

Article 1 – Objet

1. Les présentes conditions générales de vente gouvernent toute opération d'achat d'espaces publicitaires effectuée par une personne physique ou morale qui achète, pour son compte ou au nom et pour le compte d'un annonceur (ci-après désigné l'Annonceur) un espace publicitaire pour la promotion de sa marque, de ses produits ou de ses services dans les supports (magazines et sites internet) des sociétés Produpress SCA (Moniteur Automobile, AutoGids, AutoWereld, Autogids.be, Moniteurautomobile.be, autowereld.be, miles), d'Editions Cmf SA (Déco idées, Actief Wonen, tu bâtis je rénove, Beter bouwen & verbouwen, ImmowebMag) et d'immoweb SA (Immoweb.be) Ces espaces sont vendus par la régie interne de Produpress nommée le Média, dénommée ci-après le Média.
2. La signature de l'ordre d'achat implique l'acceptation sans réserve des présentes conditions générales.

Article 2 – Opposabilité

Le Média n'est engagé que par les dispositions des opérations d'achat telles qu'il les a acceptées, par les dispositions de ses bons de commande et par celles des présentes conditions générales.

L'application de toute autre disposition est exclue. Il en est notamment ainsi de toutes conditions générales de l'Annonceur même si celles-ci prévoient qu'elles sont seules valables, sauf le cas où le Média les a acceptées expressément par écrit.

Les conditions générales du Média sont réputées connues et acceptées soit par la signature de l'Annonceur sur un document qui y fait référence, soit par l'absence d'opposition écrite de l'Annonceur dans les 8 jours de la réception du premier document qui les porte à sa connaissance, soit, en cas de commande effectuée en ligne, par l'acceptation en ligne de ces conditions générales. Dans ce dernier cas, les parties conviennent que les échanges de courriers électroniques auront entre elles force probante.

Elles ne peuvent être contestées en cas de relations commerciales suivies. Tout bon de commande émanant d'un Annonceur doit mentionner impérativement l'acceptation des présentes conditions générales de vente.

Article 3 – Offre et tarifs

1. Les emplacements, formes et modalités d'affichage des insertions proposées ainsi que les prix afférents sont ceux en vigueur au jour de l'offre faite par le Média, tels que détaillés dans les documents disponibles sur produpress.be et plus particulièrement les documents intitulés : « Ratecard » et « Tarifs » dans le cadre « INFO & DOWNLOADS » du site internet.
2. Le montant minimum d'un bon de commande est fixé à mille deux cent cinquante (1.250) euros htva.
3. Les tarifs ne comprennent pas les frais techniques tels que les éventuels frais de création et de réalisation des insertions ni le coût de l'impression des encarts.
4. Sauf mention expresse, les offres s'entendent hors exclusivité.
5. Les conditions tarifaires de l'offre faite sur devis par le Média à l'Annonceur ou à son mandataire ont une durée de validité de 14 jours à

- compter de l'émission de l'offre. Sans confirmation par retour d'un bon de commande signé, les options seront annulées au terme de ce délai.
6. Les conditions tarifaires des offres dites "promotionnelles" et signalées comme telles, ne sont valables que pour la durée qu'elles précisent.
 7. Les présentes conditions générales de vente ainsi que les tarifs pratiqués par le Média peuvent être modifiés à tout moment, sans préavis. Ces modifications seront sans incidence sur les contrats en cours et les offres émises.
 8. Options pour une publicité internet- Lorsqu'une option est prise par un acheteur, les règles suivantes sont d'application:
 - Chaque option est valable 14 jours à compter de la date de la prise de l'option.
 - Le Média peut cumuler plusieurs options sur un emplacement publicitaire. Dans ce cas le Média communiquera à l'Annonceur le niveau de son option dans la liste des options.
 - Lorsqu'un Acheteur détenteur d'une option désire convertir son option en commande ferme, les détenteurs des autres options en seront avertis par le Média dans les plus brefs délais.
 - En fonction de leur niveau d'option, ces détenteurs auront la possibilité de convertir leur option endéans les 24 heures à compter de la notification.
 9. Les prix indiqués sur les tarifs, ratecards et factures sont exprimés htva.
 10. Conditions particulières sur les dégressifs magazines
Le dégressif quantitatif est calculé en fonction du nombre de parutions commandées pour un même annonceur durant une année calendrier.
Le dégressif est déduit sur facture.
La campagne qui a bénéficié à la commande d'un dégressif quantité ne peut être annulée, sauf cas de force majeure. Dans ce cas, une annulation partielle entraînera un réajustement du prix ainsi que l'envoi d'une facture complémentaire.
Le dégressif quantitatif n'est pas cumulable avec d'autres offres éventuelles.

Article 4 – Prise d'effet de l'ordre d'achat

1. Tout achat et réservation d'espace ne sera effectif que sous la condition suivante: la réception par le Média du bon de commande signé dans le délai de validité de l'offre ; ce bon de commande doit être renvoyé au plus tard 5 jours ouvrables avant le début de la campagne pour le Web et 20 jours ouvrables avant le début de la campagne pour les magazines.
Le bon de commande web doit obligatoirement mentionner:- le nom de l'Annonceur
 - le nom de la campagne
 - les dates retenues
 - les modalités de facturation
 - le MDBID
 - la signature de l'AnnonceurLe bon de commande magazine doit obligatoirement mentionner:- le nom de l'Annonceur
 - le nom de la campagne
 - le format,
 - le titre du magazine choisi

- les dates retenues
 - le MDBID
 - la signature de l'Annonceur
- Les droits et obligations résultant du bon de commande ne peuvent être cédés par l'Annonceur, sous quelque forme que ce soit et à quelque titre que ce soit.
2. Tout retard par rapport au délai de remise du bon de commande entraîne la perte de la garantie du démarrage de la campagne à la date prévue.

Article 5 – Prescriptions relatives au matériel publicitaire

1. L'insertion doit être conforme aux prescriptions techniques requises par le document intitulé "Technical Specifications", par le devis ou par l'ordre d'achat.
2. Le Média n'apportera, en aucun cas, de modifications (y compris, et sans limitations, un changement de taille) au matériel à diffuser sans en avertir au préalable l'Annonceur.
3. La non-fourriture des créations à diffuser ou des tags de redirection ne constitue pas une cause de résolution du contrat.
4. **Pour les publicités WEB :**
 1. Le non-respect d'une des conditions précédemment énoncées dégage le Média de toute responsabilité en cas de dépassement de la date de mise en ligne initialement convenue.
 2. Le contenu de la publicité doit être remis au Média selon les fiches techniques propres à chaque média. (Informations disponibles sur ww.produpress.be)
 - a) Sous format électronique avant la date de parution souhaitée, au plus tard :- 5 jours ouvrés pour les formats standards (image GIF ou JPEG)
 - 7 jours ouvrés pour les formats rich média (Flash, Flash flottant, expand bannière...)
 - 7 jours ouvrés pour la vidéo
 - 7 jours ouvrés pour les habillages de page
 - b) En cas de non-conformité de la publicité aux normes techniques requises (tel qu'indiqué dans le document relatif aux spécifications techniques), l'Annonceur devra procéder aux modifications nécessaires dans les délais requis pour la mise en production. Ces délais seront précisés par le Média.
 - c) Dans le cas d'une remise tardive des éléments relatifs au contenu de la publicité, le Média se réserve le droit, sauf refus exprès de l'Annonceur, de décaler d'autant la fin de la campagne, en fonction des disponibilités des inventaires.
 - d) L'ensemble du matériel de diffusion d'une campagne doit faire l'objet d'un seul et même envoi (e-mail) comprenant :- le matériel de diffusion (Banners, Skyscrappers, etc)
 - l'URL de destination définitive et active
 - les coordonnées (nom, prénom, téléphone, adresse e-mail) du créatif et/ou du technicien responsable du matériel de diffusion.
 - e) Le titre (subject) de cet e-mail doit comprendre au minimum:- le nom de l'Annonceur
 - le nom de la campagne
 - f) À la réception de cet e-mail et sous réserve que le bon de commande signé ait été réceptionné par le Média dans le délai prescrit soit au minimum 5 jours ouvrables avant le début de la campagne (cf point 3 ci-dessus), le Média se charge d'envoyer à l'Annonceur:- une confirmation de la bonne réception du matériel de diffusion par retour d'e-mail au plus tard 1 jour ouvrable après sa réception

– un second e-mail certifiant la conformité du matériel livré au plus tard 2 jours ouvrables après la confirmation de réception) En cas de contact direct entre le Média et le créatif et/ou technicien responsable du matériel, l'Annonceur devra systématiquement être mis en copie.h) En cas d'intervention de l'Adserver d'un tiers proposé par l'Annonceur, toute différence de statistiques par rapport aux chiffres proposés par l'adserver du Média doit être signalée par e-mail au plus tard à la mi-campagne.i) Passé ce délai, seules les statistiques de diffusion de l'Adserver du Média seront considérées comme valides et resteront la seule référence valable.j) Une différence inférieure ou égale à 10% par rapport au bon de commande, ne donnera lieu à aucune compensation.k) En cas de différence supérieure à 10%, les parties détermineront une solution de commun accord. Cette concertation n'implique en aucun cas un droit à une quelconque compensation de fait.

5. S'il apparaît, pendant la campagne ou à l'issue de celle-ci, que le nombre d'impressions prévues dans le bon de commande ne pourra être délivré les parties pourront convenir :- de prolonger la campagne
– d'accorder à l'Annonceur un crédit d'impressions pour une nouvelle campagne

6. **Pour les publicités magazines :**a) L'Annonceur devra respecter les formats du Média en ce qui concerne les spécificités des espaces publicitaires.

Le format du matériel doit être un PDF/X 300 dpi certifié Medibel+ (Infos sur www.gwg.org ou www.medibelplus.be) et doit être chargé sur un FTP en accord avec les fiches techniques de chaque magazine. (Les encarts doivent être envoyés par la poste).b) Si l'un des éléments décrits dans la fiche technique du magazine venait à manquer, l'imprimerie et l'éditeur déclinent toute responsabilité en cas de problèmes éventuels lors de l'impression de l'annonce.c) Aucune correction ne peut être apportée au matériel fourni.d) En cas de retard de la part de l'Annonceur, le Média se réserve le droit de reporter la parution de l'insertion prévue. En aucun cas, un tel report n'autorisera l'Annonceur à annuler sa commande.e) Le Média est disponible en français et en néerlandais, le message publicitaire doit donc être communiqué dans les deux langues, à défaut, il ne sera visible que dans la langue communiquée.f) Les frais techniques que le Média pourrait être amené à supporter du fait de la non-conformité technique des éléments remis par l'Annonceur seront refacturés à ce dernier, après acceptation d'un devis. L'établissement de ce devis est susceptible d'étendre le délai d'attente d'avant publication.g) Les dates de sortie de l'insertion sont données à titre indicatif et sans garantie. Le Média peut être amené, pour des raisons d'actualité ou d'opportunité (mise en page ou du programme), à les modifier suivant ses nécessités.h) Le Média se réserve également le droit de modifier en tout ou en partie les dates, ou même d'annuler la campagne sans que l'Annonceur ne puisse faire valoir, dans cette hypothèse, auprès du Média aucune réclamation, ni demander de dommages et intérêts. en cas de force majeure, de grève ou encore en cas d'événements exceptionnels perturbant l'organisation et la parution du Média.i) Les opérations d'achat d'espace non diffusées pour les raisons prévues à l'alinéa

précédent ne sont pas facturées, l'Annonceur ne pouvant, en outre, prétendre en toute hypothèse à compensation ou à réduction de prix.)
Dans le cas d'une insertion sur deux pages face à face, il ne peut être garanti un alignement avec précision des caractères ou de l'illustration, ni un pliage précis dans tous les exemplaires du magazine.

Article 6 – Responsabilité de l'Annonceur et de son mandataire

1. L'Annonceur ou son mandataire reconnaît être l'auteur unique et exclusif du texte, des dessins, images, son, etc. ou, à défaut, détenir l'ensemble des droits nécessaires à leur utilisation et reproduction.
2. L'Annonceur ou son mandataire est responsable du contenu de ses insertions publicitaires (texte, logo, photographie) et certifie que les insertions sont conformes à l'ensemble des dispositions légales et réglementaires en vigueur.
3. L'Annonceur ou son mandataire s'engage à garantir au Média de toutes condamnations et de tous frais judiciaires et extrajudiciaires que ce dernier pourrait supporter du fait du recours de tiers pour l'un des motifs visés aux alinéas précédents, et plus généralement du fait de la diffusion du message.
4. Les mandataires (régies, agences, etc.) sont responsables conjointement avec leur mandant des ordres qu'ils transmettent au Média.

Article 7 – Refus de diffusion

1. Le Média se réserve la faculté de refuser toute publicité qui se révélerait contraire à ses intérêts matériels ou moraux, qui constituerait une atteinte aux bonnes mœurs ou à l'Ordre Public, ou qui contreviendrait aux dispositions légales et réglementaires en vigueur.
2. En aucun cas le Média ne pourra être tenu pour responsable du refus de diffuser un message publicitaire pour l'une des causes énoncées à l'alinéa précédent, ce refus ne pouvant ouvrir droit à quelques dommages intérêts que ce soit pour l'Annonceur et/ou son mandataire.

Article 8 – Limitation de responsabilité

1. Tout retard, suspension ou annulation dans la diffusion de l'insertion du fait notamment de défaillances techniques inhérentes au fonctionnement du réseau Internet, extérieures au Média et indépendantes de sa volonté, ne peut motiver un refus de paiement, même partiel, de la part de l'Annonceur ou de son mandataire, ni ouvrir droit à une nouvelle insertion aux frais du Média ou à une indemnisation, sous quelque forme que ce soit, de l'Annonceur ou de son mandataire.
2. Tout retard, suspension ou annulation dans la diffusion de l'insertion ne pourra, éventuellement, ouvrir droit qu'au seul remboursement ou au non-recouvrement, total ou partiel, du prix de l'insertion.
3. Toute réclamation ne pourra être prise en compte passé un délai de un mois.
4. De même, la responsabilité de la société du Média ne saurait être engagée du fait de l'apparition sur le site, postérieurement à la signature de l'ordre d'achat, de nouveaux espaces publicitaires quelque en soit l'emplacement, la nature, la forme et les caractéristiques.

Article 9 – Information de l'Annonceur

1. Le Média informera l'Annonceur ou son mandataire, par mail, dès la première mise en ligne de l'insertion publicitaire web.

2. Au cours de la campagne, le média s'efforcera de mettre à disposition de l'Annonceur sur demande de celui-ci les statistiques relatives à l'insertion web. En tout état de cause, un "Bilan de campagne" relatif aux conditions dans lesquelles la présente convention aura été exécutée sera adressé à l'Annonceur à sa demande.
3. Le Média enverra un justificatif de diffusion pour les annonces publicitaires dans les magazines.

Article 10 – Manquements contractuels

1. L'Annonceur ou son mandataire ne pourra invoquer aucun manquement dans l'exécution du bon de commande ou des présentes conditions générales si ledit manquement n'a pas fait l'objet, en cours de campagne, d'une dénonciation expresse au Média et d'une constatation conjointe par les parties.
2. Le fait pour le média de ne pas se prévaloir, à un moment donné, d'une des stipulations des présentes conditions générales, ne pourra être interprété comme une renonciation à faire valoir ultérieurement ladite stipulation.
3. En cas de non-respect par l'Annonceur de l'une des clauses du présent contrat ou de tout autre document contractuel liant l'Annonceur, le Média se réserve la faculté de suspendre ou de résilier de plein droit, sans formalités judiciaires, l'accord contractuel liant les deux parties et tout document contractuel afférent (bon de commande).

Article 11 – Facturation et règlement

1. L'Annonceur ou son mandataire sont responsables du paiement des ordres passés par eux.
2. La facturation des prestations fournies par le Média est effectuée à la fin du mois de la première diffusion.
3. Toute contestation de facture, pour être valable, doit être faite dans les cinq (5) jours de sa réception et par lettre recommandée.
4. Les annonces facturées sont payables à 30 jours fin de mois, sauf stipulations contraires. En cas de non-paiement d'une ou plusieurs factures, les sommes dues non payées à leur échéance portent de plein droit et sans mise en demeure préalable, un intérêt de un pourcent (1%) par mois à dater de la date de l'échéance de la facture avec un maximum de 8%/an. Tout mois entamé sera considéré comme un mois complet pour le calcul des intérêts. Le montant de la facture sera en outre automatiquement augmenté de 10% de la facture avec un minimum de cinquante euros (50,00 €) à titre de dommages et intérêts fixes pour non-paiement de la facture dans les délais précités. Le défaut de paiement d'une facture à sa date entraîne automatiquement l'exigibilité au profit du Média de toutes sommes généralement quelconques dues par l'Annonceur, le Média se réservant en outre le droit de résilier les ordres en cours sans aucun préavis ni indemnité et de refuser toute nouvelle commande. Il est expressément convenu que l'émission de traites même acceptées et/ou domiciliées en paiement de facture n'emporte pas novation. Tout paiement effectué à des revendeurs, courtiers ou tierces personnes ne peut être pris en considération pour le règlement des factures. Dans tous les cas, le Média se réserve la possibilité d'effectuer le

recouvrement directement auprès de l'Annonceur, déduction faite de la remise professionnelle, si les factures restent impayées.

5. Nonobstant ce qui précède, le Média se réserve la possibilité d'inscrire au contrat des conditions de paiement spécifiques. Lorsque le règlement est demandé à la remise de l'ordre, l'exécution du contrat par le Média n'interviendra qu'à l'issue de l'encaissement effectif du règlement.

Article 12 – Modification de planning

1. L'Annonceur a le droit de modifier le planning d'une campagne au plus tard dix (10) jours ouvrables avant la date initiale de lancement en ce qui concerne le web ; et au plus tard 20 jours ouvrables avant le début de la campagne magazine. Cette modification ne peut que porter sur une remise de maximum trois (3) mois et dans les limites des disponibilités d'espaces publicitaires. La campagne ne pourra pas être avancée ni postposée plus longuement, sauf convention contraire et moyennant le règlement des frais qui en découlent.
Afin de modifier le planning, l'Annonceur est tenu de signer un nouveau bon de commande conformément à l'article 3.
2. La première modification du planning se fera sans frais. Pour toute modification ultérieure, des frais de planning à concurrence de trente pourcent (30 %) du montant repris sur le bon de commande seront portés en compte à l'Annonceur.

Article 13 – Annulations

Les commandes peuvent être annulées sans frais dans leur totalité ou partiellement. La demande doit être introduite par écrit (e-mail, fax ou lettre) au plus tard 4 semaines avant la date de démarrage de la campagne. Si ce délai n'est pas respecté les règles suivantes seront d'application:

- Si la demande d'annulation est introduite entre 3 et 4 semaines avant la date de démarrage de la campagne, le Média facturera à l'Annonceur 20% la valeur totale du bon de commande.
- Si la demande d'annulation est introduite entre 2 et 3 semaines avant la date de démarrage de la campagne, le Média facturera à l'Annonceur 50% la valeur totale du bon de commande.
- Si la demande d'annulation est introduite entre 1 et 2 semaines avant la date de démarrage de la campagne, le Média facturera à l'Annonceur 75% la valeur totale du bon de commande.
- Si la demande d'annulation est introduite moins d'une semaine (5 jours ouvrables) avant la date de démarrage de la campagne, le Média facturera à l'Annonceur la totalité (100%) de la valeur du bon de commande.
- Si le travail de production est effectué par le Média les annulations ne seront pas admises et ne donneront droit à aucun remboursement à moins qu'il en ait été convenu autrement entre le Média et l'Annonceur.

Le Média se réserve le droit d'interrompre une campagne dans les cinq jours suivant son démarrage au cas où elle aurait connaissance d'informations sur le caractère incertain de la solvabilité de l'Annonceur ou de son mandataire. De même, le Média se réserve le droit d'interrompre une campagne si le matériel envoyé ne correspond pas au matériel prévu ou qu'il porte atteinte à certaines valeurs morales.

Article 14.- Réclamations

Toute réclamation doit, sous peine de déchéance, être effectuée par écrit dans la semaine suivant la parution ou la diffusion de l'insertion.

Les réclamations concernant les annonces doivent sous peine de déchéance, être introduites par écrit dans les 10 jours qui suivent la sortie de presse ou le début de la campagne sur Internet. Le Média décline toute responsabilité pour faute suite à des instructions peu claires, des textes écrits ou composés incomplets ou négligés.

Article 15. Litiges

Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes conditions générales et du contrat d'achat d'espace publicitaire qu'elles gouvernent relèvera de la compétence exclusive des juridictions de l'arrondissement de Bruxelles.

Article 16. Nullité d'une clause

Au cas où l'une des clauses des présentes conditions générales serait considérée comme nulle, cette nullité n'affectera pas la validité des autres clauses. Le fait que le Média aurait, même à plusieurs reprises, accepté de ne pas faire application d'une des dispositions des présentes conditions générales n'entraîne, en aucun cas, de renonciation à ce faire et n'est constitutif d'aucun droit dans le chef de l'Annonceur, la situation normale pouvant être établie à tout moment sans préavis ni formalité ni indemnité.