Direct Mail Company

Pour une publicité efficace.

Swiss Post Advertising



DONNÉES MÉDIA 2027

10112026

directs publicité ciblée

Consumo Le guide conso

Ce que disent les spécialistes

Pas de flyers imprimés, moins d'achats

Les foyers qui ne reçoivent plus de prospectus imprimés font bien moins souvent leurs courses et dépensent moins chez les négociants concernés.

Messages principaux tirés de l'étude « Lidl Pays-Bas – les effets de l'arrêt des flyers imprimés »
Source : van Lin, A. ; Keller, K.O. ; Guyt, J.Y. (2025) : Retiring the Store Flyer – Effects of Ceasing Print Store Flyers on Household Grocery Shopping Behavior, Tilburg University / University of Amsterdam / University of North Carolina

Les prospectus jouissent d'un degré de confiance maximal

47 % des Européens ont une grande confiance envers les prospectus imprimés. A ce titre, ceux-ci devancent nettement la TV, les médias sociaux et les bannières numériques.

Messages principaux tirés de l'étude spéciale ELMA 2025
Source : ELMA – Europäische Verbraucherperspektiven zur Prospektwerbung, Sonderstudie 2025
(« Perspectives des consommateurs européens sur la publicité par prospectus, étude spéciale 2025 »)
(basée sur « Two Sides Trend Tracker », 28 000 personnes interrogées dans 10 pays européens).

Les prospectus fonctionnent et font agir

42 % des consommateurs parcourent attentivement les prospectus, 31 % se rendent ensuite dans un commerce et 27 % planifient leurs achats de manière ciblée.

Messages principaux tirés de l'étude spéciale ELMA 2025
Source : ELMA – Europäische Verbraucherperspektiven zur Prospektwerbung, Sonderstudie 2025
(« Perspectives des consommateurs européens sur la publicité par prospectus, étude spéciale 2025 »)
(basée sur « Two Sides Trend Tracker », 28 000 personnes interrogées dans 10 pays européens).

Presse et numérique : un duo gagnant

L'utilisation des prospectus par les consommateurs est hybride, car elle comprend à la fois les imprimés et le numérique. Aucun autre canal n'est perçu comme aussi fiable et utile pour la recherche de promotions.

Messages principaux tirés du dossier spécialisé « La force des imprimés » (2024)
Source : dossier spécialisé « Die Kraft des Gedruckten », Dirk Engel (2024),
EGRO Mediengruppe / IFH Media Analytics « Prospektmonitor 2024 » / « Prospekt wirkt ! » 2022.

Un trio de toute confiance pour un succès assuré

Les atouts des produits de Direct Mail Company :
degré de couverture élevé, groupe cible favorable à la publicité

directs
publicité ciblée

- **Groupe cible activement favorable à la publicité**
- **Plus de 3,2 mios d'utilisatrices et d'utilisateurs de Directs par semaine.**
- **86.5% des utilisatrices et utilisateurs de Directs sont responsables du foyer.**
- **Distribué par la Poste Suisse**

Consumo
Le guide conso

- **Média publicitaire rédactionnel à la fois unique et autonome, avec plus de 1,6 million d'exemplaires imprimés dans toute la Suisse.**
- **Articles rédactionnels hebdomadaires et conseils portant sur le thème de la consommation.**
- **Guide de la consommation en ligne et plateforme publicitaire consumo.ch.**

Source : Directs, WEMF MACH Strategy/Consumer 2026

Notre plateforme de réservation – la voie directe vers vos clients

Via notre plateforme en ligne de distribution de flyers, vous vous adressez à la Suisse entière

Direct Mail Company
Pour une publicité efficace.

Swiss Post Advertising



PLUS D'IMPACT QUE BIEN DES INLUENCEURS

Chaque semaine, nous délivrons votre message à environ 1,7 million de foyers favorables à la publicité.
Avec précision, fiabilité et directement dans les mains de votre groupe cible.

Distribution par la Poste Suisse.

Réservez maintenant la distribution de votre publicité www.dm-company.ch

directs
publicité ciblée



Que sont les Directs ?

Les « Directs » sont des imprimés publicitaires que nous insérons soigneusement dans le Consumo et que la Poste Suisse distribue chaque semaine dans la région ou selon les numéros postaux d'acheminement de votre choix.

Pourquoi les Directs ont-ils autant de succès ?

- Instrument publicitaire au degré de couverture élevé à l'échelle nationale
- Environnement publicitaire efficace et détendu (domicile)
- Groupe cible intéressant (en affinité avec la publicité, responsable du foyer)
- Mesurabilité des retours
- Rapport prix/prestations très intéressant en comparaison intermédia
- Générateur d'affluence aux points de vente (POS/POP)

Ce qu'il faut savoir concernant les utilisatrices et utilisateurs de Directs

Utilisation des médias Directs

Plus de la moitié de la population consulte les envois publicitaires déposés dans les boîtes aux lettres.

Près de 4 millions de personnes (53%)
en Suisse vivent dans des foyers en affinité avec la publicité

53% | 47%

Plus de 3,2 millions de personnes (42%)
consultent les Directs chaque semaine (RUS)

42% | 58%

Socio-démographie

86,5% des utilisatrices et utilisateurs de Directs sont responsables du foyer et donc des décisions concernant les achats.

Calcul en pour cent extrait des études MACH (à partir de 14 ans, toutes langues confondues)

L'affinité/l'indice d'affinité exprime l'aptitude d'un média à toucher un groupe cible. Rapport indexé entre la pénétration dans le groupe cible et la pénétration totale (sur une moyenne de 100). Les affinités supérieures à 100 indiquent une aptitude supérieure à la moyenne, celles inférieures à 100 une aptitude inférieure à la moyenne d'un titre dans le groupe cible concerné.

Sexe

53,6% femmes — Affinité 106	**46,4%** hommes — Affinité 94

Age

19,2% 14–34 ans — Affinité 67	**33,5%** 35–54 ans — Affinité 101	**47,3%** 55–99 ans — Affinité 124

Formation scolaire

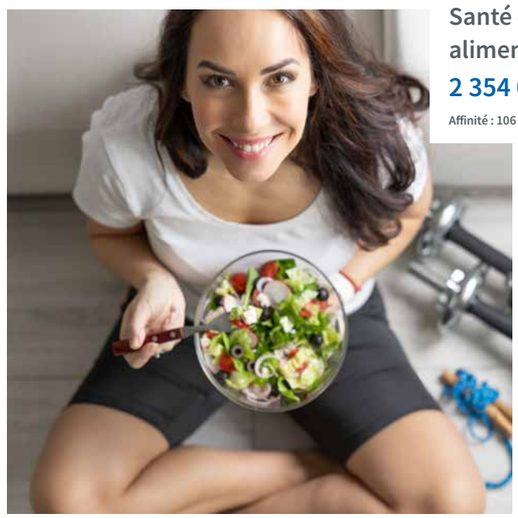
17,8% école obligatoire — Affinité 105	**46,3%** école secondaire — Affinité 108	**35,9%** hautes écoles — Affinité 89

Revenu

15,8% jusqu'à Fr. 3.999.– — Affinité 112	**39,8%** Fr. 4.000.– à Fr. 7.999.– — Affinité 126	**44,4%** plus de Fr. 8.000.– — Affinité 90

Source : REMP MACH Strategy Consumer 2026

Les sujets qui intéressent particulièrement les utilisatrices et utilisateurs de Directs



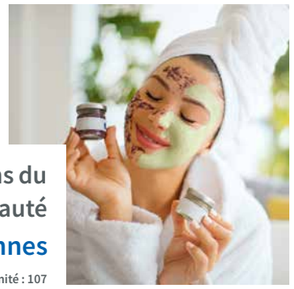
Santé et alimentation
2 354 000 personnes
Affinité : 106



Famille, enfants et partenaires
1 901 000 personnes
Affinité : 109



Informations pour les consommateurs
1 723 000 personnes
Affinité : 121



Cosmétiques, soins du corps, beauté
800 000 personnes
Affinité : 107



Habitat et aménagement d'intérieur
1 317 000 personnes
Affinité : 109

Source : REMP MACH Strategy Consumer 2026 – intérêt très élevé / plutôt élevé

Prix de la distribution en 2027

Directs

- Prix pour mille exemplaires.
- Format minimum : 105 × 148 mm (larg. x long.).
- Format maximum : 250 x 353 x 4 mm (larg. x long. x ép.).
- Grammage min. d'une feuille de papier de format A4 et inférieur, non pliée : 160 g/m².
- Les Directs de plusieurs pages > format A5 doivent être pliés dans la longueur, de préférence avec une reliure par collage.
- Les Directs pliés doivent présenter un des plis suivants : accordéon (zigzag), parallèle croisé ou fenêtre à huit pages (pli portefeuille). Les plis portefeuille et zigzag doivent être collés.
- Les plis ou collages doivent toujours être apposés sur le côté vertical (le plus long).

Les imprimés qui ne correspondent pas au format standard des Directs sont remis à la Poste Suisse pour distribution et sont facturés aux tarifs correspondants. Aucun rabais n'est accordé.

	Localités DMC ville [1]	Localités DMC agglomération [1]	Localités DMC régions rurales [1]
Poids	**Prix pour mille**	**Prix pour mille**	**Prix pour mille**
1 – 25g	CHF 125.–	CHF 131.–	CHF 140.–
26 – 50g	CHF 142.–	CHF 148.–	CHF 157.–
51 – 75g	CHF 159.–	CHF 165.–	CHF 174.–
76 – 100g	CHF 176.–	CHF 182.–	CHF 191.–
101 – 125g	CHF 193.–	CHF 199.–	CHF 208.–
126 – 150g	CHF 210.–	CHF 216.–	CHF 225.–
151 – 175g	CHF 227.–	CHF 233.–	CHF 242.–
176 – 200g	CHF 244.–	CHF 250.–	CHF 259.–

Autres poids sur demande

Sous réserve de modifications de prix et de délais

[1] Les Direct sont distribués à l'intérieur du support média Consumo. L'attribution des catégories des localités est effectuée par l'Office Fédéral de la Statistique (OFS)

Délais	
Jours de distribution	**Dépôt au centre de production & logistique de Niederbipp**
Mardi – mercredi	Lundi de la semaine précédente, 11 h 00
Avant ou après les jours de fêtes	Sur demande

Contact

Pour vos questions : tél. +41 58 341 62 00

Adresse

Direct Mail Company AG - Production & Centre logistique
Fenchackerweg 1, CH-4704 Niederbipp

Prestations spéciales, rabais et conditions

Liassage

Pour assurer un traitement mécanique irréprochable, la livraison des Directs doit être homogène. Les envois ne sont pas croisés et sont tenus par une bande en plastique. Les marchandises non liassées ou mal liassées doivent être reconstituées en liasses. Ce nouveau liassage est facturé en sus. Poids maximum d'une liasse : 7 kg.

Poids	Prix DMC pour mille [2]
1–50 g	CHF 6.– pour mille
51–100 g	CHF 8.– pour mille
101–150 g	CHF 10.– pour mille
151–250 g	CHF 12.– pour mille

Poids	Prix Poste pour mille [2]
1–250 g	CHF 32.– pour mille

[2] Pour les envois de formes irrégulières, non liassables ou empilables, qui exigent une charge de traitement supplémentaire, un supplément sera facturé en fonction du travail occasionné.

Entreposage

Si les Directs sont livrés plus de 10 jours ouvrables avant la date de distribution, les frais d'entreposage sont à la charge du donneur d'ordre. Prix : CHF 19.– par palette et par période supplémentaire de 30 jours.

Rabais Directs

de CHF	à CHF	Rabais client
0.–	49.999	–
50.000.–	99.999	2,5%
100.000.–	199.999	5,0%
200.000.–	299.999	6,0%
300.000.–	399.999	7,0%
400.000.–	499.999	8,0%

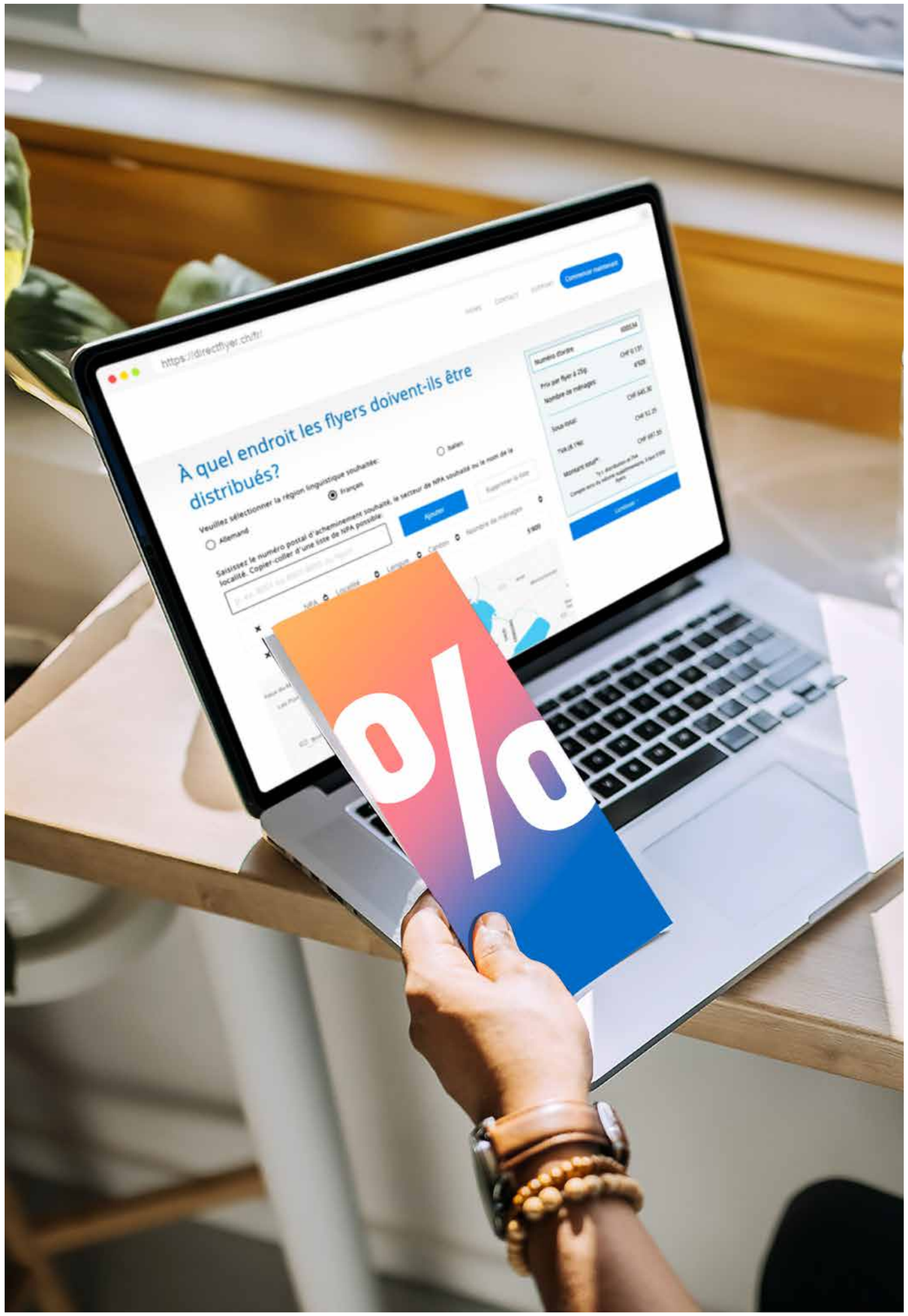
de CHF	à CHF	Rabais client
500.000.–	599.999	9,0%
600.000.–	699.999	10,0%
700.000.–	799.999	11,0%
800.000.–	899.999	12,0%
900.000.–	999.999	13,0%

- Volumes supérieurs sur demande
- Durée : 12 mois

Conditions

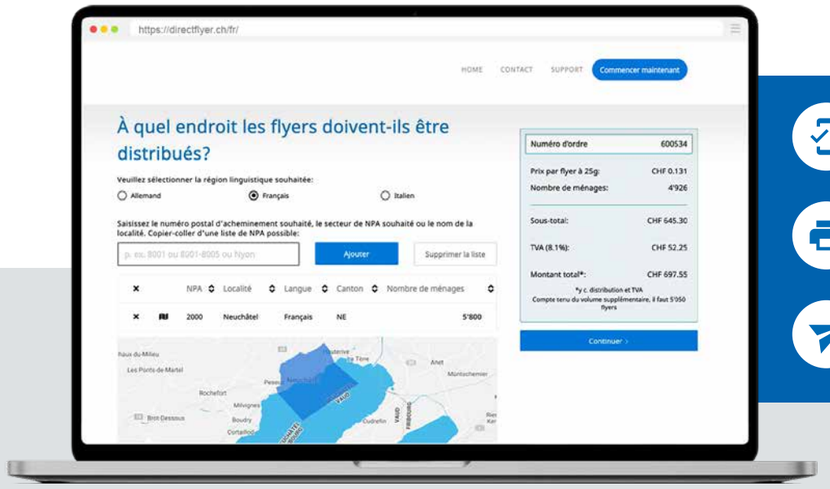
30 jours net, TVA en sus. Le montant minimal de facturation s'élève à CHF 75.– par mandat/contrat pour les Directs de tous types. Les suppléments ne donnent pas droit à des rabais.

Veuillez consulter nos conditions générales (CG) et «Directives techniques» sur www.dm-company.ch/fr/telechargements



La plateforme de réservation de Direct Mail Company AG
cliquer – planifier – réserver

Réservez avantageusement et en toute simplicité votre prochaine distribution de flyers sur **www.directflyer.ch**. L'impression est proposée en option.
La Poste se charge de distribuer vos flyers – rapidement et avantageusement.



Comment utiliser la plateforme de réservation ?

C'est tout simple :

1. Planifiez la zone de distribution désirée.
2. Vos flyers sont déjà imprimés ? En ce cas, vous pouvez nous les livrer directement. Vous ne les avez pas imprimés ? Il vous suffit de les télécharger au format PDF (données d'impression). Nous nous chargeons de leur impression et distribution.
3. Il ne reste plus qu'à choisir la date de distribution, puis de payer avec votre carte de crédit ou via Twint. C'est tout !

Rendez-vous sur www.directflyer.ch et accédez directement à la plateforme de réservation.

Consumo

Le guide conso







Guide conso portant sur 6 thèmes

Chaque semaine, Consumo se positionne en tant que guide de la consommation crossmédia sur les thèmes suivants : «Fitness et temps libre», «Boire et manger», «Maison et jardin», «Vitalité et santé», «Mobilité et voyages» ainsi que «Mode et beauté».

Les lectrices et lecteurs bénéficient en outre de concours, coupons et rabais. Les annonceurs, quant à eux, tirent parti d'un média attrayant pour le placement de leur message.

Tirage et degré de couverture élevés

- Distribution hebdomadaire par la Poste suisse
- Consumo se range parmi les 3 publications bénéficiant du tirage le plus élevé de Suisse

Consumo – le guide conso pour la Suisse

Consumo est le parfait support média pour la publicité non adressée en Suisse : l'édition imprimée atteint une fois par semaine, le mardi/mercredi, plus de 1,6 million de ménages qui souhaitent recevoir de la publicité.

Consumo est le seul média de son genre sur tout le marché suisse. Sous bien d'autres aspects aussi, il est tout à fait unique :

- Environnement publicitaire optimal grâce à des thèmes rédactionnels correspondants
- Acceptation élevée auprès des lectrices et lecteurs grâce à une présentation séduisante et à de nombreuses plus-values (rabais pour lectrices et lecteurs, bons, etc.)
- Grande marge de manoeuvres pour la créativité et la configuration individuelle (formats spéciaux, échantillons, etc.)
- Succès publicitaire clairement mesurable grâce aux nombreuses possibilités de dialogue et de réponse (coupons, concours, etc.)
- Proximité avec la consommation à domicile et l'environnement décisionnel ; interpellation en premier lieu des personnes responsables du ménage

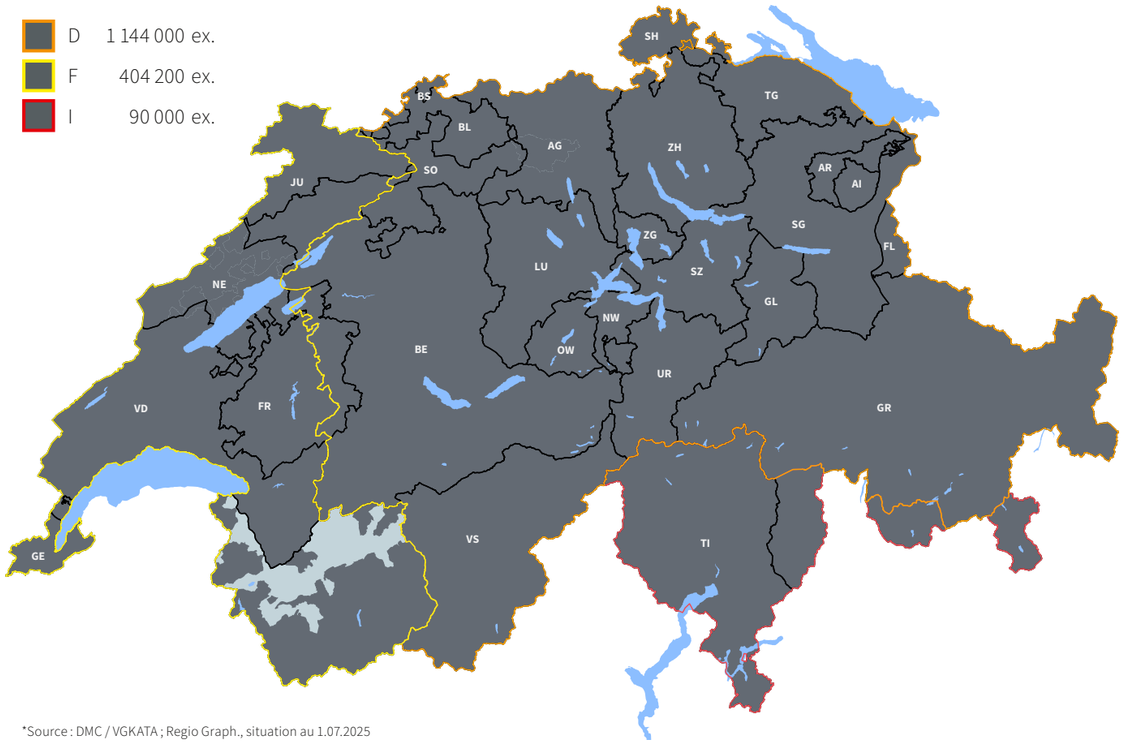
Consumo – le média de presse au degré de couverture élevé

- Média national, au degré de couverture élevé
- Contenu rédactionnel varié
- Groupe cible responsable des achats (et du ménage)
- Environnement publicitaire détendu (domicile)
- Grande affinité du groupe cible avec la publicité
- Imprimé en Suisse

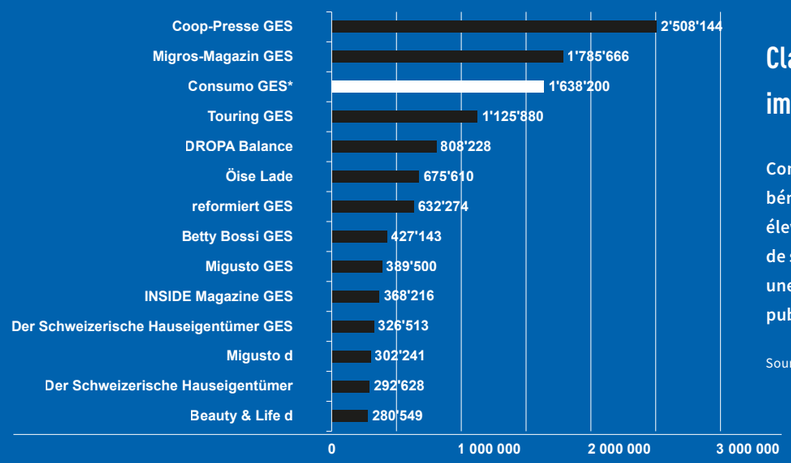
Zones de distribution et tirages

Tirage total : 1 638 200 ex.*

D 1 144 000 ex.
F 404 200 ex.
I 90 000 ex.



*Source : DMC / VGKATA ; Regio Graph., situation au 1.07.2025



Classement des publications imprimées (en fonction du tirage)

Consumo se range parmi les 3 publications bénéficiant du degré de pénétration le plus élevé de Suisse. En raison de l'exclusivité de ses annonces, Consumo vous offre une grande visibilité et donc un impact publicitaire accru.

Source : REMP Certification des tirages 2026

Composition du lectorat

Le coeur du lectorat de Consumo comprend des familles, des Best Agers (seniors) et des Singles (célibataires), qui ont été mis en évidence sur la base de l'ensemble des lectrices et lecteurs. Tous s'informent par le biais de Consumo et de ses encarts publicitaires sur les thèmes intéressants et les promotions actuelles.



Lucas, 35 ans, célibataire

« Même si je travaille beaucoup, le temps libre reste important pour moi. Ce que je préfère : faire des excursions ou du sport. »
Lucas vit seul dans un appartement moderne en location. Il occupe un poste de cadre et a de l'affinité avec le numérique. Il fait souvent des achats en ligne et recherche des solutions intelligentes et efficaces pour le quotidien.
« Pour mes achats, je mise sur les bonnes affaires et un bon rapport prix-prestations. »

Danièle, 55 ans, mariée

« Nos enfants prennent gentiment leur propre chemin. Aujourd'hui, mon mari et moi avons de nouveau plus de temps à nous. »
Daniela vit en agglomération avec son mari. Elle habite dans une maison individuelle et travaille à temps partiel. Lorsqu'elle achète, elle tient compte de la qualité, de la provenance suisse et des prix équitables.

« J'achète de manière réfléchie, en comparant les offres. Mais la qualité reste primordiale pour moi. »





Marie, 67 ans, retraitée

« J'apprécie le temps libre avec mon mari. On randonne, on voyage à travers la Suisse ou on se détend dans notre jardin. »
Marie vit en ville avec son mari, dans un appartement en copropriété. Elle attache une grande importance à la durabilité et achète de préférence des produits régionaux. Elle enrichit son quotidien par des voyages, des lectures et d'agréables moments passés à l'extérieur.

« Dans la mesure du possible, j'achète des produits suisses et régionaux. »

Scannez le code QR et découvrez-en plus sur Consumo

Socio-démographie

Les données socio-démographiques concernant les lectrices et lecteurs fournissent d'importantes informations. Celles-ci permettent de classifier le lectorat et de tirer des conclusions sur ses intérêts, ses valeurs et son comportement de consommation.

Le contexte socio-démographique du lectorat de Consumo est le suivant :

92,3% des lectrices et lecteurs de Consumo sont responsables du foyer et donc des décisions concernant les achats

Sexe

	64,2% femmes Affinité 127	**35,8%** hommes Affinité 72

Age

8,6% 14–34 ans Affinité 30	**28,0%** 35–54 ans Affinité 84	**63,4%** 55–99 ans Affinité 166

Type d'habitation

35,7% location Affinité 72	**64,3%** propriété Affinité 128

Revenu

18,4% jusqu'à Fr. 3.999.– Affinité 131	**47,7%** Fr. 4.000.– à Fr. 7.999.– Affinité 131	**33,8%** plus de Fr. 8.000.– Affinité 69

Source : REMP MACH Consumer 2026
Lectorat de Consumo RRS (Heavy + Medium User)
874 000 lectrices et lecteurs réguliers

Acceptation de la publicité

Les lectrices et lecteurs de Consumo sont favorables à la publicité et s'informent de manière ciblée sur les produits.
Ils et elles jugent les affirmations suivantes comme parfaitement / plutôt vraies :

70,5% disent :
«Je trouve très utile la publicité pour les nouveaux produits sur le marché.»
Affinité 134

75,7% disent :
«Je m'informe souvent avant les achats pour savoir où trouver des promotions.»
Affinité 141

60,2% disent :
«Grâce à la publicité, je découvre plus souvent des produits intéressants.»
Affinité 160



Source : REMP MACH Consumer 2026
Lectorat de Consumo RRS (Heavy + Medium User)

Votre message publicitaire dans le Consumo

Adressez-vous à votre clientèle via Consumo. Faites-vous une idée générale de la manière dont Consumo est structuré et contactez-nous afin de planifier la parution de votre message publicitaire.



1 Page de couverture Consumo
(page de couverture 1, réalisation par la rédaction)
La page-titre éveille des émotions et suscite de l'intérêt pour l'histoire.

2 Surface publicitaire : champ d'en-tête
(page de couverture 1)
Le champ d'en-tête sur la page de couverture peut être utilisé, soit en tant que surface publicitaire autonome, soit comme complément idéal à d'autres annonces ou prospectus dans le Consumo.

3 Surface publicitaire : bandes d'en-tête et de pied de page (page de couverture 1)
L'annonce qui figure sur le haut ou le bas de la page de couverture peut servir, soit de surface publicitaire autonome, soit de complément idéal pour d'autres annonces ou prospectus dans le Consumo. Un champ d'en-tête et de pied de page sur la même couverture – ou une bande et un champ d'en-tête – ne sont pas possibles.

4 Contenu (pages internes 2/3, réalisation par la rédaction)
Les lectrices et lecteurs trouvent une page et demie à deux pages d'articles passionnants, d'astuces et de concours réguliers sur les thèmes les plus divers, qui sont repris et poursuivis sur notre site web.

5 Surface publicitaire : annonce 1/2 page
(page interne 3)
La demi-page est placée en fin de texte, ce qui lui garantit un degré d'attention élevé.

6 Surface publicitaire : coupons (page interne 3)
A la place de la surface publicitaire d'une 1/2 page, il est possible d'insérer une bande publicitaire composée de 3 coupons maximum.

7 Surface publicitaire : annonce 1/1 page
(page de couverture 4)
La page de couverture (verso) est réservée aux annonces publicitaires des annonceurs.

Intéressé/e par un publireportage ?

Donnez le ton et tirez le meilleur parti de Consumo en optant pour un publireportage.

Déroulement

1. • En réservant trois surfaces publicitaires (A champ d'en-tête sur la page titre, B annonce 1/2 page et C page de couverture 4), les annonces peuvent être placées dans un environnement en affinité avec le sujet.

2. • La cliente ou le client fournit à la rédaction un briefing aussi détaillé que possible. La rédaction établit sur cette base un texte qui répond aux exigences commerciales de la cliente ou du client. Les images et les graphiques sont réalisés contre facturation ou livrés par la cliente ou le client. Les droits d'auteur et d'utilisation sont détenus par la cliente ou le client.

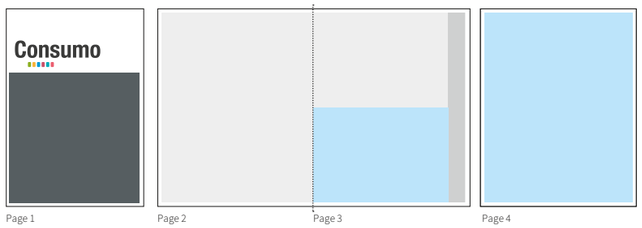


Autres informations

La rédaction a toute latitude dans la réalisation de l'édition (contenu et mise en page). Chaque édition de Consumo a pour objectif de susciter un maximum d'intérêt auprès des lectrices et des lecteurs. Les identifiants de produits sont possibles pour autant qu'ils servent à expliquer le contenu ou qu'ils soient contextuellement nécessaires.
Le placement de logos n'est pas autorisé en dehors des surfaces publicitaires. La rédaction se réserve le droit de refuser un texte ou un thème sans fournir de justification.

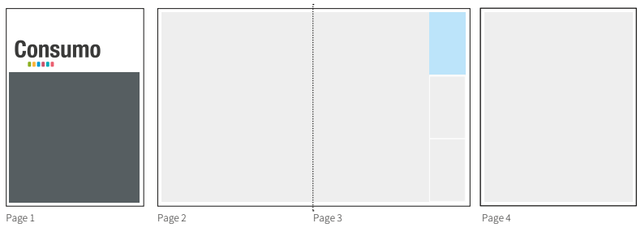
Formats et prix d'impression (édition complète)

Prix pour les éditions uniquement en français, allemand ou italien sur demande.

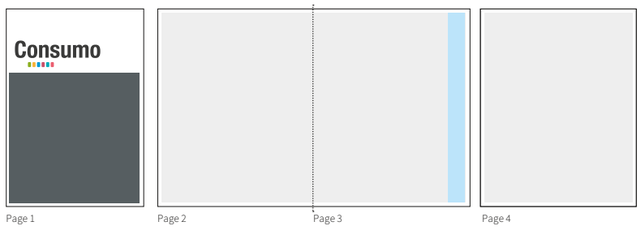


Annonce 1/2 p. 3
202 × 143 mm
Brut : CHF 14.930

Annonce 1/1 p. 4
234 × 293 mm
Brut : CHF 29.850



Coupon (texte, illustration du produit, code EAN)
Accroche : max. 50 signes, espaces incl.
Corps de texte : max. 230 signes, espaces incl.
Image : 45 x 37 mm / 300 dpi
Brut : CHF 14.940 (3 cases)
Brut : CHF 4.980 (1 case)
Réalisation conformément aux directives.

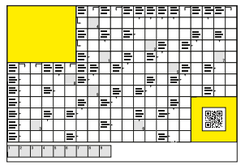


Pli arrière p. 3
28 × 283 mm
Brut : CHF 6.490

Formats régionalisables

La distribution du **post-it** et de la carte en **couverture DIN A6/A7** est géographiquement limitée. Veuillez nous contacter.





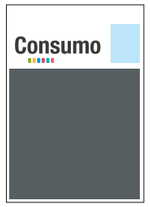
Sponsoring du jeu-concours

Un prix peut être fourni et la marque placée dans l'environnement du jeu-concours. L'acquisition des données de participation est optionnelle. Nous sommes à votre disposition pour une information personnalisée.

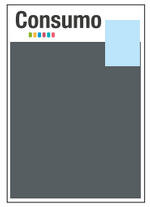
Téléchargements :
https ://www.dm-company.ch/fr/telechargements
• Profil d'impression pour annonces
• Directives de réalisation p/coupons
• Données techniques de Consumo

Transfert de données jusqu'à 2 GB :
in-media.wetransfer.com/ ou à redaktion@consumo.ch

Consumo



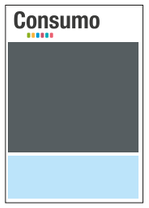
Champ d'en-tête
60 × 69 mm
Brut : CHF 8.970



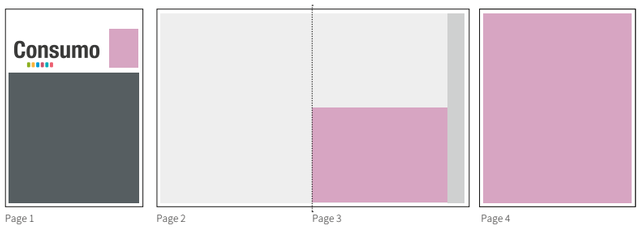
Champ d'en-tête grand
64 × 80 mm
Brut : CHF 11.490



Bandes d'en-tête/ de pied de page
196 × 33 mm
Brut : CHF 9.870



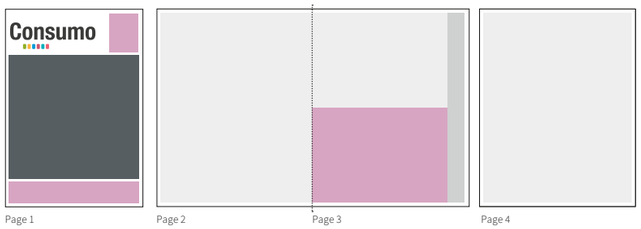
Bande de pied de page grande
196 × 64 mm
Brut : CHF 18.990



Publireportage
(texte, champ d'en-tête 60 x 69 mm, annonce 1/2 p. 3, annonce 1/1 p. 4)

CHF 49.612

Les frais d'image et de réalisation sont facturés en fonction du volume de travail occasionné et ne donnent pas droit à des rabais. Autres combinaisons d'annonces sur demande.



Publireportage petit, version A
(texte, champ d'en-tête 60 x 69 mm, bande de pied de page 196 mm x 33 mm, annonce 1/2 p. 3)

CHF 21.852

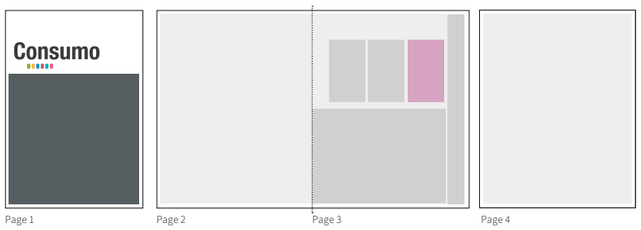
Les frais d'image et de réalisation sont facturés en fonction du volume de travail occasionné et ne donnent pas droit à des rabais. Autres combinaisons d'annonces sur demande.



Publireportage petit, version B
(texte, champ d'en-tête 60 x 69 mm, pli arrière p. 3 28 x 283 mm, annonce 1/2 p. 3)

CHF 21.852

Les frais d'image et de réalisation sont facturés en fonction du volume de travail occasionné et ne donnent pas droit des rabais. Autres combinaisons d'annonces sur demande.



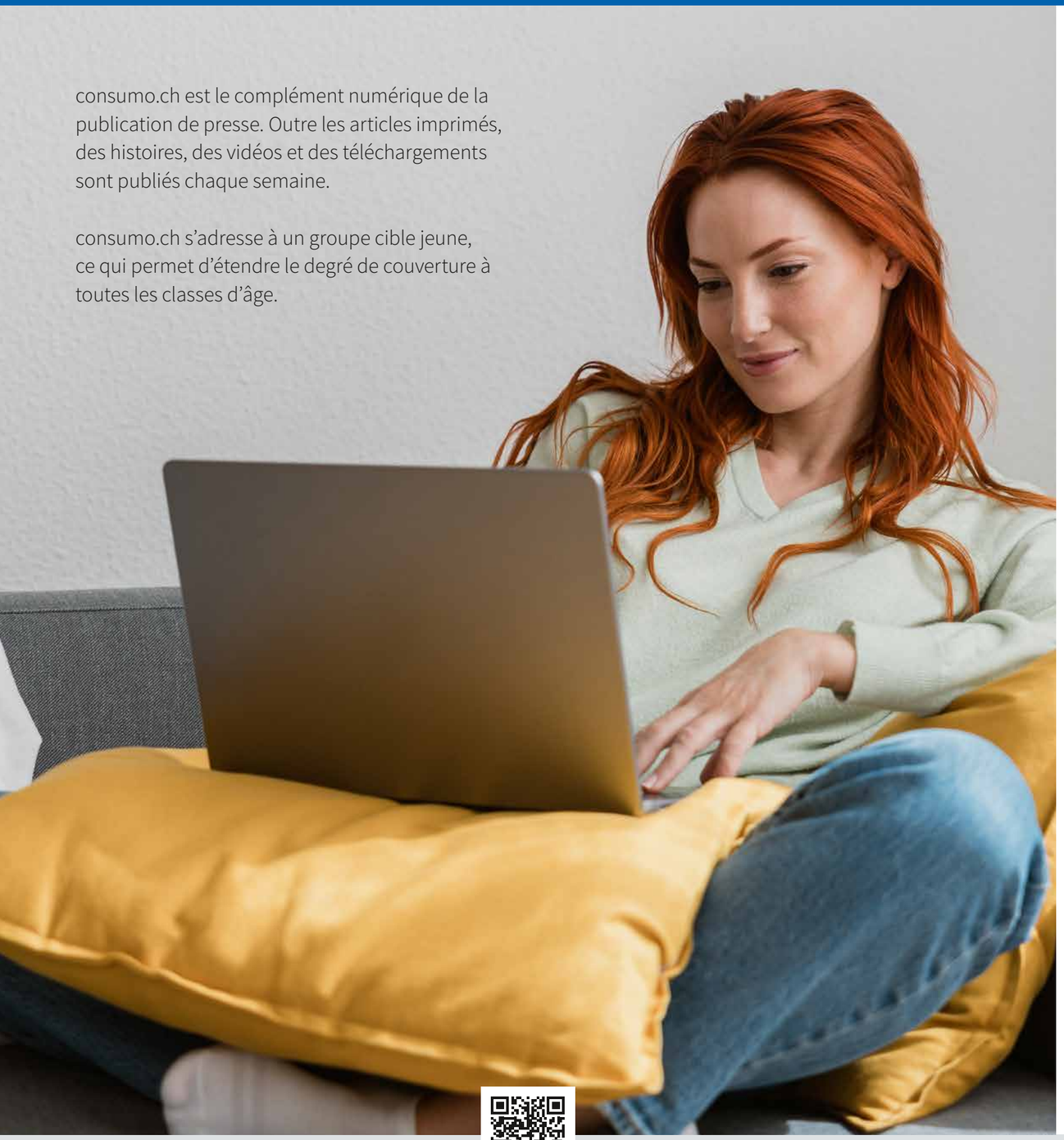
Publitexte
(logo, 500 signes max., accroche comprise)
56 × 90 mm
Brut : CHF 4.570

Sous réserve de modifications de prix et de délais.

consumo.ch – le guide en ligne

consumo.ch est le complément numérique de la publication de presse. Outre les articles imprimés, des histoires, des vidéos et des téléchargements sont publiés chaque semaine.

consumo.ch s’adresse à un groupe cible jeune, ce qui permet d’étendre le degré de couverture à toutes les classes d’âge.



https ://www.consumo.ch/le-guide-conso

Formats et prix sur Consumo.ch

Affichage des formats publicitaires



Rectangle*

600 × 500 pixels
Taille : max. 70 KB
Résolution : 72 dpi
Formats : HTML5, GIF, JPEG

Diffusion : 4 semaines
Brut : CHF 2.000.–



Coupons

Diffusion : pendant la durée de validité, au max. 4 semaines
Brut : CHF 2.000.–







Advertorial

Article + rectangle* + envoi unique de la Newsletter

Texte : 2500 – 3000 signes (D/F/I)
Images : max. 4 pièces
Taille : 1016 X 680 pixels (72dpi)
Contenu : livré par le client ou réalisé par la rédaction contre un supplément.
Délai selon accord.
Intégration vidéo sur demande.

Diffusion : 4 semaines
Brut : CHF 2.950



Bannière commerciale sur la newsletter

Taille : 600 X 300 pixels (72dpi)
Par envoi : CHF 500.–

Sous réserve de modifications de prix et de délais.

*** Mode de parution**

Durant la période réservée, les surfaces publicitaires sont diffusées sur le site web selon le principe de rotation (run of site). Il n’existe aucun droit quant au nombre minimum « d’impressions publicitaires » pendant la période de réservation, ni quant à l’ordre de placement. Lorsque la campagne est terminée, la cliente ou le client reçoit un rapport sur les valeurs atteintes. Les images animées ne doivent pas être perçues comme dérangeantes par la lectrice ou le lecteur. Afin de s’en assurer, ces images doivent être approuvées par la rédaction avant leur diffusion en ligne.

Rabais de chiffre d’affaires Consumo (bilan annuel)

Tous les rabais et commissions sont calculés sur la base des prix bruts.

Pour les annonces avec parution dans les 12 mois.
Tous les formats et changements de sujets sont possibles.
Les offres promotionnelles avec rabais spéciaux ne donnent pas droit au rabais sur le chiffre d’affaires. Non cumulable avec d’autres rabais.

Commission d’agence pour les agences reconnues : 5% pour les annonces et les reportages commerciaux.

Les coûts de réalisation, de production, de logistique, de traitement des Directs ainsi que les autres coûts techniques ne donnent pas droit à des rabais ou à des commissions.

Chiffre d’affaires/CHF	Rabais
30.000.–	2%
50.000.–	3%
100.000.–	5%
150.000.–	7%
200.000.–	10%
250.000.–	12%
350.000.–	15%
500.000.–	17%
750.000.–	20%

Rabais sur le volume

Les tarifs prévoient des rabais pour l’achat de volumes publicitaires déterminés (chiffre d’affaires ou quantité) pendant une durée définie (contrat de volume). Le rabais se fonde toujours sur la valeur publicitaire calculée en fonction de la facturation et non des coûts techniques, de distribution ou d’administration. Si, durant la période définie, les volumes sont dépassés et atteignent un niveau de rabais supérieur, celui-ci sera crédité avec effet rétroactif une fois le contrat parvenu à son terme.

Si les volumes convenus ne sont pas atteints durant la période définie, un rappel de rabais sera perçu. La mandante ou le mandant bénéficie d’une tolérance de 3% calculée sur le volume convenu par contrat.

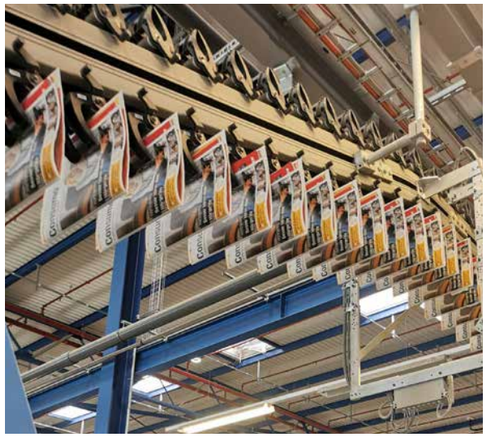
La période de calcul du volume publicitaire est de 12 mois, sauf stipulation contraire par écrit. Le même taux de rabais est accordé pour toute la période. Le rabais sur le volume concerne uniquement le volume publicitaire d’une seule mandante ou d'un seul mandant. Les volumes non utilisés ne peuvent être reportés sur la période suivante.

Les rabais ne sont pas cumulables.









Notre centre de production et de logistique de Niderbipp

Notre centre de logistique prépare environ 600 mios d’imprimés par an pour toute la Suisse. Nos atouts phares :

Plus de 60 collaborateurs

3 machines machines à encarter Müller Martini

55 000 assemblages par heure

Contact

Directs



Roger Koblet
Directeur des ventes
T +41 58 341 61 02
roger.koblet@dm-company.ch



Anita Thom
Responsable Customer Services
T +41 58 341 61 20
anita.thom@dm-company.ch



Stephan Meili
Strategic Account Manager
T +41 58 341 61 03
stephan.meili.1@dm-company.ch



Andi Gemperle
Account & Media Analyst
T +41 58 341 61 33
andreas.gemperle@dm-company.ch



Stefanie Müller
Product Manager Directs
T +41 58 341 61 34
stefanie.mueller@dm-company.ch

Berne et Suisse centrale



René Brodbeck
Key Account Manager
T +41 58 341 61 07
rene.brodbeck@dm-company.ch

Suisse orientale



Erwin Stixenberger
Key Account Manager
T +41 58 341 61 05
erwin.stixenberger@dm-company.ch

Zurich



Alexander Steinmann
Key Account Manager/Agenturen
T +41 58 341 61 04
alexander.steinmann@dm-company.ch

Suisse occidentale



Olivier Buchilly
Key Account Manager
T +41 58 341 61 09
olivier.buchilly@dm-company.ch



Karine Pongan
Key Account Manager
T +41 58 341 61 08
karine.pongan@dm-company.ch

Tessin



Customer Services
T +41 58 341 61 01
vid@dm-company.ch

Consumo



Roberto Blank
Sales Manager
T +41 58 341 61 31
roberto.blank@dm-company.ch



Fabienne Kaufmann
Product Manager Consumo
T +41 58 341 12 92
fabienne.kaufmann.1@dm-company.ch



Massimo Moretti
Responsable Marketing Services /
Sales Manager
T +41 58 341 61 32
massimo.moretti@dm-company.ch

Contact général

Direct Mail Company SA
Bâle – Genève – Niederbipp –
Saint-Gall – Urdorf – Vevey
Reinacherstrasse 131
CH-4053 Bâle
T +41 58 341 61 00
info@dm-company.ch
www.dm-company.ch

Notes

Photos : Direct Mail Company ; Consumo ; Getty Images

Direct Mail Company

Pour une publicité efficace.

Swiss Post Advertising

Direct Mail Company AG

Bâle – Genève – Niederbipp – Saint-Gall – Urdorf – Vevey

Reinacherstrasse 131

CH-4053 Bâle

T +41 58 341 61 00

info@dm-company.ch

www.dm-company.ch

Une entreprise de La Poste Suisse