



DOING GOOD IN AFRICA REVIEW

doinggoodinafricareview.com VOL. 01_SEPT 2024



TARIFS

PUBLICITAIRES

REVUE | WEB | NEWSLETTER





12 NUMÉROS
PAR AN

Grand Format
L210xH297

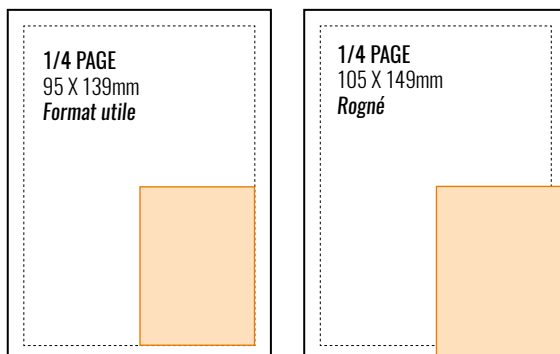
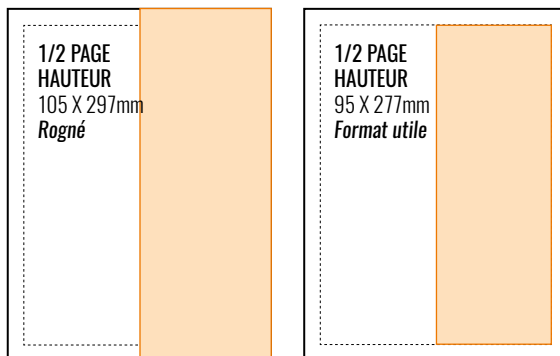
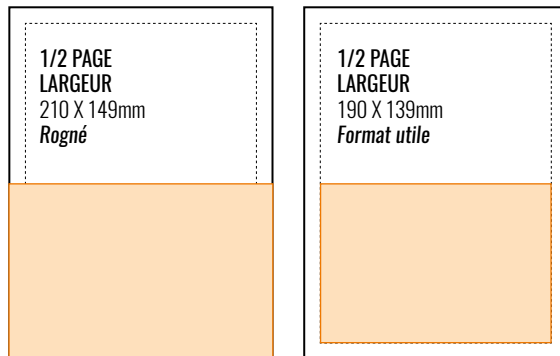
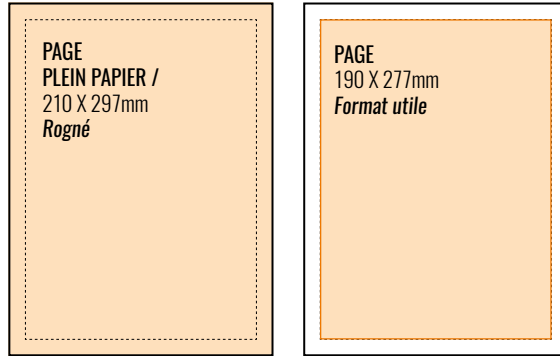
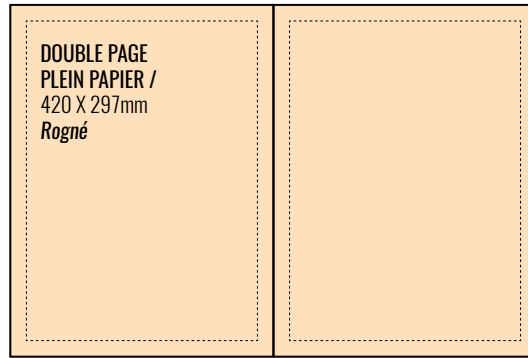
*Diffusion
en Soft Copy*

Publication
numérique

80 Pages
Sortie Numérique
Cover & Pages Intérieures

Lectorat
Une base de données
de **91 100** journalistes,
cadres et dirigeants
d'entreprises et
d'institutions africaines,
européennes et
américaines.

3 000 contacts
WhatsApp
Communauté LinkedIn
de **500 000** personnes.





Toute annonce doit nous parvenir en page simple, une page par fichier.

Pour les doubles pages, nous adresser 2 fichiers distincts en indiquant les pages gauche et droite.

Ne pas protéger votre fichier par un mot de passe.

Pour éviter tout problème de restitution, les fichiers doivent être contrôlés et validés selon les normes ci-dessous, sous la responsabilité de l'agence ou de l'annonceur.

FICHER À LIVRER

Annonce au format PDF/X-1a.

Les fichiers doivent impérativement être nommés de la façon suivante : support/date de parution (aaaa/mm/jj)/annonceur.

Pour générer un fichier PDF Certifié 1.3 conforme aux normes ISO 15930 préconisées par le Ghent PDF Workgroup pour la presse magazine, téléchargez : MagazineAds_1v3 (profil de création "joboptions" pour Adobe Distiller et le profil de certification ".ppp" pour PitStop Professional).

FORMAT DE PAGE

Annonce au format du magazine +10 mm de bord tournant (5 mm fonds perdus + 5 mm traits de coupe). Le format plein papier (format rogné) de l'annonce doit être centré dans le fichier.

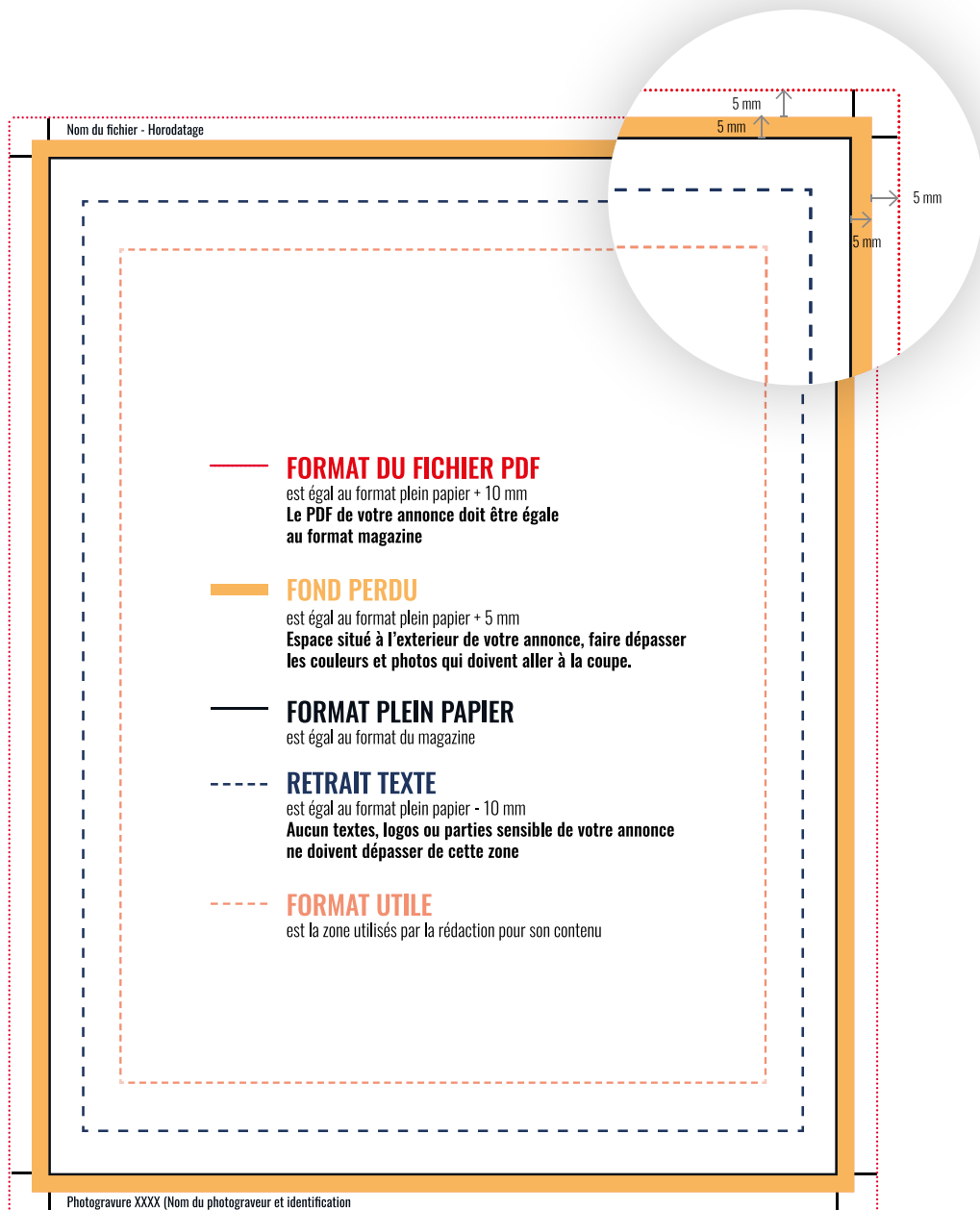
TRANSMISSION

Les fichiers PDF sont à remettre :

Par mail :

thierry.tene@doinggoodinafricareview.com

CONSTRUCTION DES FICHIERS



FORMAT DU FICHER PDF

est égal au format plein papier + 10 mm
Le PDF de votre annonce doit être égale au format magazine

FOND PERDU

est égal au format plein papier + 5 mm
Espace situé à l'extérieur de votre annonce, faire dépasser les couleurs et photos qui doivent aller à la coupe.

FORMAT PLEIN PAPIER

est égal au format du magazine

RETRAIT TEXTE

est égal au format plein papier - 10 mm
Aucun textes, logos ou parties sensible de votre annonce ne doivent dépasser de cette zone

FORMAT UTILE

est la zone utilisés par la rédaction pour son contenu

PRÉPRESSE

Images 300 dpi en CMJN (sans profil ICC incorporé), pas de DCS. 300 % maximum de superposition des 4 couleurs selon les préconisations ISO 12647 pour l'impression O set.

Séparer les Bendsays en CMJN.

Pas de ton direct.

Pas de compression.

Ne pas utiliser les fontes Multiple Master, CID et les options clavier.

Les textes en réserve ne doivent pas être inférieurs au corps 8, 1/2 gras et

sans empattement afin de garantir une bonne qualité du rendu.

Illustrator : attention aux bugs concernant les transparences et les masques. Les logos en dégradé de forme doivent être aplatis.

Attention aux dégradés supérieurs à 256 niveaux de couleurs, à convertir en image.

ATTENTION : dans InDesign, dans la boîte de dialogue repères et fonds perdus, merci de décocher tous les repères d'impression sauf traits de coupe et informations sur la page.



12 NUMÉROS
PAR AN

Grand Format
L210xH297

*Diffusion
en Soft Copy*

Publication
numérique

80 Pages

Sortie Numérique
Cover & Pages Intérieures

Lectorat

Une base de données
de **91 100** journalistes,
cadres et dirigeants
d'entreprises et
d'institutions africaines,
européennes et
américaines.

3 000 contacts
WhatsApp

Communauté LinkedIn
de **500 000** personnes.

RÉFÉRENCES TARIFAIRES

MONTANT EN EUROS

EMPLACEMENTS CLASSIQUES

Pleine Page	2 290 €
Double Page	3 817 €
1/2 Page	1 527 €
1/4 Page	916 €

EMPLACEMENTS PREMIUM

4ème de couverture	4 580 €
2ème de couverture	3 053 €
1ère de couverture	7 634 €

SITE INTERNET

Diffusion des communiqués sur notre site Internet & sur nos réseaux sociaux

Montant Forfait 6 mois	2 990 €
Montant Forfait 12 mois	4 950 €

Rédaction & Diffusion des communiqués sur notre site Internet & sur nos réseaux sociaux

Montant Forfait 6 mois	7 400 €
Montant Forfait 12 mois	12 500 €

Nombre de communiqués

01 Communiqué	500 €
06 Communiqués	1 900 €
12 Communiqués	3 200 €
18 Communiqués	6 250 €

Bannières responsives 720X300 pixels (Haut de page)

01 Semaine	1 700 €
02 Semaines	3 000 €
04 Semaines	5 000 €

Bannières responsives 970X90 pixels (Haut de page)

01 Semaine	1 500 €
02 Semaines	2 500 €
04 Semaines	3 500 €



12 NUMÉROS
PAR AN

Grand Format
L210xH297

*Diffusion
en Soft Copy*

Publication
numérique

80 Pages

Sortie Numérique
Cover & Pages Intérieures

Lectorat

Une base de données
de **91 100** journalistes,
cadres et dirigeants
d'entreprises et
d'institutions africaines,
européennes et
américaines.

3 000 contacts
WhatsApp

Communauté LinkedIn
de **500 000** personnes.

RÉFÉRENCES TARIFAIRES

MONTANT EN EUROS

Bannières responsives 728X90 pixels

01 Semaine	1 300 €
02 Semaines	2 000 €
04 Semaines	3 000 €

Bannières responsives 970X90 pixels

01 Semaine	1 500 €
02 Semaines	2 500 €
04 Semaines	3 500 €

Bannières responsives 970X90 pixels (Entre les intitulés des Articles)

01 Semaine	2 000 €
02 Semaines	3 000 €
04 Semaines	5 000 €

Bannières responsives 728X90 pixels (Entre les intitulés des Articles)

01 Semaine	1 800 €
02 Semaines	2 800 €
04 Semaines	4 500 €

Bannières responsives 300X600 pixels (Bannière publicitaire positionnée sur la 2ème colonne à droite)

01 Semaine	2 500 €
02 Semaines	4 200 €
04 Semaines	8 000 €

Bannières responsives 300X250 pixels (Bannière publicitaire positionnée sur la 2ème colonne à droite)

01 Semaine	2 300 €
02 Semaines	4 000 €
04 Semaines	7 500 €

NEWSLETTER Rédaction & Diffusion des articles dans la Newsletter

01 article	2 500 €
03 articles	6 500 €
06 articles	10 000 €

Insertion publicitaire en ouverture de la Newsletter

01 article	1 000 €
03 articles	2 500 €
06 articles	4 000 €



DOING GOOD IN AFRICA REVIEW

doinggoodinafricareview.com VOL. 01_SEPT 2024

CONDITIONS GÉNÉRALES

PUBLICITAIRES

REVUE | WEB | NEWSLETTER





12 NUMÉROS
PAR AN

Grand Format
L210xH297

Diffusion
en Soft Copy

Publication
numérique

80 Pages

Sortie Numérique
Cover & Pages Intérieures

Lectorat

Une base de données
de **91 100** journalistes,
cadres et dirigeants
d'entreprises et
d'institutions africaines,
européennes et
américaines.

3 000 contacts
WhatsApp

Communauté LinkedIn
de **500 000** personnes.

FORMATS* DGIA	FORMATS UTILES** LARGEUR X HAUTEUR	PLEIN PAPIER LARGEUR X HAUTEUR	TARIFS 2024-2025
DOUBLE PAGE		420 X 297mm	
PAGE	190 X 277mm	210 X 297mm	
1/2 LARGEUR	190 X 139mm	210 X 149mm	
1/2 HAUTEUR	95 X 277mm	105 X 297mm	
1/4 PAGE	95 X 139mm	105 X 149mm	

* Ces formats utiles sont à livrer, montés dans un format plein papier

** Zone correspondant à la surface utilisée dans une page pour son contenu

SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES

Les doubles pages sont à livrer en 2 fichiers simple page.
Les doubles 1/2 pages largeur sont à livrer en 1 seul fichier.

PLEIN PAPIER

Annonce au format + 10 mm de bord tournant contenant :
5 mm de fonds perdus + 5 mm pour les traits de coupe.

ATTENTION : vos textes et partie sensible d'image doivent
être en retrait de 10 mm des points de coupe.

SPÉCIFICITÉS

Ce magazine est monté en dos carré collé.
Si vous avez un texte à cheval sur une double page,
écartez vos lettres de 7 mm de chaque côté du pli.

PUBLIREPORTAGE

La mention obligatoire est PUBLICITÉ en C.14 bold.
Soumettre votre création à la régie 3 semaines avant
parution.

TEXTE REDIGÉ EN LANGUE ÉTRANGÈRE

Toutes les mentions écrites en langue étrangère doivent
être traduites en français. En application des lois du 31
décembre 1975 et 4 août 1994 relatives à l'emploi de la
langue française.

PUBLICITÉ UTILISANT UN ARGUMENT ÉCOLOGIQUE

Les professionnels (annonceurs, agences, médias, régies)
doivent consulter l'ARPP (www.arpp-pub.org), avant dif-
fusion sur tous médias de toute campagne ayant recours
à des arguments écologiques, définis comme « toute
revendication, indication ou présentation, sous quelque
forme que se soit, utilisée à titre principal ou accessoire,
établissant un lien entre les marques, produits services,
ou actions d'un annonceur et le respect de l'environne-
ment ».

PUBLICITÉ TABAC ET ALIMENTAIRE

Toute publicité sur le tabac et les produits du tabac par
quelque procédé ou sous quelque forme que ce soit est
proscrite. Cette interdiction s'applique aux produits de
substitution du tabac, y compris les cigarettes électro-
niques, et s'étend aux narghilehs.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas dans le cas
de substituts nicotiques destinés à atténuer les effets du

tabac dans le cadre d'un traitement anti-nicotinique dont
les effets cliniques sont autorisés par l'organisme chargé
des autorisations de mise sur le marché des médicaments
en France.

La communication publicitaire en faveur des boissons avec
ajouts (sucre, sel, édulcorants...) et des produits alimen-
taires manufacturés doit contenir une mention à caractère
sanitaire. En pratique, chaque publicité doit être assortie
d'une mention sanitaire, au choix de l'annonceur :
« Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes
par jour » « Pour votre santé, pratiquez une activité
physique régulière » « Pour votre santé, évitez de manger
trop gras, trop sucré, trop salé » « Pour votre santé, évitez
de grignoter entre les repas ». Cette information
sanitaire devra obligatoirement être complétée par la
mention de l'adresse www.mangerbouger.fr.

Pour les messages diffusés dans les médias destinés aux
enfants, l'annonceur peut adapter les mentions du cadre
général en utilisant le tutoiement ou choisir l'une des
mentions suivantes :

« Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes
par jour », « Pour être en forme, dépense toi bien », « Pour
bien grandir, ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé »
« Pour être en forme, évite de grignoter dans la journée »..

PUBLICITÉ ALCOOL

La communication publicitaire en faveur des boissons
alcoolisées doivent en outre être assortie d'un message à
caractère sanitaire (« l'abus d'alcool est dangereux pour
la santé, à consommer avec modération ») exclusive-
ment à l'horizontale, en caractère gras et d'une couleur
distincte du fond de la publicité, de taille minimum égale
au centième de la somme hauteur/ largeur de l'annonce
considérée (adaptation possible pour des raisons de
lisibilité liées à la dimension du support), et enfin avec un
décalage avec le bord de l'annonce d'au minimum deux
fois la hauteur des lettres. Toute opération de parrainage
est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la
propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur
d'une boisson alcoolisée.

Pour de plus amples informations, consultez les textes de
lois dans leur intégralité : le Bureau de Vérification de la
Publicité a pour mission d'instaurer une déontologie de la
publicité et de veiller à l'éthique de la publicité.

Pour de plus amples informations consultez le site :
www.arpp-pub.org.



12 NUMÉROS
PAR AN

Grand Format
L210xH297

Diffusion
en Soft Copy

Publication
numérique

80 Pages

Sortie Numérique
Cover & Pages Intérieures

Lectorat

Une base de données
de **91 100** journalistes,
cadres et dirigeants
d'entreprises et
d'institutions africaines,
européennes et
américaines.

3 000 contacts
WhatsApp

Communauté LinkedIn
de **500 000** personnes.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ET DE RÈGLEMENT

3.5 / Toute citation d'un ou plusieurs annonceurs tiers dans un message publicitaire est soumise à l'accord préalable de DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) qui pourra solliciter l'accord des annonceurs tiers cités. Une majoration tarifaire pourra être appliquée en ce cas.

3.6 / Tout ordre comportant une exigence spécifique que non défini par les tarifs devra faire l'objet d'une acceptation expresse de DGIA (DOING GOOD IN AFRICA). En particulier, aucun emplacement préférentiel ne peut être exigé sans l'accord préalable de DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) et paiement d'une majoration correspondante.

3.7 / Les fichiers numériques et autres documents techniques doivent être remis à DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) dans le respect des délais de bouclage. Leur remise hors délai entraînera la facturation par DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) au prix normal quand bien même la parution n'aurait pu intervenir.

3.8 / 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 DGIA (DOING GOOD IN AFRICA). 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 DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) des textes et des visuels.

4. MODIFICATION ET ANNULATION DE L'ORDRE

4.1 / Toute demande de modification ou d'annulation de l'ordre devra être adressée par écrit à DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) et ne prendra effet qu'à compter de son acceptation.

4.2 / L'annulation d'un ordre de publicité ne pourra être acceptée que si elle intervient au moins deux mois avant parution et six mois pour les 4^e de couverture, doubles centrales et doubles d'ouverture.

5. CONDITIONS DE DIFFUSION ET RÉCLAMATIONS

5.1 / DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) adressera les justificatifs de diffusion à l'annonceur ou à son éventuel mandataire.

Toute réclamation notamment sur les aspects techniques de la diffusion du message doit être, sous peine d'irrecevabilité, transmise par LRAR auprès de DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) 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 DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) et de ses Fiches Techniques engagera la responsabilité du magazine en cas de litige.

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. CONDITIONS DE PAIEMENT FACTURATION

6.1 / Les tarifs sont indiqués en Euros HT, tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux ordres de publicité et aux contrats d'opérations spéciales ou de sponsoring étant à la charge de l'annonceur. La facture est émise en base date de parution. Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29 janvier 1993, l'original de la facture sera directement envoyé à l'annonceur.

Un exemplaire de la facture sera envoyé au mandataire. Les factures et avoirs sont établis au moins mensuellement par DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) au nom de l'annonceur, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du mandataire expressément habilité pour le règlement, conformément à la confirmation de mandat. L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et reste redevable du règlement à défaut de paiement du mandataire qu'il aurait désigné. Le paiement ou l'avance effectués au mandataire par l'annonceur ne le libère pas vis-à-vis de DGIA (DOING GOOD IN AFRICA).

Pour tout ordre qui émanerait d'un mandataire, DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) se réserve le droit d'exiger un engagement de paiement direct de l'annonceur dans le cas où le mandataire ne présenterait pas de garanties financières suffisantes. Dans le cas où le mandataire a réglé DGIA (DOING GOOD IN AFRICA), celui-ci ne pourra se prévaloir ultérieurement du non-paiement éventuel de l'annonceur pour réclamer le remboursement des sommes versées.

6.2 / DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) se réserve le droit d'exiger le règlement avant la diffusion ou une caution bancaire moyennant un escompte de 60% du montant TTC de la facture. Tout élément qui pourrait entraîner un risque de non-paiement des factures, tel que modification dans la situation juridique ou financière de l'annonceur, non-retour des traites, incident ou retard de paiement justifie que la régie modifie, du moins provisoirement, les conditions de paiement de l'annonceur.



12 NUMÉROS
PAR AN

Grand Format
L210xH297

Diffusion
en Soft Copy
Publication
numérique

80 Pages
Sortie Numérique
Cover & Pages Intérieures

Lectorat

Une base de données
de **91 100** journalistes,
cadres et dirigeants
d'entreprises et
d'institutions africaines,
européennes et
américaines.

3 000 contacts
WhatsApp

Communauté LinkedIn
de **500 000** personnes.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ET DE RÈGLEMENT

6.3 / Aucune réclamation concernant la facturation ne sera admise, si elle n'a pas été effectuée par LRAR à DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) dans les 15 jours suivant la date de facturation. En cas de litige ou d'attente d'avoir, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.

Pour tout nouvel annonceur, le règlement sera demandé à la remise de l'ordre. L'exécution du contrat par DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) n'interviendra qu'à l'issue de l'encaissement effectif du règlement. Dans les autres cas, le paiement devra être effectué à DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) soit par chèque, soit par virement bancaire ou soit par traite à 45 jours Fin de mois. Le règlement sera effectif le jour de réception des fonds à DGIA (DOING GOOD IN AFRICA). En cas de modification donnant lieu à l'établissement d'une nouvelle facture, cette modification n'entraînera pas la modification de la date initiale d'échéance du paiement.

7. RETARD DE PAIEMENT ET INTÉRÊTS DE RETARD

7.1 / Le défaut de paiement à l'échéance entraîne l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non-échues ainsi que les sommes dues au titre des ordres exécutés en cours de facturation et des ordres en cours de diffusion.

L'exécution des ordres en cours pourra être suspendue. De même tout défaut de paiement à l'échéance entraînera déchéance du terme, pour les paiements que DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) aurait pu accorder à un annonceur ou à son mandataire.

7.2 / Des pénalités de retard seront exigibles de plein droit auprès de l'annonceur le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel soit nécessaire, conformément aux dispositions du Code de Commerce selon un taux d'intérêt annuel de 11%.

7.3 / Frais de recouvrement: conformément à l'art. L441-6 du Code de Commerce, il sera réclamé à compter du lendemain de la date d'échéance et de plein droit une indemnité de 40€ au titre des frais de recouvrement; il pourra être réclamé une indemnité complémentaire sur justification.

8. CLAUSE PÉNALE

Si la carence de l'annonceur rend nécessaire un recouvrement contentieux ou judiciaire, le client s'engage à régler en sus du principal, des intérêts, des frais, dépens et émoluments ordinairement et légalement à sa charge, une indemnité fixée à 15% du montant en principal TTC de la créance, et ce, à titre de dommages et intérêts conventionnels et forfaitaires.

9. LITIGES ET CLAUSE D'ATTRIBUTION DE JURIDICTION

9.1 / Dans le cas d'un événement revêtant les caractéristiques de la force majeure, y compris grève, catastrophe naturelle, rendant impossible la diffusion du message, la responsabilité de HOROS MEDIACOM ne pourra être recherchée.

9.2 / Le fait que DGIA (DOING GOOD IN AFRICA) ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales de Ventes ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

9.3 / Tout différend découlant de la validité, l'interprétation comme de l'exécution des présentes Conditions Générales de Vente, même en cas de pluralité de défendeurs ou d'appel en garantie, relèvera de la compétence du Tribunal de Commerce de Paris.



DOING GOOD IN AFRICA REVIEW

- tél/whatsapp: **+336 75 37 49 67**
- *thierry.tene@doinggoodinafricareview.com*
- <https://doinggoodinafricareview.com>

