimal de l'annonce
principale: $\frac{1}{2}$ -page horizontale

Poids: max. 25 g. Epaisseur: max. 2 mm

Encarts

Page d'annonce supplémentaire dans pharmaJournal

Fr. 6 100.–

Encart de 4 pages

4 × 200 × 280 mm

Fr. 7 900.–

Encart de 6 pages

2 × 200/200/195 × 280 mm

Fr. 8 800.–

Poster en encart

1 × 594 × 420 mm

Fr. 12 000.–

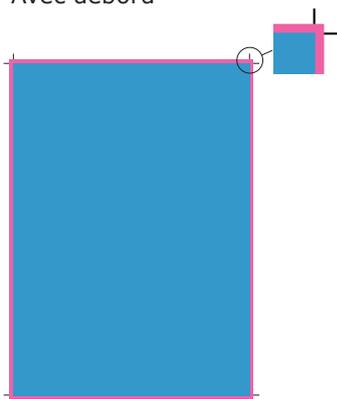
* collé

Toutes les annonces doivent être fournies en format PDF. Si le format dépasse le bord (franc-bord), il faut compter un débord (marge) d'au moins 3 mm sur chaque page et le PDF doit être livré avec les signes de coupe.

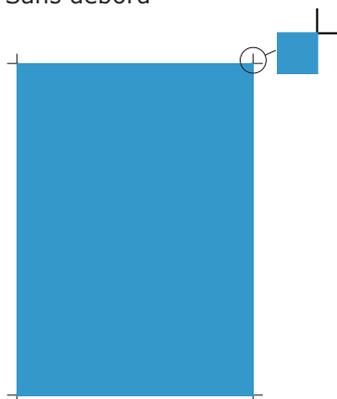
Seules les pages $\frac{1}{1}$ peuvent être imprimées avec fond perdu, les autres annonces sont placées sur la page miroir. Toutes les polices d'écriture utilisées doivent être incluses. La résolution des images doit être d'au moins 300 dpi.

Toutes les couleurs et illustrations doivent être dans les nuances CMYK. Les couleurs RVB et Pantone sont converties, mais il faut compter avec une différence de couleurs. L'impression se fait sur papier couché. Le bon à tirer ne se fait que pour les publiereportages mis en page par vitagate sa.

Avec débord



Sans débord



Conditions générales d'utilisation

Conditions d'insertion pour les médias imprimés de vitagate SA

Valable dès le 1^{er} janvier 2022

1. Applicabilité

Les conditions d'insertion régissent les relations contractuelles entre l'annonceur, resp. l'intermédiaire mandaté (ci-après l'intermédiaire), et vitagate sa (éditeur) pour autant qu'aucun autre accord n'ait été stipulé. Dans la mesure où les présentes conditions ne prévoient pas de clauses y dérogeant, les directives concernant le contrat d'entreprise (CO art. 363 et suivants) s'appliquent à ce contrat

2. Ordres

Les changements et les contrordres concernant les annonces doivent parvenir par écrit. Les changements et les suspensions d'annonces peuvent être signalés jusqu'à l'échéance du délai de réception des annonces sans que cela donne lieu à la facturation de frais. Seuls les frais engendrés par le matériel d'impression déjà traité seront facturés. Les documents de reproduction et de lithographie confectionnés par l'éditeur ou son mandataire restent sa propriété. L'éditeur ne prend aucune responsabilité en cas d'erreurs provenant d'une transmission par téléphone et/ou électronique ou dues à la mauvaise qualité d'une transmission par fax.

3. Souhaits de placement

Les souhaits quant à l'emplacement des annonces sont reçus sans engagement. Les instructions relatives à l'emplacement, pour autant qu'elles soient acceptées et confirmées par l'éditeur, font l'objet d'un supplément. Si pour des raisons techniques et/ou rédactionnelles, l'annonce ne paraît pas à l'emplacement confirmé ou souhaité, cela ne donne pas le droit à l'annonceur ou à son intermédiaire de refuser de payer ou de demander un dédommagement. Le supplément pour instructions relatives à l'emplacement n'est pas perçu dans ce cas. L'exclusion d'annonces concurrentes n'est pas possible.

4. Publication d'annonces/suppléments

L'éditeur se réserve le droit d'exiger la modification du contenu d'une annonce ou d'un supplément, ainsi que de refuser ou de suspendre la parution d'annonces ou de suppléments, cela en tout temps et sans indication de motifs.

5. Vérification juridique des contenus

L'éditeur se réserve le droit de faire vérifier juridiquement la conformité légale de la publicité de tous types avant publication. Les éventuels coûts engendrés sont à charge de l'annonceur.

6. Délais

Les données des annonces doivent être parvenues à l'échéance du délai de réception des annonces, afin que la conformité du contenu et sa présentation puissent être contrôlées et si nécessaire corrigées sans menacer le délai de parution. Pour les mêmes raisons, les annonces PR doivent être commandées un mois avant le délai pour les annonces.

7. Publications rédactionnelles

L'insertion d'annonces ne donne pas droit à la publication de textes rédactionnels.

8. Responsabilité

L'annonceur est responsable du contenu de ses annonces. Il est notamment tenu de respecter la loi ainsi que les directives et normes de la branche à laquelle il appartient. Dans les limites de la loi, il libère l'éditeur, ainsi que ses organes et auxiliaires, de toutes prétentions de tiers. Si l'éditeur fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur sera tenu, après que le litige lui aura été dénoncé, d'ester en justice à ses côtés. Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à supporter tous les frais judiciaires et extrajudiciaires découlant de prétentions de tiers.

9. Droit de réponse

Si un droit de réponse est invoqué, l'éditeur traitera la demande autant que possible en accord avec l'annonceur ou l'intermédiaire. Si l'éditeur fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur sera tenu, après que le litige lui aura été dénoncé, d'ester en justice à ses côtés. Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à supporter tous les frais judiciaires ou extrajudiciaires découlant de prétentions de tiers liées à l'exercice du droit de réponse.

10. Identification des annonces

Les annonces doivent être facilement identifiables comme telles par les lecteurs et se différencier de la partie rédactionnelle tant par la mise en page que par les caractères. L'éditeur se réserve le droit de signaler l'annonce par un titre tel que «Annonce RP de (l'entreprise)» ou de sens analogue. Les annonces ne doivent jamais contenir le logo ou le nom du magazine ni mentionner la rédaction. Sinon, l'éditeur se réserve le droit de refuser l'ordre d'insertion.

11. Bons à tirer

Ils ne sont établis que sur demande expresse de l'annonceur et à condition que le matériel d'impression soit soumis à l'éditeur au moins 1 jour ouvrable avant le délai d'insertion. Les annonces sont en principe publiées dans les éditions prévues, même si le bon à tirer n'a pas encore été donné. Aucun bon à tirer n'est fourni en cas de fourniture d'originaux prêts à l'impression.

12. Défauts de parution

Toute responsabilité est déclinée pour les défauts de parution imputables à un matériel d'impression incomplet ou inadéquat (trames ou traits trop fins, caractères trop petits, etc.), ainsi que pour les différences de couleurs ou de repérage dues aux caractéristiques techniques du procédé d'impression. Cette exclusion de responsabilité vaut également pour le matériel d'impression dont la qualité a été remise en cause par l'éditeur et qui n'a pas été remplacé par un matériel adéquat malgré les remarques expresses émises. Pour les annonces en couleurs, une marge de tolérance raisonnable demeure réservée s'agissant des nuances de tons.

13. Erreurs d'impression

Les erreurs d'impression qui ne dénaturent sensiblement ni le sens ni l'impact publicitaire de l'annonce n'entraînent aucune réduction de prix. De même, l'inobservance des prescriptions typographiques et l'omission de codes d'identification dans les annonces avec coupons-réponses ne donnent droit à aucune indemnité.

- 13.1. Toute responsabilité est déclinée pour les erreurs provenant de la traduction de documents en langue étrangère.
- 13.2. En cas de parution défectueuse altérant sensiblement le sens ou l'effet d'une annonce, seuls sont facturés au maximum les frais d'enregistrement de ladite annonce, ou une compensation est accordée via la mise à disposition d'un espace de dimension équivalente. Toute autre prétention est exclue.

14. Réclamations

Les réclamations ne sont prises en considération que dans un délai maximum de 10 jours à compter de la date de facturation.

15. Facturation

La facturation des annonces se fait en fonction de la surface effectivement commandée, même si l'annonceur, resp. l'intermédiaire mandaté, n'utilise pas intégralement cette surface.

16. Conventions de rabais

Les conventions de rabais ne sont valables qu'une année au maximum et arrêtées pour une seule entreprise. Les annonces pour un même annonceur mais paraissant sous des noms différents ou pour le compte d'entreprises différentes (filiales, etc.) font l'objet de conventions de rabais séparées. Les entreprises juridiquement indépendantes appartenant à la même organisation faitière (holding) doivent également conclure des conventions de rabais francs séparées.

- 16.1. Les rabais en francs sont exclusivement conclus pour une année civile complète.
- 16.2. Décomptes de rabais. Si le volume des annonces dépasse le contingent prévu par la convention, l'annonceur a droit à ce qu'un rabais correspondant lui soit crédité à titre rétroactif conformément au tarif. En cas de volume inférieur à celui prévu par la convention, l'annonceur sera tenu au remboursement du rabais accordé en trop. Le quota inutilisé ne peut être reporté sur l'année suivante.
- 16.3. Pour les contrats bruts, les rabais et les commissions sont crédités à l'expiration de la convention de rabais.
- 16.4. Les annonces collectives sont soumises à des conventions de rabais spéciales.
- 16.5. Le cumul de rabais et/ou de prestations complémentaires est exclu.

17. Justificatifs

Un justificatif est délivré avec la facture.

18. Offres

Les offres en réponse à des annonces sous chiffre ne sont transmises que si leur contenu concerne directement l'annonce en question. Les envois de nature publicitaire ou les recommandations, les offres anonymes ou de masse ne sont pas transmis. Afin d'identifier de telles offres, l'éditeur se

réserve le droit d'ouvrir des courriers au hasard.

L'éditeur recommande instamment de ne pas y mettre des documents originaux ou des papiers de valeur. L'éditeur n'endosse aucune responsabilité quant à la restitution des documents. Les envois d'offres qui dépassent le format C5 doivent être accompagnés de la taxe postale correspondante pour leur acheminement.

19. Conditions de paiement

A défaut d'une convention contraire, les factures doivent être payées sous 30 jours sans déduction d'escompte. Les déductions d'escompte injustifiées feront l'objet d'une nouvelle facturation.

- 19.1. En cas de retard de paiement, une surtaxe de rappel de 10 francs ainsi qu'un intérêt moratoire de 6 % sont facturés. En cas de poursuite, de sursis concordataire ou de faillite, l'annonceur perd tout droit aux rabais et commissions d'intermédiaire. Les commissions d'intermédiaire déjà versées devront être restituées. De plus, le montant dû sera majoré de 5 % (50 francs au minimum, 300 francs au maximum) à titre de dédommagement pour le travail administratif.
- 19.2. L'éditeur se réserve en tout temps le droit de vérifier la solvabilité des annonceurs, respectivement des intermédiaires, et/ou d'exiger une avance sur paiement.
- 19.3. For juridique et droit applicable: Bienne.