

## **ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ**

### **ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ - 2023**

Οι διάφορες εταιρίες παραγωγής επιλέγονται από τις διαφημιστικές εταιρείες για να δημιουργήσουν, μέσω της σκηνοθετικής και οργανωτικής τους εμπειρίας, διάφορα διαφημιστικά έργα, τα οποία να ανταποκρίνονται πλήρως στην εκάστοτε δημιουργική ιδέα, δίνοντας ζωή στο εκάστοτε σχέδιο.

Οι εταιρείες παραγωγής δεσμεύονται στο να βρίσκουν συνεχώς νέους και καινοτόμους τρόπους ώστε να βελτιώνουν το δημιουργικό προϊόν, να βρίσκουν επαρκείς λύσεις και να κρατούν πηγαίο το ταλέντο της διαφημιστικής βιομηχανίας.

Ένα ισχυρό, σαφές και δίκαιο επιχειρηματικό πλαίσιο θα πρέπει να αποτελεί τη βάση μιας δημιουργικής εργασίας, η οποία θα ανταποκρίνεται επακριβώς στους στόχους του διαφημιζόμενου. Το παρόν έγγραφο θέτει ακριβώς το πλαίσιο στο οποίο οι διαφημιστικές εταιρείες και οι εταιρείες παραγωγής μπορούν να πετύχουν κάτι τέτοιο.

### **ΟΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ**

#### **1. Η επίτευξη των στόχων του διαφημιζόμενου**

Είναι προς το συμφέρον του κάθε εμπλεκόμενου μέρους να ικανοποιούνται οι προσδοκίες του διαφημιζόμενου, καθώς, ο στόχος της κάθε διαφημιστικής παραγωγής είναι να παραδοθεί με τις υψηλότερες καλλιτεχνικές και τεχνικές προδιαγραφές, και εντός των προσδοκιών του διαφημιζόμενου, αναλογικά με το κόστος, τον χρόνο και τη στρατηγική του τελευταίου. Για τον σκοπό αυτό, είναι σημαντικό, όλες οι προσδοκίες του διαφημιζόμενου να είναι ρεαλιστικές, δίκαιες, πλήρως γνωστοποιημένες και να προβλέπονται στη σύμβαση παραγωγής από την ανάθεση του έργου.

Η διαφημιστική εταιρία, όταν αναλαμβάνει τον ρόλο της εκπροσώπησης του διαφημιζόμενου, θα πρέπει να έχει την εξουσιοδότηση να λαμβάνει αποφάσεις, να εκφράζει ανησυχίες και να εγκρίνει οποιεσδήποτε αλλαγές κατά τη διάρκεια της παραγωγής.

Ο αμοιβαίος σεβασμός, το πνεύμα συνεργασίας και ο επαγγελματισμός είναι τα στοιχεία που στο τέλος καθορίζουν την επιτυχία του κάθε σχεδίου.

## **2. Συμφωνητικά εχεμύθειας (NDAs)**

Είναι πλέον σύνηθες, για τους διαφημιστές και τους διαφημιζόμενους να ζητούν NDAs ως μέρος της σύμβασης. Τέτοια NDAs πρέπει να είναι αμοιβαία, αφού η καλλιτεχνική προσέγγιση της εταιρείας παραγωγής, η οικονομική προσφορά της και η πνευματική εμπλοκή για την βελτίωση του έργου, γίνονται ειδικά για την εν λόγω εργασία. Αυτά θα πρέπει να θεωρούνται εμπιστευτικά από τους διαφημιστές, και από κάθε μέρος που εργάζεται για λογαριασμό του πελάτη.

## **3. Μέγιστος αριθμός τριών προσφορών**

Πρέπει να υπάρχουν κατ' ανώτατο όριο τρεις εταιρείες παραγωγής που καλούνται να υποβάλουν προσφορά για μια διαφημιστική ταινία. Οι εταιρίες που καταθέτουν τις προσφορές τους, θα πρέπει να ενημερώνονται για το ποιοι θα είναι οι υπόλοιποι πλειοδότες, καθώς, έτσι, διαμορφώνεται, με τον καλύτερο τρόπο, η έννοια της προσδοκίας του επιθυμητού αποτελέσματος. Στην περίπτωση που πάνω από τρεις εταιρείες παραγωγής καλεστούν να υποβάλουν προσφορά για το ίδιο έργο, όλοι οι συμμετέχοντες, θα πρέπει να το γνωρίζουν εκ των προτέρων (ή όταν αυτό προκύπτει), έτσι ώστε να μπορέσουν να εκτιμήσουν αν θέλουν να συμμετέχουν στη διαδικασία των προσφορών ή όχι.

## **4. Γραπτή σύμβαση**

Μια εταιρεία παραγωγής θα πρέπει να έχει γραπτή σύμβαση, έτσι ώστε να υπάρχει σαφής κατανόηση για το τι ακριβώς πρόκειται να παράγει για τη διαφημιστική εταιρεία (από την πλευρά του διαφημιζόμενου)\*. Η σύμβαση πρέπει να καθορίζει με σαφήνεια τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του κάθε μέρους. Επιπλέον, θα πρέπει να καθίσταται σαφές ότι τα παραδοτέα που ο διαφημιζόμενος και η διαφημιστική εταιρεία αναμένουν από την εταιρεία παραγωγής, είναι τα ίδια με εκείνα που η εταιρεία παραγωγής πρόκειται να υποβάλλει. Συνεπώς, αμφότερα τα μέρη είναι υποχρεωμένα να τηρήσουν τους

όρους που έχουν συμφωνηθεί. Η σύμβαση θα πρέπει να παρέχει μια διαδικασία διαμεσολάβησης και διαιτησίας για τις διαφορές που τυχόν προκύψουν κατά την εφαρμογή της.

\*Για τους σκοπούς παρόντος εγγράφου, η υπόθεση είναι ότι μια διαφημιστική εταιρεία εργάζεται ως εκπρόσωπος του διαφημιζόμενου. Στις περιπτώσεις όπου μια διαφημιστική εταιρεία δεν εμπλέκεται ως ενδιάμεση, ή εμπλέκεται, αλλά με διαφορετική ιδιότητα από αυτήν του «εκπροσώπου», οι ρόλοι μπορεί να αλλάζουν, αλλά η ουσία των όρων «πελάτης» και «πωλητής» παραμένει η ίδια.

#### **5. Οι συμβάσεις των εταιριών παραγωγής θα πρέπει να είναι είτε Fixed Bid (Κλειστή προσφορά), είτε Cost Plus (Ανοιχτή προσφορά)**

Στη σύμβαση Fixed Bid, ορίζεται το συγκεκριμένο κόστος του παραγόμενου έργου και η εταιρία παραγωγής αποδέχεται όλο το ρίσκο της παραγωγής στο προκαθορισμένο κόστος, με εξαιρέσεις για:

- i. το προσωπικό/τις υπηρεσίες που παραχωρεί ο διαφημιζόμενος και η διαφημιστική εταιρία, και τα οποία αναφέρονται ευκρινώς στη Σύμβαση Έργου,
- ii. τις αστάθμητες καιρικές συνθήκες και
- iii. τις περιπτώσεις ανωτέρας βίας.

Όταν υπάρχουν αστάθμητοι παράγοντες που καθιστούν δύσκολο τον υπολογισμό του κόστους μιας παραγωγής, ο διαφημιζόμενος ή η εταιρία παραγωγής, μπορεί να προτείνει μια σύμβαση Ανοιχτής Προσφοράς (Cost Plus Fixed Fee). Στη συγκεκριμένη σύμβαση (γνωστή και ως Cost Plus), ο πελάτης πληρώνει το πραγματικό κόστος της παραγωγής του διαφημιστικού έργου (το οποίο ενδέχεται να είναι μεγαλύτερο ή μικρότερο του αρχικού προϋπολογισμού), όπως και το προσυμφωνημένο ποσοστό κέρδους της εταιρίας (Mark up fee) επί του τελικού απολογισμού του κόστους παραγωγής. Σε κάθε μία από τις παραπάνω συμβάσεις, και τα δύο μέρη προστατεύονται από συνθήκες που δεν μπορούν να εκτιμηθούν με ακρίβεια.

Σε οποιαδήποτε από τις δύο συμβάσεις, θα πρέπει να υπάρχει ένα προσυμφωνημένο και αποδεκτό -από όλες πλευρές-, χρονοδιάγραμμα πληρωμών, δεδομένου ότι η έγκαιρη εξόφληση είναι ένας εκ των όρων του συμβολαίου. Στις περιπτώσεις Cost Plus, εάν διενεργηθεί έλεγχος δαπανών (και έλεγχος μπορεί να

γίνει μόνο στις περιπτώσεις σύμβασης Ανοιχτής Προσφοράς), το κόστος αυτού του ελέγχου, καθώς και το χρονοδιάγραμμα της τελικής του εξόφλησης, θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στον προϋπολογισμό της παραγωγής.

#### **6. Πληρωμή προκαταβολής**

Οι εταιρείες παραγωγής θα πρέπει να λαμβάνουν ως προκαταβολή ένα ποσοστό της τάξης του 50% - 75% του προϋπολογισμού, τουλάχιστον επτά ημέρες πριν από την πρώτη ημέρα των γυρισμάτων. Αυτό προϋποθέτει, ότι το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού, θα πρέπει να καταβληθεί πριν από την έναρξη της παραγωγής ή αμέσως μετά την ολοκλήρωσής της, προκειμένου να εκπληρωθούν όλες οι οικονομικές υποχρεώσεις της εταιρείας παραγωγής.

#### **7. Τόκοι υπερημερίας**

Οι εκάστοτε συμβάσεις θα πρέπει να προβλέπουν ότι θα καταβάλλονται τόκοι υπερημερίας, στην περίπτωση που ο διαφημιζόμενος (πελάτης) αδυνατεί να πληρώσει την εταιρία παραγωγής σύμφωνα με τους όρους του μεταξύ τους συμβολαίου, καθώς η τελευταία, θα πρέπει να τηρήσει τις οικονομικές τις υποχρεώσεις απέναντι στο προσωπικό της, αλλά και να εξοφλήσει τις λοιπές τις υποχρεώσεις, χρηματοδοτώντας η ίδια την εκάστοτε παραγωγή. Το επιτόκιο και οι όροι αποπληρωμής θα πρέπει να είναι σαφώς διατυπωμένοι και αποδεκτοί από τα συμβαλλόμενα μέρη.

#### **8. Οι όροι ακύρωσης θα πρέπει να αναφέρονται ρητά**

Οι όροι ακύρωσης μιας παραγωγής θα πρέπει να έχουν συμφωνηθεί εκ των προτέρων, έτσι ώστε σε περίπτωση ακύρωσης (η οποία δεν προκύπτει από οποιοδήποτε σφάλμα από πλευράς της εταιρείας παραγωγής), η εταιρεία παραγωγής να πληρωθεί για όλα τα έξοδα στα οποία έχει προβεί, συμπεριλαμβανομένων και των αμοιβών που έχει συμφωνήσει, καθώς και να αποζημιωθεί για τις υπηρεσίες και τον χρόνο που αφιέρωσε στην συγκεκριμένη παραγωγή, αλλά και για διαφυγόντα κέρδη, από χαμένες επαγγελματικές ευκαιρίες.

### **9. Επιλογή των συνεργατών**

Δεδομένου ότι η εταιρεία παραγωγής είναι υπεύθυνη για τις υπηρεσίες που παρέχει όπως και για το τελικό έργο, θα πρέπει να έχει τον πλήρη έλεγχο της επιλογής των καλλιτεχνικών και τεχνικών συντελεστών, των προμηθευτών της, συμπεριλαμβανομένης της παροχής υπηρεσιών από συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Η εταιρεία παραγωγής δεν είναι υπεύθυνη για τους συνεργάτες/προμηθευτές τους οποίους παρέχει ο διαφημιζόμενος ή η διαφημιστική εταιρεία (όταν αυτό απαιτείται από τις προδιαγραφές ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών).

### **10. Η Εταιρεία που αναθέτει τη σύμβαση στην εταιρεία παραγωγής είναι υπεύθυνη για την πληρωμή της**

Η εταιρεία που αναθέτει τη σύμβαση στην εταιρεία παραγωγής, έχει και την ευθύνη της πληρωμής της. Μερικές διαφημιστικές εταιρείες, σε ορισμένες χώρες, επιδιώκουν να αναθέτουν έργα σε εταιρείες παραγωγής με σκοπό να τις εξοφλούν μόνον όταν ο πελάτης τους τις πληρώσει. Αυτό είναι άδικο και λάθος. Οι εταιρείες παραγωγής δεν έχουν έλεγχο ή γνώση της οικονομικής κατάστασης της κάθε διαφημιστικής εταιρείας αναφορικά με τους πελάτες της. Γι' αυτό τον λόγο, εναπόκειται πλήρως στη διαφημιστική εταιρεία η σύναψη της σύμβασης και η διαχείριση της πληρωμής της εταιρείας παραγωγής. Σε περίπτωση αθέτησης πληρωμής από τον πελάτη προς τη διαφημιστική, η εταιρεία παραγωγής δεν φέρει καμία ευθύνη και η διαφημιστική εταιρεία θα πρέπει να προβαίνει άμεσα στην αποπληρωμή της πρώτης.

### **11. Διαφορετικότητα**

Οι εταιρείες παραγωγής θα πρέπει να δημιουργούν συνθήκες εργασίας οι οποίες θα είναι συμπεριληπτικές, προσβάσιμες για όλους και αντιπροσωπευτικές όλων των τμημάτων της κοινωνίας. Είναι σημαντικό, το προσωπικό των εταιρειών παραγωγής, όχι μόνο να αποτελείται και από υπαλλήλους που ανήκουν σε μη προνομιούχες ομάδες, αλλά οι τελευταίοι, να διατηρούν τις θέσεις εργασίας τους μέσα σε ασφαλή και υποστηρικτικά περιβάλλοντα εργασίας, ικανά για την ανάπτυξή τους. Τα οφέλη της διαφορετικότητας είναι κρίσιμα για την ανάπτυξη της δημιουργικής προσφοράς και της επικοινωνίας των εταιρειών παραγωγής με κάθε τμήμα της κοινωνίας, έτσι ώστε να είναι όφελος για τους πελάτες (διαφημιζόμενους) και τις διαφημιστικές εταιρείες με τις οποίες συνεργάζονται.

## **12. Το περιβάλλον**

Η εταιρεία παραγωγής, η διαφημιστική εταιρεία και ο πελάτης, πρέπει να δεσμευτούν για την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων μιας παραγωγής.

Αυτό ξεκινά με την αξιολόγηση του αντίκτυπου των βασικών παραγόντων του περιβαλλοντικών επιπτώσεων μιας παραγωγής, όπως ο αριθμός του συνεργείου, ο αριθμός των ημερών γυρίσματος, τα ενδεχόμενα ταξίδια (και ειδικότερα ο αριθμός και η απόσταση των πτήσεων), καθώς και η τροφοδοσία, έτσι ώστε ένα γύρισμα να μπορεί να σχεδιαστεί με το ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Σε κάθε παραγωγή, θα πρέπει να λαμβάνεται κάθε πρακτικό βήμα, έτσι ώστε να ελαχιστοποιηθεί το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα, και αντίστοιχα, να αντισταθμίζεται και το όποιο αποτύπωμα ρύπων.