TARIFS PUBLICITÉ COMMERCIALE 2025

Format 205 x 265 - Dos carré collé
Technique : PDF haute définition (300 DPI) + Cromalin
ÉDITION NATIONALE - Euro HT - Applicable à partir du 01/01/2025
Avant application de la remise professionnelle de 15%

	SIMPLE		DOUBLE
RÉFÉRENCES TARIFAIRES			
Page	31 500€	Double Page	63 000€
CATÉGORIES TARIFAIRES			
PREMIUM ULTRA			
4ème de couverture	71 000€	1ère Double d'ouverture	102 800€
2ème de couverture	53 500€	2ème Double d'ouverture	97 000€
Face Édito	53 500€	3ème Double d'ouverture	92 000€
3ème de couverture	43 600€		
PREMIUM EXCLUSIVE			
Pages Le Point de la semaine	46 000€	Double fermeture	103 000€
Face Postillon	42 600€	Double page avant sommaire	90 700€
1/3 Page Sommaire	31 600€	Double page après sommaire	89 700€
1/2 Page État Major	28 100€		
PREMIUM STAR			
Star : France, Monde, Société et Sujet de Couverture	43 600€	Double page Star : France, Monde, Société et Sujet de Couverture	87 200€
Recto Dossier / Rubrique	42 000€	Double page Recto Dossier / Rubrique	84 000€
AUTRES FORMATS			
1/2 Page	24 500€		
1/3 Page	22 200€		
1/4 Page	18 300€		
Bandeau de bas de page (minimum 10 par.)	5 200€		

DÉGRESSIFS VOLUME*

Chiffre d'Affaires brut :

90 600 à 150 999€	3%
151 000 à 301 999€	6%
302 000 à 452 999€	9%
453 000 à 603 999€	12%
604 000 à 905 999€	18%
À partir de 906 000€	21%

DÉGRESSIFS CUMUL DE MANDATS**

CA brut base achat applicable au 1er euro

**Applicable au mandataire. Chaque dégressif est calculé dès le 1er euro sur le CA brut base achat (après modulations)

*Applicable à l'annonceur ou groupe d'annonceurs

ENCARTS ET FORMATS SPÉCIAUX - NOUS CONSULTER

AUTRES CONDITIONS ET DÉFINITIONS TARIFAIRES

Successivité et contraintes : +10% (hors opérations spéciales)
Majoration 1er annonceurs sectoriel :+20%

TARIFS PUBLICITÉ COMMERCIALE 2025

Format 205 x 265 - Dos carré collé
Technique : PDF haute définition (300 DPI) + Cromalin
ÉDITION NATIONALE - Euro HT - Applicable à partir du 01/01/2025
Avant application de la remise professionnelle de 15%

	SIMPLE		DOUBLE
RUBRIQUE CULTURE ET LIVRES			
Page	26 200€	Double Page	52 400€
EMPLACEMENTS PREMIUM			
1/2 Page	16 500€	Double 1/2 Page	30 000€
2/3 Page	18 900€		
1/3 Page	12 650€		
1/4 Page	10 450€		
1/6 Page	7 700€		
Bandeau Flash	4 400€		
EMPLACEMENTS DE RIGUEUR : PANEL CULTURE			
1/2 Page Hauteur	16 000€	Double 1/2 Page hauteur	32 000€
Page Recto Panel	29 400€		

DÉGRESSIFS VOLUME*

Chiffre d'Affaires brut :	
78 600 à 130 999€	3%
131 000 à 261 999€	6%
262 000 à 392 999€	9%
393 000 à 523 999€	12%
524 000 à 785 999€	18%
À partir de 786 000€	21%

DÉGRESSIFS CUMUL DE MANDATS**

*Applicable à l'annonceur ou groupe d'annonceurs

DÉGRESSIFS CUMUL DE MANDATS**

CA Brut base achat applicable au 1er euro	3%

*Applicable au mandataire. Chaque dégressif est calculé dès le 1er euro sur le CA brut base achat (après modulations.)

Le cumul des mandats est calculé sur l'ensemble des investissements publicitaires littéraires sur les éditions spécifiques du Point Communication : Le Point, Le Point HS et les collections du magazine. Seuls les dégressifs indiqués ci-dessus sont applicables au tarif littéraire.

Tous nos tarifs et normes techniques sont téléchargeables sur lepointcommunication.fr

Conditions générales de vente et de réglement du Point Communication 2025

1. Acceptation des Conditions Générales de Vente
Toute réservation ou souscription d'un ordre de publicité implique l'acceptation sans réserve de nos conditions de vente et de règlement. Les présentes conditions générales de vente annulent et se substituent à celles qui avaient été précédemment communiquées. Elles s'appliquent et prévalent sur tous les autres documents de l'acheteur et du vendeur et ne sauraient être modifiées par des stipulations contraires figurant notamment sur les commandes ou les ordres de publicité ou dans des conditions générales d'achat.

2. Définitions :
Annonceur : Un annonceur faisant partie d'un groupe de sociétés a droit aux conditions applicables à ce groupe, le groupe étant défini comme l'ensemble des sociétés détenues au moins à 50% par une même entité juridique au 1er janvier 2021
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. Dès la remise de l'ordre, une attestation de mandat devra être produite à la Régie. En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai la Régie par LRAR, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à la Régie à compter de la date de réception de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.
Marque : Dénomination commerciale d'un produit, d'un service ou d'une ligne de produits commercialisés par un annonceur ou un groupe d'annonceurs.

3. Commandes et ordres de publicité
3.1 Toute réservation doit être confirmée auprès du service concerné de la Régie par la signature d'un bon de commande, détaillé (emplacement, dispositif, valorisation..) de l'annonceur ou en son nom et pour son compte par son mandataire. La Régie pourra accepter un ordre émis par échange EDI sous réserve que le contrat d'interchange ait été signé entre la Régie et le preneur d'ordre. La Régie ne sera en aucun cas tenu d'exécuter les ordres d'insertion non signés par l'Annonceur, ni les ordres passés par un mandataire dont le mandat n'a pas été justifié. Tout ordre qui, à titre exceptionnel, serait passé par téléphone et ne serait pas confirmé par écrit en raison de son caractère tardif, et qui serait cependant exécuté, le sera aux conditions de la Régie, en vigueur au jour de la diffusion, ce que l'Annonceur ne pourra contester. L'omission de toute confirmation entraîne de plein droit la libre disponibilité pour la Régie de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre annonceur.

3.2 L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur et lié à un produit ou un service, une marque ou un nom commercial ou une enseigne. L'ordre ne peut être modifié sans l'autorisation de la Régie et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'annonceur ou le mandataire.
La régie se réserve le droit de refuser pour une même diffusion, un ordre provenant d'annonceurs multiples. En cas d'acceptation, tous les annonceurs concernés seront responsables du paiement de manière solidaire et indivisible.

3.3 L'annonceur est responsable financièrement et juridiquement du paiement de tous les droits et de l'obtention des autorisations nécessaires pour la publication de tout message publicitaire. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire et de transmettre une lettre accréditant son mandataire.
La responsabilité de la Régie et/ou des éditeurs ne saurait être engagée par les messages publicitaires qui sont diffusés sous la seule responsabilité de l'annonceur.
L'annonceur certifie que le message publicitaire ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur ainsi qu'aux recommandations de l'ARPP et qu'il est livré libre de tout droits sur tous ses éléments y compris ceux afférents aux illustrations (l'annonceur en faisant son affaire personnelle) et qu'il ne comporte aucune imputation diffamatoire ou dommageable à l'égard de tiers. L'Annonceur garantit en conséquence l' éditeur et la Régie contre toute réclamation de ce fait.

3.4 Aucune exclusivité n'est réservée à un annonceur sous quelque forme que ce soit. L'éditeur se réserve le droit de refuser, sans en indiquer la raison, la publicité qu'il estimerait contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation de la publication, et plus généralement à ses intérêts matériels ou moraux, lui seul étant juge. Les éditeurs décident souverainement de leurs contenus, du style général de la publicité et se réservent la possibilité de les modifier. Les messages pouvant entraîner une confusion entre la publicité et le rédactionnel doivent être soumis à l'éditeur pour approbation.
La Régie se réserve également le droit de refuser toute publicité dont la provenance lui semblerait douteuse ou qui serait contraire aux règles de sa profession, ainsi que toutes celles susceptibles de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques du public, à la ligne éditoriale fixée par l'éditeur ou à ses intérêts.

3.5 Toute citation d'annonceur tiers dans un message publicitaire est soumise à l'accord préalable de la Régie qui pourra solliciter l'accord de l'annonceur cité.

3.6 Tout ordre comportant une exigence spécifique non définie par les tarifs devra faire l'objet d'une acceptation expresse de la régie. En particulier, aucun emplacement préférentiel ne peut être exigé sans l'accord préalable de la régie et paiement d'une majoration correspondante.

3.7 Les CDs et autres documents techniques doivent être remis à la Régie dans le respect des délais de bouclage. Leur remise hors-délai entraînera la facturation par la régie au prix normal quand bien même la parution n'aurait pu intervenir.

3.8 Toute publicité de type rédactionnel devra obligatoirement porter la mention « publicité » ou « communiqué ».
3.9 Le droit d'asile vise les encarts incluant des communications ou publications concernant les seules marques de l'annonceur. Tout encart incluant d'autres marques que celles de l'annonceur doit faire l'objet d'une présentation préalable à la régie. De surcroît, l'annonceur devra justifier du mode de commercialisation des espaces et du mandat dont il dispose. Toute insertion d'encart nécessite la validation préalable, par la régie des textes et des visuels.

4. Modification et annulation de l'ordre
Toute demande de modification ou d'annulation partielle ou totale devra parvenir par écrit et ne saurait être acceptée sans contrepartie qu'à la condition expresse de respecter un délai de 8 semaines avant parution pour les emplacements préférentiels (C4, C2 et DO) et 4 semaines avant parution pour les autres emplacements. Toute demande de modification ou d'annulation totale ou partielle doit être notifiée par écrit au Point Communication. Si elle intervient après les délais de validation de l'ordre de publicité, l'intégralité de l'ordre de publicité sera automatiquement facturé.

5. Conditions de diffusion et réclamation
5.1 La Régie adressera les justificatifs de diffusion à l'annonceur ou à son éventuel mandataire. Le Point étant adhérent à l'outil e-justifs, conformément aux accords pris par le SEPM Mkg&Pub et l'Udecam, 2 exemplaires papier au plus seront envoyés par numéro et par agence média utilisant cet outil. Toute réclamation notamment sur les aspects techniques de la diffusion du message doit être, sous peine d'irrecevabilité, transmise par LRAR auprès de l'Administration des Ventes de la Régie et indiquer précisément les griefs reprochés. Cette requête doit être adressée dans le mois suivant la parution de la publicité, faute de quoi elle ne sera pas prise en considération.

5.2 Toute réclamation portant sur la qualité des éléments techniques ne pourra être recevable lorsque ceux-ci ont été transmis directement par l'annonceur à l'imprimeur ou à un prestataire extérieur. 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.

5.3 Seul le respect intégral des normes de la Régie et des Fiches Techniques du magazine engagera la responsabilité de la Régie en cas de litiges.
5.4 Dans le cas d'une repasse accordée, le même visuel doit servir pour cette nouvelle insertion. Sauf si le message publicitaire affiche une promotion datée.
5.5 Toute nouvelle diffusion doit faire l'objet d'un nouvel ordre. Il est rappelé que les réassorts presse ne comportent pas de cahiers ni d'encarts publicitaires. Toute commande de cahiers ou d'encarts publicitaires ne concerne que la première parution..

6. Tarifs
Définitions :
- Le chiffre d'affaires brut base achat est défini comme étant le chiffre d'affaires brut après promotions ou majorations éventuelles ;
- Le chiffre d'affaires net avant RP est défini comme étant le chiffre d'affaires brut base achat annuel après application des dégressifs ;
- Le chiffre d'affaires net espace est défini comme étant le chiffre d'affaires net après application s'il y lieu de la remise professionnelle de 15% ;
- Le net media est l'addition du chiffre d'Affaires net espace et des frais techniques s'il y a lieu.
La régie se réserve la faculté de modifier unilatéralement les tarifs tous les semestres, y compris sur les devis en cours, notamment en fonction du coût du papier ou si une nouvelle règlementation l'impose, ce que les parties reconnaissent et acceptent expressément.