

Contrat et Conditions générales

ENTRE LES SOUSSIGNÉS :

[CLIENT], établie et ayant son siège social à [], L-[] Luxembourg,

ici représentée par [],

ci-après dénommée le « Client »,

D'UNE PART, ET

[AGENCE], établie et ayant son siège social à [], L-[] Luxembourg,

ici représentée par [],

ci-après dénommée « [AGENCE] »,

D'AUTRE PART,

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

1. Objet du Contrat

L'objet du présent contrat de prestations de services, ci-après dénommé (« le Contrat ») est de déterminer les termes et les conditions régissant les prestations de service par [AGENCE] au Client et le paiement de ces prestations par le Client à [AGENCE].

Le Client confie à [AGENCE] la gestion du budget de communication des produits, des services ou des marques désignés ci-dessous et dans les conditions précisées dans le présent Contrat :

- [Description de produit/ service, marque 1 faisant objet du présent Contrat]
- [Description de produit/ service, marque 2 faisant objet du présent Contrat]

Les mêmes conditions s'appliqueront aux autres produits ou services que le Client pourra confier par la suite à [AGENCE] et qui feront l'objet d'avenants au présent contrat, prévoyant notamment la rémunération de [AGENCE] pour ces autres produits ou services.

[AGENCE] met à la disposition du Client une équipe spécialement chargée de l'étude, de la réalisation et du contrôle de ses campagnes de communication concernant le produit ou le service.

[AGENCE] met également à la disposition du Client, l'ensemble de ses services :

- Marketing
- Création et production
- Média

Le présent contrat s'applique sur le territoire du Luxembourg.

2. Prestations de l'agence

Dans le cadre du présent contrat, [AGENCE] assurera au Client toutes les prestations nécessaires et notamment :

1. Un conseil général en communication
 - Évaluation des besoins spécifiques du Client
 - Travaux de réflexion, d'élaboration de la stratégie et de recommandation
 - Étude du marché
 - Analyse des résultats post-campagnes et des recommandations correspondantes
2. Un conseil général en recherches
 - Mise au point des méthodologies et des protocoles d'études
3. La détermination 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.
 - À partir des objectifs désignés par le Client, [AGENCE] contribue à l'établissement des différentes stratégies de communication liées à l'activité des produits, marques ou services pour les médias et les éditions.
4. L'élaboration de la stratégie de création
 - Développement de la conception publicitaire jusqu'au stade de l'approbation de chaque maquette préliminaire
5. L'élaboration des plans d'action et de la définition générale des opérations médias
 - Analyses 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
 - Analyses des investissements médias traditionnels de la concurrence
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
7. L'achat d'espace
 - Mise au point détaillée, optimisation et suivi des plans médias
 - Établissement des devis clients
 - Relations avec les supports
 - Contrôle permanent des dispositions d'espace
 - Réservation des emplacements
 - Contrôle des insertions (dates de parution et qualité des emplacements)
 - Temps ordinateur
 - Vérification des factures
8. La réalisation de la stratégie de création
 - Réalisation des maquettes et des textes finalisés, maquettes sonores, story-boards, rédaction, etc.
 - Réalisation de la production : achat d'art, prises de vues, exécution, photogravure, films, enregistrements, négociation des droits, etc.
9. La réalisation des campagnes

- Ceci inclut l'ensemble des activités de production notamment d'imprimés publicitaires, après approbation par le Client des réalisations indiquées à l'alinéa 8.

10. Les projets d'études et les réalisations particulières

- Enquêtes
- Tests
- Achat et analyse de piges qualitatives et quantitatives des actions publicitaires de la concurrence (Secodip, Nielsen, etc.)
- Consultations juridiques
- Création de logo, d'emballages, de marques, ...

11. La mise en application et le suivi de l'exécution des programmes

- Articulation des opérations médias et hors-média
- Coordination entre les services
- Tenue des plannings
- Estimation des prix
- Passation des commandes
- Tenue des états budgétaires
- Contrôle des documents
- Coordination Client/ Agence

3. Rémunération

1. Honoraires

1e variante

Les prestations de l'Agence visées aux points 2.1 à 2.6 et 2.11, font l'objet d'une rémunération, sous forme d'honoraires annuels forfaitaires, d'un montant global de [_ _ _ _] euros.

Les éventuelles prestations non prévues au présent contrat et leur rémunération pourront faire l'objet d'avenants.

2e variante

L'Agence facturera les prestations visées aux points 2.1 à 2.6 et 2.11, conformément à son barème.

3e variante

L'Agence facturera les prestations visées aux points 2.1 à 2.6 et 2.11, sous forme d'honoraires de [_] % du budget.

2. Travaux et frais techniques

1e variante

En ce qui concerne les travaux techniques, visés aux points 2.8 et 2.9, la rémunération de l'Agence, agissant en qualité de maître d'œuvre, est calculée sur la base de [_] % des dépenses facturées.

2e variante

En ce qui concerne les travaux techniques, visés aux points 2.8 et 2.9, la rémunération de l'Agence, agissant en qualité de maître d'œuvre, est incluse dans les devis présentés au Client.

3e variante

En ce qui concerne les travaux techniques, visés aux points 28 et 2.9, la rémunération de l'Agence est fixée forfaitairement à [_ _ _] euros.

3. Prestations spécifiques

Les prestations définies à l'article 2.10 doivent faire l'objet de devis présentés au Client pour acceptation.

4. Frais

Les frais, éventuellement encourus au cours de la mission et non couverts et notamment les frais de déplacement à l'étranger, les frais de documentation pour achat d'études, ainsi que les frais de traduction, seront facturés sur base de justificatifs et après approbation expresse et préalable du Client.

Approbation des devis

Tous les travaux engagés par l'Agence et entraînant une dépense aux frais du Client feront l'objet de devis préalables, estimant leur montant hors taxe.

L'exécution des travaux publicitaires n'intervient qu'après approbation du Client. L'accord sur le devis pourra être donné par tout moyen.

Dans le cas où le Client déciderait de modifier, de rejeter, d'annuler ou d'interrompre un travail en cours, l'Agence lui indiquera les débits et les remboursements résultant de ce changement et ceci, de telle sorte que le Client puisse prendre sa décision en toute connaissance de cause.

L'Agence ne saurait en aucun cas, encourir la moindre responsabilité pour les annulations ou changements décidés par le Client après approbation du devis.

Conditions de facturation et modalités de règlement

5. Conditions de facturation

La facturation des honoraires de conseil s'établit au début de chaque mois.

La facturation des honoraires de création s'établit après approbation par le Client de celle-ci, ou, plus tard, 30 jours après présentation au Client de toute création commandée par celui-ci.

Les frais de production et les honoraires de suivi sont facturés après livraison au Client. Lorsque les usages prévoient le versement d'un acompte ou un paiement d'avance, il est facturé à l'identique au Client et réglé par celui-ci avant le début des premiers engagements de frais, le solde étant facturé à la livraison des travaux.

6. Conditions de règlement

Les factures seront réglées par le Client, soit à 30 jours date de facturation, soit selon les modalités prévues par les devis afférents.

Pour toute dépense supérieure à [_ _ _] euros, un acompte du prix sera facturé au Client avant le début des premiers engagements de travaux, le solde s'effectuera à la livraison des travaux.

7. Règlement hors délai

Le non-paiement du Client dans les délais prévus par le contrat, après mise en demeure, entraîne la facturation par l'Agence de pénalités à savoir d'un montant équivalent à celui qui résulte de l'application du taux d'intérêt légal.

Exclusivité et Confidentialité

8. Le Client s'engage pour la durée du contrat

Le Client s'engage pour la durée du contrat :

- À confier à l'Agence, l'exclusivité de ses actions de communication média relatives aux produits ou services objet du présent contrat, précisées à l'article 1er.
- À confier à l'Agence, l'exclusivité de ses actions de communication hors-média relatives aux produits ou services objet du présent contrat, précisées à l'article 1er.
- En contrepartie de l'engagement de non-concurrence, à verser à l'Agence une rémunération de [_ _ _] euros.

9. L'Agence s'engage pour la durée du contrat

L'Agence s'engage pour la durée du contrat :

- À ne pas effectuer d'actions de communication média et hors média en faveur de produits ou services directement concurrents de ceux énumérés à l'article 1er ci-dessus, sur le territoire objet du contrat, sauf accord écrit préalable du Client. Sont considérés comme produits ou services directement concurrents de ceux, objets du contrat : [_].
- À ne pas divulguer d'informations de caractère confidentiel ou considérées comme telles, qui lui auraient été communiquées par le Client, concernant un produit ou un service confié à la gestion de l'Agence.

Propriété littéraire et artistique

1e variante

10. Les droits de l'Agence

L'Agence demeure titulaire de ses droits d'auteur sur les créations publicitaires. L'exploitation des créations s'effectue conformément aux dispositions du présent contrat et des dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de la signature du contrat.

Toute utilisation de la création, non prévue au présent contrat, doit faire l'objet d'une autorisation expresse préalable et d'une rémunération à convenir.

Les éléments d'identification de l'entreprise, notamment le logo, le sigle, la marque, le conditionnement doivent faire l'objet d'un accord séparé prévoyant les modalités de cession des droits et la rémunération de celle-ci.

11. Les droits des tiers

En ce qui concerne les droits des tiers (droit d'auteur, droits voisins), ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes, et facturés à celui-ci.

Au cas où il serait envisagé de procéder à d'autres utilisations que celles initialement prévues, l'Agence s'efforcera de négocier en vue d'acquérir les droits de la création nécessaires à ces utilisations.

La cession consentie ci-dessus ne couvre pas les droits des personnes (droit à l'image, droit de la personnalité). Ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes et facturés à celui-ci.

L'Agence indiquera au Client le montant et la limite des droits acquis.

2e variante

12. Les droits de l'Agence

L'exploitation des créations s'effectue conformément aux dispositions du présent contrat et des dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de la signature du contrat.

Toute utilisation de la création, non prévue au présent contrat, doit faire l'objet d'une autorisation expresse et d'une rémunération égale à [] % du budget publicitaire affecté à l'exploitation de la création.

À l'expiration du présent contrat, l'Agence cédera au Client le droit de reproduire et de représenter l'ensemble de ses travaux, en contrepartie d'une rémunération égale à [] % du budget publicitaire affecté à l'exploitation de la création.

Les éléments d'identification de l'entreprise, notamment le logo, la marque, le conditionnement doivent faire l'objet d'un accord séparé prévoyant les modalités de cession des droits et la rémunération de celle-ci.

13. Les droits des tiers

En ce qui concerne les droits des tiers (droit d'auteur, droits voisins), ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes, et facturés à celui-ci.

Au cas où il serait envisagé de procéder à d'autres utilisations que celles initialement prévues, l'Agence s'efforcera de négocier en vue d'acquérir les droits de la création nécessaires à ces utilisations.

La cession consentie ci-dessus ne couvre pas les droits des personnes (droit à l'image, droit de la personnalité). Ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes et facturés à celui-ci.

L'Agence indiquera au Client le montant et la limite des droits acquis.

3e variante

14. Les droits de l'Agence

L'Agence cède ses droits d'auteur sur les créations publicitaires pendant le contrat sous réserve du règlement de l'Agence.

L'exploitation des créations s'effectue conformément aux dispositions du présent contrat et des dispositions légales et réglementaires en vigueur au moment de la signature du contrat.

Toute utilisation non prévue au présent contrat doit faire l'objet d'une autorisation expresse et d'une rémunération forfaitaire de [_ _ _] euros.

Les éléments d'identification de l'entreprise, notamment le logo, la marque, le conditionnement doivent faire l'objet d'un accord séparé prévoyant les modalités de cession des droits et la rémunération de celle-ci.

15. Les droits des tiers

En ce qui concerne les droits des tiers (droit d'auteur, droits voisins), ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes, et facturés à celui-ci.

Au cas où il serait envisagé de procéder à d'autres utilisations que celles initialement prévues, l'Agence s'efforcera de négocier en vue d'acquiescer les droits de la création nécessaires à ces utilisations.

La cession consentie ci-dessus ne couvre pas les droits des personnes (droit à l'image, droit de la personnalité). Ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes et facturés à celui-ci.

L'Agence indiquera au Client le montant et la limite des droits acquis.

4e variante

16. Les droits de l'Agence

Les droits de l'Agence sur les créations qui auront été suivies d'une exploitation sont cédés au Client.

La rémunération de cette cession pendant le présent contrat est couverte par la rémunération globale de l'Agence.

La rémunération de cette cession, pour tout mode d'exploitation de la création non prévu au présent contrat, sera égale à ... % du budget publicitaire correspondant.

La rémunération de cette cession, pour toute utilisation de la création en dehors du territoire prévu au contrat, sera égale à .[_] % du budget publicitaire affecté à l'exploitation de la création sur le territoire concerné.

La rémunération de cette cession, pour toute utilisation de tout ou partie de la création dans le cadre de produits dérivés du Client, sera égale à une somme forfaitaire de [_ _ _] euros (ou à [_] % du coût de production desdits produits ou encore à [_] % du chiffre d'affaires réalisé avec ces produits).

La rémunération de cette cession, pour toute utilisation de la création à l'expiration du présent contrat, sera égale à [_] % du budget publicitaire correspondant.

Les éléments d'identification de l'entreprise, notamment le logo, la marque, le conditionnement doivent faire l'objet d'un accord séparé prévoyant les modalités de cession des droits et la rémunération de celle-ci.

17. Les droits des tiers

En ce qui concerne les droits des tiers (droit d'auteur, droits voisins), ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes, et facturés à celui-ci.

Au cas où il serait envisagé de procéder à d'autres utilisations que celles initialement prévues, l'Agence s'efforcera de négocier en vue d'acquiescer les droits de la création nécessaires à ces utilisations.

La cession consentie ci-dessus ne couvre pas les droits des personnes (droit à l'image, droit de la personnalité). Ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec le Client suivant les nécessités des campagnes et facturés à celui-ci.

L'Agence indiquera au Client le montant et la limite des droits acquis.

5e variante

18. Droit d'auteur et droits voisins

La propriété littéraire et artistique comprend les droits d'auteur attachés aux créations originales, les droits voisins du droit d'auteur des artistes-interprètes.

En exécution de la mission qui lui est confiée, l'Agence produit des créations publicitaires (campagnes print, films publicitaires, objets, emballages, éléments d'identification de l'entreprise du Client ou de ses produits et de ses services), réalisés à l'initiative et sous la responsabilité de l'Agence.

L'Agence peut à cette occasion faire appel à des tiers, personnes physiques ou personnes morales, pour la réalisation ponctuelle de contributions particulières telles que photographie, illustration, film, et procédera à l'acquisition des droits d'auteur ou des droits voisins du droit

d'auteur spécifiquement attachés à ces contributions, auprès de chacun des intéressés, en fonction de la diffusion prévue d'un commun accord avec le Client, pour chaque création réalisée en exécution du présent contrat.

Les droits appartenant à l'Agence sur les éléments composant chacune des créations publicitaires qui seront réalisées en exécution du présent contrat sont cédés au Client pendant la durée de celui-ci, sans contrepartie financière distincte de celle prévue à l'article relatif à la rémunération de l'Agence.

Les droits acquis auprès des tiers, auteurs des contributions spécifiques visées ci-dessus, seront refacturés au Client conformément au devis préalablement accepté par celui-ci.

À l'expiration du contrat, si le Client souhaite poursuivre l'utilisation des créations réalisées par l'Agence en exécution du présent contrat, il sera subrogé dans les droits et obligations contractés par l'Agence avec les tiers et versera à l'Agence des droits d'auteur dont le montant sera négocié en fonction des utilisations envisagées.

19. Droit de la personnalité

Les rémunérations versées, au titre du droit de la personnalité, aux intervenants extérieurs tels que les mannequins, seront refacturées au Client dans les conditions prévues au devis qui lui ont été systématiquement soumis pour accord.

À l'expiration du présent contrat, si le Client souhaite poursuivre l'utilisation des créations réalisées par l'Agence en exécution du présent contrat, il sera subrogé dans les droits et obligations contractés par l'Agence avec les tiers.

Durée du contrat & Résiliation du contrat

20. Contrat à durée déterminée

Le présent Contrat est conclu pour une durée déterminée de [] mois.

Il entrera en vigueur à compter du v.

Le contrat est tacitement reconductible par périodes successives de même durée sauf résiliation par l'une ou l'autre des parties, notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception, au moins 6 mois avant chaque échéance contractuelle.

21. Contrat à durée indéterminée

Le présent contrat prend effet à compter du [] pour une durée indéterminée. Chaque partie a la faculté de le dénoncer par lettre recommandée avec accusé de réception, en observant un préavis de 3 (trois) mois.

22. Dispositions applicables quel que soit le contrat

Pendant la période de préavis, les relations entre l'Agence et le Client doivent se poursuivre de façon loyale, sincère et normale ; le Client ne doit pas confier à une autre entreprise les ordres

qui auraient dû être exécutés par l'Agence pendant la durée du préavis ; l'Agence doit exécuter avec soin et diligence les ordres du Client jusqu'à expiration du délai de préavis.

Le Client s'engage à poursuivre les contrats conclus par l'Agence avec des tiers en exécution du présent contrat ou à faire son affaire personnelle de leur résiliation avec ces derniers. Il aura également l'obligation dans le cas d'une rupture de son fait, de rembourser à l'Agence les dépenses et frais techniques et artistiques engagés par elle pour la préparation de la campagne.

À l'expiration du présent contrat, l'Agence remettra au Client l'intégralité du matériel et des documents confiés par ce dernier à l'exception de ceux qu'elle aura été autorisée à détruire.

La responsabilité de l'Agence ne pourrait être engagée au-delà d'un délai de 3 ans pour la conservation des documents qui lui sont confiés par le Client.

Responsabilité

23. Responsabilité du Client

Le Client mettra à la disposition de l'Agence, à titre confidentiel, tous les éléments qu'il lui sera possible de fournir à cette dernière et qui sont nécessaires à la connaissance des produits et services stipulés dans le présent contrat et à celle de leurs marchés.

Le Client garantit l'Agence de toutes les conséquences d'une action qui trouverait sa source dans les informations fournies par lui sur ses produits ou ses services.

Il est de ce fait responsable des informations qu'il transmet à l'Agence portant notamment sur le nom, la composition, les qualités, les performances du produit ou du service faisant l'objet du présent contrat.

Il est également responsable du respect des législations spécifiques à son activité.

En conséquence, l'Agence ne pourra en aucun cas être tenue pour responsable des projets qu'elle aura soumis au Client et au sujet desquels elle aura obtenu son accord, notamment en cas d'action en responsabilité.

24. Responsabilité de l'Agence

L'Agence ne doit pas manquer à son obligation de conseil.

L'Agence veille pour ce qui la concerne au respect de la réglementation de la publicité dans le cadre de la campagne qu'elle conçoit et diffuse pour le compte du Client.

L'Agence ne pourra être tenue pour responsable de toute décision prise par le Client ou tout tiers désigné par lui.

L'Agence s'engage à livrer au Client une campagne libre de tout droit dans la limite des recherches pouvant être accomplies et de l'information communiquée au Client conformément à l'article 7 du présent contrat.

Mandat

25. Prestations visées par le mandat

Pour l'achat des prestations limitativement énumérées à l'alinéa 2.7 (et éventuellement à l'alinéa 2.9 si ces prestations ne sont pas effectuées dans le cadre du contrat d'entreprise), l'Agence est mandataire du Client.

- Mandat pour l'achat d'espace

L'Agence négocie au nom et pour le compte du Client, les taux de remises qu'elle peut obtenir en fonction des barèmes et des conditions générales de vente des supports.

L'approbation des plans médias par le client engage la responsabilité de ce dernier quant aux ordres passés conformément à ces plans.

L'Agence n'est pas solidairement responsable avec le Client du paiement de l'achat d'espace du fait de son statut légal de mandataire.

- Mandat pour les imprimés publicitaires

Il est convenu d'un commun accord que les prestations entrant dans le cadre du mandat sont :

- l'impression
- la personnalisation
- le façonnage
- la mise sous pli
- le routage
- les affranchissements

L'Agence établit des devis estimatifs avant toute opération. Le statut de mandataire de l'Agence implique que l'approbation des devis par le Client engage la responsabilité exclusive de ce dernier quant au choix des fournisseurs et quant à la bonne exécution des prestations.

26. Rémunération du mandat

- Rémunération de l'Agence pour les opérations d'achat d'espace

1e variante

La rémunération de l'agence pour les opérations d'achat d'espace correspondra à une somme forfaitaire annuelle de [_ _ _] euros

2e variante

La rémunération de l'agence pour les opérations d'achat d'espace correspondra à une somme égale à [_] % du montant d'achat d'espace (le chiffre sur lequel s'appliquera ce pourcentage devra être défini. Ce pourcentage pourra varier selon les médias et les prestations effectuées par l'Agence).

3e variante

Toutes les remises prévues au tarif des supports en fonction des achats du Client sont entièrement acquises au Client et ne peuvent en aucun cas être conservées par l'Agence.

Parallèlement, les éventuels avantages liés au seul cumul des mandats du mandataire restent acquis à celui-ci.

Le Client bénéficie par ailleurs de [] % de toutes les négociations obtenues par l'Agence en sa faveur au-delà des conditions tarifaires standard en vigueur au moment de la passation des ordres. L'Agence conserve [] % de ces négociations hors conditions tarifaires standard en vigueur au moment de la passation des ordres.

- Rémunération de l'Agence pour les opérations d'achat de prestations d'édition ou de distribution d'imprimés publicitaires

L'Agence perçoit en rémunération de ses opérations d'achat de prestations ayant pour objet l'édition ou la distribution d'imprimés publicitaires, une rémunération correspondant à [] % des frais réels.

Toutes les remises prévues au tarif des fournisseurs en fonction des achats du Client sont entièrement acquises au Client et ne peuvent en aucun cas être conservées par l'Agence.

Le Client bénéficie de [] % de toutes les négociations obtenues par l'Agence en sa faveur au-delà du tarif en vigueur au moment de la commande. L'Agence conserve [] % de ces négociations hors tarif en vigueur au moment de la commande.

27. Conditions de règlement du mandat

1e variante

L'Agence est chargée du règlement des factures pour le compte du Client. Afin d'effectuer correctement le paiement à bonne date, le Client doit lui faire l'avance de fonds nécessaires [] jours à l'avance. Si du fait du non-paiement par le Client, l'Agence se trouve dans l'impossibilité de régler à bonne date les factures du vendeur, le Client s'engage à indemniser l'Agence des conséquences financières de cette défaillance.

2e variante

Le Client effectue directement le règlement des factures auprès des vendeurs.

Attribution de juridiction

1e variante

Toute contestation à l'exécution du présent contrat est soumise à l'arbitrage des parties.

À défaut d'accord entre les parties, le litige sera soumise à la juridiction des tribunaux de et à Luxembourg dont la compétence est reconnue expressément.

2e variante

Toute contestation à l'exécution du présent contrat est soumise à la juridiction des tribunaux de et à Luxembourg dont la compétence est reconnue expressément.

