



EXAMPLE
CONTRAT DE BASE POUR LES
AGENCES MÉDIAS
LEADING SWISS AGENCIES



Contrat de base

entre

Rue et Numéro
Case postale
NPA Lieu

et

Agence
Rue et Numéro
Case postale
NPA Lieu

Préambule

Conscient de la complexité et de la diversité du secteur des médias, LEADING SWISS AGENCIES recommande de décrire précisément tout type de collaboration au sein de contrats de collaboration individuels.

Pour la collaboration avec les agences médias, les modèles d'honoraires suivants sont disponibles :

Les conditions générales de vente (CGV) de LSA s'appliquent.

1. Le modèle du « mandat »

Le client garantit à l'agence des honoraires de service qui compensent intégralement toutes les dépenses de l'agence et lui permettent de réaliser un bénéfice conforme aux usages du secteur.

En contrepartie, l'agence divulgue tous les revenus qu'elle perçoit en lien direct avec le mandat du client et les lui reverse proportionnellement.

2. Le modèle des « honoraires de base »

Le client verse à l'agence des honoraires de base qui ne couvrent pas les frais.

En contrepartie, l'agence est en droit de conserver tous les revenus qu'elle perçoit en lien direct avec le mandat du client

3. Le modèle « mixte »

(Forme mixte du modèle 1 et du modèle 2)

Le client paie à l'agence des honoraires de base qui ne couvrent pas les coûts de la planification média et des prestations d'achat.

Tous les autres services médias sont facturés sur une base horaire.

En contrepartie, l'agence divulgue tous les revenus qu'elle perçoit en lien direct avec le mandat du client. Le client et l'agence décident conjointement de la répartition entre eux de ces revenus.

1. Définitions

Dans le présent contrat, les termes ci-dessous ont la signification suivante :

- 1.1 Lorsque l'agence est évoquée, il est question de [insérer le nom de l'agence].
- 1.2 Lorsque le client est évoqué, il est question de [insérer le nom du client].
- 1.3 Les réalisations médias comprennent l'achat, la coordination, la réalisation, le contrôle et la facturation des insertions médias du client.
- 1.4 Les droits de propriété intellectuelle désignent les droits de brevet, les droits d'auteur, le savoir-faire, les droits de marque, les dessins, les modèles, les noms commerciaux, les équipements, les bases de données, les noms de domaine et autres droits de propriété intellectuelle.
- 1.5 L'accompagnement média a une signification similaire à l'expression « réalisations médias » abordée en point 1.3.
- 1.6 Les insertions médias renvoient aux insertions médias du client dans les médias.
- 1.7 Les coûts médias constituent les coûts bruts des insertions médias dans un média selon son tarif média applicable.
- 1.8 Les coûts médias nets sont les coûts médias déduits de toute remise selon le tarif média applicable.
- 1.9 Les coûts médias nets médians désignent les coûts médias déduits de toute remise ainsi que de la commission d'agence selon le tarif média applicable.
- 1.10 Les médias désignent les journaux, les magazines, la radio, la télévision, le cinéma, Internet (ce qui inclus l'affichage numérique, la vidéo, l'audio, le natif, les médias sociaux ainsi que la publicité sur les moteurs de recherche) et les autres médias.
- 1.11 Les factures médias désignent les factures adressées par les médias, par les régies publicitaires et par d'autres tiers concernant les interventions médias du client.
- 1.12 Le tarif média signifie le tarif applicable donné par un média pour l'insertion en son sein.

- 1.13 Les médias sociaux désignent les canaux des médias sociaux tels que Facebook, X (ex Twitter), Instagram, Pinterest et autres réseaux similaires.
- 1.14 Le marketing de contenu désigne la diffusion de contenus à des fins publicitaires.
- 1.15 Par parties, on entend l'agence et le client. Partie au singulier signifie chacune partie considérée individuellement.
- 1.16 Une régie publicitaire est un fournisseur d'espace publicitaire dans les médias.
- 1.17 Le contrat désigne le présent contrat, annexes incluses.
- 1.18 Les supports publicitaires comprennent les annonces, les affiches, les spots radio, les spots TV, les spots cinéma, les formats numériques et les autres moyens publicitaires.
- 1.19 Les Benchmarks/KPIs désignent les chiffres clés convenus à l'avance concernant les prestations médiatiques.

2. Objet du contrat

- 2.1. Le client confie à l'agence l'ensemble de l'accompagnement média pour la Suisse et la Principauté de Liechtenstein.
- 2.2. Des modèles d'honoraires différents sont appliqués en fonction du média.

3. Étendue du mandat

- 3.1. L'accompagnement média comprend les prestations suivantes, conformément à la liste détaillée de l'annexe 1.

Annexe 1 (extrait)

- Stratégie média et planning media
- Achat média et gestion de campagne
- Contrôle et rapports
- Réalisations médias
- Travail administratif et facturation

- 3.2. L'accompagnement média se base sur les briefings écrits du client (l'agence fournit au client un modèle de briefing). Ils sont obligatoires.

- 3.3. Le client peut définir les caractéristiques principales des insertions médias à travers le biais de lignes directrices.
 - 3.4. Les éventuelles prestations complémentaires qui ne figurent pas dans le catalogue de prestations sont fournies à la demande du client à partir des tarifs horaires conformément à l'annexe 2 et sont facturées séparément sur la base d'un devis approuvé par écrit.
 - 3.5. Le client ou son agence créative est responsable de la mise à disposition de l'ensemble des supports publicitaires.
- 4. Attribution de mandats, représentation du client**
- 4.1. L'agence travaille pour le compte du client.
 - 4.2. Le client mandate l'agence, au nom et pour le compte du client.
 - 4.2.1. Afin de négocier et de conclure des contrats avec des médias, des régies publicitaires et d'autres tiers pour des insertions médias ainsi que pour
 - 4.2.2. Attribuer des mandats médias concernant des insertions médias spécifiques.
 - 4.3. L'agence est autorisée à conclure des contrats obligatoires pour le client et à attribuer des mandats contractuels si les plans médias sont approuvés par la signature du client ou par le protocole signé par les deux parties.
 - 4.4. L'agence conclut les contrats nécessaires avec les médias, les régies publicitaires et les autres tiers et attribue les mandats correspondants pour des insertions médias spécifiques, au nom et pour le compte du client. Le client autorise l'agence à conclure, modifier ou annuler de tels contrats en tant que représentante directe.
 - 4.5. L'agence établit les contrats au nom du client en tant que partie contractante ou les fait émettre par les médias en conséquence, puis les signe en tant que représentante du client.
- Il transmet un exemplaire du contrat signé au client ou le tient à sa disposition conformément à ses instructions.
- 4.6. L'agence exige une confirmation de commande pour chaque commande adressée au client. L'agence transmet la confirmation de commande au client ou la tient à sa disposition conformément à ses instructions.
 - 4.7. L'agence est habilitée à représenter le client lors de l'exécution de contrats conclus conformément aux dispositions contractuelles applicables. L'agence est également habilitée à suivre les obligations et prendre toutes les mesures nécessaires au nom du client.
 - 4.8. Le client s'engage à fournir à l'agence tous les documents et informations nécessaires à l'exécution des contrats et des mandats de prestations médias, et ce, dans les meilleurs délais.
 - 4.9. L'agence est en droit de transférer l'exécution de travaux individuels à des tiers avec l'autorisation écrite du client conformément à la section 3.
- 5. Aucune exclusivité**
- 5.1. L'agence n'est pas tenue d'agir pour le client de façon exclusive.
 - 5.2. Le client reconnaît que l'agence fournit des prestations identiques ou similaires à des tiers, en particulier à d'autres clients publicitaires et/ou médias et/ou régies publicitaires, et qu'elle collabore avec des tiers (par exemple en ce qui concerne l'utilisation du système de réservation en ligne publiplan, la participation à la recherche média ou le conseil). Le client reconnaît également que l'agence est rémunérée pour cela.
 - 5.3. L'agence garantit que ces prestations n'entraînent aucun conflit d'intérêts. En cas de doute, l'agence doit obtenir le consentement du client.

6. Rémunération

- 6.1. Les taux d'honoraires sont définis à l'annexe No. 2 du présent contrat.
- 6.2. En outre, un modèle de bonus, réglementé à l'annexe 3 du présent contrat, est applicable.
- 6.3. Ne sont pas inclus dans les honoraires :
 - Les éventuels frais de tiers (dépenses, courriers, coupures de presse, focus média, analyse de marché, etc.)
 - Les éventuelles dépenses et coûts techniques supplémentaires pour l'évaluation de la campagne (en particulier pour les campagnes digitales, par exemple AdServer et AdManagement). Ils seront indiqués séparément et facturés après approbation écrite du client.
 - Les services qui ne sont pas définis à l'annexe 1 sont présentés séparément et facturés sur une base temporelle nécessitant l'accord préalable du client.
- 6.4. Si des campagnes qui ont déjà été entièrement planifiées, calculées et programmées, doivent être annulées à court terme et qu'aucune campagne de suivi ou de remplacement n'est commandée, l'agence est en droit de facturer un pourcentage, défini au préalable, des honoraires initialement prévus et approuvés. Ces honoraires compensent les frais encourus. Aucune autre indemnité n'est due.
- 6.5. [Les honoraires sont facturés sur une base continue et sont envoyés avec la facture de l'insertion média ainsi que les factures des médias correspondantes en vue d'un règlement direct].
- 6.6. ALTERNATIVE :
[L'agence facture mensuellement les honoraires de base et ses autres rémunérations au client, conformément à la section 0. Le règlement de ces factures doit être effectué dans les X jours suivant l'envoi de la facture au client].
- 6.7. Les autres frais (mesures incitatives, prestations complémentaires) sont facturés mensuellement ou annuellement.

7. Autres prestations fournies par l'agence

- 7.1. L'agence utilise différentes sources d'information pour ses travaux. Si la production de données statistiques secondaires utiles auprès de médias, de spécialistes du marketing ou d'instituts d'études de marché est payante, une commande ne peut être passée qu'après l'accord du client.
- 7.2. Le client s'engage à fournir à l'agence toutes les informations et tous les documents nécessaires à un soutien optimal et à l'exécution du mandat, et ce, dans les meilleurs délais.
- 7.3. Les mandats et les prestations ne relevant pas des tâches principales sont dûment exécutés par l'agence, mais sont facturés comme des dépenses spécifiques dans le cadre du service (par exemple, projets de modélisation complémentaires, projets de recherche prioritaires, concepts de médias sociaux ou audits de médias en dehors du cadre habituel).
- 7.4. Ces mandats et prestations ne peuvent être exécutés qu'après approbation écrite d'un devis.

8. Factures des médias et traitement des paiements

- 8.1. Dans le cas de réservations médias classiques, les factures médias doivent être émises au nom du client et réglées par ce dernier. L'agence n'est aucunement responsable du règlement des factures médias auprès des régies publicitaires, des médias ou d'autres tiers.
- 8.2. L'agence vérifie les factures des médias et les transmet ensuite au client en temps utile afin que les délais de paiement puissent être respectés.
- 8.3. À la demande du client, l'agence paie les factures des médias au nom du client dans les délais de paiement, si et dans la mesure où les montants des factures sont couverts par des avances faites par le client à l'agence. Si la couverture est insuffisante, l'agence

transmet la facture du média au client pour paiement direct.

- 8.4. Pour chaque campagne/projet, le client reçoit un récapitulatif des paiements où figurent tous les détails nécessaires ainsi que les factures originales et les informations relatives à la TVA.

9. Principes de travail et responsabilité

- 9.1. L'agence s'engage à effectuer les travaux qui lui sont confiés avec le soin professionnel et commercial nécessaire ainsi que dans le respect des conditions générales de la LSA.
- 9.2. L'agence suit les instructions du client dans son travail.
- 9.3. L'agence veille aux intérêts du client en premier lieu. En outre, elle est tenue d'informer immédiatement le client de toutes les circonstances susceptibles d'affecter l'exécution du mandat, ainsi que des risques et des événements particuliers.
- 9.4. L'agence est responsable de l'exécution parfaite et fidèle du mandat. Elle ne peut être tenue pour responsable des actes ou omissions effectués conformément aux instructions du client ou pour faute légère de sa part ou de celle de ses organes, collaborateurs et autres personnes auxiliaires.
- 9.5. Si l'agence fait appel à des tiers pour l'exécution du mandat, elle n'est responsable que du soin apporté au choix et à l'instruction de ces tiers.
- 9.6. L'agence ne peut être tenue pour responsable et/ou garantir les prestations et/ou les conditions de quelque nature que ce soit de la part des médias, des régies publicitaires ou d'autres tiers.
- 9.9. Conformément à la section 0, la responsabilité de l'agence concernant les revendications de tout type du client à son encontre, en vertu du présent contrat, est limitée à [X%] de la

rémunération de l'agence pour l'année civile en cours.

- 9.10. Le client est responsable de l'exactitude du contenu de la communication. L'agence n'est pas tenue de veiller à ce que les supports publicitaires ne violent pas les droits de tiers, notamment les droits d'auteur, les droits relatifs au nom, les droits de la personne ou les droits des marques, ni n'enfreignent d'autres droits de propriété commerciale ou les règles du droit de la concurrence. L'agence ne peut être tenue pour responsable de l'exactitude du support publicitaire. En revanche, cette dernière est tenue d'informer le client et l'agence créative des défauts qui ont été préalablement constatés pour autant que cette information soit à disposition de l'agence suffisamment tôt.

10. Secret professionnel

- 10.1. Les parties s'engagent mutuellement à garder secrets toutes les informations et tous les faits confidentiels dont elles ont connaissance dans le cadre du présent contrat ainsi qu'à protéger le secret professionnel de l'autre partie.
- 10.2. Les parties s'engagent mutuellement à ne pas utiliser ou exploiter ces informations et ces faits à garder secret, ni à les rendre accessibles à des tiers, ni à les utiliser ou les exploiter au profit de tiers.
- 10.3. L'échange anonyme de données avec des tiers est réservé au seul but de produire du matériel statistique secondaire, compte tenu de la révision totale de la loi suisse sur la protection des données entrée en vigueur en septembre 2023.
- 10.4. L'obligation de confidentialité s'applique pendant la durée du présent contrat ainsi que pendant une période de cinq ans après la fin du présent contrat.
- 10.5. Les parties imposent également cette obligation de confidentialité à tous les

organes, collaborateurs, personnes auxiliaires et autres tiers impliqués et veillent à ce qu'elle soit respectée.

11. Droits de propriété intellectuelle

- 11.1.1 Le client est titulaire de tous les droits de propriété intellectuelle concernant les résultats des travaux et autres réalisations produites par l'agence dans le cadre du présent contrat.
- 11.2. Dans la mesure où l'utilisation des résultats de ces travaux et d'autres réalisations par l'agence pour ses propres besoins nécessite des droits d'utilisation relatifs au droit de propriété intellectuelle, le client accorde à l'agence un droit d'utilisation non-exclusif, personnel et non transmissible de ces droits de propriété intellectuelle. Ce droit d'utilisation est accordé sans indemnisation.

12. Obligations de l'agence en matière de responsabilité et de divulgation

- 12.1 Le client est en droit de faire vérifier l'exécution des obligations contractuelles de l'agence par une société de contrôle externe. Cette dernière doit avoir accès aux documents correspondants des médias et/ou des régies publicitaires. Le droit de regard se limite aux informations relatives au présent contrat. Aucune autre information sur les clients de l'agence ne peut être divulguée. Les coûts de ce contrôle externe sont à la charge du client.

13. Durée du contrat / résiliation / résiliation Extraordinaire

- 13.1. Le contrat entrera en vigueur le [date], après sa signature par les deux parties. Il est conclu pour une durée indéterminée.
- 13.2 Le présent contrat peut être résilié par l'une ou l'autre des parties pour la fin de l'année civile moyennant un préavis de six mois, pour la première fois le [date].

13.3 Le présent contrat peut être résilié pour certains motifs légitimes par l'une ou l'autre des parties à tout moment, sans préavis. Les motifs légitimes sont notamment les suivants

- La violation par une partie d'une disposition essentielle du présent contrat, pour autant que cette violation n'ait pas été réparée ou qu'elle se poursuive dans les 20 jours suivant une demande de rectification écrite de l'autre partie.

- L'ouverture d'une procédure de faillite, l'octroi d'un moratoire sur les paiements d'une partie ou toute autre incapacité avérée de paiement.

- Un changement de contrôle.

_ Tout autre motif pour lequel on ne peut raisonnablement plus attendre d'une partie qu'elle poursuive la relation contractuelle.

13.4 En cas de résiliation du contrat sans préavis pour motifs légitimes qui incluent un comportement fautif d'une partie, l'autre partie est tenue de l'indemniser pour le préjudice subi. La limitation de responsabilité de l'agence s'applique conformément au chiffre 9.6.

13.5 Aucune autre obligation d'indemnisation ne peut découler d'une résiliation du contrat.

13.6 La résiliation ou la résiliation extraordinaire du contrat doivent être effectuées par lettre recommandée.

14. Exécution du contrat pendant la période transitoire (relation résiliée)

14.1. L'agence s'engage à utiliser tous les moyens à sa disposition – en particulier les ressources humaines – pour remplir ses obligations contractuelles avec loyauté et sans restriction de temps et d'objet, même en cas de résiliation du contrat

14.2. Le client s'engage à ne pas sous-traiter à des tiers tout travail habituellement effectué par l'agence.

15. Droit applicable et for

- 15.1. Droit applicable : le présent contrat relève à tous les égards du droit matériel Suisse.
- 15.2. For : tout litige entre les parties en lien avec l'application, l'exécution ou l'interprétation du présent contrat sont tranchés par les tribunaux ordinaires du canton [insérer le canton], sous réserve de recours au Tribunal fédéral à Lausanne.
Le for exclusif est [insérer le lieu de juridiction].

16. Autres dispositions

- 16.1. Accord définitif : le présent contrat remplace tout accord écrit ou oral antérieur entre les parties à cet égard et contient tous les accords entre les parties sur les points traités par ce contrat. Le présent contrat, y compris la présente disposition, ne peut être modifié ou résilié que par écrit.
- 16.2. Titres : les titres, sous-titres et titres de paragraphes du présent contrat sont uniquement destinés à faciliter la lecture, n'ont aucun effet juridique et ne sont pas pertinents pour l'interprétation du présent contrat.
- 16.3. Invalidité partielle : l'invalidité éventuelle de certaines dispositions n'affecte ni la validité des autres dispositions ni celles du contrat en tant que tel. Si une ou plusieurs dispositions du présent contrat sont ou deviennent invalides, inefficaces ou autrement inapplicables pour un juste motif, la validité du présent contrat n'est pas affectée et la disposition invalide est remplacée par une disposition que les parties auraient négociée de bonne foi si elles avaient eu connaissance de l'invalidité de la disposition concernée.
- 16.4. Coûts : sous réserve de l'applicabilité de dispositions contraires du présent contrat, chaque partie prend en charge ses propres coûts liés à la préparation, à la conclusion et à l'exécution du présent contrat.
- 16.5. Aucune renonciation aux droits : aucun acte, retard ou omission de l'une ou l'autre des parties en rapport avec l'affirmation de droits ou d'obligations contractuels ne peut donner

lieu à la présomption d'une renonciation à ces droits ou obligations. Si une partie renonce à faire appliquer une disposition contractuelle, une rupture de contrat, une exécution en temps voulu, un droit ou une obligation contractuelle, en tout ou en partie, cela ne doit pas être interprété comme une renonciation générale à l'application de ces dispositions contractuelles ou d'autres dispositions contractuelles, tels qu'une rupture de contrat ou une exécution en temps voulu des droits ou obligations contractuels.

- 16.6. Annexes : les annexes énumérées ci-dessous font partie intégrante du présent contrat.

Annexes

les annexes énumérées ci-dessous font partie intégrante du présent contrat.

Lieu, le _____
Client SA

Zurich, le _____
[Client] /
[Agence]

Nom
CEO

Nom
CEO

Client SA

[Client] /
[Agence]

Nom
Directeur du Marketing
Client SA

Nom
Position
Client

Annexes (séparées):

Annexe 1: Catalogue de prestations

Annexe 2: Taux d'honoraires

Annexe 3: Modèle de bonus