

Convention de régie publicitaire

ENTRE :

[Identité complète]

Valablement représentée par **[Identité complète]**

Ci-après dénommé(e) « Le Prestataire »,

ET :

[Identité complète]

Valablement représentée par **[Identité complète]**

Ci-après dénommé(e) « Le Client »

Commentaire [FD1] :
Ne pas oublier de mentionner le siège social et le n° de BCE

Commentaire [FD2] :
Il doit s'agir de la personne physique ou morale qui a la capacité juridique d'engager la société

Commentaire [FD3] :
Idem commentaire 1

Commentaire [FD4] :
Idem commentaire 2

IL A PREALABLEMENT ETE EXPOSE CE QUI SUIT

[...]

La présente convention reprend l'intégralité de l'accord des parties. Dès lors, elle remplace et annule tout accord, communication, offre, proposition ou correspondance, verbal ou écrit, échangé ou conclu antérieurement entre les parties et ayant trait à l'objet de la présente **convention**.

Commentaire [FD5] :
Il est toujours très utile de relater le contexte dans lequel les parties à la convention ont été amenées à signer le contrat. Il ne faut pas hésiter à faire état, le cas échéant, des pourparlers préliminaires, etc. En cas de litige quant à l'interprétation de la convention, le préambule pourra être utile

IL A ENSUITE ETE CONVENU CE QUI SUIT

Article 1.- Objet

Le Client confie au Prestataire, à titre exclusif, la gestion des aspects publicitaires de son image commerciale connue sous la marque / dénomination **commerciale [...]**.

Les mêmes conditions s'appliqueront aux autres produits ou services que le Client pourra confier par la suite au Prestataire et qui feront l'objet d'avenants à la présente convention, prévoyant notamment la rémunération du Prestataire pour ces autres produits ou services.

Commentaire [FD6] :
Cette disposition est facultative. Si des éléments importants pour le contrat ont été prévus antérieurement à la signature, il faut alors le préciser dans le préambule

Le Prestataire mettra à la disposition du Client un gestionnaire de projet en la personne **de [...]** plus spécifiquement chargé (e) de l'étude, de la réalisation et du contrôle des campagnes publicitaires du **Client**.

Commentaire [FD7] :
Préciser la marque ou la dénomination commerciale dont la régie est confiée au Prestataire

Le Prestataire s'engage à exécuter la prestation de service conformément aux meilleurs standards de la profession, étant entendu qu'il n'assume qu'une obligation de moyen.

Commentaire [FD8] :
Préciser la personne qui sera responsable pour coordonner et mener à bien le projet

Le Client s'engage à collaborer avec le Prestataire pendant toute la durée d'exécution de la prestation de service, en vue de faciliter et améliorer la qualité des prestations telles que définies dans la présente convention. En outre, le Client fournira, sans délai, tout éclaircissement, explication, documentation / support utile à la réalisation de la prestation de service et répondra promptement aux éventuelles questions du Prestataire.

Commentaire [FD9] :
Il est important de désigner un chef de projet pour centraliser toutes les informations relatives à l'exécution des services

Article 2.- Définition de la mission confiée au Prestataire

Le Prestataire assurera au Client les prestations principalement définies ci-après

Commentaire [FD10] :
Les prestations définies à ce chapitre sont des exemples fréquemment rencontrés dans la pratique. Bien entendu, vous pouvez sans aucun problème supprimer / insérer des nouvelles prestations

II.1 Un conseil général en communication

- Evaluation des besoins spécifiques du Client ;
- Travaux de réflexion, d'élaboration de la stratégie et de recommandation ;
- Etude du marché ;
- Analyse des résultats post-campagnes et des recommandations correspondantes.

II.2 Analyse de la meilleure stratégie de communication

- Programme d'action optimum combinant les diverses techniques de communication : publicité, marketing direct, promotion des ventes, relations publiques, etc.
- A partir des objectifs désignés par le Client, le Prestataire contribuera à l'établissement des différentes stratégies de communication liées à l'activité des produits, marques ou services pour les médias et les éditions.

II.3 Elaboration de la stratégie de création publicitaire

- Développement de la conception publicitaire jusqu'au stade de l'approbation de chaque maquette préliminaire.

II.4 L'élaboration des plans d'action et de la définition générale des opérations médias

- Analyse des segments de marché et définition des cibles ;
- Choix des médias (traditionnels, hors média) et répartition budgétaire en fonction des décisions stratégiques ;
- Etablissement des budgets et calendriers d'action ;
- Analyse des investissements médias traditionnels de la concurrence.

II.6 Le média planning

- Mise à disposition et exploitation des études médias et enquêtes d'audience souscrites par l'agence nécessaires à la sélection des supports ;
- Choix des supports ;
- Propositions de plans médias ;

II.7 L'achat d'espaces publicitaires

- Mise au point détaillée, optimisation et suivi des plans médias ;
- Etablissement des devis ;
- Relations avec les supports ;
- Réservation des emplacements ;
- Contrôle des insertions (dates de parution et qualité des emplacements).

II.8 La réalisation de supports publicitaires

- Réalisation des maquettes et des textes finalisés, maquettes, *story-boards*, rédaction, etc.
- Réalisation de la production : achat d'art, prises de vues, exécution, photogravure, films, enregistrements, négociation des droits, etc.

II.9 Les projets d'études et les réalisations particulières

- Enquêtes ;
- Tests ;
- Achat et analyse pignes qualitatives et quantitatives des actions publicitaires de la concurrence ;
- Consultations juridiques éventuellement nécessaires au lancement d'une action publicitaire ;
- Création de logo, d'emballages, de marques...

Article 3. - Honoraires et frais du Prestataire

III.1. Honoraires

[...]

Les factures seront délivrées par le Prestataire à la fois sur support papier et sur un support électronique exploitable.

Tous les prix s'entendent HTVA.

Le paiement doit être effectué au compte bancaire n° **[Numéro]** dans les 30 jours calendrier à compter de la date de la facture. En cas de retard de paiement, la somme due est augmentée, de plein droit, d'un intérêt de retard annuel de 7%.

Commentaire [FD11] :
Il convient de compléter ici les modalités définies en ce qui concerne les tarifs. Il peut s'agir d'un tarif horaire, d'un forfait, la référence à un barème professionnel, etc. Vous êtes parfaitement libres de convenir le montant et les modalités de facturation

III.2. Frais

Les frais de déplacement des collaborateurs du Prestataire, au delà de **[Nombre]** kilomètres de son siège social, seront pris en charge par le Client. Ils sont remboursés immédiatement sur présentation de justificatifs. De même, les frais d'hébergement, de voyages, de restauration éventuellement nécessaires pour la prestation de service feront l'objet d'un remboursement immédiat, sur présentation de justificatifs au **Client**.

Commentaire [FD12] :
D'autres modalités peuvent être envisagées. Il ne s'agit que d'un exemple

III.3. Prestations exceptionnelles

Certaines prestations spécifiques ou exceptionnelles n'entrant pas dans le cadre des prestations définies au point II ci avant, devront faire l'objet d'un devis préalable qui devra impérativement être présenté au Client et ne pourront être entamées que moyennant acceptation écrite de ce dernier.

III.4. Travaux publicitaires (maquettes, impressions, etc.)

Tous les travaux engagés par le Prestataire et entraînant une dépense aux frais du Client feront l'objet de devis préalables, estimant leur montant en ce compris les taxes.

De même, le Prestataire présentera au Client une épreuve digitale du support publicitaire à créer. L'exécution des travaux publicitaires n'interviendra qu'après approbation expresse du Client quant au devis et à l'épreuve digitale.

L'accord du Client pourra intervenir par tout moyen, en ce compris par voie électronique.

Il est admis entre les parties que le Prestataire agira à l'égard des tiers au nom et pour compte du Client de telle sorte que ce dernier assumera, en toute hypothèse, la responsabilité de la relation contractuelle et extracontractuelle avec les sous-traitants. A ce titre, le Client garantit le Prestataire de toute contestation émanant du tiers avec lequel le Prestataire a traité au nom et pour compte du Client, ainsi que toute condamnation éventuelle en principal, intérêts et frais.

Commentaire [FD13] :
Cette disposition doit être maintenue avec prudence !

Dans le cas où le Client déciderait de modifier, rejeter, d'annuler ou d'interrompre un travail en cours, le Prestataire lui indiquera les débits et remboursements résultant de ce changement. Le Prestataire ne saurait en aucun cas, encourir la moindre responsabilité pour les annulations ou changements décidés par le Client, après approbation expresse du devis.

Article 4. - Responsabilité des parties – charge des risques

IV.1. Responsabilité du Prestataire

Le Prestataire est tenu, de manière générale, à une obligation de moyen.

Il ne sera en aucun cas tenu responsable des éventuels dommages indirects encourus par le Client ou tout autre tiers. Par ailleurs, le Prestataire n'est tenu que de son dol ou sa faute lourde. Il n'est pas responsable du dol ou de la faute lourde de ses préposés, commettants et, en règle générale, de ses agents d'exécution en ce compris les sous-traitants.

Commentaire [FD14] :
On peut parfaitement imaginer définir une obligation de résultat

En tout état de cause, les risques sont mis à charge du Client dès la signature du bon de commande.

Les originaux, clichés, plans, films, maquettes et épreuves digitales ou autres et d'une manière plus générale, les supports publicitaires réalisés par le Prestataire et / ou un tiers pour le compte du Client sont, le cas échéant, conservés par le Client aux risques et périls de ce dernier qui dégage expressément le Prestataire de toute responsabilité.

Sauf mention contraire figurant au bon de commande, les frais de port et d'emballage sont à charge du Client ainsi que les frais éventuels de conservation à dater du moment où le Client a été invité à en prendre possession. Sauf mention contraire figurant au bon de commande, les marchandises commandées sont expédiées aux frais du Client et transportées à ses risques et périls.

Le Prestataire s'engage à souscrire toutes les assurances nécessaires aux frais du Client qui s'engage par conséquent à payer les primes d'assurance. Les assurances couvriront au minimum le vol, les dégâts au matériel ou occasionnés par celui-ci.

Si le Client souhaite souscrire une assurance particulière qui ne couvre pas les dommages visés ci avant, il lui appartiendra d'entamer les démarches nécessaires à ses frais.

Le matériel publicitaire sera censé être agréé par le Client dès la livraison.

Pour être valable, toute réclamation doit être faite exclusivement par écrit, au siège social du Prestataire, et ce dans les **[Nombre]** jours qui suivent la livraison. Si le Client néglige de prendre livraison, le délai prend cours à la réception de la facture, de la note d'envoi ou de tout autre document similaire.

IV.2. Responsabilité du Client

Dans sa version d'évaluation, l'intégralité du document n'est pas disponible.

Vous pouvez acquérir la version complète et éditable de ce document soit directement en ligne sur notre site www.legaldesk.be ou en nous adressant un email à l'adresse orders@legaldesk.be en précisant le titre du modèle que vous souhaitez recevoir.