

**WK+Pharma**  
Information et solutions pour les professionnels de l'officine

 **Wolters Kluwer**  
France

[www.wk-pharma.fr](http://www.wk-pharma.fr)

**Tarifs 2008**

**Épicez** vos campagnes !



A propos de

# Wolters Kluwer

Groupe international d'éditions et de services aux entreprises

- Le choix privilégié des professionnels  
Fournir de l'information, des outils et des solutions pour accompagner les professionnels dans leur prise de décision et pour améliorer leur productivité.  
Marchés : Santé, Services aux entreprises, Finance, Fiscalité, Comptabilité, Droit, Réglementation et Enseignement .
- Implantations : Europe, Amérique du Nord et Asie Pacifique.

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

## Qui se cache derrière Wk Pharma ?

WK-Pharma est le portail métier dédié aux professionnels de l'officine. Sur un seul site, retrouvez toute l'information, la formation continue, les services et les outils qui vous permettent à vous, ainsi qu'à votre équipe d'exercer au mieux votre métier au quotidien. WK-Pharma, c'est le site des 4 revues leader de la presse pharmaceutique à destination de l'officine :



porphyre



En un clin d'œil retrouvez :

Actualités - Informations médicaments et produits - Formation continue  
Conseil - Gestion - Législation - Transaction - Offres d'emploi...

Retrouvez aussi les 10 ans d'archives du Moniteur des pharmacies, Porphyre et Pharmacien Manager !

## ► L'actualité socioprofessionnelle :

L'actualité sociale, politique et juridique de l'officine, synthétisé par la rédaction du Moniteur des pharmacies.

## ► L'actualité produits :

Déremboursements, sortie de réserve hospitalière, nouveaux conditionnements... D'un coup d'œil visualisez l'essentiel des informations « produits » de la semaine. Code CIP, taux de remboursement, prix et conditionnement accompagnent les produits mentionnés.

## ► La lettre de l'officine :

Chaque mercredi, par e-mail, La "Lettre d'info de l'officine" vous livre en avant-première l'essentiel de l'actualité et des informations utiles à l'officine. Interactive par ses enquêtes flash et ses forums de discussion, elle vous offre un espace de réaction privilégié.

## ► Page Produits :

Retrouvez toute l'actualité des produits et des médicaments vendus en pharmacie :

- Lancement de médicaments
- Modifications de taux de remboursement
- Modifications de prix
- Retraits de produits ou de lots
- Le répertoire des génériques actualisé à chaque parution au Journal Officiel.

## Consultez en ligne les guides :

- Le Dictionnaire de Dispensation des Médicaments
- Les Médicaments à délivrance particulière
- Le Dictionnaire des Médicaments Vétérinaires en exclusivité sur wk-pharma.

## ► Formation :

L'espace Formation est dédié à la formation continue professionnelle de toute l'équipe :

Accédez directement à l'intégralité des Cahiers Formation (Ordonnance, Conseil et Itrogénie) du Moniteur des pharmacies.

- Validez cette formation continue en réalisant les tests d'évaluation des connaissances qui vous sont proposés. Vous obtenez une attestation de suivi de la formation qui peut être téléchargée et imprimée très facilement.

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

- ▶ Cette formation en ligne est agréée par le Haut Comité de la Formation Pharmaceutique Continue.

### ▶ Conseil :

Dans cette rubrique, vous entrez dans l'univers du conseil pharmaceutique au comptoir :

Retrouvez :

- Les arbres décisionnels, vous permettant de connaître les bonnes questions à poser face à une demande d'un client. Les arbres mènent à une « fiche pharmacien ».
- La fiche pharmacien rappelle l'essentiel à savoir sur la pathologie, les traitements à proposer et les conseils à donner. Cette fiche est elle-même en lien avec une fiche à remettre au patient.
- La fiche à remettre au patient indique les principaux conseils pratiques pour prendre en charge la pathologie.



### ▶ Gestion :

Vous êtes dans l'univers du pharmacien chef d'entreprise. Vous accédez à des outils pour mieux gérer votre officine.

Accédez à :

- Des outils de calculs en ligne : calcul de marge, taux de marque, remises, unités gratuites... pour optimiser les négociations en face à face avec vos fournisseurs et construire une stratégie prix efficace.
- Des tableaux de bord.
- Un échéancier fiscal et social.
- L'agenda des manifestations (congrès, salons...).
- Le point de vente en vidéo : chaque mois, un reportage dans une pharmacie qui se distingue par la stratégie de développement mise en place par le chef d'entreprise et son équipe est filmée.

### ▶ Législation :

Permet au pharmacien d'obtenir des réponses aux questions que vous vous posez en terme de droit du travail et de réglementation pharmaceutique.

Consultez :

- Les guides pratiques en ligne : le guide du droit du travail à l'officine l'exercice officinale
- Des documents de référence, des formulaires et des contrats types qui peuvent être complétés en ligne et imprimés directement
- Des outils de simulation : à l'aide d'un module interactif en droit du travail, vous calculez et simulez des cas courants à l'officine :
  - ▶ Calcul des charges et du coût évalué d'un salarié.
  - ▶ Calcul du montant de la prime de précarité d'un CDD.

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

- Le service Moniteur Expert : permet de poser une question personnalisée et précise dans le domaine du droit du travail, l'exercice pharmaceutique et plus généralement les problématiques des pharmaciens dans l'exercice de leur métier. Il suffit de contacter le service Moniteur Expert par téléphone, par fax, par e-mail ou par courrier.

### ► **Emploi :**

**Retrouvez tous les services liés à l'emploi du point de vue du demandeur et de l'employeur :**

- Consultez plus de 150 annonces d'emploi sur le site.
- Inscrivez-vous gratuitement à l'alerte e-mail pour recevoir les annonces correspondant à vos attentes chaque samedi.
- Les fiches métiers qui récapitulent le rôle, la formation, les débouchés et les infos pratiques de chaque métier des différents secteurs pharmaceutiques.
- Les conseils d'embauche pour le futur salarié ou l'employeur : entretiens, lettre de motivation, CV, formalités administratives.
- La grille des salaires à l'officine...

### ► **Transaction :**

**Retrouvez tous les services liés à l'achat ou la vente d'une officine :**

- Consultez plus de 2 000 annonces de transaction sur le site.
- Faites une recherche personnalisée sur la région de votre choix et le chiffre d'affaires escompté.
- Inscrivez-vous gratuitement à l'alerte e-mail pour recevoir les annonces correspondant à vos attentes chaque samedi.
- Retrouvez la tendance du marché de la transaction et obtenez le prix moyen de cession par région.
- Consultez le Guide de la transaction à l'officine, seul ouvrage de référence traitant tous les aspects de la transaction tant du côté vendeur que du côté acheteur.

# Quelques Chiffres

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

## Quelle est la lettre d'information la plus lue ?

La lettre d'info de l'officine



22%

Répartition des inscrits : titulaires : 14 747, adjoints : 10 167, préparateurs : 8371

## Le pharmacien et Internet

### Pourquoi le pharmacien se connecte ?



### Combien sont-ils à se connecter tous les jours ?



# Simplement le plus vu !



la plus grosse audience cross-média<sup>(1)</sup> :

Lettre d'info de l'officine + WK-Pharma + le Moniteur des Pharmacies : 51,9%\*(2)

700 000 pages vues / mois

90 000 visiteurs uniques

105 000 visites

Moyenne de connexion : 8 minutes

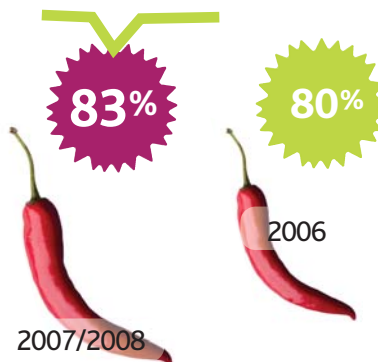
(1) mise en réseau des médias. (2) des pharmaciens d'officines ont lu régulièrement le Moniteur des pharmacies, la lettre d'info de l'officine et ont consulté le site WK-Pharma au moins une fois par semaine.

\*Source : Audience IPSOS 2007/2008

Combien sont-ils à se connecter à des sites de presse pharma ?



Combien sont-ils à avoir accès à internet ?



Combien sont-ils à consommer sur internet ?



Source : Audience IPSOS 2007/2008

## Tarifs WK-Pharma

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

### ► Bannière classique

#### 468x60 (flash ou gif)

Durée	Page d'accueil + RG
1 mois	4 330 €
3 mois	10 390 €
1 sem. en exclu	2 690 €

### ► Méga Bannière

#### 728x90 (flash ou gif)

Durée	Page d'accueil + RG
1 mois	5 170 €
3 mois	12 400 €
1 sem. en exclu	2 850 €

### ► Skyscraper

#### 160x320 / 160x600 / 120x160 (flash ou gif)

Durée	Page d'accueil + RG
1 sem. / Par mois	2 850 €
1 sem. En exclu	3 100 €

### ► Carré

#### 250x250 (flash ou gif)

Durée	Page d'accueil + RG
1 mois	5 900 €
3 mois	14 160 €
1 sem. en exclu	3 900 €

### ► Flash transparent

#### 300x400 ou POP UP/Espace Flottant > 400x400

Durée	Page d'accueil + RG
1 sem. /mois	3 900 €
1 sem. /mois en exclu	4 100 €

### ► Publi-rédactionnel

#### > 450 caractères

Durée	Page d'accueil	Newsletter
10 jours maxi.	5 490 €	5 490 €

## Tarifs de la newsletter et des opérations spéciales

### ► Sponsoring newsletter/Lettre d'info de l'Officine

**34 000 inscrits, envoi tous les mercredis**

Bannière classique : 4 330€ 1 passage

Skyscraper : 2 850€ 1 passage

Carré : 4 100€ 1 passage

3 formats: 7280€ 1 passage

### ► E-mailing : 0.28 cts à 0.50 cts l'adresse

### ► Interstitiel : Nous consulter

### ► Reveal / Wallscript : Nous consulter

### ► Habillage de page Nous consulter

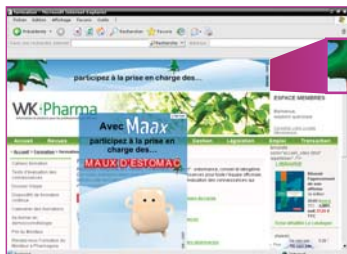
### ► Habillage LIO (Newsletter, envoi tous les mercredis)

Nous consulter



### LE CARRÉ 250X250

Ce format est l'un de ceux qui connaissent la plus forte croissance d'utilisation, il offre à la fois de bonnes performances en terme de branding et de trafic. Il est positionné comme une offre majeure sur la plupart des portails et sites éditoriaux. Inséré au coeur des pages, voire des contenus éditoriaux, le carré offre une très forte visibilité. Créativement, il se prête facilement à l'utilisation de créations offline, de vidéos ou d'insertions presse.



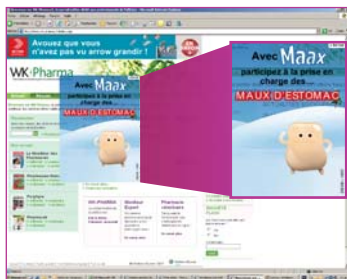
### MÉGA BANNIÈRE 728X90

Efficacité incontestable pour ce format qui est très visible, particulièrement lorsqu'il est intégré dans du contenu éditorial. La taille de la large bannière permet une plus grande créativité et assure un impact bien plus important que la bannière classique



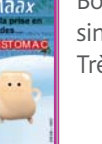
### BANNIÈRE 468X60

L'efficacité de la bannière classique est moyenne mais les bandeaux créatifs attirent toujours l'oeil. Assez peu intrusif dans l'ensemble, la bannière classique reste encore une référence parmi les formats standards du marché.



### FLASH TRANSPARENT

Bonne si l'affichage est limitée dans le temps sinon produit pouvant nuire à l'image de marque. Très à la mode.



### SKYSCRAPER

Bon rendement même si sa généralisation le rends moins efficace aujourd'hui. Bon format, visible et peu intrusif, il est devenu un standard.



### PUBLI REDACTIONNEL

Plusieurs possibilités de publi-rédactionnel, il peut-être fait par vos soins ou nous mettons à votre disposition un journaliste. Forte plus value car vous pouvez vous exprimer sur un lancement, sur le laboratoire...



Zoom sur

# les opérations spéciales

de nombreuses possibilités de communication s'offrent à vous...

optez pour une **visibilité** optimale

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.





### EMAILING EXCLUSIF

Envoyé auprès des abonnés à notre portail, environ 35 000 personnes dont 15 000 abonnés pharmaciens. Via l'outil Neolane qui permet un tracking de votre envoi.

### ÉGALEMENT DISPONIBLE

#### L'INTERSTITIEL

L'effet de surprise et la taille du format qui le rend incontournable pour l'internaute font beaucoup pour l'efficacité de ce format. La créativité du message reste cependant primordiale. Il faut veiller à ce que le temps d'affichage ne soit pas trop gênant. Très bon pour de la visibilité. Le clic n'est pas le but recherché.

**ET AUSSI REVEAL ET WALLSCRIPT.**  
Nous consulter



### CAMPAGNE DE RECRUTEMENT



### LETTRE DE LANCEMENT



### POSSIBILITÉ DE METTRE EN LIGNE UNE VIDÉO

## Outils de mesure de la communication Web

SMART AdServer est un gestionnaire de bannières, c'est un outil qui permet notamment le ciblage sur mesure des internautes, une certification des campagnes, mais aussi l'obtention des données statistiques sur les impressions de bandeaux et le nombre de clics généré ainsi que des données sur l'audience du site

SMART AdServer figure parmi les leaders de sa catégorie en France pour sa grande simplicité d'utilisation, son approche commerciale de grande qualité et sa rentabilité incomparable.

Pour les E-mailings ainsi que la LIO, l'outil de mesure est Néolane.

## Focus sur

# la lettre d'info de l'officine

La Newsletter permet de recevoir directement dans sa boîte mail des informations sur les dossiers d'actualité d'un journal en ligne, sur le sommaire de certaines publications, sur les nouveaux produits ou des promotions.

### ► Les avantages :

Elle permet de garder le contact avec un abonné.

Elle informe le lecteur sur un sujet sans que celui-ci doive faire d'effort de recherche.

Elle présente généralement un sujet de manière concise.

Elle augmente la notoriété d'un site web.

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

Toucher 35 000 personnes sur un message percutant et précis à vos couleurs. Taux moyen de réactivité 55%.

Envoi de la newsletter le mercredi soir, elle vous permet d'avoir une grande visibilité sur la cible des pharmaciens.



La newsletter a énormément d'impact et de puissance sur les internautes. Nous choisissons de la recevoir ou pas, d'où un taux de réactivité important d'environ 26%. Notre newsletter est envoyée tous les mercredis soir. Elle permet (pour notre exemple La "Lettre d'info de l'officine" de WK-Pharma) une « mise en bouche » du sommaire du Moniteur des Pharmacies et de savoir ce qui s'est passé entre la dernière et la prochaine parution.

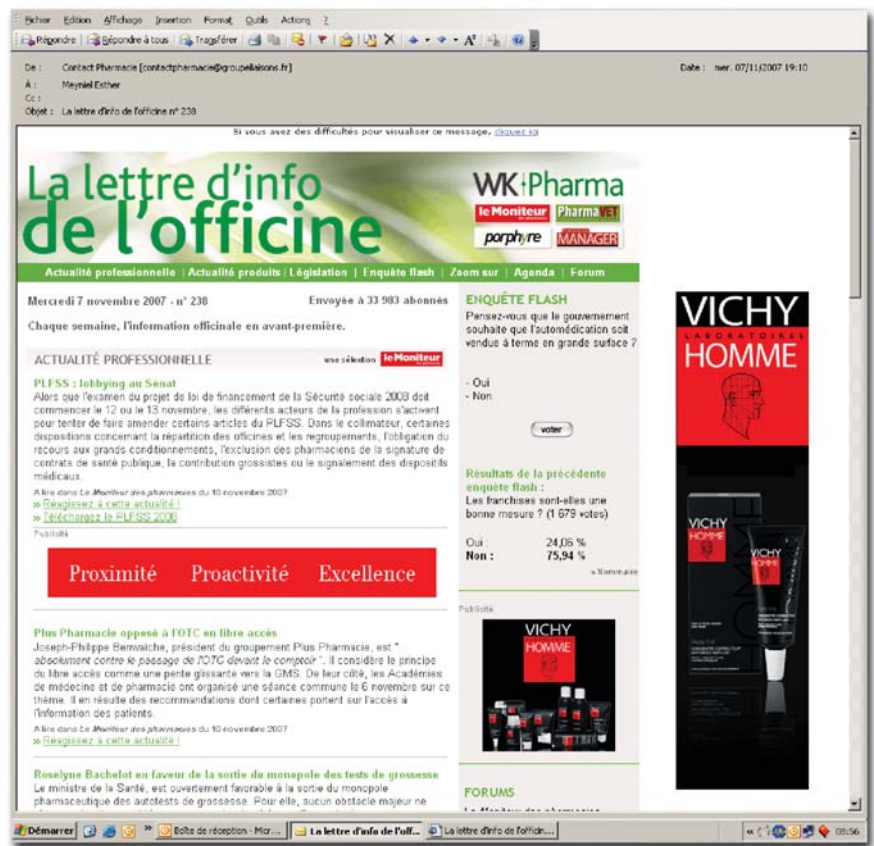
On choisit de la recevoir pour son contenu, pour de l'image mais « pas ou peu » pour « cliquer la pub ». Elle apporte à l'annonceur une visibilité importante.

Il faut faire la corrélation entre le média site et le média newsletter, ils sont très complémentaires mais n'apportent pas le même résultat. L'offre est différenciée et différenciante selon qu'on communique sur le site ou sur la Lettre d'infos de l'officine, l'impact n'est pas le même d'où l'importance de bien répondre à la problématique du client.

On constate une progression sensible du nombre de pharmaciens inscrits à une Newsletter : 42% sont aujourd'hui inscrits à au moins une newsletter contre 24% en 2005.

Parmi les pharmaciens se connectant à des sites Internet médicaux, 21% le font par le biais d'une Newsletter. (38% de titulaires et 13% d'assistants.)

Etude CESSIM/CSD Mars 2007



## UN IMPACT IMMÉDIAT

Relais de vos campagnes d'information à destination des pharmaciens

### Sécurisation du site

Les campagnes produits ne concernant que les Professionnels de la santé ne peuvent être vues qu'en ayant auparavant entré un login et un mot de passe.

Puis pour accéder à la campagne, les personnes doivent obligatoirement s'identifier avec leur numéro d'abonné, qui correspond au numéro attribué lors du paiement de l'abonnement aux revues : Moniteur des Pharmacies, Porphyre, Pharmacien Manager (voir dans « s'inscrire sur notre site »).

L'inscription sur le site nécessite une étape « j'atteste sur l'honneur être professionnels de santé et avoir pris connaissance des conditions générales d'utilisation ».

# offres disponibles

## ► Qu'est-ce que l'E-conférence?

Les E-conférences, sont une solution permettant de communiquer et de collaborer à distance avec des collaborateurs, des clients ou des partenaires.

Un animateur peut présenter ou partager des documents à la demande, exécuter des applications, afficher des présentations PowerPoint animées, gérer l'audioconférence et partager des applications à distance.

L'e-conférence peut être en direct ou différé pour permettre l'intervention d'un médiateur et ne pas bloquer l'internaute à une date et une heure fixe.

Toutes les audio et web conférences peuvent être enregistrées et archivées pour être consultées en différé.

## ► Qu'est-ce que l'E-learning ?

Ce terme désigne les formations à distances accessibles via une connexion internet.

## ► Les fiches de formation

**FOLICULITE DE LA BARBE ET RASAGE**

**01 Le cas**

**02 Mieux comprendre la folliculite de barbe**

**03 Produits et ingrédients cosmétiques**

**Soins et prévention du poil incarné**

**Nettoyage du visage**

**Rasage**

**Soins après-rasage**

**Dermopharmacologie et cosmétologie**

Editorial

Le Moniteur

- QUI SOMMES-NOUS ?
- FOCUS EDITORIAL
- QUELQUES CHIFFRES
- NOS TARIFS
- NEWSLETTER
- AUTRES OFFRES
- C.G.V.

# Conditions Générales de Vente

APPLICABLES AU 01/01/2008

## Préambule

Les présentes conditions générales de vente décrivent les conditions dans lesquelles sont exécutés les ordres de publicité sur le Site Web espaceinfirmier.com. 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. L'Editeur se réserve le droit de modifier ces conditions générales de vente à tout moment.

## 2. Définitions

Editeur désigne l'entreprise qui dispose d'espaces publicitaires permettant la diffusion des messages publicitaires. Annonceur désigne toute personne physique ou morale au nom de laquelle les messages publicitaires sont diffusés par l'Editeur. Mandataire désigne tout intermédiaire ayant un contrat mandat écrit le liant à un Annonceur pour l'achat d'espace publicitaire à l'Editeur. Espace publicitaire désigne toute surface destinée à accueillir un message publicitaire sur Site internet telle que, bannière, skyscraper, carré, bouton, interstitiel, objet animé et/ou flash transparent, sponsoring des Newsletters dont l'abonnement est proposé sur Site. Ordre de publicité désigne le document signé par l'Editeur adressé à l'Annonceur ou son Mandataire en réponse à sa demande de réservation d'espace publicitaire. Bon à tirer désigne la confirmation de l'ordre de publicité réalisée par la contre signature de l'ordre de publicité par l'Annonceur ou son Mandataire et son retour à l'Editeur. Site Web ou Site désigne l'infrastructure développée par l'Annonceur selon les formats informatiques utilisables sur l'Internet comprenant des données de différentes natures, et notamment des textes, sons, images fixes ou animées, vidéos, bases de données, destinées à être consultées par les utilisateurs de l'Internet dans le cadre d'un accès libre ou payant.

## 3. Ordre de publicité

3. 1. Suite à une demande de réservation d'espace publicitaire par un Annonceur ou son Mandataire, l'Editeur lui adresse un ordre de publicité correspondant. 3. 2. L'ordre de publicité ne deviendra définitif qu'après sa confirmation par l'Annonceur ou son Mandataire. Toutefois, tout bon à tirer non renvoyé dans les 48 heures à compter de l'envoi de l'ordre de publicité par l'Editeur, implique l'accord de l'Annonceur ou son Mandataire et dégage la responsabilité de l'Editeur. 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'Editeur.

## 4. Refus de réservation d'espace publicitaire

L'Editeur 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 du Site et de la Newsletter 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'Editeur se réserve le droit de modifier le tarif, même sur les contrats en cours. Toute modification de tarif est portée à la connaissance de l'Annonceur ou son Mandataire dont les messages publicitaires n'ont pas encore été diffusés un mois avant la date d'entrée en vigueur du nouveau tarif. L'Annonceur ou son Mandataire dispose alors d'un délai de dix jours pour annuler son ordre de publicité par écrit. En l'absence d'une telle annulation, l'Annonceur est réputé avoir accepté le nouveau tarif qui s'applique à tout ordre de publicité non encore diffusé. Les tarifs de bouclage sont transmis sur demande.

## 6. Facturation et règlement

6. 1. La facture sera adressée directement à l'Annonceur par l'Editeur. En présence d'un Mandataire, ce dernier recevra une copie. La facture est libellée en Euro. 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 taxe, 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'Editeur. 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. 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 le 5 suivant la date de facturation. L'Annonceur peut se libérer du règlement de la facture à 30 jours fin de mois le 5 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 se fait 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 une fois et demi le taux de l'intérêt légal en vigueur, par mois ou fraction de mois de retard. 6. 4. 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. Responsabilités

### 7.1. De l'Annonceur

1. La publicité paraît sous la responsabilité exclusive de l'Annonceur ou son Mandataire qui reconnaît être titulaire de l'ensemble des droits et autorisations nécessaires à la parution de la publicité. Ils garantissent en conséquence solidairement l'Editeur contre toute action ayant pour cause le contenu du message publicitaire diffusé par l'Editeur, sa présentation, et généralement, l'exécution de l'ordre de publicité. 2. Toute information publicitaire à caractère rédactionnel devra identifier l'Annonceur et être précédée d'une des mentions suivantes « publicité », « publiproportage », « publiinformation » ou « communiqué » et être soumise à l'approbation préalable de l'Editeur, avec un délai supplémentaire d'une semaine, avant leur remise définitive à l'Editeur. 3. L'Annonceur ou son Mandataire certifie que la publicité est conforme à l'ensemble des dispositions légales et réglementaires en vigueur.

### 7. 2 De l'Editeur

1. L'Editeur est responsable de la mise à disposition de l'espace convenu à l'Annonceur ou son Mandataire. En cas d'exécution défectueuse d'un ordre de publicité, la responsabilité de l'Editeur est limitée au coût de l'ordre de publicité en cause. 2. L'Editeur fait ses meilleurs efforts pour respecter les conditions de parution online de l'ordre de publicité, il ne peut cependant garantir aucun emplacement préférentiel elles que soient les stipulations portées par l'Annonceur ou son mandataire sur l'ordre de publicité. 3. L'Editeur rend compte d'un bilan statistique concernant les publicités de l'Annonceur mises en ligne sur le site ou dans la Newsletter.

## 8. Délais

8. 1. Remise des éléments techniques et/ou électroniques. Ils doivent être remis à l'Editeur deux semaines avant parution. A défaut, l'Editeur 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 publicitaires, la version la plus récente sera automatiquement reconduite si les nouveaux éléments ne sont pas

parvenus dans les délais. 8.2. Retour des éléments techniques et/ou électroniques. Les éléments techniques non réclamés dans un délai de 4 mois à compter de la diffusion de la publicité sont détruits par l'Editeur sans indemnité. Les éléments électroniques sont automatiquement détruits par l'Editeur dans un délai de 2 ans à compter de la diffusion de la publicité. 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. A défaut, son accord est réputé acquis par l'Editeur. 8.4. Report d'insertion. Pour être acceptés, les demandes de report d'insertion doivent être notifiées par écrit dix jours avant mise en ligne. 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 Accusé de Réception reçue par l'Editeur au plus tard dix jours ouvrés avant la date prévue de première mise en ligne et ne peut être prise en compte que sous condition de réception de Bon à tirer. Le défaut de respect de ce préavis de dix jours, par l'Annonceur ou son Mandataire, entraînera la facturation par l'Editeur 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, celle ci comportant les éventuelles remises accordées à tort.

## SECTEUR HORS LOI SAPIN

1. L'Editeur permet aux Annonceurs de publier des annonces classées au choix dans des rubriques déterminées et des annonces d'offres et demandes d'emploi. Ces annonces n'ayant pas un caractère promotionnel, il est appelé que conformément à 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 s'appliquent à l'exclusion de l'article 3, et des conditions de facturation et règlement qui sont remplacées par ce qui suit.

## 9. Annonces classées en lignage

### Ordre de parution en ligne

1. L'Annonceur remplit la grille qui lui est proposée et la renvoie à l'Editeur avec son règlement qui se fera par chèque ou par carte bancaire et AVANT MISE EN LIGNE sur le Site. L'envoi de l'ordre d'insertion vaut engagement ferme et définitif de l'Annonceur. 2. En cas d'un nombre de lignes plus important pour son annonce, l'Annonceur fait part de sa demande d'insertion auprès de l'Editeur 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 MISE EN LIGNE. L'Annonceur régulier qui émet des ordres d'insertion online selon une certaine fréquence et répertoire en tant que tel par l'Editeur pourra effectuer son règlement conformément à l'article 6. 2., sur accord de l'Editeur.

## 10. Annonces « offre d'emploi »

Tout ordre d'offre d'emploi doit être émis par écrit à l'Editeur qui recueille l'accord de principe de l'Annonceur. Selon les cas, un Bon à tirer est retourné à l'Editeur pour confirmer l'ordre d'offre d'emploi. Lorsque l'Annonceur fait appel à un agent de publicité, ce dernier agit en qualité de commissionnaire du croire pour le compte de l'Annonceur. A 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 règlement de l'agent s'établissent à 60 jours fin de mois le 10 suivant la date de facturation. L'agent peut se libérer du paiement de la facture dans les conditions de l'article 6. 2.

## 11. Juridiction

Les présentes conditions générales de vente sont régies par la loi française alors même que l'une des parties serait de nationalité étrangère et/ou que le contrat s'exécute en tout ou partie à l'étranger. En cas de litige quelconque, les tribunaux de Nanterre seront seuls compétents, même en cas d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

QUI SOMMES-NOUS ?

FOCUS EDITORIAL

QUELQUES CHIFFRES

NOS TARIFS

NEWSLETTER

AUTRES OFFRES

C.G.V.

# Contacts

**Frédérique MARTZ**

Directeur Commercial Adjoint des partenariats

Pôle Santé et Action Sociale

tél : 01 76 73 38 93

fax : 01 76 73 48 59

[fmartz@wolters-kluwer.fr](mailto:fmartz@wolters-kluwer.fr)

**Esther Meyniel**

Directeur de Clientèle Web

Wk-Pharma

tél : 01 76 73 40 65

port : 06 62 89 46 93

fax : 01 76 73 48 59

[emeyniel@wolters-kluwer.fr](mailto:emeyniel@wolters-kluwer.fr)

**Cathy BATUT**

Assistante de Publicité

tél : 01 76 73 42 52

fax : 01 76 73 48 59

[cbatut@wolters-kluwer.fr](mailto:cbatut@wolters-kluwer.fr)