

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE MEDIAFIELD SPRL – 2018

1. Définition et spécificités liées au secteur d'activité

Mediafield SPRL (TVA BE 465 888 822), mentionnée ci-après sous le terme "Mediafield", est la seule personne morale à être liée vis-à-vis de l'autre partie contractante par les conventions, bons de commande et offres émises par Mediafield. En raison des particularités du secteur de la publicité, l'annonceur, son agence de publicité, sa centrale d'achat média et le spécialiste out of home, ci-après mentionnés sous le terme « le client », sont solidairement tenus responsables de l'exécution de la présente convention, aux conditions énumérées ci-après, et ce même si une seule de ces parties signe le bon de commande, l'offre ou la convention émise par Mediafield.

2. Domaine d'application des conditions générales

Toutes les prestations de Mediafield sont exécutées sur base des présentes conditions générales. Ces conditions sont d'application pour toutes les conventions futures et en cours, même si il n'y est pas fait référence de manière explicite dans la convention de collaboration.

Il n'y a que quand une exception à ces conditions a été consentie par un membre du management de Mediafield sprl et que celle-ci a été confirmée de manière expresse, signée et écrite, qu'il peut être dérogé aux présentes conditions générales.

- a. Seules les conditions générales de Mediafield sont d'application. Les conditions éventuellement mentionnées sur un bon de commande ou tout autre document émis par le client ne sont par conséquent pas d'application. De par le fait qu'un bon de commande émis par Mediafield est contresigné par le client, ce dernier marque son accord entier et sans réserve pour l'application des conditions générales de Mediafield, à l'exclusion donc des conditions générales du client.
- b. Les offres émises par Mediafield sont sans obligation d'achat et sous réserve de disponibilité au moment de leur signature par le client. Mediafield est liée dès qu'une offre signée lui revient contresignée par le client.
- c. De par la signature d'un accord, Mediafield a l'obligation de réaliser les missions qui lui sont confiées "selon les règles de l'art". Cette obligation n'est cependant pas à confondre avec une obligation de résultat. Il ne peut donc pas être reproché à Mediafield par le client que les résultats escomptés par une campagne de publicité ne soient pas atteints.
- d. Mediafield met tout en œuvre afin que les missions qui lui sont confiées puissent être réalisées endéans les termes impartis. Les termes mentionnés sur les bons de commande émis par Mediafield ne le sont néanmoins qu'à titre indicatif. Ils sont non contraignants et ne constituent pas une garantie, encore moins un engagement ferme. Le client ne pourra donc en aucun cas mettre fin au contrat ou réclamer des dommages et intérêts sur base du fait que le timing prévu initialement n'aura pas pu être tenu.
- e. Le client s'engage à livrer à temps à Mediafield toute information, visuel, affiche, matériel nécessaire pour l'exécution de la mission, sans que l'exécution de cette mission ne soit mise sous pression. Par « à temps », il s'entend « endéans les délais spécifiés dans les fiches techniques de Mediafield ». En cas de livraison tardive du matériel (au sens large) par le client, Mediafield se réserve le droit de facturer au client un supplément (pour frais de production ou de livraison express par exemple).
- f. L'engagement contracté par le client est strictement personnel. Il ne peut être cédé à aucun tiers, ni à titre gratuit, ni à titre onéreux, sans l'accord express et écrit de Mediafield.

3. Prix

Tous les prix de Mediafield sont basés sur les fiches tarifaires de Mediafield, communiquées chaque année aux spécialistes out of home. Ces prix sont des prix hors Tva et sont d'application pour l'exécution des missions telles que décrites dans les fiches tarifaires en question. Les suppléments éventuels seront mentionnés sur les bons de commande émis par Mediafield, et soumis pour accord et signature au client.

Par exception à ce principe, le montant définitif des taxes (d'affichage, entre autres) pourra le cas échéant être déterminé à posteriori. Pour pouvoir facturer rétro activement un montant de taxes supérieur à celui prévu sur le bon de commande initial, Mediafield pourra mettre à la disposition du client – sur simple demande - les documents officiels sous-tendant ces taxes supérieures aux estimations.

- Les taxes d'affichages seront facturées au prix de 0,50 €/m² pour les affiches à partir de 1m².
- Les taxes communales dépendent des communes/villes.

4. Conditions de paiement

Les factures émises par Mediafield sont payables au comptant, à moins qu'un autre terme de paiement ne soit mentionné sur la facture. Si le paiement de la facture en question n'a pas lieu endéans le terme imparti, ce montant devient exigible immédiatement, et ceci sans mise en demeure préalable. Un intérêt de 1% par mois sera compté pour toute facture impayée, à partir de sa date d'échéance, avec un minimum de 10 % du montant HTVA de la facture à titre de frais administratifs et de suivi. En cas de défaut de paiement, Mediafield aura le droit de mettre fin à la collaboration. Pour ce faire, une lettre simple constatant le défaut de paiement et la volonté de Mediafield de mettre fin au contrat suffiront. Une contestation éventuelle au sujet des prestations exécutées ne suspend aucunement l'obligation du client de payer la ou les factures qui lui ont été envoyées. Dans le cas où le maître d'ouvrage demandait à Mediafield de dresser ses factures à l'attention d'un tiers au contrat, le client maître d'ouvrage signataire de la convention restera garant du paiement de ces dernières.

5. Annulation d'une mission avant son exécution

Mediafield n'accepte aucune annulation moins de 90 jours avant le début d'une mission. Pour les annulations ayant lieu entre 90 et 140 jours avant le début d'une mission, Mediafield réclamera de manière forfaitaire et non négociable un montant correspondant à 50 % de la partie média du contrat dont question. Si cette annulation a lieu entre 140 et 210 jours avant le début de la mission, le pourcentage dû pour annulation de la campagne sera de 25 % de la partie média. Mediafield pourra cependant réclamer des montants supérieurs aux sommes forfaitaires mentionnées ci-dessus, dans l'hypothèse où Mediafield pourra prouver que les dommages qu'elle subit du fait de cette annulation sont supérieurs aux sommes forfaitaires en question.

En cas de travaux immobiliers de grande ampleur sur le parking C ou dans les palais, Mediafield ne pourra être tenu responsable de la modification de la configuration du site ni de la modification des médias.

Le client et Mediafield mettront tout en œuvre pour remplacer les médias qui ne sont plus possibles par d'autres médias comparables afin de maintenir le budget et l'impact à des niveaux similaires.

En cas d'annulation pure et simple de certains médias, due à des modifications immobilières couplées au fait que le client n'accepte pas les alternatives proposées par Mediafield en remplacement des médias devenus indisponibles, 50 % du budget média seront facturés par Media Expo au client à titre de fee d'annulation de ces médias.

6. Plaintes

Le client veillera à adresser ses plaintes à Mediafield au plus tard 3 jours ouvrables après la fin de l'exécution de la mission confiée à Mediafield. Les plaintes adressées au delà de ce délai de 3 jours seront déclarées non recevables.

7. Responsabilité à propos du respect de la législation

- a. Mediafield ne pourra être tenue responsable du respect de la réglementation en ce qui concerne la distribution et l'affichage du matériel du client, sauf lorsque Mediafield est mentionnée comme éditeur responsable sur les affiches ou le matériel en question.
- b. Le maître d'ouvrage client est entièrement responsable du contenu et de la forme donnée à sa campagne. Ces contenus et forme ne peuvent être en conflit avec les lois et les bons usages. Mediafield part du principe que le client dispose des droits relatifs à l'exécution ou la reproduction d'une mission. C'est le client qui reste responsable à ce niveau vis-à-vis des tiers. Par la présente, Mediafield est donc dégagée de toute responsabilité à ce niveau. Si d'aventure une mission ne pouvait être exécutée parce qu'elle était interdite par le JEP, par l'état ou par une autre autorité compétente, le montant convenu pour l'exécution de la mission par Mediafield n'en restera pas moins dû à Mediafield. Ceci vaut pour tout ou partie du contrat.

8. Collaborateurs et sous-traitants de Mediafield

Mediafield est responsable du choix de ses collaborateurs et sous-traitants pour l'exécution des missions qui lui sont confiées. Ces collaborateurs et sous-traitants exécuteront leurs travaux sous la direction de Mediafield. Sauf si mentionné de manière différente par écrit signé par une personne du management de Mediafield, ces collaborateurs et sous-traitants n'auront pas à recevoir d'instructions de la part du client. Les collaborateurs et sous-traitants de Mediafield travailleront en respectant les règles de sécurité spécifiques au lieu d'exécution de ces missions.

9. Responsabilité au niveau des biens mis à disposition par le client

Les risques et coûts afférents aux biens mis à disposition de Mediafield par le client sont entièrement à charge du client. Mediafield ne pourra en aucun cas être porté responsable en cas de perte, vol, ou dégâts à ces biens. De même, Mediafield ne pourra être tenue responsable des dégâts aux biens ou aux personnes du fait de l'utilisation de ces biens par Mediafield.

10. Compétence et loi applicable

Toute contestation au sujet des conventions soumises aux présentes conditions générales seront réglées sur base du droit belge, et relèveront de la compétence des tribunaux bruxellois.