

MEDIAKIT 2016



- 1 *Books* en bref
- 2 Au sommaire du magazine
- 3 Une promotion soutenue
- 4 Plus fort sur le numérique
- 5 Une communauté de lecteurs fidèles et qualifiée
- 6 Une diffusion en hausse
- 7 Tarifs et spécifications techniques du magazine papier + calendrier de parution
- 8 Tarifs et spécifications techniques pour le numérique : www.books.fr + la newsletter

Books en bref

L'HISTOIRE

En kiosque depuis décembre 2008, *Books* est un magazine doublé d'un site internet (books.fr) et d'une application mobile qui nous renseigne, grâce aux livres, sur l'état de notre monde.

Passé d'une parution bimestrielle à une parution mensuelle, *Books* s'est progressivement affirmé comme le premier mensuel généraliste de débats d'idées. Sa diffusion a progressé de +6 % entre 2011 et 2014, de 19710 exemplaires à 20 892 exemplaires par mois.

LES IDÉES CHANGENT LE MONDE

Partout dans le monde, le livre reste le principal support d'expression des pensées les plus construites et les plus originales. Il permet de s'extraire de l'actualité immédiate pour mieux la comprendre.

A partir d'articles publiés sur des essais, des biographies ou des romans, nous construisons chaque mois un magazine à part entière. Nous traduisons des articles choisis avec soin et en évoquons beaucoup d'autres dans des pages à butiner. Tous les sujets nous inspirent : histoire, politique, économie, littérature, sciences, arts et vie quotidienne. Nous mettons l'accent sur les livres les plus récents, porteurs d'idées nouvelles, mais nous faisons aussi sortir de l'oubli des livres plus anciens, voire très anciens, dont le message nous éclaire.

Nous avons une haute exigence de qualité. Nous vérifions et parfois rectifions les informations contenues dans les articles. Nous rédigeons aussi des textes courts prolongeant ou complétant les analyses présentées.

Depuis Homère et la Bible, les idées sont fixées par l'homme dans des livres. Explorer leur univers, aujourd'hui comme hier, aide à identifier les idées qui comptent. Ce qui n'interdit pas de distraire.



EQUIPE ET SOUTIENS

Olivier Postel-Vinay :

fondateur et directeur de la rédaction de *Books*, ancien directeur de la rédaction de *Courrier International* et de *La Recherche*, auteur de plusieurs essais dont *La revanche du chromosome X – Enquête sur les origines et le devenir du féminin* (JC Lattès, 2007), *La comédie du climat* (JC Lattès, 2015).

Jean-Jacques Augier :

président de la société, Augier, ancien président de Balland et POL.

Comité éditorial :

Le Comité éditorial rassemble des personnalités indépendantes, parmi lesquelles les philosophes Tzvetan Todorov, Thierry Paquot et Dominique Lecourt, la politologue Marie Mendras, les économistes Olivier Bomsel et Anne Perrot, le démographe Hervé Le Bras et le psychiatre Bernard Granger.

7 journalistes,

10 traducteurs

et 15 correspondants internationaux.

Au sommaire du magazine

LE DOSSIER

S'appuyant sur une série de livres récents parus dans le monde, le dossier met en perspective un sujet phare du moment. Il alimente le débat en valorisant la diversité des points de vue.

L'ENTRETIEN

Une rencontre avec une personnalité aux avant-postes de la modernité. Un grand auteur ou intellectuel étranger est interviewé par la rédaction.

L'AUTRE KAFKA

UNE NOUVELLE BIOGRAPHIE BOUSCULE LES CLICHÉS



Kafka n'était pas tout ce qu'on s'imagine. Il est devenu un concept, un adjectif. La littérature n'a jamais été aussi déformée. L'homme a disparu derrière le mythe. À l'occasion de la sortie d'une biographie plus humaine et plus vraie, nous avons interviewé son auteur, le journaliste et écrivain américain Tompkins. Elle nous raconte comment elle a découvert Kafka et comment elle a écrit son livre. Elle nous raconte aussi comment elle a découvert Kafka et comment elle a écrit son livre.

EMPLOYÉ MODÈLE ET BON VIVANT

Kafka n'était pas tout ce qu'on s'imagine. Il est devenu un concept, un adjectif. La littérature n'a jamais été aussi déformée. L'homme a disparu derrière le mythe. À l'occasion de la sortie d'une biographie plus humaine et plus vraie, nous avons interviewé son auteur, le journaliste et écrivain américain Tompkins. Elle nous raconte comment elle a découvert Kafka et comment elle a écrit son livre.

LES GRANDS ARTICLES

De nombreux articles fondés chacun sur un ou plusieurs ouvrages publiés dans le monde qui offrent un éclairage novateur sur des questions d'actualité, historiques et culturelles.

FRANZEN CONTRE L'OBSESSION CLIMATIQUE

J'accuse la lutte contre le réchauffement de nuire à la protection de l'environnement et de maintenir l'accuse les écoliers, les fermes solaires et les champs de biocarburants de détruire les paysages. J'accuse la priorité climatique de décourager les petits pays de sauvegarde de la biodiversité. Le roi de l'écologie d'un grand écrivain américain.

REASON FOR DARK TIME

En septembre 2014, moi qui suis journaliste et écrivain, j'ai écrit un livre sur la crise économique. Je me souviens de l'époque où j'étais journaliste et écrivain, j'ai écrit un livre sur la crise économique. Je me souviens de l'époque où j'étais journaliste et écrivain, j'ai écrit un livre sur la crise économique.



LA BD, LE PORTFOLIO

LES RUBRIQUES

BESTSELLERS

Books décrypte le sens des grands succès de librairie du monde entier.

PÉRISCOPE

Un tour d'horizon des livres dont on parle en dehors de nos frontières.

FRANCOPHILIES

Les livres français et la France vus de l'étranger : l'occasion de réouvrir nos qualités... et nos ridicules.

EN LIBRAIRIE

Notre sélection de livres étrangers récemment traduits à ne pas manquer.

La planète des livres à succès

BERLUSCONI DE A À Z
Le journaliste britannique analyse le caractère d'un homme d'État.

UNE HISTOIRE DE FAMILLE
Inspirée par la correspondance de ses grands-parents, Ludmila Oulitskaïa signe une chronique familiale qui s'étend sur six générations. Un récit à mi-chemin entre fiction et autobiographie.

La planète des livres à succès

LES MEILLEURES VENTES DE NON-FICTION AU BRÉSIL

RANG	AUTOUR	AUTOUR
1	Le monde est un village	Le monde est un village
2	Le monde est un village	Le monde est un village
3	Le monde est un village	Le monde est un village
4	Le monde est un village	Le monde est un village
5	Le monde est un village	Le monde est un village
6	Le monde est un village	Le monde est un village
7	Le monde est un village	Le monde est un village
8	Le monde est un village	Le monde est un village
9	Le monde est un village	Le monde est un village
10	Le monde est un village	Le monde est un village

LES INCERTITUDES DE L'AVENIR
Les meilleurs titres de la rentrée sont les biographies de personnages ayant surmonté les pires obstacles.

Une promotion soutenue

VISIBILITÉ

Chaque numéro est soutenu en affichage avec une campagne nationale en kiosque, et une visibilité régulière en Relay et maisons de la presse.

Books collabore avec des **partenaires prestigieux** (Le Centre Pompidou, la Fondation Cartier, le Centre national du livre, avec lequel **Books** organise le prix Sylvie Barluet) et bénéficie de **relais médias réguliers** (la matinale de France Inter, la revue de presse d'Europe 1, Télématin sur France 2, la nouvelle édition sur Canal +, etc.).

Littératures sans frontières sur RFI, *Méridiens d'Europe* sur France Inter, invitent chaque mois Baptiste Touverey du magazine pour parler d'un sujet du numéro en cours.

Chaque semaine, Delphine Vaudor, journaliste de **Books**, décortique sur liberation.fr les longs formats des revues et site anglo-saxons dans sa chronique *Passage en revues*.

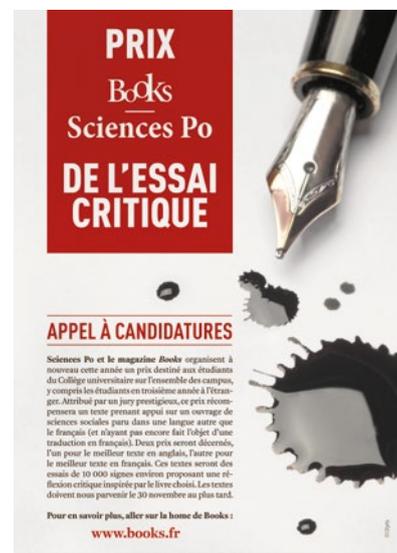
Olivier Postel-Vinay participe chaque semaine à l'émission *La compagnie des auteurs* sur France Culture.



LE PRIX SCIENCES PO

Books a lancé en 2015 le Prix Books-Sciences Po de la critique. Ce prix est ouvert aux 4 500 étudiants, français et étrangers, des trois premières années de Sciences Po, rue Saint-Guillaume à Paris et sur les sites délocalisés de l'école : à Poitiers, Nancy, Menton, Dijon, Le Havre et Reims.

Attribué par un jury international prestigieux, il récompensera en 2016 un essai sur un ouvrage de sciences humaines et sociales ou un livre d'idées. Il comportera deux mentions : l'une pour un texte en langue française, l'autre pour un texte en langue anglaise



LE PRIX GULBENKIAN

La fondation Gulbenkian a confié à **Books** l'organisation d'un prix récompensant la meilleure traduction du portugais. Le prix a été remis en 2015 à l'occasion du 50ème anniversaire de la Fondation.

« ON EN PARLE »

«Amateurs d'articles de fond et amoureux de l'écrit, (...) voici un nouveau magazine de référence.»

Le Nouvel Observateur

« Un magazine très précieux qui résume l'état intellectuel du monde.»

Ariel Wizman, journaliste.

«Un foisonnement étourdissant que ces pages qui donnent à entendre un peu de la musique du monde.»

Le Monde

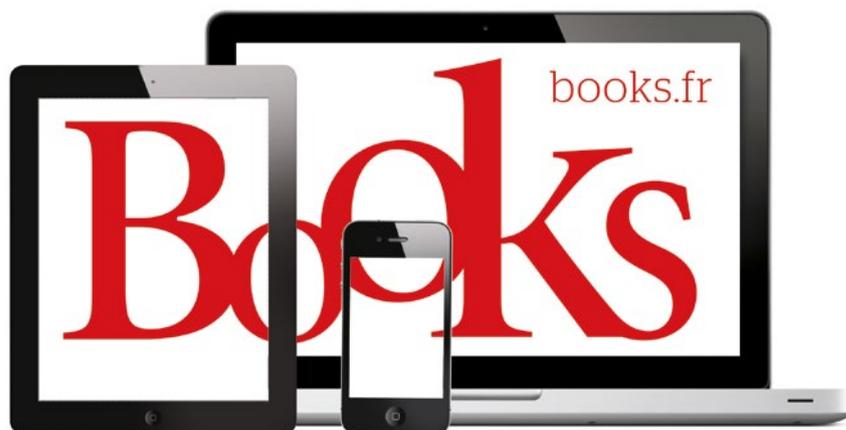
«**Books** offre à ses lecteurs de passionnantes plongées dans de grandes questions de notre époque.»

La Croix

«La qualité de **Books** est son immense don de sélection : parmi les milliards d'informations et de textes disponibles, **Books** arrive à choisir et à organiser ceux qui peuvent nous éclairer.»

Nancy Huston, romancière

Plus fort sur le numérique



UN SITE INTERNET RÉACTIF

En 2015, *Books* a rénové totalement son site internet Books.fr. Plus clair, plus réactif, plus moderne, il offre un accès aux contenus du magazine, mais est aussi un vrai complément à sa lecture.

Sur Books.fr, les abonnés retrouvent les contenus du magazine, ainsi que l'intégralité de ses archives.

Chaque jour, le site internet offre un prolongement de l'esprit du magazine à travers la publication de contenus d'actualité. La rédaction choisit les idées, les citations, les chiffres, les livres qui permettent de mieux comprendre les informations de la journée, et ainsi réconcilier le temps courts de l'actualité et le temps longs des livres.

Books.fr héberge également un blog iconoclaste dont les contributeurs (parmi lesquels le journaliste Philippe Thu-reau-Dangin, le mathématicien Benoît Rittaud, l'érudit Michel André ou l'historienne Dominique Goy-Blanquet) se font fort de bousculer les idées reçues.

Books.fr offre aussi une porte d'entrée vers Books Editions en présentant les actualités et le catalogue de la maison d'édition. Interactif, Books.fr permet à ses lecteurs de commenter ses publications et de les partager sur les réseaux sociaux. Books.fr c'est chaque mois 50 000 visiteurs uniques, et plus de 150 000 pages vues par mois, un public cible de CSP+ curieux, avide de culture et d'idées.

UNE APPLICATION INTUITIVE

Depuis le début de l'année 2016, Books c'est aussi une nouvelle application mobile.

Développée par l'un des leaders du marché PressReader, elle permet d'accéder au magazine dans sa maquette d'origine, grâce à une liseuse intuitive, ou dans une version texte optimisée. Sa

lecture est adaptée aux tablettes et aux smartphones, même hors connexion. Elle offre de nombreuses options de partage sur les réseaux sociaux et d'archivage.

Avec cette application, disponible pour iOS et Android, le lecteur a toujours Books dans sa poche.

UNE NEWSLETTER SURPRENANTE

Books a lancé au printemps 2015 un nouveau média quotidien gratuit, la Booksletter.

Son ambition : réconcilier temps court et temps long, information immédiate et hauteur des idées. Il propose un concept complètement original : analyser l'actualité du temps réel grâce aux livres.

Chaque jour, il mélange informations pépites (citation, chiffre, fait, idée), décryptages concis et lectures longues, pour poser un regard à la fois profond et étonnant sur l'actualité.

Ces contenus sont disponibles sur trois canaux différents : une application mobile Booksletter, une newsletter (déjà 23 000 inscrits) et le site internet Books.fr.

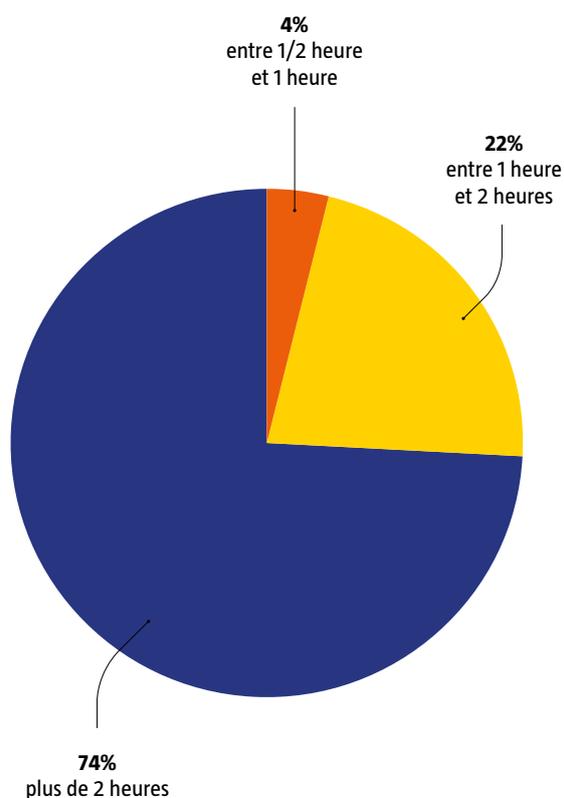
Ce média quotidien (du lundi au vendredi) dispose d'une déclinaison hebdomadaire sous forme de best-of chaque vendredi.

Il cible un public CSP+, curieux et ouvert sur l'étranger. Il vise un lectorat plus jeune et plus large que celui de Books, le magazine dont il est issu.

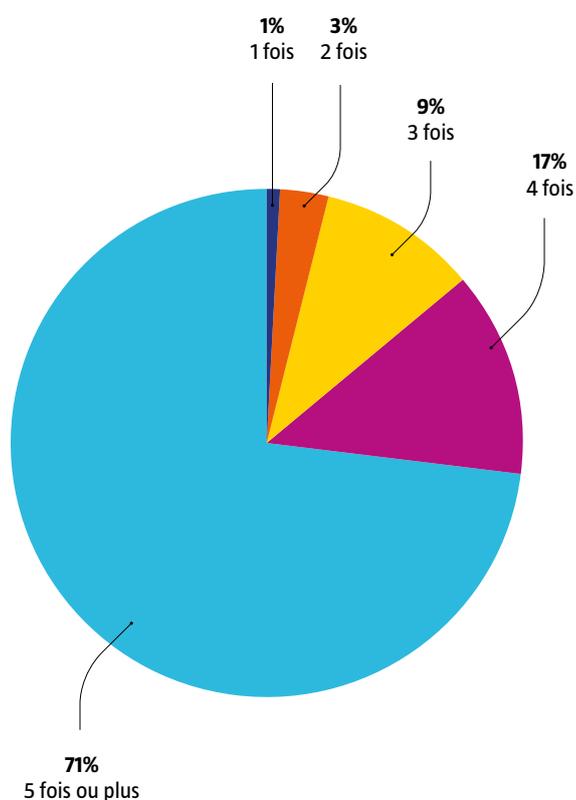
Une communauté de lecteurs fidèles et qualifiée

*Cette enquête, menée par mail auprès de 2643 abonnés actifs du magazine, a été renseignée par 519 personnes, un **taux de réponse exceptionnel** (19,6%), témoin du fort attachement de nos lecteurs.*

TEMPS CONSACRÉ À LA LECTURE D'UN NUMÉRO

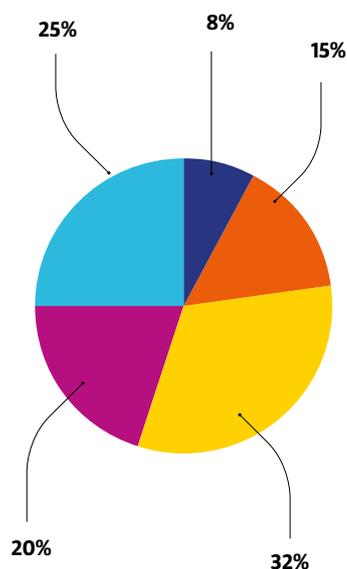


NOMBRE DE PRISES EN MAIN



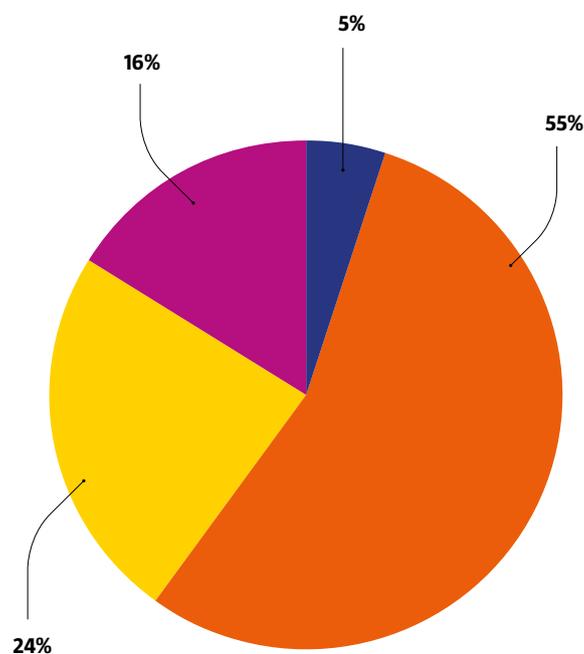
Nos abonnés sont des lecteurs assidus : **74% d'entre eux consacrent plus de 2 h** à la lecture du magazine. Et ils conservent nos numéros : **71% disent reprendre leur lecture de *Books* au moins 5 fois**.

ACHAT DE LIVRES PAR AN



- entre 1 et 5
- 5 et 10
- 10 et 20
- 20 et 30
- plus de 30

ACHAT DE LIVRES RECOMMANDÉS PAR BOOKS

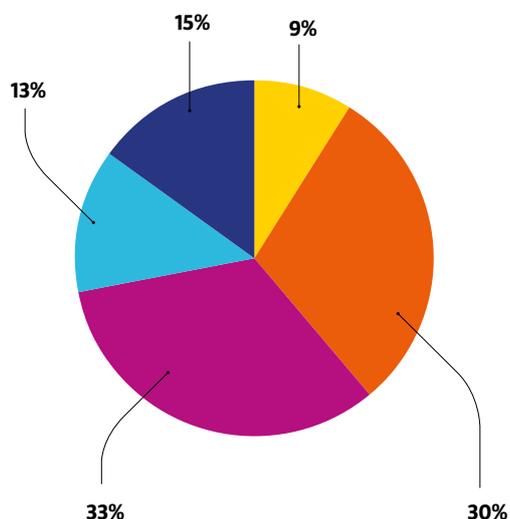


- À chaque numéro
- Une fois
- Plusieurs fois
- Jamais

77% de nos abonnés achètent plus de 10 livres par an, 45% plus de 20. Nos lectures sont omnivores : 82% déclarent lire des romans, 80% des essais, 58% des policiers, 53% des biographies et témoignages, 43% des bandes dessinées...

BUDGET MENSUEL CONSACRÉ AUX LOISIRS CULTURELS

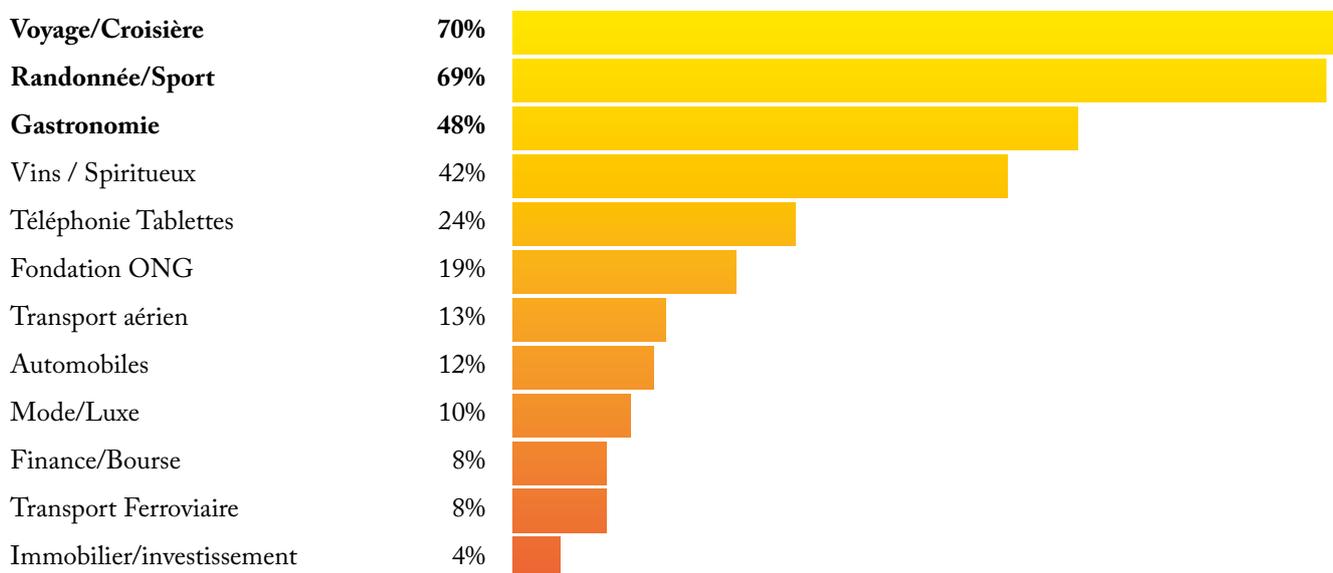
La culture a une place importante dans leur budget : 91% d'entre eux dépensent plus de 50€ chaque mois dans leurs loisirs culturels (théâtre, cinéma, opéra).



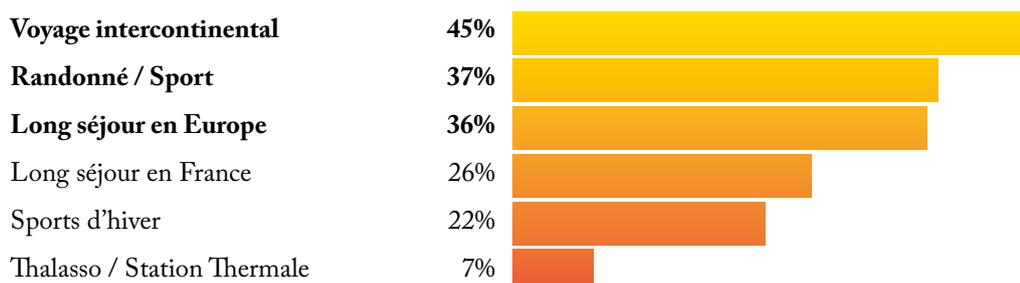
- moins de 50 €
- de 50 à 100 €
- de 100 à 200 €
- de 200 à 300 €
- Plus de 300 €

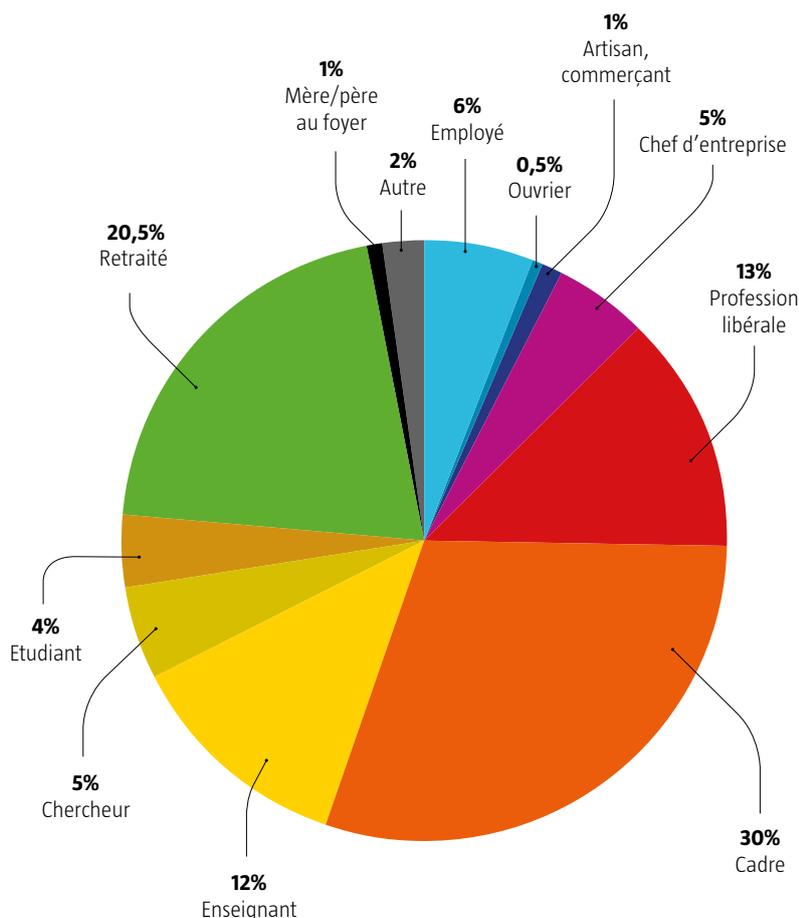
La curiosité des lecteurs de *Books* se traduit par un goût marqué pour le voyage, souvent au long cours (45% envisagent un voyage intercontinental en 2015). Nos lecteurs sont également des amateurs de bonne chaire (48% d'entre eux consacrent leur temps libre à la gastronomie), ce qui ne l'empêche pas de prendre soin de leur hygiène de vie (69% d'entre eux font du sport régulièrement).

LES SECTEURS AUXQUELS NOS LECTEURS CONSACRENT À LEUR TEMPS LIBRE

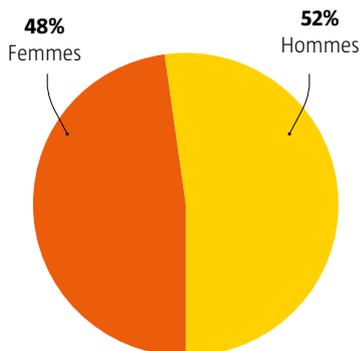


LES TYPES DE VOYAGES ENVISAGÉS PAR NOS LECTEURS DANS LES 12 PROCHAINS MOIS

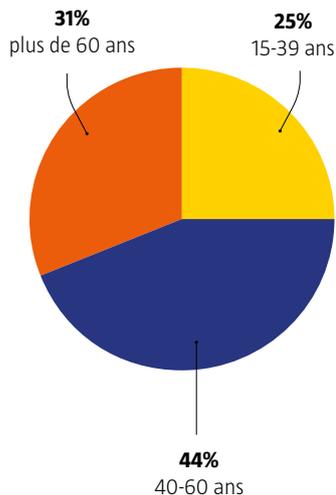




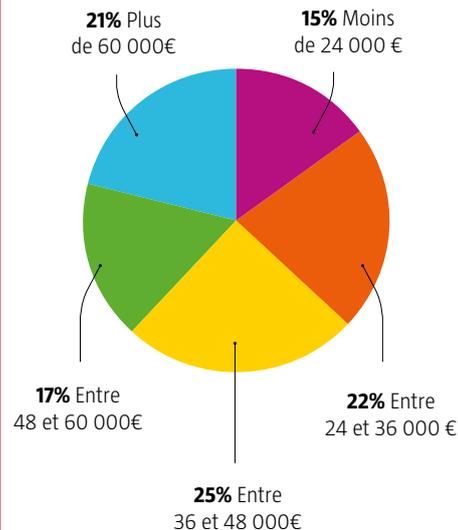
61% de nos lecteurs sont des CSP+ actifs (cadres supérieurs, professions libérales, chefs d'entreprise, chercheurs, enseignants), soit un ratio supérieur à celui des autres mensuels culturels français.



Notre magazine est lu à **52% par des hommes et 48% par des femmes**. Une répartition équilibrée entre les sexes faisant de **Books** le seul magazine culturel à vocation généraliste.



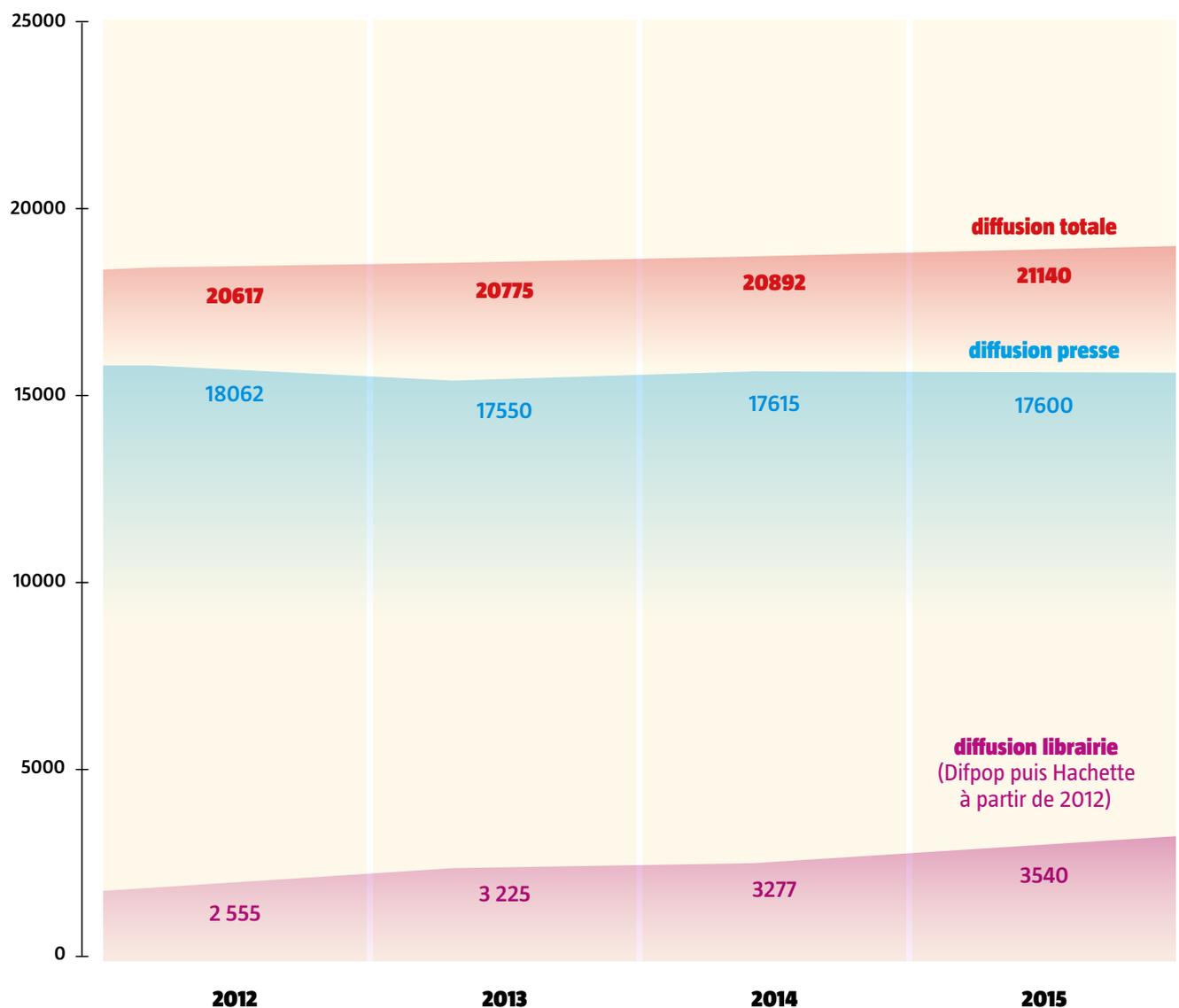
Moyenne d'âge de 48 ans. Un quart des lecteurs de **Books** ont moins de 39 ans, 69% ont moins de 60 ans.



63% de nos abonnés gagnent plus de 36 000€ par an (salaire médian : 25 500€ en France).

Une diffusion en hausse

2012-2015 : DIFFUSION MOYENNE PAR NUMÉRO (PRESSE + LIBRAIRIE)



La diffusion de *Books* s'établit en moyenne à 21 800 exemplaires en 2015. Elle est en progression pour la quatrième année consécutive en 2015.

Tarifs et spécifications techniques pour le magazine papier

TARIFS 2016 HT / QUADRI

Page : 8 500 €
4^e de couverture : 13 000 €
2^e de couverture : 11 500 €
3^e de couverture : 10 500 €
1^{er} recto : 10 000 €
Double d'ouverture : 17 000 €
1^{ère} double : 16 000 €
Double page : 15 000 €
1/2 page : 5 000 €
1/3 page : 4 000 €
1/4 page : 3 000 €
1/8 page : 1 800 €
 Encarts / Opérations spéciales : nous consulter

CONDITIONS TARIFAIRES

Remise fidélité : 8 %
 1 parution sur les 12 derniers mois
Remise nouveau client : 5 %
Dégressifs volume :
 2 insertions : 2 % ;
 3 insertions : 4 % ;
 4 insertions : 6 % ;
 5 insertions : 8 % ;
 à partir de 6 insertions : 15 %
Couplage bimédia : 10 %
Remise professionnelle : 15 %
 Accordée uniquement sur présentation de l'attestation de mandat

Ces tarifs s'entendent éléments techniques fournis par vos soins. Les frais techniques seront facturés en sus.

ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Remise des éléments : 4 semaines avant parution
Éléments techniques : PDF 1.3 certifié en 300 DPI couleurs quadri en CMJN avec un taux d'encrage de 280 par mail ou CD + sortie couleur
Encarts : PDF par mail + 5 ex. à nous fournir
 Validation éditeur impérative

FORMATS

Double page : L.420 x H.285 +5 mm de bord perdu
plein page : L.210 x H.285 +5 mm
1/2 page hauteur : L.100 x H.285 +5mm
Autres formats : nous consulter

CONTACT

Martine Heissler, Directrice marketing
 martine.heissler@gmail.com
 Tel : 06 80 57 64 07

NUMERO	DATÉ	BOUCLAGE PUB	PARUTION KIOSQUES
72	janvier 2016	vendredi 4 décembre 2015	vendredi 18 décembre 2015
73	février 2016	vendredi 8 janvier 2016	vendredi 29 janvier 2016
74	mars 2016	vendredi 5 février 2016	vendredi 26 février 2016
75	avril 2016	vendredi 4 mars 2016	vendredi 25 mars 2016
76	mai 2016	vendredi 8 avril 2016	vendredi 29 avril 2016
77	juin 2016	vendredi 6 mai 2016	vendredi 27 mai 2016
78	juillet/aout 2016	vendredi 3 juin 2016	vendredi 24 juin 2016 — 2 mois en vente
79	septembre 2016	vendredi 8 juillet 2016	vendredi 26 aout 2016
80	octobre 2016	vendredi 9 septembre 2016	vendredi 30 septembre 2016
81	novembre 2016	vendredi 7 octobre 2016	vendredi 28 octobre 2016
82	décembre 2016	vendredi 4 novembre 2016	vendredi 25 novembre 2016
83	janvier 2017	vendredi 2 décembre 2016	vendredi 16 décembre 2016

Tarifs et spécifications techniques pour le numérique

www.books.fr

TARIFS 2016 HT / FORFAIT MOIS

Site Méga-bannière Haut - Forfait 1 mois : 2 500 €
Site Méga-bannière Milieu - Forfait 1 mois : 2 000 €

Mobile / Tablette - Interstitiel : nous consulter

Ces tarifs s'entendent éléments techniques fournis par vos soins. Les frais techniques seront facturés en sus.

FORMATS / POIDS < 50 KO

Site

Méga Bannière : 728 x 90 px / possibilité de 970 x 90 px

Mobile / Tablette

Interstitiel : nous consulter

CONDITIONS TARIFAIRES

Remise fidélité : 10 %

Remise nouveau client : 5 %

Dégressifs volume en CA brut :

de 5 à 10 K€ : 5 % ;

de 10 à 25 K€ : 10 % ;

> 25 K€ : 20 %

Couplage bimédia : 20 %

Remise professionnelle : 15 %

Accordée uniquement sur présentation de l'attestation de mandat

Remise escompte financier : 2 %

Remise professionnelle : 15 %

ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Fichier : gif, jpeg ou HTML5

Remise éléments : 2 semaines avant mise en ligne

newsletter

TARIFS 2016 HT / FORFAIT

Pavé 580 x 250 exclusif au cœur de la newsletter

Forfait 1 semaine / 5 newsletters : 1 800 €

Forfait 2 semaines / 10 newsletters : 2 700 €

Forfait 1 mois / 20 newsletters : 4 800 €

Ces tarifs s'entendent éléments techniques fournis par vos soins. Les frais techniques seront facturés en sus.

CONDITIONS TARIFAIRES

Remise fidélité : 8 %

Remise entrée en relation : 5 %

Couplage bimédia : 20 %

Remise professionnelle : 15 %

Accordée uniquement sur présentation de l'attestation de mandat

FORMATS / POIDS < 50 KO

Pavé : 580 x 250 pixels

ÉLÉMENTS TECHNIQUES

Fichier : gif, jpeg

Remise éléments : 2 semaines avant mise en ligne

CONTACT

Stephanie Rian — Editrice adjointe
stephanie@books.fr
Tel : +33 (0) 1 75 77 08 02

Amandine Meunier — Front Page Editor
amandine@books.fr
Tel : +33 (0) 1 75 77 08 03

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE MAGAZINE PAPIER

ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE : 1 - Toute souscription d'un ordre de publicité par un annonceur ou par un mandataire (agence de publicité ou agence média) agissant pour son compte implique son acceptation des Conditions Générales de Vente énoncées ci-après. **ORDRES : 2** - Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à Books par un mandataire, l'annonceur doit faire parvenir à Books, avant le début de la campagne une attestation de mandat. **3** - L'ordre d'achat d'espace doit faire l'objet d'un bon de commande daté, cacheté et signé par l'annonceur ou son mandataire renvoyé au plus tard le jour du bouclage. **4** - La publicité paraît sous la responsabilité de l'annonceur. L'éditeur se réserve le droit de refuser à tout moment une insertion qui paraîtrait contraire à son intérêt ou à l'esprit de la publication ou de ses lecteurs. Dans tous les cas, l'ensemble des frais techniques liés à une parution publicitaire sont à la charge de l'annonceur. **5** - L'annonceur ne peut exiger d'emplacement préférentiel sans l'accord préalable de Books et le paiement de la majoration correspondante. **6** - Toute clause d'exclusivité doit faire l'objet d'une majoration spécifique sur l'ordre de réservation sans quoi l'annonceur ne pourra se prévaloir d'un quelconque préjudice en cas de présence d'un annonceur concurrent. **7** - Toute publicité transmise après la date de bouclage ne pourra être acceptée sauf dérogation expresse de Books. Books n'est pas tenu de transmettre un BAT à l'annonceur pour acceptation sauf demande sur demande expresse et motivée de l'annonceur. **8** - Tout asilage d'encart devra préalablement faire l'objet d'une validation de visuel par l'éditeur selon le planning de bouclage fixé par l'éditeur. L'annonceur devra également fournir un exemple fini de l'encart ou par défaut d'une maquette en blanc pour validation technique et s'assurer de la conformité avec les conditions convenues. Tout écart constaté fera l'objet d'une régularisation de l'accord commercial initial. Books ne pourra être tenu responsables de la fabrication prématurée de l'encart avant l'accord de celui-ci. **MODIFICATION ET ANNULATION DES ORDRES : 9** - Toute demande de modification ou d'annulation de l'ordre devra être adressée par écrit à Books et ne prendra effet qu'à compter de son acceptation. L'annulation ne pourra être acceptée que si elle intervient 2 mois avant le bouclage pour les pages intérieures et 3 mois pour les couvertures. **10** - Les dates de parution sont communiquées par l'éditeur à titre indicatif. Un retard de parution ne peut entraîner l'annulation de l'ordre de publicité. **RECLAMATION : 11** - Toute réclamation portant sur les aspects techniques doit être transmise par lettre recommandée avec AR dans les 8 jours suivant la parution sous peine d'irrecevabilité. Toute autre réclamation, notamment sur les retombées commerciales, l'environnement rédactionnel ou publicitaire de l'insertion, ne pourra en aucun cas être prise en compte. **TARIF : 12** - Books se réserve le droit de modifier les conditions de tarif en vigueur sous réserve d'un préavis de deux mois. **REMISES : 13** - Remise Dégressifs : Toute annulation d'insertion entraînera une facture de rappel de dégressif effectué à tort sur les parutions déjà effectuées. Le règlement de cette facture aura lieu à réception. Nouvel annonceur : un annonceur publicitairement absent du titre durant l'année précédente sera considéré comme un nouvel annonceur. Remise pour cumul de mandats : elle s'applique dès lors qu'un mandataire centralise les ordres d'au moins deux annonceurs dans le même support. **14** - Toutes remises supérieures aux conditions générales de vente incluent les conditions générales de vente de base (volume, anticipation, new biz, fidélité, progrès et cumul de mandats). **15** - Pour les factures concernant les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, la remise professionnelle de 15% est appliquée sur le CA net après remises. **FACTURATION : 16** - La facturation est émise à la parution comme indiqué sur le calendrier joint au tarif qui seul fera référence. **17** - Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29/01/93, l'original de la facture sera envoyé directement à l'annonceur, un exemplaire sera envoyé au mandataire. **PAIEMENT : 18** - L'annonceur est seul responsable du paiement des factures émises par Books. Tout paiement ou avance effectué par l'annonceur à son intermédiaire mandaté ne le libère pas vis-à-vis de Books. **19** - Pour tout nouvel annonceur ou mandataire, le règlement sera demandé à la remise de l'ordre. L'exécution du contrat n'interviendra qu'à l'encaissement effectif du règlement. **20** - Pour toute insertion inférieure à 800 € HT, le règlement se fera au comptant par chèque. Les autres factures seront réglées à 30 jours fin de mois. Les factures concernant les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat seront réglées au plus tard à 60 jours net conformément aux dispositions de la loi 2008-776 du 04/08/08 dite LME. **21** - En cas de modification donnant lieu à l'établissement d'une nouvelle facture, la date initiale de l'échéance ne sera pas modifiée. **22** - Books se réserve le droit de demander le paiement avant parution pour les annonceurs ou mandataires pour lequel a été constaté des incidents ou retards de paiement, annonceurs ou mandataires dont la solvabilité semble douteuse ou non vérifiable, annonceur ou mandataire non couvert par l'assurance crédit. **23** - En cas de retard de paiement, l'exécution des ordres pourra être suspendue et des pénalités seront calculées et facturées à un taux égal à trois fois le taux légal en vigueur. **LITIGES : 24** - Tout différend découlant de l'interprétation comme de l'exécution des présentes conditions générales de vente sera soumis à la compétence du Tribunal de Commerce de Paris.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE BOOKSLITTER ET BOOKS.FR

ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE : 1 - Toute souscription d'un ordre de publicité par l'annonceur ou par un mandataire (agence de publicité ou agence média) agissant pour son compte implique son acceptation des conditions générales de vente énoncées ci-après. **ORDRES : 2** - L'ordre d'achat d'espace doit faire l'objet d'un bon de commande daté, cacheté et signé par l'annonceur ou par son mandataire et renvoyé au plus tard 5 jours avant la mise en ligne de la campagne (sauf disposition expresse sur l'ordre d'insertion). **3** - Dans l'hypothèse où l'ordre de publicité est adressé à Books par un mandataire, l'annonceur doit faire parvenir à Books une attestation de mandat avant le début de la campagne. **4** - Toute clause d'exclusivité doit faire l'objet d'une majoration spécifique sur l'ordre de réservation sans quoi l'annonceur ne pourra se prévaloir d'un quelconque préjudice en cas de présence d'un annonceur concurrent. **5** - Sauf disposition expresse, le choix de l'emplacement des annonces publicitaires est à la seule discrétion de Books et des supports. **6** - L'annonceur s'engage à fournir à Books des éléments techniques conformes aux exigences communiquées (taille, poids, format, animation et lien de redirection). La remise des éléments doit s'effectuer 7 jours avant la mise en ligne de la campagne (sauf disposition expresse spécifiée sur l'ordre d'insertion). Si la publicité est non conforme aux normes techniques, l'annonceur devra procéder aux modifications nécessaires dans les délais requis. **7** - Dans le cas d'une remise tardive des éléments techniques, Books se réserve le droit de décaler d'autant la campagne en fonction des disponibilités des inventaires et ce, sans que le client ne puisse réclamer aucune indemnité de quelque sorte que ce soit. Par ailleurs, elle libère Books de son engagement de livrer 100% du volume commandé par l'annonceur. La remise hors-délai entraînera la facturation quand bien même la campagne n'aurait pu être en ligne. **OBLIGATIONS DE L'ANNONCEUR : 8** - L'annonceur s'engage par ailleurs à ce que le message soit identifiable, loyal, décent et non mensonger. Books se réserve le droit de refuser à tout moment toute publicité qui de quelque manière que ce soit présenterait un caractère politique, confessionnel ou contraire aux bonnes mœurs et à l'ordre public ou qui serait non conforme à la réglementation en vigueur ou à la ligne éditoriale des sites. Ces refus ne constitueront en aucun cas une résiliation de l'ordre de publicité et ne sauraient donner droit à une quelconque indemnité au profit de l'annonceur. **MODIFICATION ET ANNULATION DES ORDRES : 9** - Toute demande de modification ou d'annulation de l'ordre devra être adressée par écrit à Books et ne prendra effet qu'à compter de son acceptation. **10** - L'annulation ne pourra être acceptée que si elle intervient 10 jours avant la mise en ligne. Si l'annulation intervient dans les 10 jours précédant la mise en ligne de la campagne, Books réclamera une indemnité forfaitaire de 20% du montant total net HT. La non livraison des éléments techniques ou la non mise en conformité ne saurait constituer une clause d'annulation. **RECLAMATION : 11** - Toute réclamation portant sur les aspects techniques doit être transmise par lettre recommandée avec AR dans les 8 jours suivant la mise en ligne de la campagne sous peine d'irrecevabilité. Toute autre réclamation, notamment sur les retombées commerciales, l'environnement rédactionnel ou publicitaire de l'insertion, ne pourra en aucun cas être prise en compte. **REMISES : 12** - Books se réserve le droit de modifier les conditions de tarif en vigueur sous réserve d'un préavis d'un mois. Toutes remises supérieures aux conditions générales de vente incluent les conditions générales de base (volume, anticipation, new biz, fidélité, progrès et cumul des mandats). **13 - REMISE DEGRESSIF VOLUME** : Ne sera appliquée de façon progressive et non rétroactive (même RCS, même entité sociale) - **REMISE NOUVEL ANNONCEUR** : Un annonceur publicitairement absent du site support durant l'année précédente sera considéré comme un nouvel annonceur - **REMISE CUMUL MANDAT** : Elle s'applique dès lors qu'un mandataire centralise les ordres d'au moins deux annonceurs sur le même site support - **REMISE ESCOMPTÉ** : Elle s'applique dès lors qu'un mandataire règle la totalité de la campagne 10 jours avant la mise en ligne. - **REMISE PROFESSIONNELLE** : Pour les factures concernant les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, la remise professionnelle de 15% est appliquée sur le CA net après remises. **FACTURATION : 14** - La facturation est émise le jour de la mise en ligne de la campagne. **15** - Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29/01/93, l'original de la facture sera envoyé directement à l'annonceur, un exemplaire sera envoyé au mandataire. **PAIEMENT : 16** - L'annonceur est seul responsable du paiement des factures émises par Books. Tout paiement ou avance effectué par l'annonceur à son intermédiaire mandaté ne le libère pas vis-à-vis de Books. **17** - Pour tout nouvel annonceur ou mandataire, le règlement sera demandé à la remise de l'ordre. L'exécution du contrat n'interviendra qu'à l'encaissement effectif du règlement. **18** - Pour toute insertion inférieure à 700 € HT, le règlement se fera au comptant par chèque. Les autres factures seront réglées à 30 jours net. Les factures concernant les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat seront réglées au plus tard à 60 jours net conformément aux dispositions de la loi 2008-776 du 04/08/08 dite LME. **19** - En cas de modification donnant lieu à l'établissement d'une nouvelle facture, la date initiale de l'échéance ne sera pas modifiée. **20** - Books se réserve le droit de demander le paiement avant parution pour les annonceurs ou mandataires pour lequel a été constaté des incidents ou retards de paiement, annonceurs ou mandataires dont la solvabilité semble douteuse ou non vérifiable, annonceur ou mandataire non couvert par l'assurance crédit. **21** - En cas de retard de paiement, l'exécution des ordres pourra être suspendue et des pénalités seront calculées et facturées à un taux égal à trois fois le taux légal en vigueur. **LITIGES : 22** - Tout différend découlant de l'interprétation comme de l'exécution des présentes conditions générales de vente sera soumis à la compétence du Tribunal de Commerce de Paris.