 

**QIIRO vous propose des modèles de documents juridiques éprouvés, à jour des dernières réformes et règlementations en vigueur. Néanmoins, nos modèles restent généraux et nécessitent d’être adaptés.**

**En cas de doute sur la rédaction ou les conséquences juridiques de l’un de nos modèles de documents, nous vous recommandons l’accompagnement par un professionnel du droit.**

CONTRAT D'AGENCE DE PUBLICITE

**Article 1 : Objet du contrat**

L'Annonceur confie à l'Agence la gestion du budget de communication des produits, des services ou des marques désignés ci-dessus : *(Articles ou produits)*, *(Services)*, *(Marques articles ou produits)* et dans les conditions précisées dans le contrat.

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

L'Agence met à la disposition de l'Annonceur une équipe spécialement chargée de l'étude de la réalisation et du contrôle de ses campagnes publicitaires concernant le produit ou le service.

L'Agence met également à la disposition de l'Annonceur, l'ensemble de ses services :

* Marketing ;
* Création et production ;
* Média .

Le présent contrat s'applique sur le territoire suivant : *(Zone géographique)*.

**Article 2 : Prestations de l’agence**

Dans le cadre du présent contrat, l'agence assurera à l'annonceur toutes les prestations nécessaires et notamment :

2.1 Un conseil général en communication :

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

2.2 Un conseil général en recherches :

* Mise au point des méthodologies et des protocoles d'études.

2.3 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. ;
* A partir des objectifs désignés par l'Annonceur, l'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.

2.4 L'élaboration de stratégie de création :

* Développement de la conception publicitaire jusqu'au stade de l'approbation de chaque maquette préliminaire d'annonces, story-boards, affiches.

2.5 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.

2.6 La conception des campagnes médias :

* Présentation sous forme de maquettes non finalisées

2.7 Le média planning :

* Relations avec les supports ;
* Choix des supports selon leur importance et leur influence générale sur des bases statistiques d'appréciations qualitatives et quantitatives ;
* Mise au point détaillée, optimisation et suivi des plans médias ;
* Temps ordinateur ;
* Accès aux données issues des études en souscription ou internes.

2.8 Les services d'achat d'espace :

* Etablissement 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.

2.9 La réalisation de la stratégie de création :

* Réalisation des maquettes et des textes finalisés, maquettes sonores, story-boards, animatics, rédaction, etc. ;
* Réalisation de la production : achat d'art, prises de vues, exécution, photogravure, films, enregistrements, négociation des droits (droit de reproduction, d'utilisation, royalties), création de logo, d'emballages, de marques, etc.

2.10 La réalisation des campagnes :

* Ceci inclut l'ensemble des activités de production notamment d'imprimés publicitaires, après approbation par l'annonceur des réalisations indiquées à l'alinéa 2.9.

2.11 La réalisation des projets d'études :

* Enquêtes ;
* Tests ;
* Achat et analyse piges qualitatives et quantitatives des actions publicitaires de la concurrence (secodip, Nielsen, etc.) ;
* Consultations juridiques.

2.12 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 ;
* Contrôle et règlements des factures.

**Article 3 : Rémunération**

3.1 Les honoraires :

*1ère variante :*

Les prestations de l'Agence visées aux points 2.1 à 2.7, font l'objet d'une rémunération, sous forme d'honoraires annuels forfaitaires, d'un montant global de *(Montant rémunération honoraires)* Euros.

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

*2ème variante :*

L'Agence facturera les prestations visées aux points 2.1 à 2.7, conformément à son barème.

*3ème variante :*

L'Agence facturera les prestations visées aux points 2.1 à 2.7, sous forme d'honoraires de *(Taux honoraires en % du budget)* % du budget.

3.2 Les travaux techniques :

Sont considérés comme travaux techniques :

* Les travaux de création (2.9) ;
* Les éléments de création (maquettes finalisées et story-boards...) ;
* La production audiovisuelle, graphique, sonore (photogravure, composition, montage,

réalisation des documents...) ;

* Les honoraires et les droits (droits d'auteur, droits voisins, droit à l'image) afférents à la

production artistique réalisée par des artistes extérieurs (illustrateurs, photographes,

comédiens, mannequins).

* Les travaux de production (2.10) :

Les travaux de production de l'Agence comprennent notamment :

* l'impression ;
* le façonnage ;
* le mise sous pli à l'exception des frais d'affranchissement.

*1ère variante :*

En ce qui concerne les travaux techniques, visés aux points 2.9 et 2.10, la rémunération de l'Agence, agissant en qualité de maître d'oeuvre, est calculée sur la base de *(% de dépenses facturées)* % des dépenses facturées.

*2ème variante :*

En ce qui concerne les travaux techniques, visés aux points 2.9 et 2.10, la rémunération de l'Agence, agissant en qualité de maître d’oeuvre, est inclue dans les devis présentés à l'annonceur.

*3ème variante :*

En ce qui concerne les travaux techniques, visés aux points 2.9 et 2.10, la rémunération de l'Agence est fixée forfaitairement à *(Montant de rémunération pour les travaux techniques)* Euros.

3.3 Les rémunérations spécifiques

Certaines prestations de l'Agence sont spécifiques ou exceptionnelles *voir alinéa 2.11* Elles font donc l'objet de rémunérations particulières devant être prévues au contrat.

Sont visées dans cette catégorie :

* Les tests (pré-test, post-test) ;
* Les études publicitaires engagées après accord de l'Annonceur sur le devis ;
* Les piges qualitatives et quantitatives ;
* Les consultations juridiques ;
* Les relations presse ;

3.4 Les autres frais

Les frais de déplacement des collaborateurs de l'Agence, au-delà de 30 kilomètres, sont pris en charge par l'Annonceur.

Ils sont remboursés sur présentations de justificatifs.

**Article 4 : Mandat**

4.1 Les prestations visées par le mandat :

Pour l'achat des prestations limitativement énumérées à l'alinéa 2.8 *et éventuellement à l'alinéa 2.10 si ces prestations ne sont pas effectuées dans le cadre du contrat d'entreprise* l'Agence est mandataire de l'Annonceur, conformément aux articles 1984 et suivants du code civil et de la loi du 29.01.1993.

4.1.1 Mandat pour l'achat d'espace :

L'Agence négocie au nom et pour le compte de l'Annonceur, 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 l'Annonceur engage la responsabilité de ce dernier quant aux ordres passés conformément à ces plans.

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

4.1.2 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 ;
* 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 l'Annonceur engage la responsabilité exclusive de ce dernier quant au choix des fournisseurs et quant à la bonne exécution des prestations.

4.2 La délégation de mandat :

L'Agence mandataire peut se substituer un tiers pour réaliser les prestations entrant dans le cadre du mandat, au nom et pour le compte de l'Annonceur, conformément aux dispositions de l'article 1994 du code civil.

4.3 L'exécution des ordres :

L'Agence informera l'Annonceur et recueillera son accord sur les changements devant intervenir dans les conditions de diffusion du message publicitaire.

4.4 La rémunération du mandat :

4.4.1 La rémunération de l'Agence pour les opérations d'achat d'espace :

*1ère variante :*

. Soit par une somme forfaitaire annuelle de *(Montant rémunération opérations achat espace)* Euros.

*2ème variante :*

. Soit par une somme correspondant à *(% Montant achat espace)* 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.

*3ème variante :*

. Toutes les remises prévues au tarif des supports en fonction des achats de l'Annonceur sont entièrement acquises à l'Annonceur 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.

L'Annonceur bénéficie par ailleurs de *(% négociations pour l’annonceur)* % 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 *(% négociations pour l’agence)* % de ces négociations hors conditions tarifaires standard en vigueur au moment de la passation des ordres pour compenser le temps passé à cet objet.

4.4.2 La 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 *(% de frais réels)* % des frais réels.

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

L'Annonceur bénéficie de *(% Négociations pour annonceur)* % 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 *(% Négociations pour agence 2)* % de ces négociations hors tarif en vigueur au moment de la commande pour compenser le temps passé à cet objet.

4.5 Conditions de règlement du mandat :

* La TVA ;
* La comptabilité du mandat ;
* Le financement des opérations du mandat.

*1ère variante :*

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

*2ème variante :*

L'Annonceur effectue directement le règlement des factures auprès des vendeurs.

**Article 5 : Approbation des devis et méthodes**

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

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

Dans le cas où l'Annonceur déciderait de modifier, de rejeter, d'annuler ou d'interrompre un travail en cours, l'Agence lui indiquera les dédits et remboursements résultants de ce changement et ceci, de telle sorte que l'Annonceur 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 l'Annonceur.

**Article 6 : Conditions de facturation**

Modalités de règlement :

6.1 Conditions de facturation :

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

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

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

6.2 Conditions de règlement :

Les factures seront réglées par l'Annonceur, soit 30 jours date de facturation, soit selon les modalités prévues par les devis afférents.

Pour toute dépense supérieure à *(Dépense maxi)* Euros ou chaque fois que les usages professionnels l'imposent, un acompte du prix sera facturé à l'Annonceur avant le début des premiers engagements de travaux, le solde s'effectuera à la livraison des travaux.

6.3 Règlement hors-délai :

Le non-paiement de l'Annonceur à bonne date, entraîne la facturation par l'Agence de pénalités de retard conformément à la loi du 31 décembre 1992, c'est à dire d'un montant équivalent à celui qui résulte de l'application d'un taux égal à une fois et demie le taux d'intérêt légal.

**Article 7 : Exclusivité et confidentialité**

7.1 L'Annonceur s'engage pour la durée du contrat :

. A confier à l'Agence, l'exclusivité de ses actions de communication médias relatives aux produits ou services objet du présent contrat, précisées à l'article 1er;

. A confier à l'Agence, l'exclusivité de ses actions de communication hors-médias relatives aux produits ou services objet du présent contrat, précisées à l'article 1 ;

. A assurer en contrepartie de l'exclusivité demandée à l'Agence, une rémunération de *(Montant de la rémunération en euros)* Euros.

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

* A ne pas effectuer d'actions de communication en faveur de produits ou services directement concurrents de ceux énumérés à l'article 1er ci-dessus, sauf accord écrit préalable de l'Annonceur ;

Sont considérés comme produits ou services directement concurrents de ceux, objets du contrat : *(Produits ou services concurrents)*

* A ne pas divulguer d'informations de caractère confidentiel ou considérés comme telles, qui lui auraient été communiquées par l'Annonceur, concernant un produit ou un service confié à la gestion de l'Agence.

**Article 8 : Propriété littéraire et artistique**

*1ère variante :*

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 du Code de la Propriété Intellectuelle.

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.

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 l'Annonceur suivant les nécessités des campagnes, et facturées 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 cette utilisation.

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 l'Annonceur suivant les nécessités des campagnes et facturées à celui-ci.

L'Agence indiquera à l'Annonceur le montant et la limite des droits acquis.

*2ème variante :*

Les droits de l'Agence :

L'exploitation des créations s'effectue conformément aux dispositions du présent contrat et du Code de la Propriété Intellectuelle.

Toute utilisation de la création, non prévue au contrat, doit faire l'objet d'une autorisation expresse et d'une rémunération égale à *(% Budget Pub)* % du budget publicitaire affecté à l'exploitation de la création.

A l'expiration du présent contrat, l'Agence cédera à l'Annonceur le droit de reproduire et de représenter l'ensemble de ses travaux, en contrepartie d'une rémunération égale à *(% Budget Pub)* % 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.

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 l'Annonceur suivant les nécessités des campagnes, et facturées 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 cette utilisation.

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 l'Annonceur suivant les nécessités des campagnes et facturés à celui-ci.

L'Agence indiquera à l'Annonceur le montant et la limite des droits acquis.

*3ème variante :*

L'Agence cède ses droits d'auteur sur les créations publicitaires pendant le contrat.

L'exploitation des créations s'effectue conformément aux dispositions du présent contrat et du Code de la Propriété Intellectuelle.

Toute utilisation non prévue au présent contrat doit faire l'objet d'une autorisation expresse et d'une rémunération égale à *(% Budget Pub 3)* % 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.

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 l'Annonceur 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 cette utilisation.

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 l'Annonceur suivant les nécessités des campagnes et facturées à celui-ci.

L'Agence indiquera à l'Annonceur le montant et la limite des droits acquis.

*4ème variante :*

Les droits de l'Agence :

Les droits de l'Agence sur les créations qui auront été suivies d'une exploitation, sont cédés à l'Annonceur.

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

La rémunération de cette cession, pour toute mode d'exploitation de la création non prévu au présent contrat, sera égale à *(Montant rémunération exploitation non prévue en %)* % 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 *(Montant rémunération utilisation hors territoire en %)* % 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 de l'Annonceur, sera égale à une somme forfaitaire de *(Montant rémunération utilisation dans le cadre des produits dérivés)* Euros *ou à (% Cout de production)% du coût de production des dits produits ou encore à (% du chiffre d’affaire)% 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 (Montant de la rémunération en %)*% 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.

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 l'Annonceur 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 cette utilisation.

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 l'Annonceur suivant les nécessités des campagnes et facturés à celui-ci.

L'Agence indiquera à l'Annonceur le montant et la limite des droits acquis.

**Article 9 : Durée et résiliation du contrat**

*1ère variante :*

9.1 Contrat à durée déterminée :

Le présent contrat est conclu pour une durée déterminée de *(Durée du contrat)*. Il entrera en vigueur à compter du *(Date d’effet du contrat)*.

Il 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.

*Ou :*

*A l'expiration de la première période contractuelle, le présent contrat conclu pour une durée déterminée se transformera en contrat à durée indéterminée sauf dénonciation par une des parties 6 mois avant le premier terme.*

*2ème variante :*

9.2 Contrat à durée indéterminée :

Le présent contrat prend effet à compter du *(Date d’effet du contrat)* pour une durée indéterminée. Chaque partie a la faculté de le dénoncer par lettre recommandée avec accusé de réception, en observant un préavis de 6 mois.

9.3 Dispositions applicables quel que soit le contrat :

Pendant la période de préavis, les relations entre l'Agence et l'Annonceur doivent se poursuivre de façon loyale, sincère et normale ; l'Annonceur ne doit pas confier à une autre Agence 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 de l'Annonceur jusqu'à expiration du délai du préavis.

L'Annonceur 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 des dépenses et frais techniques et artistiques engagés par elle pour la préparation de la campagne.

A l'expiration du présent contrat, l'Agence remettra à l'Annonceur 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 l'Annonceur.

**Article 10 : Responsabilité**

10.1 La responsabilité de l'Annonceur :

L'Annonceur 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.

L'Annonceur 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 à l'Annonceur et au sujet desquels elle aura obtenu son accord, notamment en cas d'action en responsabilité.

10.2 La 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 de l'Annonceur.

L'Agence ne pourra être tenue pour responsable de toute décision prise par l'Annonceur ou tout tiers désigné par lui, ayant pour effet de modifier le projet de l'Agence.

**Article 11 : Attribution de juridiction**

*1ère variante :*

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

A défaut d'accord entre les parties, le litige sera soumis à la juridiction du Tribunal de Commerce de *(Tribunal compétent)* dont la compétence est reconnue expressément.

*2ème variante :*

Toute contestation à l'exécution du présent contrat est soumise à la juridiction du Tribunal de Commerce de *(Tribunal compétent)* dont la compétence est reconnue expressément.

Signature des parties : *(Signature de l’Agence et de l’Annonceur)*