

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

IP Guide

Conditions générales de vente

| | |
|---|----|
| 1. Champ d'application | 3 |
| 2. Définitions | 3 |
| 3. Engagement | 4 |
| 3.1. Lettre d'engagement | 4 |
| 3.2. Octroi des conditions | 4 |
| 3.3. Non-respect de l'engagement relatif au montant de l'investissement | 4 |
| 3.4. Non-respect des termes convenus dans l'engagement | 5 |
| 3.5. Convention d'achat global en radio régionale | 5 |
| 4. Commande | 5 |
| 4.1. Validité du bon de commande | 5 |
| 4.2. Envoi du bon de commande | 5 |
| 4.3. Engagement minimum | 6 |
| 4.4. Modification de campagne | 6 |
| 4.5. Report de campagne | 6 |
| 4.6. Annulation de campagne | 7 |
| 4.7. Refus de commande – Refus de campagne – Interruption d'exécution | 8 |
| 4.8. Planning de diffusion | 8 |
| 5. Message publicitaire | 8 |
| 5.1. Licéité & Responsabilité du contenu | 8 |
| 5.2. Validation du contenu à titre indicatif | 9 |
| 5.3. Autorisations – Mentions | 9 |
| 6. Matériel publicitaire | 10 |
| 6.1. Délais de livraison | 10 |
| 6.2. Sanction en cas de non-respect du délai de livraison | 10 |
| 6.3. Moyens de livraison et normes techniques | 10 |
| 6.4. Responsabilité du matériel – Propriété du matériel | 12 |
| 7. Tarifs & Conditions de paiement | 12 |
| 7.1. Tarifs | 12 |
| 7.2. Paiement des factures | 12 |
| 7.3. Conventions d'échange | 13 |
| 7.4. Assurance-crédit | 13 |
| 8. Confidentialité - Inaccessibilité | 13 |
| 9. Données à caractère personnel | 13 |
| 10. Dispositions générales | 14 |
| 11. Contestations – Réclamations | 14 |
| 12. Règlement des litiges | 14 |

1. Champ d'application

1.1. Les présentes conditions générales de vente s'appliquent aux engagements, commandes relatifs à la diffusion de messages publicitaires quelles qu'ils soient, pris par un Annonceur ou son Mandataire, auprès d'IP Belgium, intervenant en qualité de régie publicitaire.

1.2. La signature d'un engagement et/ou d'un bon de commande, conformément aux dispositions des articles 3 et 4, entraîne l'acceptation, par le signataire et la personne qu'il représente (ci-après « le mandant ») (ci-après indifféremment appelés « l'Annonceur »), des présentes conditions générales qui s'appliquent à l'exclusion de toutes autres. Seules sont applicables les Conditions Générales en vigueur au moment où l'opération est conclue.

1.3. L'Agence Media, l'Agence Créative, aussi bien que l'Annonceur, sont en tout état de cause, solidairement responsables envers IP Belgium du paiement des prix des ordres de publicité. Si le signataire agit en qualité de Mandataire, il se porte fort de la connaissance et de l'acceptation des présentes conditions par son mandant lesquelles lui sont dès lors opposables.

2. Définitions

Agence de Publicité, Agence Média ou Agence Créative : personne physique ou morale, mandatée et rémunérée par l'Annonceur afin d'agir en son nom et pour son compte aux fins d'acheter de l'Espace Publicitaire auprès de la régie publicitaire.

Annonceur : personne physique ou morale de droit privé ou public, association de droit ou de fait, achetant directement auprès de la régie publicitaire de l'Espace Publicitaire, en vue de l'insertion de Présence publicitaire dans le Contexte des médias commercialisé par la régie.

Campagne publicitaire nationale : toute forme de message d'annonceurs nationaux, (comme par exemple les spots de n'importe quelle durée, le parrainage d'émissions, le financement de programmes avec mention de l'annonceur, etc..) à l'exclusion de celle émanant des annonceurs régionaux et locaux.

Campagne publicitaire régionale (locale incluse) : campagne publicitaire d'un annonceur régional ou local défini comme répondant aux 4 critères cumulatifs suivantes :

- a.** Un annonceur dont l'établissement principal est situé dans l'aire de diffusion principale et d'origine d'une station et,
- b.** Dont la zone de chalandise est principalement située dans cette zone de diffusion et,
- c.** Qui peut faire la preuve qu'il n'utilise que la radio ou des médias à caractère local, et ceci dans sa région uniquement et,
- d.** Dont le message à concurrence de 75 % au moins du contenu concerne directement son activité régionale ou locale.

Contextes : selon les Plateformes, les contextes représentent le cadre dans lequel sont diffusées les Présences publicitaires (par exemple : programmes sur les chaînes de télévision, articles sur les sites internet, heure théorique de passage en radio, etc).

Espace Publicitaire : fenêtres destinées à l'insertion de Présences publicitaires achetées par un Annonceur ou son Agence.

Groupe d'Annonceurs : selon les règles commerciales en vigueur chez IP Belgium, pour considérer un Annonceur comme partie intégrante d'un groupe, cet Annonceur doit répondre aux exigences minimum suivantes :

- être une filiale détenue à 100 % par ce groupe ;
- comporter un centre de décision commun ;
- être représenté par un coordinateur média commun ;
- être représenté par une Agence Média commune ;
- opérer une centralisation de l'administration et de la facturation via une structure commune (n° de TVA et adresse de facturation) ;
- comporter la responsabilité finale de l'Annonceur quant à la production et commercialisation de ses produits et/ou service.

Plateformes : tous les supports sur lesquels les Présences publicitaires peuvent être exposées : chaîne TV, site internet, Plateforme numérique, mobile, service radiophonique...

Présences publicitaires : tous les types de formats permettant de véhiculer un message publicitaire, qu'il soit diffusé sous forme de spot TV, banner internet, «billboard» sur Plateforme numérique, mobile, spot radio...

3. Engagement

3.1. Lettre d'engagement

Un Annonceur (ou Groupe d'Annonceurs) ou son Agence peuvent prendre, auprès de la régie, un engagement d'investissement de budget, leur donnant droit à l'obtention d'un dégressif (cfr. politique commerciale), moyennant le respect de certaines conditions.

Pour pouvoir prétendre à l'obtention de ce dégressif, les trois conditions cumulatives suivantes doivent être rencontrées :

- a. Correspondre à la définition d'Annonceur ou Groupe d'Annonceurs telle qu'énoncée ci-dessus ;
- b. Signer une lettre d'intention ;
- c. Pour un montant minimal de 10 000€ net.

3.2. Octroi des conditions

3.2.1. Le dégressif est octroyé à partir du mois de la signature de la lettre d'intention, si celle-ci intervient avant le 15 du mois en question. Si la signature se fait après cette date, les conditions seront appliquées à partir du mois suivant.

3.2.2. Un Annonceur qui s'engage annuellement profite d'une période flottante de 3 mois lorsqu'il est présent en janvier et de 2 mois, à dater du 1er jour du mois de sa campagne.

Au terme de ces 2 mois, si la lettre d'intention n'est pas signée, plus aucune condition ne sera appliquée sur les campagnes et les conditions éventuellement perçues seront refacturées.

Les conditions définitives de l'Annonceur pourront être récupérées si la lettre d'intention est signée avant le terme de ces 2 mois.

3.2.3. Toute condition non consommée pendant l'année en cours, est non récupérable sur les années suivantes.

3.3. Non-respect de l'engagement relatif au montant de l'investissement

Si un Annonceur ne respecte pas le montant de l'investissement auquel il s'est engagé, une partie du crédit d'espace déjà consommé et une partie du montant qui restait à diffuser seront facturés selon les modalités de calcul ci-dessous :

| | |
|--------|--|
| < 10% | 5% du crédit d'espace consommé et 5% du montant annulé seront facturés |
| 10-20% | 15% du crédit d'espace consommé et 10% du montant annulé seront facturés |
| 20-50% | 30% du crédit d'espace consommé et 15% du montant annulé seront facturés |
| >50% | 50% du crédit d'espace consommé et 15% du montant annulé seront facturés |

3.4. Non-respect des termes convenus dans l'engagement

Si un Annonceur ne respecte pas la part de budget à laquelle il s'est engagé, un pourcentage des conditions offertes lui sera refacturé. Ce pourcentage dépend de l'écart entre la part de budget stipulée dans la lettre d'engagement et la part de budget réellement atteinte au terme de la durée dudit engagement.

| Pourcentage d'écart stipulé dans la LOI | Pourcentage de conditions offertes refacturées |
|---|--|
| < 10% | 15% |
| 10-15% | 25% |
| 16-20% | 30% |
| 21-25% | 35% |
| 26-30% | 40% |
| > 31 % | 50% |

3.5. Convention d'achat global en radio régionale

Dans le cadre d'une convention d'achat global d'espace publicitaire en radio régionale, si l'Annonceur (ou son Agence) ne diffuse pas le nombre minimum de spots prévus dans le délai imparti, il s'engage à payer un supplément de prix. Celui-ci équivaldra à l'avantage tarifaire dont il aurait bénéficié compte tenu des tarifs en vigueur et du dégressif quantité appliqués à chaque commande partielle réellement diffusée.

4. Commande

4.1. Validité du bon de commande

La diffusion de tout message publicitaire requiert la signature préalable par l'Annonceur d'un bon de commande qui doit parvenir à IP Belgium. L'acceptation du bon de commande par IP Belgium n'est valable que s'il est signé et daté par l'Annonceur. L'acceptation des campagnes publicitaires régionales devront faire l'objet d'une confirmation écrite de la part d'IP Belgium pour être définitivement acceptées.

La signature peut être faite soit manuellement, soit électroniquement auquel cas, elle devra avoir fait l'objet d'une convention-cadre conclue préalablement en fixant les modalités et spécificités. L'Annonceur accepte que toute communication électronique certifiée revête la même valeur qu'une lettre manuscrite et signée. L'Annonceur ne pourra invoquer l'absence de validité juridique des communications électroniques sous le seul prétexte que ces communications ont été effectuées de manière électronique.

Dans l'hypothèse d'une signature manuelle scannée, elle sera réputée constituer une signature originale manuscrite et répondre aux exigences légales d'imputabilité, d'authenticité et d'intégrité du contenu du contrat. Cette signature constituera une preuve valable et suffisante de l'acceptation de l'existence et du contenu du bon de commande et liera les Parties.

4.2. Envoi du bon de commande

La transmission du bon de commande dûment daté et signé à IP Belgium, par voie de fax ou email avec accusé de réception, engage l'Annonceur qui dispense dès lors IP Belgium de l'envoi de documents originaux par voie postale.

En outre, le bon de commande signé doit être renvoyé :

- dans les 21 jours après son édition, si la première diffusion débute au moins 4 semaines après l'envoi du bon de commande signé;
- dans les 8 jours après son édition, si la première diffusion débute entre 2 et 4 semaines après l'envoi du bon de commande signé;

- le lendemain de son édition au plus tard pour les campagnes qui démarrent endéans les 2 semaines après l'émission du bon de commande signé.
- à défaut de renvoi du bon de commande signé dans ces délais, il est retiré.

La réception d'un acompte par le commercial d'IP Belgium n'emporte pas acceptation de la commande. IP Belgium est en droit d'exiger, au préalable, des garanties de paiement, ainsi qu'il est précisé à l'article 7.

4.3. Engagement minimum

En signant un bon de commande, l'Annonceur s'engage sur un budget mensuel minimum. Tout bon de commande doit toujours comporter une partie payante représentant au minimum 50% de la valeur totale en espace de celui-ci.

4.4. Modification de campagne

4.4.1. Modification de campagne publicitaire nationale reprise dans le bon de commande

À l'exception des campagnes digitales qui ne peuvent être modifiées, toute modification de campagne publicitaire nationale, à la demande écrite de l'Annonceur, n'est possible qu'après signature du bon de commande par l'Annonceur et moyennant un délai de préavis de 7 jours ouvrables avant la diffusion du premier spot de la campagne et pour autant que les disponibilités du planning le permettent et que le budget initialement alloué, par média, sur le bon de commande ne souffre d'aucune diminution. De plus, pour le média Radio, il sera impossible de modifier la sélection des radios initialement opérée. Cette demande de modification doit être confirmée par écrit. Une seule modification du bon de commande signé sera acceptée.

Sont considérées notamment comme modifications:

- des modifications d'écrans appartenant au même mois de diffusion;
- des modifications d'écrans pour un montant inférieur à 10% du budget signé passant du mois de diffusion initialement prévu vers le mois suivant.

Les modifications d'écrans pour un montant supérieur à 10% du budget signé et n'appartenant pas au même mois de diffusion seront considérées comme un report de campagne.

Toute modification comprenant une demande de diminution de budget sera considérée comme une annulation partielle visée à l'article 4.5

4.4.2. Modification de campagne publicitaire régionale reprise dans le bon de commande

Toute modification de campagne publicitaire régionale à la demande écrite de l'Annonceur, n'est possible qu'après la signature d'un bon de commande par l'Annonceur et moyennant un délai de préavis de 15 jours ouvrables avant la diffusion du premier spot de la campagne et pour autant que les disponibilités du planning le permettent et que le budget initialement alloué, par média, sur le bon de commande ne souffre d'aucune diminution.

En cas de modification de campagne ayant pour effet de modifier les bases sur lesquelles un dégressif avait été originellement octroyé, il y aura lieu de procéder à un réajustement de ce dégressif et à une facturation complémentaire correspondante.

4.5. Report de campagne

Tout report de campagne n'est possible qu'après signature du bon de commande par l'Annonceur et moyennant un délai de préavis de 20 jours ouvrables avant la diffusion du premier spot de la campagne. La campagne ne peut être déplacée qu'une seule fois durant l'année en cours. Une campagne qui a été reportée doit démarrer dans les 2 mois qui suivent le jour du démarrage initial, pour autant que les disponibilités du planning le permettent. Une campagne qui a été reportée ne peut être annulée et le budget initialement alloué à cette campagne ne peut souffrir d'aucune diminution.

De plus, tout report de campagne implique pour l'Annonceur la prise en charge des frais de report pour un montant équivalent à 5% du montant du budget déplacé. Ces frais de report peuvent, le cas échéant, être déduits des conditions octroyées dans le cadre d'une lettre d'intention. Sont considérées comme reports:

- des modifications d'écrans pour un montant supérieur à 10% du budget signé passant du mois de diffusion initial vers un des deux mois suivants,
- la modification totale d'une campagne passant du mois de diffusion initial vers un autre mois de la même année, pour autant que la nouvelle campagne prévue soit réservée directement pour le même produit et pour un montant au moins équivalent.

Un report de campagne ne répondant pas explicitement aux conditions énoncées précédemment sera considéré comme une annulation de campagne.

4.6. Annulation de campagne

4.6.1. Annulation de campagne publicitaire nationale (télévision ou radio)

La commande peut être annulée en tout ou en partie si l'annulation est notifiée, par écrit, 12 semaines avant la diffusion du premier spot de la campagne, à l'exception de ce qui est indiqué à l'article 4.4.

Si ce délai n'est pas respecté, l'Annonceur devra payer une indemnité de dédit consistant en un pourcentage du montant, hors taxes, qui fait l'objet de l'annulation. Ce pourcentage est calculé comme suit :

| Date de réception de la demande écrite d'annulation de campagne (avant la date de diffusion du 1er spot de la campagne) | Débit en % à payer en cas d'annulation de la campagne |
|---|---|
| Au moins 8 semaines | 0% |
| De 4 à 8 semaines | 50% |
| Moins de 4 semaines | 100% |

Pour les sponsorings, High Frequency Info et les actions spéciales, lesquels requièrent la signature immédiate du bon de commande, sans aucun délai, les articles 4.4, 4.5 et 4.6 ne sont pas d'application, ces produits ne sont ni modifiables, ni déplaçables dans le temps, ni annulables après la signature du bon de commande.

4.6.2. Annulation de campagne publicitaire régionale

La commande peut être annulée en tout ou en partie si l'annulation est notifiée, par écrit, 3 semaines avant la diffusion du premier spot de la campagne.

Si ce délai n'est pas respecté, l'Annonceur devra payer une indemnité de dédit consistant en un pourcentage du montant, hors taxes, qui fait l'objet de l'annulation. Ce pourcentage est calculé comme suit :

| Date de réception de la demande écrite d'annulation de campagne (avant la date de diffusion du 1er spot de la campagne) | Débit en % à payer en cas d'annulation de la campagne |
|---|---|
| Au moins 3 semaines | 0% |
| Moins de 3 semaines | 100% |

4.6.3. Annulation de campagne (digital)

La commande peut être annulée en tout ou en partie si l'annulation est notifiée, par écrit, 4 semaines avant la diffusion du premier spot de la campagne.

Si ce délai n'est pas respecté, l'Annonceur devra payer une indemnité de dédit consistant en un pourcentage du montant, hors taxes, qui fait l'objet de l'annulation. Ce pourcentage est calculé comme suit :

| Date de réception de la demande écrite d'annulation de campagne (avant la date de diffusion du 1er spot de la campagne) | Débit en % à payer en cas d'annulation de la campagne |
|---|---|
| De 3 à 4 semaines | 20% |
| De 2 à 3 semaines | 50% |
| De 1 à 2 semaines | 75% |

| Date de réception de la demande écrite d'annulation de campagne (avant la date de diffusion du 1er spot de la campagne) | Dédit en % à payer en cas d'annulation de la campagne |
|---|---|
| Moins d'1 semaine (5 jours ouvrables) | 100% |

Si le travail de production est effectué par IP Belgium les annulations ne seront pas admises et ne donneront droit à aucun remboursement à moins qu'il en ait été convenu autrement entre IP Belgium et l'Annonceur.

4.7. Refus de commande - Refus de campagne - Interruption d'exécution

IP Belgium est libre d'accepter ou de refuser les commandes qui lui sont faites par l'Annonceur ou pour son compte sans devoir en justifier le motif.

En cas d'acceptation de la commande, IP Belgium se réserve le droit d'annuler ou d'interrompre l'exécution de la commande dans des cas justifiés. Ceux-ci visent notamment, mais non exclusivement, les cas où il y a des doutes raisonnables quant à la solvabilité de l'Annonceur ou à la licéité d'une annonce, où la campagne porte atteinte aux droits des tiers, choque, heurte ou blesse ou encore vise des produits et/ou services entrant en concurrence avec ceux de IP Belgium.

De même, tout organisme intervenant dans la diffusion des publicités pourra également refuser d'exécuter tout ordre de publicité ou d'en interrompre l'exécution, pour des raisons propres. Dans ces éventualités, l'Annonceur ne pourra prétendre à aucun dédommagement d'aucune sorte. L'ordre sera annulé de plein droit, la partie diffusée étant néanmoins facturée.

4.8. Planning de diffusion

Il est entendu expressément entre les Parties que les dates et heures prévues sur le bon de commande sont données à titre purement indicatif, les Présences publicitaires étant définies en fonction de leur place dans les contextes et non compte tenu d'un horaire précis.

Elles peuvent être modifiées, pour des raisons d'actualité ou d'opportunité, suivant la nécessité du programme, sans que l'Annonceur puisse prétendre à un dédommagement quelconque pour un ordre de diffusion demandé.

Si un spot réservé n'a pas pu être diffusé (par exemple suite à un problème technique ou autre), ce spot sera automatiquement remplacé par IP Belgium dans une même tranche horaire ayant une valeur au moins équivalente à celle de l'écran publicitaire original. Ce transfert sera effectué sans avis s'il concerne moins de 10% du nombre de spots prévus.

Contrairement à ce qui précède, en radio, si le spot n'a pas été diffusé suite à un problème technique sur l'un des émetteurs/fréquences de(s) (la) radio(s), qu'il s'agissait d'un spot national et que cette non-diffusion est inférieure à 10% du nombre de spots prévus, le spot non diffusé ne sera pas remplacé.

Les effets de la convention pourraient être suspendus, voire annulés, si un événement de force majeure devait suspendre le cours normal des émissions, voire y mettre fin.

Au cas où les autorisations administratives nécessaires seraient retirées au média commercialisé par IP Belgium, ainsi que dans l'hypothèse d'une défaillance de diffusion ou de distribution de contenu, l'ordre sera annulé de plein droit, sans indemnité pour l'Annonceur, la partie diffusée étant néanmoins facturée.

5. Message publicitaire

5.1. Licéité & Responsabilité du contenu

Les Annonceurs sont seuls responsables de la licéité du matériel (logos, textes, musiques, visuels, etc.) et du contenu du message publicitaire à l'égard des dispositions légales et déontologiques applicables.

IP Belgium se réserve par ailleurs le droit de refuser toute Présence publicitaire contraire aux dites dispositions, et ce à n'importe quel instant à partir du moment où elle en a pris connaissance, sans indemnisation de l'Annonceur, la totalité de la commande restant intégralement due à IP Belgium. L'approbation du scénario par IP Belgium ne dispense pas l'Annonceur de soumettre le fichier dans les formes prévues aux paragraphes suivants. Son approbation n'engage aucunement IP Belgium, même tacitement, à agréer la Présence publicitaire une fois produite. IP Belgium se réserve le droit de refuser le message sans aucune indemnité pour l'Annonceur.

Aucune propagande politique, philosophique ou religieuse n'est admise. L'Annonceur garantit en conséquence IP Belgium ainsi que l'organisme de diffusion, à l'égard de toute action ou revendication formées par un tiers. La garantie de l'Annonceur couvre non seulement les montants qu'IP Belgium ou l'organisme de diffusion seraient condamnés à payer aux dits tiers, mais également les frais et honoraires engagés en vue de la défense.

Tout droit de réponse de tiers ordonné par jugement sera facturé à l'Annonceur au prorata du temps d'antenne occupé. Les frais judiciaires et honoraires d'avocats qu'IP Belgium ou l'organisme de diffusion devraient exposer en raison d'une telle procédure seront à charge de l'Annonceur.

Le contenu et la formulation des messages de publicité ne doivent contrevenir à aucune disposition législative ou réglementaire en vigueur et ne peuvent être contraires aux chartes éthiques applicables et aux pratiques loyales du commerce.

L'Annonceur est seul responsable de toute réclamation qui serait formulée à l'encontre de la diffusion d'un spot, et qui serait fondée sur le droit d'auteur, la législation sur les marques et brevets, les droits de la personnalité, la réglementation de la concurrence déloyale ou audiovisuelle. Il tiendra IP Belgium quitte et indemne de tout préjudice qui en résulterait. En cas de pareille réclamation, IP Belgium se réserve le droit d'annuler la campagne, l'intégralité du prix restant due par l'Annonceur.

IP Belgium est adhérent au Jury d'Ethique Publicitaire et s'engage à respecter les décisions de modification ou d'arrêt de diffusion d'un message publicitaire, comme toutes décisions judiciaires. L'Annonceur ne pourra exercer aucun recours à l'encontre d'IP Belgium ni réclamer un quelconque dédommagement ou compensation en raison de l'application desdites décisions. La campagne sera annulée de plein droit sans indemnité pour l'Annonceur, la totalité de celle-ci étant néanmoins facturée.

5.2. Validation du contenu à titre indicatif

Le Comité de Contrôle du département IP Traffic émet son visa au nom de IP Belgium, conformément aux conditions générales de IP Belgium, aux lois et chartes éthiques applicables. Ce contrôle n'engage pas la responsabilité de IP Belgium et est exercé de manière purement indicative, l'Annonceur étant seul responsable du contenu de la Présence publicitaire, comme dit ci-dessus.

Le Comité de Contrôle est en droit d'exiger, aux seuls frais de l'Annonceur, la modification des éléments et des projets de publicité ou de les refuser. À l'exception des «banners», le contrôle s'applique en outre à la durée de la présence publicitaire, tout dépassement entraînant automatiquement la facturation de la durée supérieure prévue au tarif.

5.3. Autorisations - Mentions

Sauf autorisation expresse de IP Belgium, les messages dans lesquels des employés de IP Belgium ou d'un de ses mandants interviennent sont refusés. Cela vaut également pour les collaborateurs permanents du programme tels que les speakerines, commentateurs et animateurs, ainsi que pour tous les collaborateurs freelance qui apparaissent à l'antenne.

Les messages de publicité ne peuvent, même par allusion, faire état d'aucun contenu (programme, émission ou séquence) télévisuel, radiophonique ou autre existant ou ayant existé. L'Annonceur ou son Agence s'interdisent toute référence directe ou indirecte à un de ces contenus dans les messages de publicité ou, à l'occasion, dans d'autres modes de publicité dans quelque média que ce soit.

Les mentions nominatives de l'Agence ou du producteur sont facultatives. Elles ne sont autorisées qu'au début du message et la dimension des lettres ne peut dépasser 1/33^{ème} de la hauteur du cadre. Pour les messages sonores, toute référence similaire est interdite. Pour les messages de publicité non commerciale, l'identification de l'Annonceur dans le spot est obligatoire.

Dans des cas exceptionnels, le message publicitaire de l'Annonceur peut faire mention d'autres marques, des arguments commerciaux d'autres marques (= co-branding), produits, services ou entreprises, et ce moyennant autorisation expresse d'IP Belgium. La demande de mention d'autres marques, produits, services ou entreprises doit être formulée expressément dans la réservation. En cas d'autorisation d'IP Belgium, le tarif applicable au spot sera majoré, sauf en cas de publicité comparative ou de message portant sur un comparateur de produits et/ou services. En tout état de cause, le spot ne pourra mentionner plus de 3 autres marques, produits, services ou entreprises.

6. Matériel publicitaire

6.1. Délais de livraison

6.1.1. Les matériels suivants doivent parvenir à IP Belgium dans un délai de minimum cinq (5) jours ouvrables, avant 17h00, avant le démarrage de la campagne :

- matériel vidéo ;
- matériel audio pour les campagnes « Sponsoring », « High Frequency » et « Radar » ;
- matériel digital « Rich Media » et « Video »

6.1.2. Les matériels suivants doivent parvenir à IP Belgium dans un délai de minimum trois (3) jours ouvrables, avant 17h00, avant le démarrage de la campagne

- matériel audio pour les campagnes régionales
- matériel audio pour les campagnes « réseaux » et « combinaison de réseaux »
- matériel digital pour les campagnes servies par un tiers (third party adserver)

6.2. Sanction en cas de non-respect du délai de livraison

En cas de non-respect de ces délais, le démarrage de la campagne sera inévitablement postposé, sans recours, ni dédommagement à l'Annonceur ou au onneur d'ordre, et l'entièreté de l'espace commandé sera due.

En cas de non-respect des délais fixés ci-avant, IP Belgium sera en droit de facturer un montant forfaitaire de 375 € par matériel livré en retard et ne garantira pas la qualité de diffusion.

6.3. Moyens de livraison et normes techniques

6.3.1. Matériel Vidéo

Le matériel vidéo doit être livré à travers le système H-DMAT (Haute Définition) qui permet d'envoyer les Présences publicitaires TV via internet sur des liaisons FTP sécurisées.

La liste des maisons de post-production qui garantissent la livraison H-DMAT est accessible à l'adresse : <http://www.abma-bvam.be/fr/hdmat.cfm> . Vous y trouverez toutes les informations utiles.

Le matériel doit répondre aux normes techniques suivantes :

- Toujours un seul spot par fichier H-DMAT, qui pourra être diffusé sur l'ensemble des Plateformes.
- Format audio : le fichier contient un seul spot.
- Format vidéo : le fichier contenant le spot au format 16 : 9 anamorphique (FR).
- Format stéréo : niveau à - 9 dB modulomètre.
- Toutes les données liées à la Présence publicitaire seront encapsulées dans le fichier H-DMAT.

6.3.2. Matériel Audio campagne publicitaire nationale

Le ou les fichiers audio constituant la campagne doivent être adressés à IP Radio exclusivement via sa Plateforme d'upload accessible sur <https://ipradioupload.ipb.be/login.php?lang=fr> Les caractéristiques des fichiers (1 fichier par version de spot) seront :

- a. Chaque spot fera l'objet d'un fichier unique au format WAV, LPCM, 16 bits, 48 kHz,
- b. Chaque spot aura impérativement une durée multiple de 5 secondes précises (au centième de seconde)
- c. Le fichier audio ne contiendra pas de « blanc » (signal à ∞), ni avant, ni après le spot.

Le dépôt des fichiers audio sur ipradiupload.IP.be implique que toutes les dispositions légales, droits d'utilisations, droits sur les œuvres utilisées, etc... sont intégralement respectés par le fournisseur de ces fichiers.

6.3.3. Matériel Audio campagne publicitaire régionale

Le matériel publicitaire doit être accompagné des informations suivantes : la date de début de la campagne, la durée du message, la dénomination du produit, l'identité complète de l'Annonceur, son agence, sa maison de production.

Au cas où IP Belgium accepte de produire ou faire produire le message publicitaire de l'Annonceur, l'engagement d'IP Belgium est limité aux prestations suivantes :

- Rédaction d'un story-board communiqué au client par téléphone
- Après accord du client, réalisation d'un message de qualité standard pour le type de message publicitaire en question

La production assurée par IP Belgium est payable à concurrence de 50% à la commande et son solde est payable à la livraison.

Seules les erreurs grossières et manifestes dans le contenu du spot produit imputables à IP Belgium pourront justifier la mise en œuvre de sa responsabilité laquelle sera en tout état de cause limitée au coût de production, le coût de diffusion restant dû par l'Annonceur.

6.3.4. Association Son & Image

Dans l'hypothèse où un Annonceur déciderait de confier à IP Belgium la production d'images à associer à son annonce audio afin que le spot publicitaire puisse être exploité en digital, il s'assura disposer des droits nécessaires à cet effet et garantit IP Belgium contre tout recours de tiers quant à l'association d'images au fichier audio.

6.3.5. Matériel Digital

L'ensemble du matériel de diffusion d'une campagne digitale répondant aux normes techniques disponibles à l'adresse : <http://www.IP.be/fr/digital/content/livraison-du-materiel> doit faire l'objet d'un seul et même envoi (e-mail) comprenant :

- le matériel de diffusion (banners, pré-roll, etc...)
- l'URL de destination définitive et active

Le titre de l'e-mail doit contenir au minimum :

- Le nom de l'Annonceur
- Le nom de la campagne

À la réception de cet e-mail et sous réserve que le bon de commande signé ait été réceptionné par IP Belgium dans le délai prescrit, IP Belgium se charge d'envoyer à l'acheteur une confirmation de la bonne réception du matériel de diffusion par retour d'e-mail au plus tard 1 jour ouvrable après sa réception.

En cas de contact direct entre IP Belgium et le créatif et/ou technicien responsable du matériel, l'Annonceur devra systématiquement être mis en copie.

Le matériel publicitaire pour les Présences internet de type «display» doit répondre aux normes établies par l'I.A.B. Ces normes sont publiées sur le site officiel de l'association : <http://www.iabelgium.be/toolbox/fr/salesguidelines.aspx>

6.3.6. Campagnes « Companion-Ad »

En cas de réservation d'un produit associé à une campagne visuelle sur un ou plusieurs sites Web de la radio, l'Annonceur sera responsable de la fourniture du matériel requis pour la Présence sur le(s) site(s) Web dans des délais impartis. A cette fin, l'Annonceur recevra une fiche technique, directement ou via son Mandataire. Cette fiche mentionnera le type, la forme et les caractéristiques techniques du matériel, ainsi que l'échéance de livraison de ce matériel. Les règles en vigueur dans les présentes conditions de vente s'appliquent au message et au contenu de ce matériel. Dans le cas d'une Présence de l'Annonceur via un banner ou tout autre format sur le site d'une radio, seule la marque de l'Annonceur peut être visible.

6.4. Responsabilité du matériel – Propriété du matériel

Il est expressément convenu que IP Belgium ne peut être tenu pour responsable des pertes ou dommages éventuels de tout matériel remis à l'occasion de l'exécution de l'ordre de publicité. L'Annonceur est toujours sensé avoir conservé une copie ou un double de tout matériel remis à IP Belgium. Le matériel remis à

IP Belgium pour l'exécution d'un ordre de publicité n'est pas archivé.

Si tout ou partie du matériel se révèle impropre à la diffusion, IP Belgium peut être amené à réclamer d'autres éléments et, le cas échéant, à différer la diffusion pour autant que les disponibilités du planning le permettent, le temps d'antenne normalement prévu étant néanmoins facturé. Le matériel présenté doit être fourni totalement prêt, de sorte qu'aucune manipulation telle que le montage, le réglage de niveau ou la modulation ne soit nécessaire. Si le niveau sonore du message publicitaire est beaucoup trop élevé (par exemple à cause de forte compression), celui-ci doit être adapté au volume des autres programmes.

Le matériel reste la propriété de IP Belgium qui se réserve la faculté de le faire diffuser en un lieu privé, notamment pour les besoins d'information des Agences Media, Agences Créatives et Annonceurs; IP Belgium se réserve également le droit, après la date de première diffusion, de mettre à disposition de sa clientèle la pigne des messages selon le procédé d'usage.

IP Belgium se réserve par ailleurs le droit d'utiliser les messages pour la réalisation de compilations ou à des fins publicitaires, de les archiver et de les rendre accessible via Internet comme information complémentaire pour les auditeurs/consommateurs, sauf si le contractant s'y oppose expressément.

Les utilisateurs/producteurs s'engagent à utiliser les Plateformes d'IP Belgium pour uploader et/ou rechercher des informations sur les campagnes pour lesquelles ils ont été mandatés. Ceux-ci ne peuvent en aucun cas céder leur login et leur mot de passe à un tiers. IP Belgium s'autorise à changer ces codes d'accès le cas échéant.

7. Tarifs & Conditions de paiement

7.1. Tarifs

Le tarif applicable sera celui en vigueur au moment de la diffusion de la campagne.

Les messages sont mesurés en tranches de 5 secondes. La totalité du temps utilisé est considérée comme publicité.

Tout dépassement, en télévision et en vidéo, de plus de 3% du temps annoncé entraîne, si les délais le permettent, le renvoi du matériel pour qu'il soit mis en conformité avec la commande; à défaut, le temps sera facturé à la durée supérieure prévue au tarif.

Les tarifs sont accessibles sur le site internet de IP Belgium (www.ipb.be). À la demande expresse du client, IP Belgium pourra les lui envoyer.

7.2. Paiement des factures

7.2.1. Pour les campagnes publicitaires régionales

L'éventuelle réception d'une avance par un délégué commercial n'emporte pas acceptation automatique et définitive de la commande.

Un acompte correspondant à 25% HTVA du montant total du bon de commande sera versé par l'Annonceur (ou son mandataire) sur le compte d'IP Belgium au minimum quatre jours ouvrables avant le début de la campagne. Cet acompte est d'application pour un nouveau client ou pour un client inactif depuis une période de 24 mois.

7.2.2. Pour toutes les campagnes publicitaires et le solde des factures des campagnes publicitaires régionales

Toutes les factures sont payables dans les 30 jours date de facture. À défaut de paiement dans le délai prescrit, l'Annonceur sera redevable de plein droit et sans mise en demeure:

- a. d'intérêts de retard calculés sur la base du taux annuel de 8% ;
- b. d'un dédommagement forfaitaire fixé contractuellement à 15% du montant de la facture avec un minimum de 250 €.

En cas de non-paiement d'un acompte (selon le prescrit de l'article 7.2.1) ou d'une facture dans le délai prescrit, IP Belgium se réserve en outre la faculté, moyennant notification écrite, de résilier sans préavis ni indemnité d'aucune sorte toute autre campagne publicitaire en cours.

Toute taxe et tout impôt, actuels ou futurs, sont à charge de l'Annonceur.

En outre, IP Belgium se réserve le droit de résilier, sans préavis ni indemnité, toute campagne publicitaire en cours et de réclamer le paiement des autres factures, celles-ci demeurant immédiatement exigibles par le seul fait du non-respect du délai de paiement.

L'Annonceur est toujours tenu d'exécuter ses obligations de paiement même s'il a formulé une contestation conformément à l'article 10.

7.3. Conventions d'échange

Dans le cadre d'une convention d'échange, les factures de IP Belgium et l'Annonceur sont émises au plus tard le 30 du mois qui suit la diffusion des messages publicitaires. Elles se compensent de plein droit.

L'éventuelle différence de TVA reste payable par l'Annonceur. Dans l'hypothèse où aucune facture d'échange n'est émise par l'Annonceur 3 mois après la première diffusion, l'accord de compensation sera résolu de plein droit et la facture de IP Belgium sera payable immédiatement.

7.4. Assurance-crédit

L'ensemble de la facturation étant couvert par une assurance-crédit, toute acceptation et démarrage de campagne est soumis à l'acceptation préalable de celle-ci par l'assurance-crédit. En cas de refus (total ou partiel) de couverture, ou à sa seule discrétion, IP Belgium pourra exiger de l'Annonceur soit le paiement d'avance de toute ou une partie de la campagne, soit la remise préalable d'une traite avalisée par un agent agréé, soit la production d'un engagement de codébiton ou de caution solidaire et indivisible de l'agent de l'Annonceur et/ou de l'Annonceur, soit la remise préalable d'une garantie irrévocable émise par un établissement bancaire agréé.

8. Confidentialité - Incessibilité

L'ensemble de la facturation étant couvert par une assurance-crédit, toute acceptation et démarrage de campagne est soumis à l'acceptation préalable de celle-ci par l'assurance-crédit. En cas de refus (total ou partiel) de couverture, ou à sa seule discrétion, IP Belgium pourra exiger de l'Annonceur soit le paiement d'avance de toute ou une partie de la campagne, soit la remise préalable d'une traite avalisée par un agent agréé, soit la production d'un engagement de codébiton ou de caution solidaire et indivisible de l'agent de l'Annonceur et/ou de l'Annonceur, soit la remise préalable d'une garantie irrévocable émise par un établissement bancaire agréé.

9. Données à caractère personnel

Dans le cadre de leurs relations contractuelles, IP Belgium, l'Annonceur et/ou son Mandataire s'engagent à respecter la réglementation en vigueur applicable au traitement de données à caractère personnel et, en particulier, le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 applicable à compter du 25 mai 2018.

Dans l'hypothèse de l'organisation d'un jeu-concours et sauf convention contraire, aucune donnée à caractère personnel ne sera communiquée à l'Annonceur ou son Mandataire.

10. Dispositions générales

Au cas où toute disposition ou partie de disposition des présentes conditions générales serait privée de validité ou viendrait à perdre sa validité, les autres dispositions resteront néanmoins opposables aux Parties. Dans ce cas, la disposition non valide sera remplacée par une disposition nouvelle qui se rapprochera autant que possible de l'économie de la disposition non valide. Il sera fait application de la même règle afin de combler les lacunes qui pourraient apparaître dans les présentes Conditions Générales.

En cas de modification de toute réglementation susceptible d'avoir une influence sur les présentes, il est entendu que les Parties seront tenues de trouver une solution ménageant leurs intérêts respectifs.

Les Présentes Conditions Générales annulent et remplacent toutes autres Conditions Générales antérieures.

11. Contestations – Réclamations

Toute réclamation devra, sous peine d'irrecevabilité, être introduite, par pli recommandé, dans les 15 jours ouvrables de la diffusion.

En cas de contestation quant à la diffusion effective d'un ou plusieurs messages, l'organisme de diffusion concerné fournira la justification du passage du ou des messages sur son antenne. Un enregistrement-témoin pourra également être fourni, pour certaines radios, à condition qu'il ait été demandé 10 jours ouvrables après la première diffusion.

Au cas où la réclamation serait admise, soit si la responsabilité d'IP Belgium ou de l'organisme de diffusion venait à être engagée, le seul dédommagement qui pourrait être exigé est une nouvelle diffusion de la publicité, à l'exclusion de tout autre dédommagement.

IP Belgium ne pourra en tout état de cause être tenu pour responsable de quelque dommage indirect, général ou spécial, de quelque nature que ce soit, subi par l'Annonceur ou par un tiers.

12. Règlement des litiges

Les Parties marquent dès à présent leur volonté commune de régler rapidement et via une procédure simple et amiable tout conflit susceptible de surgir entre elles.

Tous les litiges relatifs à l'existence, l'interprétation ou l'exécution du présent Contrat qui n'auront pu être résolus à l'amiable, conformément à l'alinéa précédent, seront du ressort exclusif du Tribunal de commerce de Bruxelles, rôle francophone.