JCDecaux ALGEMENE VOORWAARDEN 2020 - Stadsmeubilair, Groot Formaat INSERT en MBT

Artikel 1: Definities:
1.1. De adverteerder en het agentschap, waarvan de identiteit is opgenomen op de voorzijde van dit papieren contract of in bijlage in digitale vorm, verbinden zich gezamenlijk en in samenspraak voor degehele uitvoering van deze overeenkomst, rekening houdend met de bijzondere voorwaarden en dealgemene voorwaarden zoals hieronder omschreven.
Zij worden hierna aangeduid als "de Partners."
1.2. De bedrijven JCDecaux Street Furniture Belgium NV, JCDecaux Billboard Belgium NV, JCDecaux Luxembourg NV, JCDecaux Insert Belgium NV en JCDecaux Malls NV worden aangewezen onder de term " de Contractanten ".
1.3. Een 'campagne' is de dienstverlening naar 'de Nemers' toe, dat ter beschikking wordt gesteld van de adverteerder, tijdens de overeengekomen periode, onder devorm van een network van zijden en/of elke andere communicatievorm in "Out of Home"

Artikel 2: Bestelling:
2.1. De bijzondere voorwaarden alsook de gegevens vermeld op de achterzijde van het onderhavige contract op papier of in digitale bijlage, vormen het contract tussen de partijen. Het contract zal als vaststaand en definitief worden beschouwd zodra de handtekening door elk van de partijen is geplaatst.
Een handtekening volstaat om de Contractnemers solidair te verbinden.
De per mail opgestuurde en / of ondertekende bestelbonnen zijn van toepassingsgewende waarde.
2.2. Één exemplaar van het contract aan de Contractnemers toegestuurd, dient geldig ondertekend teruggezonden te worden binnen de 7 kalenderdagen gezien bij niet naleven hiervan de Vennootschap zich het recht tot herverkoop van deze periode aan een andere cliënt voorbehoudt.
2.3. Er wordt formeel overeengekomen dat de onderschreven verbintenis strikt persoonlijk voor de Contractnemers geldt die deze slechts zullen kunnen aanwenden voor het product of het artikel verkocht onder het merk dat met naam in de verbintenis is aangegeven. In geen enkel geval zullen de Contractnemers het gebruik van de onderschreven verbintenis kunnen overdragen. Nochtans, in geval van verkoop of overdracht van de handelszaak nemen zij de verplich-ting op zich door de koper of de opvolger een overdracht van de verbintenis op zijn naam te doen ondertekenen, op straffe van betaling aan de Vennootschap van het saldobedrag van de aangegane verbintenis ten tot een maximum van 6 maanden huur, maar de sommen die verschuldigd zouden kunnen zijn.
Deze wijziging dient binnen de acht dagen medegedeeld te worden aan de Vennootschap, die zich het recht voorbehoudt volgens eigen goeddunken de overdracht te aanvaarden of te weigeren.
In geval van overdracht door de Vennootschap van haar handelszaak of in geval van wijziging van haar structuren zal het onderhavige contract verdergezet worden met de overnemer of met de nieuwe of gewijzigde vennootschap.
2.4. Wat betreft de floatings, zal de plaatsing door de Vennootschap worden uitgevoerd en aan de Contractnemers worden bekend gemaakt tien laatste op de 10de kalenderdag vóór de periode waarin de campagne zal geplaatst zijn.
2.5. Ingebrekestelling.
De antwoordtermijn van een ingebrekestelling bedraagt een duur van 48 uren (werkdagen). In het algemeen, ingeval het vervaltijdstip van een ingebrekestelling vervalt om uurmn dan kan de koop door een andere klant pas ontstaan vanaf uurmn + 60 minuten en dit voor administratieve redenen.
Daarentegen, indien het vervaltijdstip vervalt :
- tussen 12u en 14u van dag D, dan kan de aankoop ervan door een andere klant pas ontstaan vanaf 14u30 van dag D
- na 18u van dag D, zal de aankoop door een andere klant pas kunnen ontstaan vanaf 9u30 van de eerstvolgende werkdag
2.6. De overeenkomst wordt aanvaardt onder voorbehoud van akkoord van de bevoegde Overheden, die vereist zouden kunnen zijn voor de plaatsing of het behoud van de publicitaire panelen.

Artikel 3: Locaties:
3.1. Voor de verkoop in een network van Stadsmeubilair (2m2 papier) en de campagnes 2m2 MetroBusTram (papier), naargelang de onderhandelingen tussen de partijen, stelt de Vennootschap een network van zijden ter beschikking van de adverteerder, waarvan het aantal op de voorzijde van het onderhavige contract op papier of op digitale bijlage is aangegeven.
Het aantal en de lijst van de medegedeelde locaties zijn geschat en berekend in functie van het vooruitzicht aan locaties van de Vennootschap.
Voor de nationale en aangepaste netwerken (2m² papier) van Stadsmeubilair wordt een verschil tot -5% van het aantal VAC (Visibility Adjusted Contacts) zonder prijsaanpassing toegelaten.
Voor de andere 2m² netwerken (papier) wordt een verschil tot -5% van het aantal panelen of een verschil van 5% van de lijst van bekendgemaakte locaties zonder prijsaanpassing toegelaten.
Voor de verkoop in een Prestige network, waarvan het aantal en de lijst van de onderhandelingen tussen de partijen, stelt de Vennootschap een network van zijden ter beschikking van de adverteerder, waarvan het aantal op de voorzijde van het onderhavige contract op papier of op digitale bijlage is aangegeven.
Het aantal en de lijst van de medegedeelde locaties zijn geschat en berekend in functie van het vooruitzicht aan locaties van de Vennootschap.
Een verlaging tot 5% van het aantal panelen of een afwijking van 5% van de lijst van bekendgemaakte locaties wordt zonder prijsaanpassing toegelaten.
Voor de verkopen in network Groot Formaat samengesteld van 8m² en 20m² panelen, volgens de onderhandelingen tussen de partijen, stelt de Vennootschap de adverteerder een network van zijden ter beschikking, waarvan het aantal identiek is aan het aantal vermeld op de voorzijde van dit contract op papier of in de bijlage in digitale vorm. Het aantal en de lijst met geconcurreerde locaties worden geschat en berekend op basis van een prognose van inplanting van het bedrijf. Het aantal gecommuniceerde VAC (Visibility Adjusted Contacts) is gegarandeerd, mits een verlaging van 5% van het aantal VAC te tolereren zonder prijswijziging.
Indien bij de verkoop in Groot Formaat per stuk, om welke reden ook, tussen het sluiten van het contract en het tijdstip van het afficheren, locaties zouden verdwijnen, zouden verkocht zijn voor lange termijncontracten of niet exploiteerbaar zouden zijn, zal een voorstel tot vervanging aan de cliënt worden voorgelegd. Deze zal de mogelijkheid hebben dit te aanvaarden of te weigeren en desgevallend zal de prijs pro rata temporis gefactureerd worden op basis van het aantal affiches gewijzigd zou zijn.
Voor de verkoop in vinyl MetroBusTram, zal de Vennootschap een reeks locaties, waarvan het aantal vastgelegd staat op de voorzijde van onderhavig contract op papier of op digitale bijlage is aangegeven, ter beschikking stellen van de adverteerder.
Voor de digitale campagnes wordt een verschil tot -5% van het aantal contactverbongen getolereerd zonder aanpassing van de prijs.
3.2. De Vennootschap belast zich met de regeling van elk eventueel geschil in geval van klachten omtrent een locatie of locaties welke zij ter beschikking stelt van de adverteerder. De adverteerder verbindt zich er formeel toe om in deze geschillen niet tussen te komen, behalve in geval van akkoord van de tegenpartij, en elke klacht die tot hem zou worden gericht onmiddellijk aan de Vennootschap over te maken.
3.3. De toegang tot de locaties is exclusief voorbehouden aan de Vennootschap, haar ondeaannemers of haar medewerkers. De toegang tot de technische infrastructuur is eveneens voorbehouden aan de Vennootschap of zijn verantwoordelijke tenwat verboden.
De adverteerder dan zich, op geen enkel bijzonder recht beroepen met betrekking tot de locaties ter beschikking gesteld door de Vennootschap, zonder uitdrukkelijk akkoord van deze laatste.

Artikel 4: Affiches en vinyls en digitale spots:
4.1. De afmetingen van de aan te plakken affiches worden omschreven in de technische fiches die integrerend deel uitmaken van het contract.
4.2. Buiten de affiches bestemd voor de eerste plaatsing, dienen de Contractnemers verplicht een aantal en een kwaliteit van affiches te leveren om in normale omstandigheden het behoud van de aanplakking te verzekeren voor de ganse duur van de campagne, zoals vastgelegd op de voorzijde van het contract. In gezamenlijk akkoord wordt dit aantal affiches vastgelegd op 20% van april tot en met september en op 30% van oktober tot en met maart van het aantal affiches nodig voor de eerste plaatsing.
Het materiaal dat niet werd opgebruikt aan het einde van de campagne en niet werden opgeëist voor het weghalen van de affiches door de Vennootschap, zullen als achtergelaten worden beschouwd. Op vraag van de Contractnemers, zal de Vennootschap zich belasten met het terugsturen van de niet gebruikte affiches. De verzendingskosten zullen echter ten laste vallen van de Contractnemers.
4.3. De affiches moeten gefrankeerd worden toegeleverd aan de werkplaats van de Vennootschap of haar vertegenwoordigers en dit tenminste 6 werkdagen voorafgaand aan de periode van het afficheren, zoals bepaald in de bijzondere voorwaarden en overeenkomstig de doorgegeven repartitie.
Hetzelfde geldt voor de campagnes 2m2 MetroBusTram. Voor de vinyls daarentegen, dienen de files bezorgd worden overeenkomstig de technische fiches beschikbaar op http://www.jcdecauxmetro-bus-tram.be en dit minstens 10 werkdagen voor de afficheperiode voor alle formaten, behoudens de "full wrap" en de "out of the box" waarvoor de files minstens 13 werkdagen voor de aankleefperiode dienen te worden aangeleverd.
Voor de digitale campagnes, dient het bestand ons ten laatste 6 werkdagen voor de start van de campagne toegestuurd te worden en dient het te voldoen aan de vereisten opgenomen in de technische fiche.
Voor bewegende beelden wordt deze duurtijd tot 15 werkdagen voor de start van de campagne verlengd om de nodige testen te kunnen uitvoeren voor uitzending.
4.4. Voor de floatingcampagnes dient de levering van de affiches 6 werkdagen voor de eerste floatingperiode te gebeuren. In geval van levering na deze datum zal het voorziene financieel voordeel voor de floating verloren zijn en kan de Vennootschap beslissen om deze campagne niet meer op te hangen: de volledige verschuldigd bedrag zal dan eisbaar worden.
4.5. De richtlijnen voor het afficheren dienen bij de Vennootschap aan te komen tenminste 10 werkdagen voor het begin van de periode van het afficheren.
Deze instructies moeten het aantal visuals (thema's en talen), hun verdeelsleutel en een samenvattende beschrijving of een foto van elke visual vermelden. Het aantal beelden is beperkt tot een maximum van 8 (4 thema's x 2 talen) voor nationale netwerken en tot 4 (2 thema's x 2 talen) voor elk ander network. Een hoger aantal visuals moet van tevoren door de Vennootschap goedgekeurd worden en in geval van vermelde tenminste niet gerespecteerd worden, zal het bedrag van de voorbereiding van de affiches. De ontwerpen dienen door de klant – op eigen kosten – te worden voorgelegd aan de Vennootschap, die over een appreciatierecht beschikt betreffende de eventuele weigering van een voorstel van publicitaire aankondiging.
4.6. Als de hierboven vermelde termijnen niet gerespecteerd worden, zal het bedrag van de bijkomende technische kosten, de overuren, de vervoerkosten te wijten aan de vertraging, automatisch gefactureerd worden. De Vennootschap zal niet verantwoordelijk kunnen worden gesteld noch zal een creditnota kunnen worden geverdord indien het afficheren niet in de toegewezen tijdspanne gebeurt.
4.7. Exclusiviteit per sector voor de netwerken in Stadsmeubilair (2m2) :
- Om de exclusiviteit per sector te respecteren dienen de Contractnemers de productcode, die met de campagne overeenkomt, op de bestelbon te vermelden.
De vermelde productcode dient verbonden te zijn met het de voormaamste product zichtbaar op de affiche. Een voorafgaand opgestelde lijst met productcodes is beschikbaar op envoudige aanvraag bij de Vennootschap en is eveneens consulteerbaar op de internetsite van de Vennootschap: www.jcdecaux.be.
- Enkel de Contractnemers zijn verantwoordelijk voor de bepalingen van de weerhouden productcode en bijgevolg voor de eventuele fouten, onjuistheden en/of onvolledigheden (bv. het niet-afficheren van de campagne).
- Indien de Contractnemers de vermelde productcode niet respecteren en ingeval hun campagne, omwille van het niet respecteren van de exclusiviteit, niet kan worden geafficheerd, blijft de gehele betaling van de campagne verschuldigd.
- Verderen van een gamma van producten worden niet beschouwd als concurrenten voor andere adverteerders, maar enkel voor andere adverteerders van eenzelfde gamma van producten.
- In geval van co-branding (selectie van 2 merken) zal er een supplement van 10% op het bruto onderhandelde bedrag aangerekend worden.
De vermelding van (een) merk(en) wordt evenwel niet als co-branding beschouwd indien de toegediende oppervlakte van het tweede merk en eventuele volgende merken kleiner is dan 10% van de totale oppervlakte van de affiche.
- Er is geen sectorale exclusiviteit voor digitale netwerken noch tussen de nationale netwerken en de lokale netwerken of de specifieke nationale netwerken. De specifieke locaties zijn niet opgehoven op alle stratmeubilair (2 m²) netwerken tijdens de maand januari (week 1 tot 5), voor Sint-Valentijn (week 7), voor Moederdag (week 19) en voor Vaderdag (week 23), tijdens dezomer (week 27 tot 35) en tijdens de maand december (week 48 tot 52).
- Bij niet-verkoop van één of meerdere panelen, ingeval de Vennootschap gedwongen is één of meerdere panelen van de voorafgaande week geafficheerd te laten, wordt de sectorale exclusiviteit van rechtswege opgeheven.
4.8. De Vennootschap is niet verantwoordelijk voor de beschadiging van de geplaatste affiches. Deze zullen evenwel zo vlug mogelijk worden vervangen.
4.9. De Vennootschap is niet verantwoordelijk voor buitengewone schade die zou kunnen aangebracht worden aan deze panelen (massale vernietiging, anti- publicitaire campagne,…).
Alles zal eventueel in het werk worden gesteld om de zo vlug mogelijk te verhelpen.
4.10. Het uitblijven van de levering van de affiches kan in geen enkel geval de tenuitvoerlegging van het contract opschorten noch verhinderen dat de bestelling blijft lopen, noch dat deze resulteert in de volledige betaling van de prijs van de campagne ten voordele van de Vennootschap, desgevallend verhoogd met de kosten en de verwijlintresten.
Als het om een eenvoudige vertraging in de toelevering gaat, zal de plaatsing naar best vermogen verzekerd worden zonder dat de Vennootschap enige verantwoordelijkheid draagt.
4.11. De adverteerder verbindt zich ertoe om :
- nauwgezet de wetgeving na te leven betreffende het taalgebruik in de betrokken steden en gemeenten en in functie van de Belgische gewesten en gemeenschappen. Als dit niet het geval is, zal de Vennootschap de affiches niet plaatsen in de desbetreffende steden en gemeenten, zonder dat dit aanleiding geeft tot vervanging van de niet geafficheerde locaties noch tot prijsvermindering.
- ervoor te zorgen dat de campagne die hem/haar toevertrouwd wordt ook uitgezonden mag worden. De beslissing hierover is om op de openbare weg te worden vertoond om te voorkomen dat dit voor bestuurders verblindend, misleidend of verwarrend met verkeersrichten zou zijn.
Als dit niet het geval is, zal de Vennootschap de reclamespot niet uitzenden in het straatmeubilair nabij verkeerslichten.
- te voldoen aan het advies van de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP), wanneer deze één of meer wijzigingen aan de reclameboodschap oplegt. De contracten zijn aangegaan onder de ontbindende voorwaarde van eventueel verkrijgen van ongunstig advies van de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP).
In geval van wijziging, zullen de bijkomende kosten die hieruit voortvloeien ten laste zijn van de Contractnemers.
In geval van aanvraag tot verwijdering van een affiche of stopzetting van de uitzending, blijven de prijs van de campagne, alsook de kosten die voortvloeien uit de vroegtijdige afhaling, geheel ten laste van de Contractnemers.
Indien de Adverteerder weigert te handelen overeenkomstig de beslissing van de JEP en hiervan de Vennootschap op de hoogte brengt, dan zal de Vennootschap noodgedwongen - overeenkomstig artikel 10 van het reglement van de JEP – zo snel als mogelijk de noodzakelijke stappen dienen te ondernemen om een einde te maken aan de verspreiding van de omstreden publicitei.
De prijs van de campagne, alsook de kosten die voortvloeien uit de vroegtijdige afhaling, blijven geheel verschuldigd door de Contractnemers.
De Vennootschap wijst alle aansprakelijkheid af aangaande de aangebrachte affiche, die Contractnemers verklaren zich volledig geïnformeerd te hebben omtrent de overeenkomst gesloten tussen hen en de Vennootschap.
Met betrekking tot de MetroBusTram-campagnes, wordt de Contractnemer in kennis gesteld dat de MIVB inzagerecht beschikt betreffende de inhoud van de campagnes en deze kan weigeren indien de inhoud niet voldoet aan de code inzake reclame-ethiek. De Vennootschap treft desgevallend geen enkele verantwoordelijkheid.
Met betrekking tot de digitale Retail- of Mallscampagnes, wordt de Contractnemer in kennis gesteld dat de partners van de Vennootschap inzagerecht beschikken betreffende de inhoud van de campagnes en deze kan weigeren indien de inhoud ervan direct of indirect in concurrentie is met de belangen van de mebebsters.
Wat de digitale campagnes betreft, de vertoning ervan kan door de lokale verordeningen worden beperkt tot bvb. enkel stilstaande beelden of beelden met bepaalde bewegende elementen of details. Desgevalend zal de Adverteerder hiervan worden op de hoogte gebracht door de Vennootschap, teneinde desbetreffende campagne ermee te laten overeenstemmen.
4.12. Bijkomende diensten
Opspilsting van een network: De aanvraag tot opspilsting van een network vermeerdert de tarieflijns met 30%.
Specifieke opspilsting:
- Ingeval van specifieke opspilsting, dient de Contractnemer aan de Venootschap de bestemming van de visuelen per locatie mede. Deze bestemming van de visuelen in line by line verhoogt de tarieflijnps met 5%.
- Ingeval de Contractnemers deze specifieke opspilsting wensen over te laten aan de Vennootschap, dient een volledige en schriftelijke briefing te worden overmaakt aan de Vennootschap die zich het recht voorbehoudt deze opdracht al dan niet te aanvaarden. Ingeval van aanvaarding hiervan door de Vennootschap, wordt de tarieflijnps verhoogd met min.10% of een specifiek bestek zal opgemaakt worden.
Banners verkoopsruimte: Ingeval van meerdere visuelen met 2 banners verkoopsruimten per stad op specifieke adressen dienen geafficheerd te worden, zal er een prijstoeslag van 5% aangerekend worden.
Voorbereiding van de 2m2 affiches: indien de 2m2 affiches niet geleverd worden conform de beschrijving hernomen in de technische fiches, zal de Vennootschap de "Contractnemers" rechtstreeks aansprakelijk stellen voor eventueele kost aanrekenen waarvan de prijs jaarlijks wordt vastgelegd. Voor het jaar 2019 komt deze prijs op 1,25 € per geproduceerde affiche.
Laattijdige levering van affiches: de affiches dienen te worden geleverd in de loop van 6 werkdagen vóór de eerste dag van de afficheperiode. Elke vastgestelde laattijdige levering brengt met zich de toepassing van een boetebedrag van 1.000 € per werkdag mee.
Dringende plaatsing: De dringende plaatsing van affiches, speciale montages of aanpassingen verzorzaken een prijstoeslag op de voorafgaande kostenraming.
Intervention gedurende de campagne: indien op vraag van de Contractnemers, tijdens een campagne de affiches plots dienen bedekt te worden, dienen aangevuld te worden, dienen gewijzigd te worden of dienen verplaatst te worden, dan zullen de kosten die hieruit voortvloeien volledig door de Contractnemers worden gedragen.
Terugvaar van de affiche: de affiches die op het terrein geplaatst kunnen enkel worden teruggegeven ten uitzonderlijke tijd ingeval er vóór het begin van de campagne een voorafgaandelijk akkoord tussen de partijen plaatsvond. Deze operatie brengt supplementaire kosten met zich mee, die door de Contractnemers zullen worden gedragen.
Fotoreportage: elke vastgestelde laattijdige levering brengt met zich de toepassing van een fotoreportage op de terreinen te rechtvaardigen zal gefactureerd worden aan 250,00€ per 5 foto's, en dit in maximum 2 steden. Voor elke andere aanvraag zal een bestek opgemaakt worden.
4.13. JCDecaux Innovate Actie:
De Innovate Actie, vormt een formaliseerd in het exclusief kader van de campagnes stadsmeubilair en / of Billboard en maken het voorwerp uit van een specifieke bestekbon.
De inplantingsplaatsen voor een Innovate Actie worden voorgesteld onder voorbehoud van het verkrijgen van de nodige toelatingen van de gemeentelijke diensten, de technische mogelijkheden en de vereenigbaarheid met de planning.
Indien veranderingen zouden plaatsvinden, licht de Vennootschap de Adverteerders hiervan in.
Eventuele pre-testen kunnen worden verwezenlijkt, mits facturatie, en zullen dan pas worden uitgevoerd na ondertekening van een bestekbon.
De montages verrzaet aan de Innovate Actie worden uitgevoerd binnen de 24u volgend op het begin van de campagne (behoudens uitzonderlijk akkord).
De Vennootschap kan in geen enkel geval aansprakelijk gesteld worden voor de tussenkomst door eventuele werken op locaties die weerhouden werden voor een Innovate Actie. Indien de Vennootschap er voorafgaandelijk kennis van heeft, zal zij zonder substituerende locaties voorstellen aan de Contractnemers.
Het gebruikte material, 2D, de verlichting enz… zijn eigendom van de Firma.
Ingeval een Innovate Actie zou worden afgeschaft :
- meer dan twee weken vóór de beginddatum van de campagne, blijft 30% van het totale bedrag van de campagne verschuldigd;
- in de loop van de twee weken vóór de beginddatum van de campagne, blijft het totale bedrag van de campagne verschuldigd.
Als geldige datum van annulatie zal worden beschouwd de datum waarop het schrijven wordt overhandigd aan de Vennootschap.
De Vennootschap kan in geen geval aansprakelijk worden gesteld voor de buitengewone schade aangericht aan het meubilair en de decors (slechte weersomstandigheden, vandalisme, anti publicitetscampagne, …).

Artikel 5: Intellectuele eigendom:
5.1. De adverteerder bevestigt alle rechten van intellectuele eigendom te bezitten m.b.t. de inhoud van de affiche (nl. wat betreft het logo, de naam of de grafische voorstelling en foto's en beelden zoals deze op de affiche voorkomen) en vrijwaart de Vennootschap tegen elke mogelijke aanspraak in dit verband.
5.2. De Vennootschap verkrijgt geen recht voor om foto's van de affiche te vermenigvuldigen en af te beelden, onder welke vorm ook, via elk middel, elk medium, in alle formaten en in alle landen, in het kader van eigen reclamecampagnes.
5.3. Ten behoeve hiervan geven de Contractnemers de toestemming aan de Vennootschap om het merk en/of het logo van de adverteerder te gebruiken met dien verstande dat dit gebruiksrecht strikt beperkt zal zijn tot het voorwerp van het contract.

Artikel 6: Affichage:
6.1. Affichagetermijnen
Het afficheren zal gebeuren op de data vastgelegd in de bijzondere voorwaarden opgenomen op de voorzijde van het onderhavige contract op papier of in digitale bijlage. De Vennootschap behoudt een marge na de vastgelegde data, waarbij de effectieve locatijd van de campagne gerekend wordt vanaf de werkelijke plaatsing van de affiches :
Voor het stadsmeubilair, de campagnes Insert, de campagnes 2m2 MetroBusTram en de digitale campagnes, is deze marge global 36 uur.
Voor het grote formaat, is deze marge:
- 3 werkdagen voor installaties verkocht per stuk voor een campagne van 14 dagen;
- 5 werkdagen voor installaties verkocht per stuk voor een campagne van 28 dagen;
- 2 werkdagen voor installaties verkocht in network voor een campagne van 14 dagen;
- 2 werkdagen voor installaties die deel uitmaken van het Prestige network.
Voor de vinylcampagnes MetroBusTram, bedraagt deze marge 7 werkdagen vóór de op de bestelbon vastgelegde data en 3 werkdagen na de begindatum van de campagne.
6.2. Interventietermijnen
Ingeval van vaststelling van een affichagegebrek, beschikt de Vennootschap over de volgende termijnen:
- 24u (werkdagen) voor de netwerken 2m2 en Prestige;
- 48u (werkdagen) voor alle andere netwerken of andere panelen;
vanaf de datum dat het gebrek aan de Vennootschap werd gemeld.
In geval deze termijn overschreden is en bij afwezigheid van reservepanelen voor die campagne, beschikken de Contractnemers over het recht een pro rata temporis opgestelde creditnota te eisen.
Gebreken aan reservepanelen, aan de affichagegebreken en geven bijgevolg geen recht op enige creditnota.
6.3. De Vennootschap is niet verplicht de publiciteit van de adverteerder na de duur van de campagne te verwijderen, behoudens voorafgaandelijk akkoord tussen de partijen.
6.4. De Vennootschap zal zich inspanningen leveren om aanspraaklijk voor een vertraging in het aanplakken, te wijten aan uitzonderlijke weersomstandigheden of technische problemen of enig ander geval van overmacht.
In geval het begin van een campagne samenvalt met een feestdag, zal de campagne automatisch met een dag verschoven worden zonder dat dit recht geeft op enige compensatie of schadevergoeding.
Voor de campagnes MetroBusTram, kan de Vennootschap niet aanspraklijk worden gesteld voor de onkenbare gevolgen te wijten aan de uitbatingsbeperkingen van de MIVB (overdracht of onderhoud van de voertuigen, onderbreking van de dienst, …). Geen enkele schadevergoeding is verschuldigd in geval van gedeeltelijke of gehele schorsing van diens uitbating.

Artikel 7: Taksen & Zegelrecht:
7.1. De taksen worden volledig gedragen door de Contractnemers op basis van een forfait waarvan het bedrag aangegeven is op de voorzijde van het onderhavige contract op papier of in digitale bijlage.
Deze forfait is eerwel vastgesteld aan de hand van een basisaansluiting en de taxatievoet zoals bepaald door de reglementering, geldig op datum van de ondertekening van het onderhavige contract. Elke nieuwe taks, elke nieuwe belasting opgelegd door de wetgever zal ten laste vallen van de Contractnemers.
Zo zal ook elke verhoging van de taxatievoet ten laste zijn van de Contractnemers.
De Vennootschap kan dus op elk ogenblik het bedrag van deze forfait herzien voor de lopende of toekomstige campagnes.
Het voor de taksen aangerekende forfaitaire bedrag wordt aangerekend, ongeacht de positie waarin de Contractnemers zich bevinden ten aanzien van die taksen en/of belastingen).
7.2. Zegelrecht: De affiches dienen bezegeld geleverd te worden volgens het tarief van toepassing. Bij gebrek hieraan, zal de onderneming de nodige aangiften doen bij de bevoegde autoriteiten en de kost van de bezegeling vermeerderd met een forfaitair bedrag van 380,00 € voor de dossierkosten, rechtstreeks factureren aan de "Contractnemers".

Artikel 8: Wijziging/ Annulering:
8.1. Het onderhavige contract kan niet gewijzigd worden behalve bij voorafgaand akkoord van de partijen.
8.2. Geen enkele annulering wordt aanvaard, behoudens ingeval van overmacht (oorlog, staking, brand bij JCDecaux, …).
Ingeval een campagne evenwel terug te koop dient te worden gesteld (het aflassen of uitstellen) :
- indien geen nieuwe verkoopovereenkomst tot stand komt, zal de integrale prijs van de campagne verschuldigd blijven;
- indien een nieuwe verkoopovereenkomst tot stand komt, zal de integrale prijs van de campagne van de doorverkochte campagne van rechtswege het verschil tussen enerzijds hun aankoopbedrag (onderhandelde netto prijs) en anderzijds het aankoopbedrag van de nieuwe verkoopovereenkomst (onderhandelde netto prijs) verschuldigd. Het verschuldigde bedrag wordt vermeerderd met een forfaitaire administratieve vergoeding van 15% van de net netto initiële aankoopprijs.
De annulatiedatum geldt vanaf datum van ontvangst van het aangetekend schrijven door de Vennootschap.

Artikel 9: Verantwoordelijkheid:
9.1. De Vennootschap verbindt zich ertoe de geldende reglementering op het gebied van stedenbouw en in het bijzonder m.b.t. publicitaire affiche en meer bepaald m.b.t. de publiciteit, alsook de rechten van derden te eerbiedigen. Zij alleen is verantwoordelijk voor de inhoudelijke aspecten betreffende de locaties welke zij aan de Contractnemers ter beschikking stelt en desgevallend draagt zij alleen de gerechtelijke vervolgingen.
Zij neemt elke klacht voortvloeiend uit een regelmatig aanplakken of elke schade aan derden door haar diensten of installaties voor zich. In geen geval kan de Vennootschap aanspraaklijk worden gehouden voor een affichage waarvan de inhoud strijdig zou zijn met de Wetgeving inzake het aanplakken en reclame maken.
9.2. Noch de installatie, noch de reclameboodschap onder welke vorm ook, noch de grafische uitwerking noch de tekst mogenender welke politieke of religieuze beschouwing of vermelding tegen de wetten of de goede zeden bevatten; teevens mag geen enkele vermelding, overlast of schade berokkenen aan de agglomeratie op wiens grondgebied de affiche of het reclamepaneel is opgesteld en evenmin aan de organen van openbaar belang.
Dit is een eenvoudige opsomming van de Verzorgde zal slechts de verplichting hebben de Contractnemers in te lichten, die op eigen verantwoordelijkheid, hun affiches en teksten zullen kunnen wijzigen, waarbij ze zelf de kosten, risico's en gevaren dragen. De vennootschap behoudt zich het recht voor geen affiches aan te brengen wanneer de inhoud van de affiche haar tegenover het Belgisch strafrecht solidair verantwoordelijk maakt. Als de affiche in volle campagne zou verwijderd moeten worden, zullen de kosten voor het verwijderen worden doorgerekend aan de Contractnemers.
De prijs van de campagne blijft evenwel verschuldigd voor de periode van het afficheren, die tussen de partijen bij overeenkomst bepaald werd.
9.3. Elke klacht over een campagne moet op straffe van verval, behalve bij formeel bewijs, per aangetekend schrijven, ten laatste drie werkdagen voor het einde van de campagne op zetel van de Vennootschap toekomen.
Elke klacht betreffende de factuur moet op straffe van verval, behalve bij formeel bewijs, per aangetekend schrijven, ten laatste vijf werkdagen na factuurdatum op de zetel van de Vennootschap toekomen.
9.4. In geen geval kan de Vennootschap verantwoordelijk worden gesteld van enige intrekking of weigering die door een Administratieve overheid of Bijvoorbeeld, een aanbestedende overheid, een concessegever, de stedenbouwkundige diensten, …) aangaande de publicitaire inhoud van een affiche of een vinyl.

Artikel 10: Facturatie: Agentschap – Adverteerder:
De facturatie wordt door de Vennootschap opgesteld hetzij op naam van de ene of van de andere Contractnemer volgens de richtlijnen van deze laatste die het ogenblik van de ondertekening van het onderhavige contract.
Per mail voor facturen hebben bewijskracht.

Artikel 11: Betaling:
11.1. De betaling dient contant te gebeuren behalve indien bijzondere voorwaarden werden toegekend aan de Contractnemers. De Vennootschap behoudt zich het recht om voor de aanvang van de campagne de gedeeltelijke of volledige betaling te vragen van het bedrag van de campagne alsook van de eraan verbonden kosten en taksen.
Een betwisting opgeworpen door de Contractnemers maakt het niet mogelijk de betaling van de facturen aangaande de betroffen campagne te staken.
11.2. In geval van niet-betaling van de factuur binnen de voorziene termijn, door een eenvoudige tekortkoming, door gerechtelijke liquidatie of door elke andere reden, behoudt de Vennootschap zich het recht om de totale verschuldigde vordering onmiddellijk zijn te vorderen bij de tweede contractrende partij of haar mandataris, die uit hoofde hiervan solidair verantwoordelijk is.
11.3. Bij gebrek aan betaling binnen de 15 dagen, behoudt de Vennootschap zich uitdrukkelijk het recht voor om de onderschreven verbintenissen als ontbonden te beschouwen en onmiddellijk de totale verschuldigde vordering te eisen van de gezamenlijke campagnes en binnen de termijnen naast de verschuldigde sommen, ten titel van schadevergoeding het verschuldigde saldo van de aangegane verbintenis of verbintenissen op te eisen.
11.4. Daarenboven zal in geval van niet-betaling op vervaldag, de factuur automatisch met een forfaitaire vergoeding van 15% worden verhoogd. Tevens zal elk op de vervaldag verschuldigd bedrag van rechtswege en zonder ingebrekestelling een forfaitaire en niet te verlagen interest van 1,5% per maand vertraging opleven.
11.5. Alle kosten opgelopen door de Vennootschap om de betaling van haar factuur te innen (zoals bijvoorbeeld de aanmaningskosten, de advocaatkosten, …) zullen ten laste van de Contractnemers vallen.

Artikel 12: Bevoegdheid:
In geval van geschil zijn alleen de rechtbanken te Brussel bevoegd. Tevens is enkel de Belgische wetgeving toepasselijk op de contractuele verhoudingen tussen de partijen van het onderhavige contract.

JCDecaux CONDITIONS GÉNÉRALES 2020 – Mobilier Urbain, Grand Format, INSERT et MBT

Article 1: Définitions :
1.1. L'annonceur et l'agence, dont l'identité est mentionnée au recto du présent contrat dans la formule papier ou en pièce jointe dans la forme digitale, s'engagent conjointement et solidairement pour l'exécution pleine et entière du présent contrat, aux conditions particulières et aux conditions générales telles que définies ci-dessous.
Ils sont désignés ci-après par la mention « les Preneurs ».
1.2. Les sociétés JCDecaux Street Furniture Belgium SA, JCDecaux Billboard Belgium SA, JCDecaux Luxembourg SA, JCDecaux Insert Belgium SA et JCDecaux Malls SA seront désignées sous le vocable « la Société ».
1.3. On entend par une « campagne », le service rendu aux Preneurs, consistant à mettre à la disposition de l'annonceur, pendant la durée convenue, un réseau de faces et/ou tout autre mode de communication "Out of Home"

Article 2: Commande :
2.1. Les conditions particulières ainsi que les éléments figurant au verso du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale forment le contrat entre les parties. Le contrat sera réputé ferme et définitif dès l'apposition de sa signature par chacune des parties. Une signature est suffisante pour engager solidairement les Preneurs. Les bons de commande envoyés et/ou reçus par mail ont une valeur probante.
2.2. Un exemplaire du contrat envoyé aux Preneurs doit être retourné dûment signé dans les 7 jours calendaires à défaut de quoi la Société se réserve le droit de revendre la période à un autre client.
2.3. Il est formellement entendu que l'engagement souscrit est rigoureusement personnel aux Preneurs qui ne pourront l'utiliser que pour le produit ou l'article vendu sous la marque nommément désignée dans l'engagement. En aucun cas, les Preneurs ne pourront céder le bénéfice de l'engagement souscrit. Toutefois, en cas de vente ou de cession de fonds de commerce ils s'obligent à faire signer par l'acquéreur ou successeur un transfert de l'engagement au nom de ce dernier sous peine de payer à la Société, outre les sommes qui pourraient être dues, le montant du solde de l'engagement souscrit à titre d'indemnité.
Cette mutation doit être signalée dans la huitaine à la Société qui se réserve le droit d'accepter ou de refuser le transfert si bon lui semble. En cas de cession par la Société de son fonds de commerce ou en cas de modification de ses structures, le présent contrat se poursuivra avec son concessionnaire ou avec la société nouvelle ou modifiée.
2.4. Pour les floatings, le positionnement sera effectué par la Société et communiqué aux Preneurs au plus tard 10 jours calendaires avant la période où la campagne aura été positionnée.
2.5. Mise en demeure
Le délai de réponse à une mise en demeure est fixée à 48h (jours ouvrés).
De manière générale, si l'heure d'échéance d'une mise en demeure est prévue à hhmm alors l'achat par un autre client ne peut intervenir qu'à hhmm + 60 minutes et ceci pour des raisons administratives.
En revanche si l'heure d'échéance est prévue :
- entre 12h et 14h du jour J alors l'achat par un autre client ne pourra intervenir qu'à partir de 14h30 du jour J
- au delà de 18h du jour J alors l'achat par un autre client ne pourra intervenir qu'à partir de 9h30 du jour ouvré suivant
2.6. Le contrat est accepté sous réserve de l'accord des Autorités compétentes qui pourrait être nécessaire au placement ou au maintien des dispositifs publicitaires.

Article 3: Emplacements :
3.1. Pour les ventes en réseau Mobilier Urbain (2m2 papier) et les campagnes 2m2 MetroBusTram (papier), selon les négociations entre les parties, la Société met à la disposition de l'annonceur un réseau de faces dont le nombre est indiqué au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale.
Le nombre et la liste des emplacements communiqués sont estimatifs et calculés en fonction des prévisions d'implantation de la société.
Pour les réseaux Mobilier Urbain Belgique nationaux et customisés (2m² papier), le nombre de VAC communiqué (Visibility Adjusted Contacts) est garanti, av