

# Mediakit Maxi

Le féminin de la vie des femmes.

Création : 1986  
Périodicité : Hebdomadaire  
Jour de parution : Lundi  
Prix de vente : 2,60 €

## Les essentiels

### ► Concept rédactionnel

Depuis plus de 35 ans, Maxi accompagne les femmes et leur donne toutes les clés pour vivre pleinement leur vie.

A la fois leur complice et leur confident, Maxi s'adresse à des femmes authentiques et décomplexées, optimistes et actrices de leur vie.

La femme Maxi s'exprime et se livre sincèrement sur les différentes facettes de sa vie.

L'expertise et l'écoute de l'équipe éditoriale des femmes font de Maxi le féminin incontournable.

La maquette est dynamique, colorée et le ton résolument positif.



### ► Positionnement publicitaire

Le féminin de la vie des femmes.

Féminin grand public fédérateur des femmes en quête d'informations pour une vie plus belle.

### ► Diffusion

**244 621** exemplaires

Ventes Kiosques : **76 638** ex. soit **31%** de la diffusion

Abonnements : **86 717** ex. soit **35%** de la diffusion

(source : OJD DFP 2024-2025)

# Mediakit Maxi

Le féminin de la vie des femmes.

Création : 1986  
Périodicité : Hebdomadaire  
Jour de parution : Lundi  
Prix de vente : 2,60 €

## Les essentiels

### ► Audience

**887 000** lecteurs **(+2,7%)**  
dont 727 000 lectrices **(+12.3%)**

(source : ONE NEXT 2024 S2 vs 2023 S2)

### ► Profil

**Un profil féminin, quadra & actif et leader en affinité sur :**

- Les Femmes **(82%)**
- Les Femmes 25-49 ans **(25%)**
- Les Femmes 35-49 ans **(20%)**
- Les Actives **(43%)**
- Les Femmes vivant en IDF **(38%)**
- Les Femmes avec enfant de – 15 ans au foyer **(20%)**

**Un lectorat composé de 94% de femmes RDA**

BASE FEMMES

(source : ACPM ONE NEXT 2024 S2 vs hebdo grand public)

# Mediakit Maxi

Le féminin de la vie des femmes.

## Profil du lectorat

ONE NEXT 2024 S2  
Audience Totale : 887 000 lecteurs  
Audience Femmes : 727 000 lectrices

| Base : Femmes                    | Effectifs<br>(000) | Structure.<br>% | Pénétration<br>% | Indices    | Pop. française<br>% |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|------------------|------------|---------------------|
| <b>Femmes</b>                    | <b>727</b>         | <b>81,9 %</b>   | <b>2,6 %</b>     | <b>158</b> | <b>52,0 %</b>       |
| Dont Femmes actives              | 314                | 43,2 %          | 2,1 %            | 83         | 52,2 %              |
| Dont Femmes RDA                  | 671                | 92,4 %          | 2,7 %            | 105        | 88,2 %              |
| <b>Âges</b>                      |                    |                 |                  |            |                     |
| 15-24 ans                        | 28                 | 3,8 %           | 0,7 %            | 29         | 13,3 %              |
| 25-34 ans                        | 36                 | 5,0 %           | 1,0 %            | 38         | 13,2 %              |
| 25-49 ans                        | 185                | 25,4 %          | 1,9 %            | 72         | 35,2 %              |
| 35 -49 ans                       | 148                | 20,4 %          | 2,4 %            | 93         | 22,0 %              |
| 35 et +                          | 662                | 91,1 %          | 3,2 %            | 124        | 73,5 %              |
| 50-64 ans                        | 233                | 32,0 %          | 3,6 %            | 139        | 23,0 %              |
| 50 ans et +                      | 514                | 70,8 %          | 3,5 %            | 137        | 51,5 %              |
| <b>CSP Personne de référence</b> |                    |                 |                  |            |                     |
| Agriculteur                      | 6                  | 0,9 %           | 2,0 %            | 80         | 1,1 %               |
| Petit patrons                    | 17                 | 2,4 %           | 1,4 %            | 54         | 4,3 %               |
| Aff. Cad. Sup                    | 63                 | 8,7 %           | 1,5 %            | 58         | 15,0 %              |
| Prof. Inter                      | 44                 | 6,1 %           | 1,1 %            | 41         | 14,8 %              |
| Employés                         | 167                | 23,0 %          | 3,4 %            | 132        | 17,4 %              |
| Ouvriers                         | 84                 | 11,6 %          | 2,8 %            | 109        | 10,6 %              |
| Inactifs                         | 345                | 47,5 %          | 3,3 %            | 129        | 36,7 %              |
| Total AB                         | 124                | 17,1 %          | 1,3 %            | 50         | 34,2 %              |
| <b>Habitat</b>                   |                    |                 |                  |            |                     |
| Com. rurales                     | 192                | 26,4 %          | 3,1 %            | 122        | 21,6 %              |
| Agglo - 20 000 h                 | 135                | 18,5 %          | 2,7 %            | 104        | 17,8 %              |
| Agglo 20 à 100 000 h             | 105                | 14,4 %          | 2,7 %            | 106        | 13,5 %              |
| Agglo > 100 000 h                | 220                | 30,3 %          | 2,5 %            | 98         | 30,9 %              |
| IDF (UDA)*                       | 274                | 37,7 %          | 2,8 %            | 108        | 34,7 %              |
| Province (UDA)                   | 453                | 62,3 %          | 2,5 %            | 95         | 65,3 %              |
| <b>Enfant(s) au foyer</b>        |                    |                 |                  |            |                     |
| Au - 1 enfant de moins de 15 ans | 149                | 20,5 %          | 1,9 %            | 74         | 27,5 %              |
| <b>Habitude de lecture</b>       |                    |                 |                  |            |                     |
| Lectrices régulières             | 530                | 72,9 %          | -                | -          | -                   |

\*IDF dont Paris et sa petite couronne

# Mediakit Maxi

*Le féminin de la vie des femmes.*

## Tarifs 2025

SIMPLE

DOUBLE

### Emplacements standard

|      |          |             |          |
|------|----------|-------------|----------|
| Page | 20 300 € | Double page | 40 600 € |
|------|----------|-------------|----------|

### Emplacements Premium

|  |          |                         |          |
|--|----------|-------------------------|----------|
| 4 <sup>ème</sup> de couverture               | 33 800 € | Double d'ouverture      | 54 700 € |
| 2 <sup>ème</sup> de couverture/Face sommaire | 29 500 € | 1 <sup>ère</sup> double | 50 500 € |
| 3 <sup>ème</sup> de couverture               | 28 500 € | 2 <sup>ème</sup> double | 48 400 € |
| 1 <sup>er</sup> recto                        | 27 700 € |                         |          |

### Autres emplacements

|  |          |                             |          |
|--|----------|-----------------------------|----------|
|  |          | FIRST                       |          |
| 2 <sup>ème</sup> recto                           | 27 600 € |                             |          |
| 3 <sup>ème</sup> recto / Recto «Vivre autrement» | 27 400 € | Double d'ouverture rubrique | 48 500 € |
| Recto «Mode»                                     | 26 500 € |                             |          |
| Recto «Beauté»                                   | 26 500 € |                             |          |
| Recto «Forme»                                    | 26 500 € |                             |          |
| Recto «Santé/Médecine naturelle»                 | 26 500 € |                             |          |
| Recto «Cuisine»                                  | 26 500 € |                             |          |
|  |          | STAR                        |          |
| Face Dossier                                     | 24 500 € |                             |          |

### Autres formats

|  |          |                 |          |
|--|----------|-----------------|----------|
| 1/2 page «Maxi Semaine» / «Maxi Tendances» / «Vivre autrement»           | 18 000 € | Double 1/2 page | 34 800 € |
| 1/2 page «Beauté» / «Forme» / «Santé» / «Médecine naturelle» / «Cuisine» | 17 500 € |                 |          |
| 1/2 page   | 15 200 € |                 |          |
| 1/3 page   | 13 200 € |                 |          |
| 1/4 page   | 10 500 € |                 |          |

# Mediakit Maxi

Le féminin de la vie des femmes.

## Tarifs 2025

### Autres conditions

Espaces successifs + 15 %

### Dégressif volume \*

|                     |           |     |
|---------------------|-----------|-----|
| CA Brut à partir de | 20 300 €  | 3%  |
| CA Brut à partir de | 60 900 €  | 5%  |
| CA Brut à partir de | 137 900 € | 7%  |
| CA Brut à partir de | 223 300 € | 9%  |
| CA Brut à partir de | 304 500 € | 11% |
| CA Brut à partir de | 385 700 € | 13% |
| CA Brut à partir de | 467 000 € | 15% |
| CA Brut à partir de | 548 100 € | 17% |

\* Applicable à l'annonceur ou au groupe d'annonceurs

### Cumul de mandats \*\*

|             |           |    |
|-------------|-----------|----|
| A partir de | 161 000 € | 1% |
| A partir de | 407 000 € | 2% |
| A partir de | 654 000 € | 3% |

\*\* Applicable au mandataire, chaque dégressif est calculé sur le CA Brut Base Achat (après application des modalités éventuelles)

### Renseignements techniques

Papier intérieur : 48g LWC hélio.  
Papier Couverture : 150g couché brillant offset.  
Éléments à fournir : fichier au format PDF certifié sécurisé, sur CD + épreuve numérique de contrôle (cromalin digital, IRIS, Epson, etc.)  
Date de remise : 4 semaines avant parution  
Formats - Plein Papier (Largeur x Hauteur)

Double page



426 X 270 mm

Page



213 X 270 mm

1/2 page



106 X 270 mm

1/3 page



71 X 270 mm

# Conditions générales de vente

## 1 • GENERALITE – DEFINITIONS

### 1.1 - Application

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent entre la société BAUER MEDIA FRANCE SCS, société au capital de 1 053 500 euros, dont le siège social est situé au 7 rue Watt, 75013 PARIS, immatriculée au RCS PARIS sous le N° 333 110 708, éditrice de médias print et web.

Ci-après dénommée « BAUER MEDIA FRANCE », et la société personne morale acquérant un espace publicitaire presse

Ci-après dénommée « le Client » ou « L'Annonceur ».

Les présentes conditions générales de vente de BAUER MEDIA FRANCE sont applicables à tout Ordre d'insertion y compris en cas de Publicité Programmatique.

Toute prestation accomplie par BAUER MEDIA FRANCE pour le Client implique donc l'application des présentes conditions générales de vente.

Les présentes conditions générales de vente prévalent sur tout accord antérieur entre BAUER MEDIA FRANCE et le Client et sur tout autre document de l'Annonceur et/ou son Mandataire, et notamment sur toutes éventuelles conditions générales d'achat, ce que l'Annonceur et/ou son Mandataire reconnaisse(nt) expressément.

### 1.2. Définitions

« Annonceur » : personne morale qui acquiert ou souhaite acquérir des espaces publicitaires à des fins publicitaires (notamment en vue d'assurer la publicité de ses produits, marques ou enseignes) ;

« Cumul de mandats » : Dégressif s'appliquant au chiffre d'affaires brut hors taxes réalisé dans l'année en cours par un Mandataire pour au moins deux Annonceurs ;

« CGV » désigne les présentes conditions générales de vente d'espace publicitaire ;

« Client » : désigne l'Annonceur ou son Mandataire (conformément aux dispositions de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 et à l'article 1998 du Code Civil) ;

« Date de bouclage commercial » : date indiquée par BAUER MEDIA FRANCE au Client ;

« Dégressif » : réduction accordée à un Client ou à un Groupe d'Annonceurs en fonction des volumes investis sur l'année en cours ;

« Droits d'asile » : correspondent aux montants facturés hors taxes pour l'insertion d'un encart publicitaire ;

« Espace publicitaire » : désigne tout espace réservé à la publicité au sein d'un Support. Les Espaces publicitaires proposés s'entendent toujours sous réserve de disponibilité dans le support concerné, au moment de la réception par BAUER MEDIA FRANCE de l'ordre d'insertion ;

« Groupe d'Annonceurs » : Annonceur détenant plusieurs marques ;

« Mandataire » : personne à laquelle l'Annonceur a donné mandat écrit en vue d'acquérir des espaces publicitaires en son nom et pour son compte, dûment habilité à cet effet ;

« Ordre d'insertion » : désigne tout document émis par BAUER MEDIA FRANCE puis souscrit par le Client, concrétisant les modalités de l'accord auquel sont parvenues les Parties quant à la diffusion d'une ou plusieurs publicités sur un ou plusieurs Supports. Lorsque BAUER MEDIA FRANCE en aura accusé réception il matérialisera la formation du contrat par les Parties ;

« Publicité » désigne tout message ou fonctionnalité à caractère promotionnel pour une marque, un produit ou un service commercialisé par un Annonceur ;

« Parties » désigne ensemble BAUER MEDIA FRANCE et le Client ;

« Publicité Programmatique » désigne l'activité publicitaire pour laquelle l'achat/vente d'espace publicitaire, la mise en place des campagnes et leur diffusion sont réalisés de manière automatisée. En cas de vente Programmatique l'espace publicitaire n'est pas garanti ;

« Support » désigne toute publication diffusée sur un support imprimé (« Support papier ») et/ou en ligne (« Support digital ») éditée par BAUER MEDIA FRANCE.

### 1.3. Mandat

Les ventes d'Espace publicitaire sont faites soit directement à l'Annonceur, soit par l'intermédiaire de son Mandataire, contractant au nom et pour le compte de l'Annonceur dans le cadre d'un contrat de mandat. BAUER MEDIA FRANCE ne peut être tenue à aucune obligation de quelque nature que ce soit vis-à-vis du Mandataire.

En cas de modification ou de résiliation du mandat en cours d'année, l'Annonceur doit en informer BAUER MEDIA FRANCE dans les plus brefs délais, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, et demeure tenu des engagements pris par son Mandataire.

## 2 • ORDRE D'INSERTION

2.1. Tout achat d'Espace publicitaire dans un Support (hors vente programmatique) fait l'objet d'un Ordre d'insertion dûment accepté par BAUER MEDIA FRANCE, étant précisé que tout Ordre d'insertion ne devient effectif que lorsque BAUER MEDIA FRANCE en aura accusé réception par écrit. Un emplacement spécifique ne peut être garanti sans paiement des majorations correspondantes. BAUER MEDIA FRANCE s'engage à ne respecter que les mentions d'emplacement figurant sur les accusés de réception.

2.2. Si l'Ordre d'insertion est signé par un Mandataire, il y joindra une copie du mandat

l'autorisant à représenter l'Annonceur. BAUER MEDIA FRANCE ne sera en aucun cas tenue d'exécuter les Ordres d'insertion non signés par l'Annonceur, ni les Ordres d'insertion passés par un Mandataire dont le mandat n'aura pas été justifié.

2.3. Tout Ordre d'insertion doit pour être accepté être reçu par BAUER MEDIA FRANCE au plus tard :

- à la Date de bouclage commercial pour les Support papiers ;
- 8 jours ouvrés avant la date de parution pour les Supports digitaux.

2.4. L'absence d'acceptation par BAUER MEDIA FRANCE entraîne de plein droit la disponibilité de l'Espace publicitaire préalablement réservé et pourra être attribué, sans indemnité au profit de l'Annonceur, à un autre Annonceur.

## 3 • REFUS DE PARUTION – SUPPRESSION DE PARUTION

BAUER MEDIA FRANCE se réserve le droit de refuser ou de suspendre, à tout moment, sans en indiquer la raison, une publicité qui, par sa nature, son texte ou sa présentation paraîtrait contraire à l'esprit de la publication, aux dispositions législatives applicables, ou susceptible de provoquer des protestations de ses lecteurs ou de tiers, et ce, sans que le Client ne puisse prétendre à aucune indemnité.

En outre, l'Annonceur demeurera redevable de la facture correspondante à la parution des publicités déjà parues.

## 4 • DOCUMENTS D'IMPRESSION – JUSTIFICATIFS

4.1. Eléments d'impression. Les éléments d'impression doivent être remis à BAUER MEDIA FRANCE dans le respect des délais indiqués par BAUER MEDIA FRANCE.

La qualité de reproduction ne saurait être garantie si les éléments d'impression parviennent à BAUER MEDIA FRANCE hors délais.

Les fichiers numériques et documents techniques devront être de qualité conforme aux spécifications techniques des Supports. Dans le cas contraire BAUER MEDIA FRANCE ne pourra être tenu responsable de la mauvaise qualité de leur reproduction.

Sauf instruction écrite contraire, les éléments techniques seront détruits un an après la dernière parution.

4.2. Deux justificatifs de parution par annonce sont compris dans les tarifs et seront adressés à l'Annonceur et/ou à son Mandataire dans le mois suivant la parution. En cas de besoin de justificatifs supplémentaires ceux-ci seront fournis moyennant facturation additionnelle.

# Conditions générales de vente

## 5• TARIFS – FACTURATION – REGLEMENT

5.1. Tarifs. Les prix en vigueur sont ceux définis dans les grilles de tarifs de BAUER MEDIA FRANCE, lesquelles étant communicables sur demande. Les montants indiqués dans ces tarifs sont hors taxes et seront donc majorés du taux de T.V.A. en vigueur.

BAUER MEDIA FRANCE s'accorde le droit de modifier ses tarifs à tout moment moyennant un préavis de trois mois, y compris pour les Ordres d'insertion en cours.

Les taxes en vigueur au moment de l'exécution de la publicité ainsi que tous les droits susceptibles de frapper la diffusion de la publicité ou la publicité elle-même, sont à la charge du Client.

5.2. Facturation. La facturation intervient au moment de la parution.

Lorsqu'un Mandataire est facturé pour une Publicité sur un Support, un exemplaire de la facture est communiqué à l'Annonceur. L'Annonceur se porte fort du paiement à bonne date des sommes revenant à BAUER MEDIA FRANCE et s'engage à couvrir BAUER MEDIA FRANCE de tout préjudice subi.

5.3. Réclamation. Toute réclamation sur les éléments de la facture doit être portée à la connaissance de BAUER MEDIA FRANCE par lettre recommandée avec avis de réception dans un délai de 5 jours ouvrés maximum après la réception de la facture. Passé ce délai, aucune contestation ne sera recevable. En tout état de cause, l'Annonceur ou son Mandataire s'oblige à payer, sans aucun retard, la partie non contestée de la facture.

5.4. Règlement.

5.4.1 Le règlement est demandé à la remise de l'Ordre d'insertion lorsque celui – ci émane d'un nouvel Annonceur, d'un nouveau Mandataire ou lorsque le Client n'a pas respecté une ou plusieurs échéances de paiement antérieures.

Lorsque le règlement est demandé à la remise de l'Ordre d'insertion, l'exécution du contrat par BAUER MEDIA FRANCE n'intervient qu'à l'issue de l'encaissement effectif.

5.4.2. Dans les autres cas, le règlement des insertions a lieu par virement bancaire :

- soit, à 30 jours calendaires date de facturation avec escompte de 1% (TVA sur escompte à reverser par vos soins) ;

- soit, à 60 jours calendaires date de facturation.

5.4.3. Toute somme non payée à l'échéance prévue entraînera de plein droit et sans mise en demeure préalable :

- l'exigibilité immédiate de toutes les sommes facturées restant dues et des ordres diffusés non encore facturés ;

- l'exigibilité de pénalités de retard égales à trois fois et demie le taux d'intérêt légal en vigueur ;

- l'exigibilité d'une indemnité forfaitaire de quarante euros (sauf frais de recouvrement supérieurs et dûment justifiés) pour frais de

recouvrement.

Sans préjudice de son droit au paiement de la totalité du prix convenu, tout retard ou refus de paiement permet également à BAUER MEDIA FRANCE de :

- suspendre sans préavis et sans indemnité l'exécution des Ordres d'insertion correspondants jusqu'à régularisation complète des impayés ;

- résilier sans indemnité le contrat de plein droit.

5.4.4. En cas de mise en recouvrement des factures impayées par voie judiciaire ou forcée, le montant de celles - ci sera augmenté de 20% hors taxes outre les pénalités, intérêts légaux et frais judiciaires éventuels. Toutes taxes, existantes ou nouvelles, resteront à la charge de l'Annonceur.

5.4.5. Cas particulier des Ventes programmatiques. BAUER MEDIA FRANCE met à la disposition des Annonceurs et leurs Mandataires une ou plusieurs plateformes technologiques virtuelles automatisées mettant en relation directe les acheteurs et vendeurs de Publicité sur internet, autour d'un prix et d'un Espace publicitaire. Les utilisateurs de ces plateformes lorsqu'ils ne sont pas Annonceurs, reconnaissent expressément être en situation de proposer à la vente des espaces publicitaires au même titre qu'une régie publicitaire. Ces intervenants s'engagent en conséquence, à respecter les conditions d'utilisation de ces plateformes ainsi que les dispositions applicables en France en matière d'achat d'espaces (notamment celle de la Loi Sapin du 29 janvier 1993). Nonobstant toute disposition contraire des CGV les Ventes programmatiques seront facturées aux Annonceurs par les dits intervenants et payables dans les délais légaux.

## 6• DEGRESSIFS ET REMISES (HORS SUPPORT DIGITAL)

6.1. Dégressifs volume. Ces dégressifs sont réservés à l'Annonceur ou au Groupe d'Annonceurs sur la base du chiffre d'affaires brut hors taxes réalisé dans l'année en cours par lui ou par son (ses) Mandataire(s) pour son compte.

Les Droits d'asile sont pris en compte pour le calcul de ces dégressifs.

6.2. Cumul de mandats. Ce dégressif s'applique au chiffre d'affaires brut hors taxes réalisé dans l'année en cours par un même Mandataire pour au moins deux Annonceurs. En cas de non-respect des CGV de la part d'un des Clients en termes de délai de paiement, le bénéfice du cumul de mandats est susceptible d'être remis en cause.

6.3. Remise professionnelle. En cas d'achat d'un Espace publicitaire par l'intermédiaire d'un Mandataire, les factures comportent une remise professionnelle de 15% calculée sur le net après dégressifs.

La régularisation du net à payer sera effectuée soit en fin d'ordre, soit en fin d'année.

## 7• ANNULATION / REPORT / RECLAMATION

L'annulation d'un Ordre d'insertion ne pourra être

acceptée pour un achat d'Espace publicitaire que si la demande d'annulation parvient à BAUER MEDIA FRANCE par écrit, quelle qu'en soit la forme, au moins quinze jours ouvrés avant la Date de bouclage commercial. Passé ce délai, même si BAUER MEDIA FRANCE acceptait l'annulation et ne diffusait pas la publicité, l'Annonceur reste redevable du montant intégral des Ordres d'insertion dont l'annulation a été demandée.

En tout état de cause, y compris si l'annulation est demandée dans les délais prévus ci-dessus, toute annulation d'un Ordre d'insertion ou d'un contrat d'Opération Spéciale faisant référence aux CGV n'exonère pas l'Annonceur du paiement de l'intégralité des frais engagés par BAUER MEDIA FRANCE et en particulier des frais techniques nécessaires à la réalisation de l'Opération Spéciale.

## 8• OBLIGATION DE L'ANNONCEUR

8.1. Conformité légale. La publicité paraît sous la seule responsabilité de l'Annonceur.

L'Annonceur et son Mandataire s'engagent à ce que les publicités soient conformes aux lois et réglementations en vigueur. En outre la publicité de type rédactionnel devra obligatoirement porter la mention « Publicité » ou « Publi – communiqué ».

L'Annonceur s'engage à ce que le contenu de la publicité qu'il souscrit ne soit pas susceptible de nuire aux intérêts de BAUER MEDIA FRANCE ou de nuire à l'image de marque du Support.

Concernant la publicité sur un Support Digital, l'Annonceur garantit que le site internet redirigé par ladite publicité soit conforme aux lois et réglementations en vigueur et que les contenus de celui-ci soient en relation directe avec la publicité.

Le Client est aussi responsable de toute Publicité Programmatique.

8.2. Garantie propriété intellectuelle. La publicité est diffusée sous la seule responsabilité de l'Annonceur. L'Annonceur garantit être titulaire de l'intégralité des droits nécessaires à la passation de l'Ordre d'insertion ainsi que de l'intégralité des droits de propriété intellectuelle nécessaires à l'utilisation des marques, logos, dessins, images, vidéos, animations et créations constitutifs du message publicitaire diffusé sur le Support. L'Annonceur garantit BAUER MEDIA FRANCE contre toute réclamation et tout recours des auteurs, producteurs, concepteurs, réalisateurs, éditeurs, interprètes et de toutes les personnes qui s'estimeraient lésées dans leurs droits sur les publicités à quelque titre que ce soit.

8.3. Garantie RGPD. Le Client s'engage à respecter la réglementation en vigueur applicable au traitement de données à caractères personnel et notamment la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés ainsi que le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (ci-après le « RGPD »)

# Conditions générales de vente

8.3.1. Le Client, et tous ses prestataires intervenant pour son compte pour des opérations de traitement de données personnelles, s'interdisent strictement sauf accord contractuel préalable de BAUER MEDIA FRANCE, toute insertion ou utilisation de cookies et autres traceurs dans les messages publicitaires sur Supports digitaux, quelles que soient les modalités de cet achat. BAUER MEDIA FRANCE se réserve le droit de modifier et/ou désactiver à tout moment les cookies de l'Annonceur sur les Supports digitaux notamment si ceux-ci ont été déposés sans autorisation, qu'ils ne respectent pas l'autorisation donnée et/ou qu'un tel dépôt n'est pas conforme à la réglementation applicable, sans préjudice de toute demande indemnitaire qui pourrait être faite par BAUER MEDIA FRANCE, le cas échéant.

8.3.2. BAUER MEDIA FRANCE, ne saurait être considéré comme émetteur ou responsable de traitement des cookies et autres traceurs qui sont émis par le Client, ou tout autre tiers agissant pour son compte. Ces derniers interviennent donc comme Responsable de Traitement des cookies et autres traceurs qu'ils émettent directement ou indirectement, sur Support digital et/ou Publicité Programmatique, et ce même si BAUER MEDIA FRANCE leur a donné l'autorisation d'insertion en amont.

8.3.4. Le Client s'engage notamment à :

- traiter les données à caractère personnel uniquement pour les finalités convenues avec BAUER MEDIA FRANCE après autorisation obtenue conformément à l'article 8.3.1;

- ne pas collecter de données « sensibles » au sens du RGPD;

- préserver la confidentialité des données à caractère personnel;

- prendre en considération, dans ses outils, produits, applications ou services, les principes de la protection des données dès la conception et par défaut;

- mettre en place des mesures de sécurité appropriées aux fins de protéger les données à caractère personnel, en ce compris les mesures techniques et organisationnelles appropriées aux fins de les protéger contre tout traitement non autorisé ou illicite ainsi que contre toute perte, destruction ou dommage accidentel;

- en cas d'incident de sécurité, prendre immédiatement les mesures nécessaires afin d'atténuer ou remédier aux effets de l'incident de sécurité;

- en cas de transfert de données à caractère personnel en dehors de l'Espace Economique Européen, conclure avec les parties concernées un contrat sur le modèle applicable des Clauses types de la Commission Européenne, et prendre si besoin, des mesures complémentaires au sens des Recommandations 01/2020 sur les mesures qui complètent les instruments de transfert destinés à garantir le respect du niveau de protection des données à caractère personnel de l'UE.

- veiller à ce que ses sous-traitants respectent les mêmes exigences.

## 9• RESPONSABILITE DE BAUER MEDIA FRANCE

9.1. BAUER MEDIA FRANCE est tenu à une obligation de moyens et dépend de ses propres partenaires commerciaux, notamment les diffuseurs de presse.

BAUER MEDIA FRANCE n'est pas en mesure de garantir les chiffres de diffusion pour une parution de publicité donnée, la distribution et l'acheminement logistique des Supports, ni l'efficacité commerciale de la parution de publicité.

La responsabilité de BAUER MEDIA FRANCE ne pourra être recherchée si le défaut ou le retard d'insertion résulte du non-respect par l'Annonceur des CGV ou des spécifications techniques et aucune modification de l'engagement notamment prix, période ou durée ne pourra être réclamée.

Les Parties conviennent expressément que le retard ou le défaut d'insertion/diffusion de la publicité ne peut justifier la résiliation de l'Ordre d'insertion par le Client ni donner lieu à des indemnités.

En tout état de cause, dans l'hypothèse où la responsabilité de BAUER MEDIA FRANCE serait retenue, celle-ci sera limitée au remboursement du prix correspondant à la publicité considérée.

9.2. Force majeure. La responsabilité de BAUER MEDIA FRANCE ne pourrait être mise en œuvre si la non-exécution ou le retard dans l'exécution de l'une de ses obligations décrites dans les présentes conditions générales de vente découle d'un cas de force majeure au sens de l'article 1218 du Code civil.

## 10• DONNEES A CARACTERE PERSONNEL DES PERSONNES TRAVAILLANT POUR LE CLIENT

BAUER MEDIA FRANCE est amené à recueillir des données personnelles des personnes travaillant pour le Client. Ces données sont enregistrées et traitées pour assurer la gestion de la commande, personnaliser la communication, adresser des informations et/ou offres professionnelles. L'accès et l'utilisation de ces données personnelles sont strictement limités aux salariés de BAUER MEDIA FRANCE, habilités à les traiter en raison de leurs fonctions. Les données personnelles sont conservées par BAUER MEDIA FRANCE pour la stricte exécution de ses obligations, et pour la durée nécessaire à la gestion de la relation commerciale. Les données personnelles utilisées à des fins de prospection commerciale peuvent être conservées pendant un délai de trois ans à compter de la fin de la relation commerciale.

Conformément à la réglementation en vigueur, chaque personne travaillant pour le Client dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition au traitement des données le concernant. Pour exercer ses droits, il peut adresser un :

- courrier à l'adresse suivante : – BAUER MEDIA FRANCE – 7 rue Watt – 75013 PARIS – France;

- courriel à l'adresse suivante : dpo@bauermedia.fr.

## 11• RESPONSABILITE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIETALE

11.1. Les Parties déclarent et garantissent respecter, les normes de droit international et du droit national applicable relatives : (i) aux droits fondamentaux de la personne humaine, notamment l'interdiction (a) de recourir au travail des enfants et à toute autre forme de travail forcé ou obligatoire ; (b) de procéder à toute forme de discrimination au sein de son entreprise ou à l'égard de ses fournisseurs ou sous-traitants ; (ii) aux embargos, trafics d'armes et de stupéfiants et au terrorisme ; (iii) aux échanges commerciaux, licences d'importations et d'exportations et aux douanes ; (iv) à la santé et à la sécurité des personnels et des tiers ; (v) au travail, à l'immigration, à l'interdiction du travail clandestin ; (vi) à la protection de l'environnement ; (vii) aux infractions économiques, notamment la corruption, la fraude, le trafic d'influence (ou infraction équivalente dans le droit national applicable au présent contrat), l'escroquerie, le vol, l'abus de bien social, la contrefaçon, le faux et usage de faux, et toute infraction connexe ; (viii) à la lutte contre le blanchiment d'argent ; (ix) au droit de la concurrence. Dans le cadre de l'exécution du contrat, les Parties s'engagent à respecter, en leur nom et au nom et pour le compte de leurs fournisseurs et sous-traitants le cas échéant, ces mêmes normes.

11.2. SAPIN II. Aussi les parties déclarent et garantissent respecter l'ensemble des dispositions légales et réglementaires françaises qui lui sont applicables en matière notamment de lutte contre la fraude, contre les manquements à la probité et contre le trafic d'influence (en particulier la Loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte anti-corruption et à la modernisation de la vie économique dite loi « Sapin II ») dans le cadre de l'exécution des présentes CGV.

11.3. Toute violation des dispositions du présent article « Responsabilité environnementale et sociale » constitue un manquement contractuel conférant le droit à la partie non défaillante de procéder à la suspension et/ou à la résiliation du contrat aux torts exclusifs de la partie défaillante, sans préavis ni indemnité, et ce sans préjudice de toute poursuite légale et/ou demande de dommages et intérêts à la charge de la partie défaillante.

## 12• DROIT APPLICABLE - TRIBUNAL COMPETENT

Si une clause des conditions générales de vente est déclarée nulle au regard d'une quelconque règle de droit en vigueur ou d'une décision de justice devenue définitive, elle sera alors réputée non écrite, sans pour autant entraîner la nullité de l'ensemble contractuel par lequel les Parties resteront engagées l'une envers l'autre, ni altérer la validité de ses autres stipulations. Tout litige relatif à la conclusion, l'interprétation et l'exécution des présentes Conditions Générales de Vente est soumis au droit français. Le droit français s'applique également de façon supplétive à tout ce qui ne serait pas préalablement stipulé aux présentes CGV. A défaut de résolution amiable, le litige sera porté devant le Tribunal de Commerce de Paris, seul compétent nonobstant recours ou appels en garantie.

# Mediakit Maxi

*Le féminin de la vie des femmes.*

## Vos contacts

- **Anouk Diamantopoulos**  
Directrice Générale 01 47 70 90 67 [anouk.diamantopoulos@bauermedia.fr](mailto:anouk.diamantopoulos@bauermedia.fr)
- **Sabine Horsin**  
Directrice de Publicité 01 47 70 90 74 [sabine.horsin@bauermedia.fr](mailto:sabine.horsin@bauermedia.fr)
- **Sigrid Dubos**  
Directrice de Publicité adjointe 01 47 70 90 64 [sigrid.dubos@bauermedia.fr](mailto:sigrid.dubos@bauermedia.fr)
- **Chantal Merling**  
Assistante Commerciale 01 47 70 90 66 [chantal.merling@bauermedia.fr](mailto:chantal.merling@bauermedia.fr)
- **Angela Zucchelli**  
Directrice Marketing  
et Communication 01 47 70 90 68 [angela.zucchelli@bauermedia.fr](mailto:angela.zucchelli@bauermedia.fr)