



# tarifs 2011

la solution multimédia pour recruter  
**les professionnels**

**du tourisme**

Emploi  
Offre multimédia

---

# La Solution Optimale *pour recruter les professionnels du tourisme*



## Tour Hebdo ....

...est l'hebdomadaire de référence des acteurs du tourisme : agences de voyages, tour-opérateurs, hébergements, institutions, transport aérien, destinations, ...

Le magazine Tour Hebdo et son portail Pros-du-Tourisme.com offrent une complémentarité d'information à leurs lecteurs, les informent en continu des stratégies, des problématiques et des exigences des principaux acteurs de la profession, les accompagnent dans le conseil et la vente aux clients.

Il est le support bi média indispensable pour vos recrutements de professionnels.

Tour Hebdo sera présent sur les événements du secteur : le MAP en mars, IFTM Top Résa en septembre, le MAP PRO en Octobre.

### Hebdomadaire, parution le vendredi

**Diffusion certifiée OJD 2009 : 6 659 exemplaires dont 4 200 payants**

**Taux de circulation : 3,5 soit une audience de 23 000 lecteurs**

**Réservation : le mardi 12h précédant la parution du vendredi**

**Remise des éléments techniques le mardi 17h, précédant la parution**

## Bus & Car Transport de Voyageurs

...est le bimensuel des décideurs dans les secteurs de transport de voyageurs, agences de voyages, TO, collectivités territoriales, autocaristes, constructeurs, équipementiers...

Il aborde tous les modes terrestres de transport de voyageurs : Bus, car, métro, tram et rail...

Après 30 ans d'existence, le magazine est devenu la référence incontestée du secteur. Lu par près de 95% des entreprises du secteur, il délivre tous les 15 jours l'information économique, technique, juridique et sociale liée au transport de voyageurs.

Son lectorat est composé à 70% de PDG, DG et gérants et à 30% de responsables commerciaux, responsables d'exploitation et transport, conducteurs, chefs de parc, responsables d'agence...

### Bimensuel, parution un vendredi sur deux

**Diffusion : 4 000 exemplaires payants**

**Taux de circulation : 5, soit une audience de 20 000 lecteurs**

**Réservation : 10 jours avant la date de parution**

**Nous consulter pour la date de bouclage précise**

### Éléments techniques :

PDF HD par email à [annonces@pros-du-tourisme.com](mailto:annonces@pros-du-tourisme.com)

## Bus & Car Tourisme de groupe

Chaque mois, retrouvez le Hors série spécial tourisme de groupe.

Analyse la production, les circuits de distribution, l'offre, les évolutions de la clientèle.

## Tour Hebdo Tarifs HT 2011

2 parutions consécutives dans Tour Hebdo + [www.Pros-du-Tourisme.Com](http://www.Pros-du-Tourisme.Com) 3 semaines

TARIFS H.T.	FORMAT L x H en mm	Quadri ou Noir et Blanc
1/16 de page	90 x 28	400 €
1/8 de page	90 x 60	700 €
1/6 de page	90 x 80	1 100 €
1/4 de page	186 x 60 ou 90 x 125	1 450 €
1/3 de page	186 x 80 ou 90 x 170	2 050 €
1/2 de page	186 x 125 ou 90 x 255	2 650 €
2/3 de page	186 x 170	3 650 €
Page FU	186 x 267	5 100 €

Domiciliation journal : 50 €

## Bus & Car Tarifs HT 2011

2 parutions consécutives dans Bus & Car + [www.Pros-du-Tourisme.Com](http://www.Pros-du-Tourisme.Com) 3 semaines

TARIFS H.T.	FORMAT L x H en mm	Quadri ou Noir et Blanc
1/8 de page	90 x 60	750 €
1/6 de page	90 x 80	1 150 €
1/4 de page	186 x 60 ou 90 x 125	1 450 €
1/3 de page	186 x 80 ou 90 x 170	2 050 €
1/2 de page	186 x 125 ou 90 x 255	2 650 €
2/3 de page	186 x 170	3 650 €
Page FU	186 x 267	5 050 €

Domiciliation journal : 50 €

+ possibilité de communiquer sur la newsletter Bus & Car. Nous consulter.

# PLUS qu'un simple site emploi

Le seul portail tourisme délivrant des solutions multiples, innovantes et interactives dans l'univers du tourisme, un réel espace de travail pratique et opérationnel dédié aux professionnels du tourisme.

La bonne information au bon moment : la fluidité d'internet est associée à l'expertise et à la garantie du professionnalisme de nos marques Tour Hebdo, Icotour, Bus&Car, ...

**84 000 visites/200 000 pages vues (moyennes mensuelles 2010, source Netstat)**

Annonce + Logo 1 poste / 1 région 4 semaines **500 €**  
+ 100 € par région supplémentaire

Rappel presse : titre de poste/entreprise **200 €**



### Pack valable 1 an :

5 annonces / 1 900 € HT  
10 annonces / 3 100 € HT  
20 annonces / 4 500 € HT  
+ d'annonces nous consulter

### Logo en Home page emploi 120 x 60

Lien vers l'annonce  
350 € HT / 4 semaines  
2 800 € HT / 1 an

### Méga Bannière en page emploi 728 x 90

33% parts de voix minimum  
900 € / 2 semaines  
1 500 € / 4 semaines

### Skyscraper en page emploi 160 x 60

33% parts de voix minimum  
650 € / 2 semaines  
1 000 € / 4 semaines

### Bannière basse en page emploi 468 x 60

33% parts de voix minimum  
500 € / 2 semaines  
800 € / 4 semaines

• Poids 20 Ko maximum (flash ou Gif)

### Newsletter Quotidienne des Pros-du-Tourisme,

+ de 22 000 abonnés  
(palme de la meilleure newsletter)



### Push Newsletter :

lien actif du poste / entreprise 200 € HT / (5 envois)

### Habillage Newsletter

(2 méga bannières haute + basse + Skyscraper)  
1 semaine (5 envois) : 3 600 € HT

### Pavé " 1 " 210 x150

2 000 € / 1 semaine (5 envois)

### Pavé " 2 et 3 " 210 x150

1 650 € / 1 semaine (5 envois)

### Bannière article :

2 000 € / 1 semaine (5 envois)

• Poids 20 Ko maximum (Gif)

Télécharger nos tarifs sur  
www.pros-du-tourisme.com/carrières et emploi/espace recruteur

# Conditions générales de vente des annonces de transaction et de publicité

## À propos de Wolters Kluwer France

Wolters Kluwer France est le leader des services d'information professionnelle en France. Son offre couvre les pôles majeurs du droit, de la comptabilité, de la fiscalité, de la santé, du social, des ressources humaines, des transports et du tourisme. Grâce à ses marques leaders telles que Lamy, Groupe Liaisons et Éditions Dalien, Wolters Kluwer France répond à tous les besoins d'information spécifiques à chaque secteur professionnel à travers une offre exhaustive de supports papier, on line et progiciels, ainsi que dans les domaines de la formation et de l'événementiel. Parmi ses 1 500 solutions d'information, se distinguent plus de 60 titres presse dont des supports majeurs tels que Liaisons sociales, l'Officiel des transporteurs ou encore Le Moniteur des pharmacies. L'offre on line prend un ampleur croissante avec notamment la base juridique Lamyline et le nouvel outil de recherche en droit social AtoutSocial.fr lancé en mars 2010

Plus d'information sur [wkf.fr](#) ou suivez-nous sur [WoltersKluwerFr](#) sur Twitter



**Wolters Kluwer France**  
Régie Emploi et Transaction  
Case Postale 405  
1 rue Eugène et Armand Peugeot  
92856 Rueil-Malmaison cedex

### 1. Préambule

1.1 Les présentes conditions générales de vente décrivent les conditions dans lesquelles sont exécutés les Ordres de Publicité.

1.2 Toute souscription d'un Ordre de Publicité par un Annonceur ou son Mandataire implique l'acceptation pleine et entière des présentes conditions générales de vente et du tarif en vigueur, à l'exclusion de tous autres documents.

1.3 L'Éditeur se réserve le droit de modifier ces conditions générales de vente à tout moment.

### 2. Définitions

2.1 « Éditeur » : désigne l'entreprise qui dispose d'espaces publicitaires permettant la diffusion des messages publicitaires.

2.2 « Annonceur » : désigne toute personne physique ou morale au nom de laquelle les messages publicitaires sont diffusés par l'Éditeur.

2.3 « Mandataire » : désigne tout intermédiaire ayant un contrat de mandat écrit le liant à un Annonceur pour l'achat d'espace publicitaire à l'Éditeur.

2.4 « Espace Publicitaire » : désigne toute surface destinée à accueillir un message publicitaire, mise à la disposition des Annonceurs par l'Éditeur.

2.5 « Devis » : désigne le document comportant l'entête « DEVIS / ORDRE » signé par l'Éditeur adressé à l'Annonceur ou son Mandataire détaillant les conditions d'offre d'achat d'espace ; il se transforme automatiquement en Ordre de Publicité par son acceptation écrite signée par l'Annonceur ou son Mandataire.

2.6 « Ordre de Publicité » : désigne le document comportant l'entête « DEVIS / ORDRE » signé par l'Éditeur, adressé à l'Annonceur ou son Mandataire en réponse à sa demande de réservation d'espace publicitaire, signé pour acceptation par l'Annonceur ou son Mandataire et retourné à l'Éditeur.

2.7 « Bon à Tirer » : désigne le document de confirmation de l'Annonceur par l'Annonceur ou son Mandataire, adressé par l'Annonceur ou son Mandataire, à l'Éditeur.

### 3. Devis / Ordre de publicité

3.1 Suite à une demande de réservation d'espace publicitaire par un Annonceur ou son Mandataire, l'Éditeur lui adresse, conformément à sa demande, soit un Devis préalable, soit directement un Ordre de Publicité correspondant.

3.2 L'Ordre de Publicité ne deviendra définitif qu'après validation par sa signature par l'Annonceur ou son Mandataire. L'acceptation du devis par sa signature par l'Annonceur ou son Mandataire emportera validation de l'Ordre de Publicité. Toutefois, tout bon à tirer non renvoyé dans les 48 heures à compter de l'envoi de l'ordre de publicité par l'Éditeur, implique l'accord de l'Annonceur ou son Mandataire et dégage la responsabilité de l'Éditeur.

3.3 Lorsqu'une demande de réservation est émise par un Mandataire de l'Annonceur, elle sera accompagnée obligatoirement d'une copie du contrat écrit de mandat en vigueur conclu entre l'Annonceur et son Mandataire précisant sa durée, les conditions de facturation et de règlement. En cas de modification ou de résiliation du mandat, l'Annonceur est tenu d'en informer immédiatement l'Éditeur.

### 4. Refus de réservation d'espace publicitaire

L'Éditeur se réserve le droit de refuser, sans indemnité, toute demande de réservation d'espace publicitaire qui ne serait pas à sa convenance et notamment si sa nature, son texte ou sa présentation, lui paraît contraire à l'esprit de la publication et/ou non conforme aux dispositions légales et réglementaires en vigueur.

### 5. Tarif

Les Ordres de Publicité sont facturés sur la base du tarif en vigueur au jour de la demande de réservation d'espace faite par l'Annonceur ou son Mandataire. L'Éditeur se réserve le droit de modifier le tarif. Toute modification de tarif sera portée à la connaissance de l'Annonceur ou de son Mandataire un (1) mois avant la date d'entrée en vigueur du nouveau tarif. Les tarifs de bordage sont transmis sur demande.

### 6. Facturation et règlement

#### 6.1 Facturation

La facture sera adressée directement à l'Annonceur par l'Éditeur. En présence d'un Mandataire, ce dernier en recevra une copie. La facture est libellée en Euros. L'Annonceur est dans tous les cas responsable du paiement de l'Ordre de Publicité aux conditions définies au tarif, même en cas de règlement de l'Ordre de Publicité par le Mandataire.

Le montant de la facture exprimé hors taxes, sera majoré de celui de la TVA et/ou de toute autre taxe à la charge de l'Annonceur au taux en vigueur à la date de facturation. La facturation comprend le prix de l'Ordre de Publicité au tarif en vigueur et le montant des remises « annonceurs » acquises telles qu'annoncées à la grille tarifaire de l'Éditeur. Une remise professionnelle de 15 % calculée sur le chiffre d'affaires Net (Chiffre d'affaires brut diminué des remises « annonceurs ») est appliquée sur les ordres de publicité émis en présence d'un Mandataire. La facturation comprend également les frais techniques, non prévus au tarif, qui sont à la charge de l'Annonceur.

#### 6.2 Règlement

Sauf dans les cas de paiement comptant avant parution des annonces classées et offres d'emploi, les conditions de règlement de l'Annonceur s'établissent à 30 jours fin de mois à compter de la date de facturation. L'Annonceur peut se libérer du règlement de la facture par un paiement anticipé sous déduction d'un escompte de 0,5 % par période de 30 jours. Cet avantage ne vaut qu'en cas de paiement anticipé effectué dans les quinze jours suivant la date de facturation. Le paiement s'effectue en Euros, par chèque ou par virement.

#### 6.3 Intérêts de retard

Tout paiement intervenant après l'échéance figurant sur la facture sera majoré d'intérêts de retard calculés à un taux égal à trois fois le taux de l'intérêt légal en vigueur, par mois ou fraction de mois de retard.

#### 6.4 Défaut

Sans préjudice de l'application des dispositions ci-dessus, le défaut de paiement de toute facture à son échéance entraînera, de plein droit, l'exigibilité immédiate de l'ensemble des sommes dues, échues ou non, au titre de tout Ordre de Publicité passé par l'Annonceur ou son Mandataire, quel que soit le mode de règlement prévu après une simple mise en demeure par lettre recommandée avec demande d'avis de réception restée sans effet dans un délai de 8 jours, et le versement d'une indemnité égale à 20 % des sommes TTC restant dues au titre de chaque Ordre de Publicité passé par l'Annonceur ou son mandataire, majorée du montant des frais de recouvrement et des frais judiciaires éventuellement engagés.

### 7. Responsabilité

#### 7.1 Responsabilité de l'annonceur

7.1.1 La publicité paraît sous la responsabilité exclusive de l'Annonceur ou son Mandataire qui déclare être titulaire de l'ensemble des droits et autorisations nécessaires à la parution de la publicité. Ils garantissent en conséquence solidairement l'Éditeur contre toute action ayant pour cause le contenu du message publicitaire diffusé par l'Éditeur, sa présentation, et plus généralement, l'exécution de l'Ordre de Publicité.

7.1.2 Toute information publicitaire à caractère rédactionnel devra être nécessairement précédée de la mention « Publicité » et identifier l'Annonceur.

7.1.3 L'Annonceur ou son Mandataire certifie à l'Éditeur que la publicité est conforme à l'ensemble des dispositions légales et réglementaires en vigueur.

#### 7.2 Responsabilité de l'éditeur

7.2.1 L'Éditeur est responsable de la mise à disposition de l'espace publicitaire convenu à l'Annonceur ou son Mandataire. En cas d'exécution défectueuse d'un Ordre de Publicité, la responsabilité de l'Éditeur est expressément limitée dans tous les cas au coût de l'Ordre de Publicité en cause.

7.2.2 L'Éditeur fait ses meilleurs efforts pour respecter les conditions de parution de l'Ordre de Publicité. Il ne peut cependant garantir aucun emplacement préférentiel quel que soient les stipulations portées par l'Annonceur ou son Mandataire sur l'Ordre de Publicité.

7.2.3 L'Éditeur rend compte de la diffusion des Ordres de Publicité par la remise d'un exemplaire de la parution par Ordre de Publicité. Tout exemplaire supplémentaire sera facturé à l'Annonceur.

### 8. Délais

8.1 Remise à l'éditeur des éléments techniques et/ou électroniques

Ces éléments doivent être remis à l'Éditeur deux semaines avant parution. À défaut, l'Éditeur se réserve le droit d'insérer à la place de la publicité projetée une formule générale telle que l'identification de l'Annonceur. Dans le cadre d'un contrat comportant plusieurs insertions, l'insertion précédente sera automatiquement reconduite si les nouveaux éléments ne sont pas parvenus dans les mêmes délais avant parution.

8.2 Retour des éléments techniques et/ou électroniques

Les éléments techniques non réclamés dans un délai de quatre (4) mois à compter de la diffusion de la publicité sont détruits par l'Éditeur sans qu'aucune indemnisation et/ou compensation d'aucune sorte ne soit due par l'Éditeur. Les éléments électroniques sont automatiquement détruits par l'Éditeur dans un délai d'un à compter de la diffusion de la publicité dans les mêmes conditions.

#### 8.3 Bon à Tirer

Il incombe à l'Annonceur ou son Mandataire de retourner le Bon à Tirer dans un délai de 48 heures à compter de la réception de l'Ordre de Publicité. À défaut, son accord est réputé acquis par l'Éditeur.

#### 8.4 Report d'insertion

Pour être acceptées, les demandes de report d'insertion doivent être notifiées par écrit dix jours avant parution.

#### 8.5 Annulation / Modification

L'annulation d'un Ordre de Publicité par l'Annonceur ou son Mandataire ne peut être effectuée que par lettre recommandée avec demande d'avis de réception reçue par l'Éditeur au plus tard dix jours ouvrés avant la date prévue de première parution. Le défaut de respect de ce préavis de dix jours, par l'Annonceur ou son Mandataire, entraînera la facturation par l'Éditeur de la totalité de la prestation de publicité envisagée. En cas de modification apportée par l'Annonceur ou son Mandataire à un Ordre de Publicité déjà confirmé, avant ou au cours de son exécution, une facture rectificative sera émise.

### 9. Secteur hors « Loi Sapin »

L'Éditeur permet aux Annonceurs de publier des annonces classées au choix dans des rubriques déterminées et des annonces d'offres et de demandes d'emploi. Ces annonces n'ayant pas un caractère promotionnel, il est rappelé que conformément aux dispositions de la circulaire d'application de la loi « Sapin » en date du 19 décembre 1994, elles n'entrent pas dans le champ d'application de la loi précitée. Pour ces annonces, les présentes conditions générales de vente s'appliquent à l'exclusion de l'article 3 ci-dessus, et des conditions de facturation et règlement de l'article 6 ci-dessus qui sont remplacées par ce qui suit.

9.1 Annonces classées en lignage

### Ordre d'insertion

9.1.1 L'Annonceur remplit la grille qui lui est proposée et la renvoie à l'Éditeur avec son règlement qui se fera par chèque ou par carte bancaire et AVANT PARUTION. L'envoi de l'ordre d'insertion vaut engagement ferme et définitif de l'Annonceur.

9.1.2 En cas d'un nombre de lignes plus important pour son annonce, l'Annonceur fait part de sa demande d'insertion à l'Éditeur qui lui envoie un devis correspondant. Le devis ne deviendra définitif qu'après sa confirmation par l'Annonceur ou le retour de son bon à tirer, dont le règlement se fera par chèque ou par carte bancaire AVANT PARUTION. L'Annonceur régulier qui émet des ordres d'insertion selon une certaine fréquence et répertorié en tant que tel par l'Éditeur pourra, nonobstant les stipulations de l'article 9 ci-dessus, effectuer son règlement conformément à l'article 6.2 ci-dessus après accord de l'Éditeur.

#### 9.2 Annonces « offre d'emploi »

Tout ordre d'insertion doit être remis par écrit à l'Éditeur qui recueille l'accord de principe de l'Annonceur. Selon les cas, un bon à tirer est retourné à l'Éditeur pour confirmer l'ordre d'offre d'emploi. Lorsque que l'Annonceur fait appel à un agent de publicité, ce dernier agit en qualité de commissionnaire du croquer pour le compte de l'Annonceur. À ce titre, il est garant, solidairement avec l'Annonceur, du paiement des factures. L'agent perçoit une commission sous forme de remise. Les conditions de paiement de l'agent s'établissent à 45 jours fin de mois à compter de la date d'émission de la facture. Nonobstant ce qui est stipulé à l'article 9 ci-dessus, l'agent peut se libérer du paiement de la facture dans les conditions de l'article 6.2 ci-dessus.

### 10. Loi applicable / Juridiction

En cas de litige quelconque, le droit français est seul applicable et les tribunaux de Nanterre seront seuls compétents, nonobstant appel en garantie ou pluralité de défendeurs. Juillet 2010.