



MEDIA KIT
2020



| LE GROUPE BAYARD |

5ème groupe français de presse et d'édition

4 pôles :

- **Jeunesse** (Pomme d'Api, J'aime lire...)
- **Religieux** (La Croix, Pèlerin)
- **Seniors** (Notre temps)
- **Nature** (Terre Sauvage)

Présent dans **16** pays

36 millions de lecteurs

5 millions d'abonnés



| EDITIONS MILAN |

Le pôle nature et territoires de Milan Presse publie des magazines qui placent la relation de l'homme à la nature au cœur de ses préoccupations. Notre vocation, animée par des valeurs communes, est de révéler à nos lecteurs la richesse et la diversité de leur territoire, de partager notre volonté d'action pour préserver notre patrimoine naturel. Respect et responsabilité de chacun : telles sont les clés d'un équilibre durable entre l'homme et la nature.

- **54** parutions par an
- **3 400 000** lecteurs (source AEPM 2011)
- **85 000** abonnés : lecteurs fidèles
- **245 000** exemplaires en kiosque chaque mois



MAGAZINE

Périodicité : **6 numéros /an + hors séries**

Tirage* : **28 358 exemplaire**

Audience : **345 650 lecteurs****

Diffusion* : **13 826 exemplaires** dont **7 067 abonnés**

→ **France**

→ **Étranger**

*Données Certifiées ACPM (OJD & AudiPresse) – DSH 2015

LA LIGNE EDITORIALE

Alpes Magazine est une **invitation concrète à la rencontre des Alpes** :

- > Sport & loisirs alpins (ski alpin, ski de randonnée, raquettes...)
- > Tourisme montagnard
- > Société : gens d'en haut, gens d'en bas
- > Patrimoine alpin
- > Art de vivre en montagne
- > Culture alpine

Alpes Magazine révèle dans chaque numéro de multiples facettes des Alpes : le territoire, l'histoire, la nature, l'environnement, l'art de vivre, les traditions, la gastronomie et le sport



Consultez le magazine [ici](#)

LE LECTORAT

Les passionnés de montagne

76% partent à la montagne l'été et l'hiver

89% pratiquent la randonnée

52% pratiquent le ski alpin

47% font des raquettes ...

Un lectorat national

40 % résident en Rhône-Alpes

20 % résident en Île de France

18 % résident en région PACA

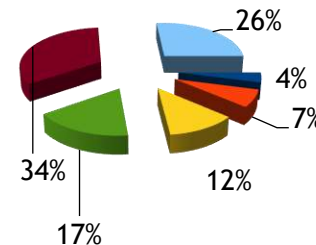
10 % résident en Suisse ...

→ 30% sont propriétaires d'une résidence secondaire en montagne

Des lecteurs fidèles et réguliers

52 % des lecteurs sont abonnés

87 % lisent chaque numéro



- 18 - 25 ans
- 26 - 35 ans
- 36 - 45 ans
- 46 - 55 ans
- 56 - 65 ans
- 65 ans et plus

| LES HORS SERIES A LA DECOUVERTE DES TRESORS ALPINS |

- Tirage moyen/numéro : 60 000 exemplaires
- Audience : **768 000 lecteurs**
- Envoyé aux **7 067 abonnés**
- Disponible en kiosque pendant **3 mois**



HORS SERIE CHAMPIGNONS
« reconnaître, cueillir, savourer »

Parution : Septembre



HORS SERIE RANDOS
« Les plus belles randonnées des Alpes »

Parution : mai



HORS SERIE ETE
« La grande aventure des trains des Alpes »

Parution : juin



HORS SERIE HIVER
« La folle Histoire de Chamonix »

Parution : décembre

MAGAZINE

Périodicité : **6 numéros /an + 3 hors séries**

Tirage* : **50 000 exemplaire**

Audience : **746 000 lecteurs****

Diffusion* : **32 000 exemplaires** dont les **abonnés**

→ **France**

→ **Étranger**

*Données Certifiées ACPM (OJD & Audi Presse) – DSH 2015

LA LIGNE EDITORIALE

PYRENEES MAGAZINE partage des ambitions communes pour ses lecteurs :

- > Révéler la richesse et la diversité des patrimoines naturels et culturels, historiques et contemporains
- > Faire partager la connaissance et le savoir, permettant aux lecteurs de mieux connaître et mieux comprendre ces territoires, ainsi que leurs enjeux
- > Eveiller au respect et à la responsabilité de chacun vis-à-vis d'un patrimoine commun où les écosystèmes sont fragilisés et inviter à un développement durable garant d'une relation plus équilibrée entre l'homme et la nature.

LES INTERÊTS DE LECTURE

Nature **82 %**

Patrimoine **71 %**

Les articles historiques **65 %**

Les portraits **50 %**

Les idées de randos **50 %**

L'art de vivre **47 %**

L'actualité **41 %**

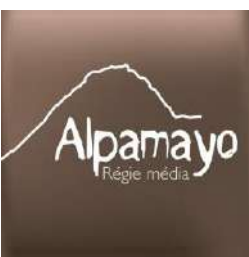


	Alpes Magazine classique	Alpes Magazine hors-série	Pyrénées Magazine classique	Pyrénées Magazine hors-série	Destination Provence
2ème CV	5 400 €	6 480 €	5 900 €	7 080 €	5 600 €
3ème CV	5 100 €	6 120 €	5 572 €	6 686,4 €	5 400 €
4ème CV	6 200 €	7 440 €	6 800 €	8 160 €	6 400 €
Double page	8 900 €	10 680 €	8 900 €	10 680 €	8 700 €
Pleine page	4 500 €	5 400 €	4 500 €	5 400 €	4 400 €
1/2 page	2 600 €	3 120 €	2 390 €	2 868 €	---
1/3 page	1 900 €	2 280 €	2 000 €	2 400 €	---

Conditions générales de ventes - Tarifs bruts au 01/01/2020

Remise nouveau client : **3%**
 Remise fidélité : **7%**
 Remise professionnelle* : **15%**
 (Attestation de mandat à fournir)

2 insertions : **10%**
 3 insertions : **20%**
 4 insertions : **30%**
 5 insertions : **40%**
 6 insertions et plus : **50%**



..... CONTACTS

47, rue Thiers
38 000 Grenoble – France

Tel : +33 (0)4 58 00 16 98
contact@alpamayo.biz
www.alpamayo.biz

Alban Guglielminetti – *Directeur*
Céline Garrido – *Directrice de clientèle*
Marina Ballan – *Chef de publicité*
Ange-Line Goncalves – *Assistante chef de publicité*
Céline Guglielminetti – *Administration des ventes*



Patrimoine - Pérou, Andes, Cordillère Barro

Supports professionnels :



Supports spécialisés Grand-Public :



Conditions Générales de vente au 01/01/2020

Toute souscription d'un ordre de publicité pour l'annonceur et son mandataire implique l'acceptation des conditions générales de vente ci-après. Les ordres de publicité sont exécutés aux conditions du présent tarif.

RÉSERVES

La publicité paraît sous la responsabilité de l'annonceur qui, notamment, s'oblige à respecter les règles dégagées par les usages et la loi en matière de publicité. Il garantit l'éditeur contre les poursuites judiciaires que ce dernier pourrait encourir du fait des annonces publicitaires qu'il a fait paraître sur ordre et il l'indemniser de tous les préjudices qu'il subira et le garantira contre toute action du fait des tiers en raison de ces insertions.

L'éditeur se réserve le droit de refuser, à tout moment, une insertion qui apparaît contraire à la législation en vigueur, ou qui, par sa nature, son texte ou sa présentation, paraîtrait contraire à l'esprit ou la présentation de la publication, ou qui serait susceptible de provoquer des protestations de ses lecteurs ou de tiers.

En ce qui concerne la publicité rédactionnelle, pour ne pas créer de confusion dans l'esprit du lecteur, toute publicité présentée sous forme rédactionnelle devra porter, de manière bien visible, la mention explicitant sa nature.

L'éditeur se réserve le droit de modifier ses conditions tarifaires, même pour les ordres en cours, moyennant un préavis de trois mois. Sans observation de l'annonceur par lettre recommandée avec accusé de réception dans un délai de quinze jours, l'éditeur considérera avoir l'accord de celui-ci. Aucun emplacement ne peut être garanti sans paiement des majorations correspondantes.

DÉFINITIONS

Annonceur : Sont réputées constituer un seul et même annonceur ou groupe d'annonceurs, toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire au travers d'une entité unique assurant les fonctions média. Sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% au 1er janvier 2013 par une même personne physique ou morale. La justification devra être communiquée à l'éditeur par LRAR, les conditions groupe n'étant applicables qu'à réception des justificatifs. Mandataire : Tout intermédiaire professionnel assurant une prestation complète, notamment la réservation d'espace, l'ordre d'achat, la gestion et le contrôle des facturations, qui intervient pour le compte et au nom d'un ou plusieurs annonceurs pour acheter de l'espace publicitaire dans un ou plusieurs supports au cours de la période concernée, en vertu d'un contrat écrit de mandat. Une attestation de mandat devra être produite à l'éditeur. En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai l'éditeur par LRAR, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à l'éditeur à compter de la date de réception de la dite lettre.

RÉCLAMATIONS / ANNULATIONS

Toute réclamation doit, sous peine de déchéance, être effectuée par écrit dans le mois suivant la parution. Toute demande d'annulation ou de report d'un ordre de publicité devra être adressée à l'éditeur par écrit, avant la date de bouclage commercial prévue par le calendrier technique, soit 4 semaines avant parution. Dans le délai de 1 mois à 15 jours avant la date de bouclage commercial, toute annulation d'emplacement préférentiel fera l'objet d'un dédit d'un montant égal à 20% du prix net des ordres annulés. En deçà de 15 jours, 50% du montant de l'ordre initial seront dus. Toute demande d'annulation qui ne sera pas effectuée par écrit ou dans les délais indiqués ne sera pas prise en compte.

Ces annulations ne devront pas remettre en cause la formulation du contrat ayant permis de bénéficier du dégressif, et notamment le palier de remises. À défaut, une facture de rappel du dégressif sera effectuée. La responsabilité de l'éditeur ne saurait être engagée si, pour des raisons indépendantes de sa volonté, contractuellement assimilées à un cas de force majeure tel que défi ni par le Code Civil, il se trouvait dans l'impossibilité d'imprimer, de publier ou de diffuser tout ou partie d'un ou de plusieurs numéros de la publication ou d'une ou plusieurs annonces de publicité. Les avoirs se rapportant à une vente sur une année civile donnée devront être réclamés avant la fin du premier trimestre de l'année civile suivante.

FACTURATION

L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement de l'ordre de publicité aux conditions définies sur ce dernier. Pour être à même d'accepter les ordres d'un mandataire, l'éditeur doit être en possession d'une attestation de contrat liant l'annonceur et le mandataire, qui sera réputée à durée indéterminée jusqu'à son interruption par l'annonceur.

MODALITÉS DE PAIEMENT

Pour les nouveaux clients, le règlement se fait à la remise des ordres. Dans les autres cas, à condition de présenter des garanties de paiement qui devront recevoir l'agrément préalable de l'éditeur, le règlement est fixé à 30 jours fin de mois suivant la date de facturation. Si le règlement s'effectue par traite acceptée et domiciliée, celle-ci devra impérativement être retournée dans un délai de 8 jours après réception de la facture. En cas de retard de paiement, l'éditeur se réserve le droit de suspendre l'exécution des ordres, de décider le retour au règlement comptant, et facturera des pénalités de retard calculées au taux de 1,5 % par mois.

CONDITIONS PARTICULIÈRES

Dans certains cas de promotion, des offres de saisonnalité ou de bouclage peuvent être proposées par le support. Ces promotions éventuelles viennent en substitution des autres remises, hors remise professionnelle. La remise professionnelle de 15 % est calculée sur le net après remises et dégressifs. Tout paiement éventuel et exceptionnel sous forme d'échange publicitaire en contrepartie de marchandises, d'espaces ou de services fera l'objet d'un contrat écrit qui prévoira les conditions de paiement. Ces investissements ne rentrent pas en ligne de compte pour l'assiette de calcul de tarifs dégressifs ou de dégressif par regroupement d'achat.

ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Les documents d'impression doivent être parvenus au service publicité 3 semaines avant la date d'impression. Ils doivent comporter les indications nécessaires à la bonne reproduction. Les documents d'impression, sauf demande expresse de l'annonceur, ne sont pas conservés par le journal. L'éditeur se dégage de toute responsabilité sur la reproduction des annonces couleur livrées sans épreuve générée d'après le document d'impression fourni, ou si les éléments d'impression lui parviennent hors délais.

Toute annonce modifiée ou réalisée par l'éditeur fait l'objet de l'expédition d'un bon à tirer, tant que les délais de bouclage le permettent. Tout bon à tirer non renvoyé dans les 48 heures implique l'accord de l'annonceur et dégage la responsabilité de l'éditeur. Dès lors que la date de réception d'une annonce à modifier ou à réaliser par l'éditeur ne permet plus, eu égard à la date de bouclage, l'expédition d'un bon à tirer, l'éditeur est également déchargé de toute responsabilité. En tout état de cause et quelle que soit l'origine des documents, la responsabilité de l'éditeur se limite à la réinsertion de l'ordre dans la parution suivante. Les frais techniques de réalisation d'une annonce ne peuvent être déterminés qu'au vu des documents fournis. Ils sont dans tous les cas à la charge de l'annonceur. En cas de litige, le Tribunal de Commerce de Grenoble est seul compétent, même en cas d'appel en garantie ou pluralité de défendeurs.