

Tarifs publicitaires 2011

Tarifs (bruts)

Description	1	2
Double page DPS	27 090 \$	26 280 \$
½ page double	21 075	20 440
1 page	15 050	14 595
½ page	11 290	10 950

Tous les tarifs 2011 peuvent être modifiés sans préavis.
Un supplément de 15 % est exigé pour les positions garanties ou spéciales.

Dates de tombée 2011

Today's Parent – Newborn

Distribution: cabinets de médecins, professionnels de la santé, hôpitaux, kiosques à journaux.

Numéro	Réservation	Matériel	Distribution
Printemps 2011	20 janvier	2 février	8 avril
Automne 2011	14 juillet	27 juillet	14 octobre

Toutes les dates peuvent être modifiées sans préavis.

Renseignements sur la publicité et spécifications 2011

Exigences techniques

	Annonces à fond perdu : Positionner les documents en format ROGNÉ Ajouter 0,125 po de marge perdue AU-DELÀ de la marge sur TOUS les côtés La zone de sécurité est 0,25 po à l'intérieur de la marge sur TOUS les côtés			Annonces sans fond perdu : Positionner les documents dans la zone de sécurité		
Double page DPS	10,5 po	x	7,625 po	10,5 po x 7,625 po (zone de sécurité 0,25 po à l'intérieur sur TOUS les côtés)		
Pleine page	5,25 po	x	7,625 po	5,25 po x 7,625 po (zone de sécurité 0,25 po à l'intérieur sur TOUS les côtés)		
1/2 double page	10,25 po	x	3,8125 po	n. d.		
1/2 page horizontale	5,25 po	x	3,8125 po	4,75 po	x	3,3125 po
1/2 page verticale	2,625 po	x	7,625 po	2,125 po	x	7,125 po

Note importante: Pour éviter que du texte ou des images soient coupés, conserver une marge extérieure d'un minimum de 0,25 po et une marge de 0,25 po à l'intérieur de chaque double page. 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.

Des modèles en InDesign CS3 (ou plus récent) sont disponibles pour TOUS les formats sur addirect.sendmyad.com (choisir le format d'annonce dans le menu de gauche).

Modalités de production

Impression: Haute vitesse, lithographie Web offset

Brochage: Relié sans couture

Dimensions du magazine rogné: 5,25 po x 7,625 po

Matériel publicitaire fourni

Fichier PDF/X-1a : 2001 créé selon les normes de Magazines Canada, transmis en ligne par l'entremise de Magazines Canada AdDirect sur addirect.sendmyad.com. Pour en savoir davantage au sujet des normes de Magazines Canada, visitez le magazinescanada.ca/advertising/production/dmacs_specifications ou communiquez avec le chef de production au 416 764-1701. Les Éditions Rogers n'assument aucune responsabilité quant au contenu ni au chevauchement de couleurs.

La taille de police devrait être d'au moins 8 points. Les caractères renversés de taille inférieure à 12 points ne conviennent pas à la reproduction. *Newborn* ne peut être tenu responsable de la reproduction de tailles de police inférieures à celles mentionnées pour la police fine avec empattement. L'annonce DOIT être déposée sous forme de fichier PDF prêt pour l'impression. Pour en savoir plus sur la façon de créer un fichier PDF approprié, consultez le site de Magazines Canada à magazinescanada.ca/advertising/production/tools/pdftips. Toutes les couleurs doivent être CMJN. N'utilisez pas de couleurs d'accompagnement ou de modèle RVB. Toute police noir/grise devrait être en noir une couleur (aucun noir quatre couleurs).



Instructions AdDirect

- 1) Ouvrez une session sur le portail AdDirect^{MC} de Magazines Canada (addirect.sendmyad.com).
Note: Vous devrez créer un compte lors de votre première visite.
- 2) Choisissez l'éditeur/le magazine dans lequel vous voulez placer une annonce.
Fournissez l'information pertinente, puis cliquez sur Télécharger.
- 3) Suivez la procédure de vérification à l'écran.
- 4) Approuvez votre annonce.

Modalités générales 2011

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'acceptent 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'encarts spéciaux seront versées uniquement aux agences reconnues. Les commissions ne s'appliquent pas aux frais de montage 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 couverture, 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 de Magazines Canada magazinescanada.ca ou les normes dMACS magazinescanada.ca/publicite/production/dmacs?language=fr_FR. Les exigences relatives aux épreuves sont également présentées sur le site rogersdigitalads.com/web-content/french/F_howtowrite.html sous la rubrique « Comment écrire un PDF » (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 seront pas libérés de leurs obligations de paiement à l'égard de la publicité.
- (e) L'Éditeur ne sera pas 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 plus de 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 leur promotion ou leur 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 n'énonce 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.