JCDecaux ALGEMENE VOORWAARDEN 2010 - Stadsmeubilair en Groot Formaat

Artikel 1: Definities:

1.1. De adverteerder en het agentschap, waarvan de identiteit op de voorzijde van het onderhavige contract op papier of in digitale bijlage is vermeld, verbinden zich gezamenlijk en solidair tot de algehele en volledige uitvoering van het onderhavige contract aan de bijzondere en algemene voorwaarden zoals hierna bepaald.
Deze worden hierna als "de Contractnemers" aangeduid.
1.2. De vennootschappen JCDecaux Belgium NV, JCDecaux Billboard NV, JCDecaux Luxemburg NV zullen aangeduid worden als "de Vennootschap".
1.3. Wordt als "campagne" beschouwd: de diensten verleend aan de Contractnemers, waarbij aan de adverteerder, gedurende de overeengekomen periode, een netwerk van panelen ter beschikking wordt gesteld, waarvan het aantal en het formaat in de bijzondere voorwaarden worden bepaald, om er reclameaffiches op aan te brengen.

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.
Eén handtekening volstaat om de Contractnemers solidair te verbinden.
De opgestuurde en / of ontvangen bestelbonnen zijn van doorslaggevende waarde.
2.2. Eén 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 verplichting 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 titel van schadeloosstelling, naast 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 ten laatste op de 10de kalenderdag vóór de periode waarin de campagne zou plaatsgevonden hebben.
2.5. Ingebrekestelling.
De antwoortermijn na een ingebrekestelling bedraagt een duur van 48 uren (werkdagen). In het algemeen, ingeval het vervaltijdstip van een ingebrekestelling vervalt om uumm dan kan de koop door een andere klant pas ontstaan vanaf uumm + 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

Artikel 3: Locaties:

3.1. Voor de verkoop in een netwerk van Stadsmeubilair (2m²) . Naargelang de onderhandelingen tussen de partijen stelt de Vennootschap een netwerk van panelen, waarvan het aantal op de voorzijde van het onderhavige contract op papier of op digitale bijlage is aangegeven, ter beschikking van de adverteerder.
Het aantal en de lijst van de medegedeelde locaties zijn geschat en berekend in functie van de geplande locaties van de Vennootschap.
Een verlaging tot 2% van het aantal panelen en/of een afwijking van 2% van de lijst van bekendgemaakte locaties wordt zonder prijsaanpassing toegelaten.
Voor de verkoop in een Groot Formaat (zijnde 8m² tot en met 38m²) in netwerk . Naargelang de onderhandelingen tussen de partijen stelt de Vennootschap een netwerk van panelen, waarvan het aantal op de voorzijde van het onderhavige contract is aangegeven, ter beschikking van de adverteerder.
Het aantal en de lijst van de medegedeelde locaties zijn geschat en berekend in functie van de geplande locaties van de Vennootschap.
Een verlaging tot 5% van het aantal panelen en/of een afwijking van 5% van de lijst van bekendgemaakte locaties wordt zonder prijs-aanpassing toegelaten.
Voor de verkoop in Groot Formaat per stuk. Indien om welke reden ook tussen het sluiten van het contract en het tijdstip van het afficheren bepaalde locaties zouden verdwijnen 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 indien de duur van het afficheren gewijzigd zou zijn.
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 onderaannemers of haar medewerkers. De toegang tot de technische infrastructuur is voor de adverteerder of zijn verantwoordelijke formeel verboden.
3.4. De adverteerder kan 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:

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 onderhavige contract. In gezamenlijk akkoord wordt dit aantal affiches vastgelegd op 20% van april tot en met september en van op 30% tot oktober tot en met maart van het totaal aantal affiches nodig voor de eerste plaatsing.
De affiches die niet werden opgebruikt aan het einde van de campagne en niet werden opgeëist voor het ogenblik van 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 5 werkdagen voorafgaand aan de periode van het afficheren, zoals bepaald in de bijzondere voorwaardenen overeenkomstig met de doorgegeven repartitie.
4.4. Voor de floatingcampagnes dient de levering van de affiches 5 werkdagen voor de eerste floatingperiode te gebeuren. In geval van levering na deze datum zal het voorziene financieel voordeel voor de floating verloren zijn. De Vennootschap kan beslissen om deze campagne niet meer op te hangen ; de campagneprijs blijft echter volledig verschuldigd.
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.
Alle door de Contractnemers gevraagde handelingen, die bijkomende kosten veroorzaken, zullen de Contractnemers ten laste worden gelegd, op basis van een door deze goedgekeurde kostenraming (dringende plaatsing, speciale montage of aanpassingen, bedekkingen, bijvoegingen van reclameboodschappen tijdens de campagne, …).
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 kredietnota kunnen worden gevorderd 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 voornaamste product zichtbaar op de affiche. Een voorafgaand opgestelde lijst met productcodes is beschikbaar op eenvoudige 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 (bvb. 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.
- Verdelers van een gamma van producten worden niet beschouwd als concurrenten voor andere adverteerders, maar enkel voor andere verdelers van een gamma van producten.
- In geval van co-branding (i.e. de aanwezigheid van twee merken of meer) zal er een supplement van 10% op het bruto onderhandelde bedrag aangerekend worden. In dit geval spreken we over een merkcitatie.
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 bestaat geen exclusiviteit per sector tussen nationale netwerken en regionale netwerken en gedurende de weken 50, 51 en 52 noch tijdens de maand januari voor het autosalon/bedrijfsvoertuigen en voor moederdag is deze exclusiviteit per sector opgehoffen voor alle netwerken in Stadsmeubilair (2m²).
4.8. De Vennootschap is niet verantwoordelijk voor de beschadiging van de geplaatste affiches. Deze zullen evenwel zo vlug mogelijk worden vervangen.
Een supplement van 10% zal alsdan toegevoegd worden aan het bruto onderhandelde bedrag.
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 evenwel in het werk worden gesteld om dit 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 verwijlinteresten. 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 in de tekst van de affiche nauwkeurig de wetgeving betreffende het taalgebruik in de betrokken steden en gemeenten te eerbiedigen en in functie van de drie Belgische gewesten. Als dit niet het geval is, zal de Vennootschap de affiches niet kunnen plaatsen in de betroffen steden en gemeenten, zonder dat dit aanleiding geeft tot vervanging van de niet geafficheerde locaties noch tot prijsvermindering.
De adverteerder verbindt zich ertoe in de tekst van de affiche het advies van de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP) op te volgen, wanneer deze een of meerdere wijzigingen in de reclameboodschap oplegt. In geval van intrekking, zullen de Contractnemers de contractueel voorziene huur betalen, met een maximum van één periode van afficheren, te rekenen vanaf de datum waarop het advies van JEP hen zal medegedeeld zijn. In geval van wijzigingen zullen de daaruit voortvloeiende bijkomende kosten ten laste vallen van de Contractnemers.
4.12. Bijkomende kosten:
Opsplitsing van een netwerk: De aanvraag tot opsplitsing van een netwerk vermeerdert de prijs van het tarief met 30%.
Specifieke opsplitsing:
- Ingeval van specifieke opsplitsing, deelt de Contractnemer aan de Vennootschap de bestemming van de visuelen per locatie mede. Deze bestemming van de visuelen in line by line verhoogt het tarief van de prijs met 5%.
- Ingeval de Contractnemers deze specifieke opsplitsing wensen over te laten aan de Vennootschap, dient een volledige en schriftelijke briefing te worden overgemaakt aan de Vennootschap die zich het recht voor behoudt deze opdracht al dan niet te aanvaarden. Ingeval van aanvaarding hiervan door de Vennootschap, wordt het tarief van de prijs verhoogd met min.10% of een specifiek bestek zal opgemaakt worden.

Vermelde verkoopspunten: wanneer er per stad meer dan 2 verkoopspunten op specifieke adressen dienen geafficheerd te worden met een aangepaste affiche, zal er een prijstoeslag van 5% aangerekend worden.
Laattijdige levering van affiches: de affiches dienen te worden geleverd in de loop van 5 werkdagen vóór de eerste dag van de affichageperiode. 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 veroorzaken een prijstoeslag op de voorafgaande kostenraming.
Interventies 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.
Teruggave van de affiches: de affiches die op het terrein worden geplaatst kunnen enkel worden teruggegeven ingeval er vóór het begin van de campagne een voorafgaandelijk akkoord tussen de partijen plaatsvond en ten uitzonderlijke titel. Deze operatie brengt supplementaire kosten met zich mee, die door de Contractnemers zullen worden gedragen.
4.13. JCDecaux Innovate Actie:
De Innovate Acties worden gerealiseerd in het exclusief kader van de campagnes stadsmeubilair en / of Billboard en maken het voorwerp uit van een specifieke bestelbon.
De inplantingsplaatsen voor een Innovate Actie worden voorgesteld onder voorbehoud van het verkrijgen van de nodige toeslatingen van de gemeentelijke diensten, de technische mogelijkheden en de verenigbaarheid 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 bestelbon.
De montages verwant aan de Innovate Actie worden uitgevoerd binnen de 24u volgend op het begin van de campagne (behoudens uitzonderlijk akkoord).
De Vennootschap kan in geen enkel geval aansprakelijk gesteld worden voor het uitvoeren van eventuele werken op locaties die weerhouden werden voor een Innovate actie. Indein de Vennootschap er voorafgaandelijk kennis van heft, zal zij andere substituerende locaties voorstellen aan de Contractnemers.
Ingeval een Innovate Actie zou worden afgeschaft :
- meer dan twee weken vóór de begindatum van de campagne, blijft 30% van het totale bedrag van de campagne verschuldigd;
- in de loop van de twee weken vóór de begindatum 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 decoratie (slechte weersomstandigheden, vandalisme, anti publiciteitscampagne, …)

Artikel 5: Intellectuele eigendom:

5.1. De adverteerder bevestigt alle rechten van intellectuele eigendom te bezitten op het logo, de naam of de grafische voorstelling zoals deze op de affiche voorkomen en stelt zich tegenover de Vennootschap borg dat deze laatste geen moeilijkheden kan ondervinden in dit verband.
5.2. De Vennootschap behoudt zich het 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 verstaande 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 voor en/of na de vastgelegde data waarbij de effectieve looptijd van de campagne gerekend wordt vanaf de werkelijke plaatsing van de affiches.
Voor het stadsmeubilair is deze marge globaal 36 uur.
Voor het grote formaat is deze marge :
- 3 dagen voor installaties verkocht per stuk voor een campagne van 14 dagen
- 5 dagen voor installaties verkocht per stuk voor een campagne van 28 dagen
- 2 dagen voor installaties verkocht in netwerk een campagne van 14 dagen
- 1 dag voor installaties die deel uitmaken van het ''Prestige netwerk"

Indien het afficheren, behalve in geval van overmacht of uitzonderlijke klimaatomstandigheden, niet werd gerealiseerd binnen de vastgelegde termijnen, en in afwezigheid van reservepanelen zullen de Contractnemers het recht hebben een kredietnota te eisen pro rata temporis van de vertraging uitgedrukt in aantal dagen en aantal panelen.
6.2. Interventietermijnen
Ingeval van vaststelling van een affichagegebrek, beschikt de Vennootschap over een duur van:
* 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 doorgegeven, teneinde dit euvel te verhelpen.

In het tegengestelde geval en ingeval van afwezigheid van andere ter beschikking zijnde panelen voor die campagne, beschikken de Contractnemers over het recht een creditnota te eisen die pro rata temporis zal worden opgemaakt.
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.

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 evenwel vastgesteld aan de hand van een basisaanslag 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 belasting(en).
7.2. Zegelrecht: De affiches moeten voldoende gefrankeerd toegeleverd worden. De Vennootschap behoudt zich het recht voor om niet gefrankeerde affiches niet te plaatsen, in welk geval de prijs voor de campagne verschuldigd blijft.

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, …).
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 door de Contractnemers van de door te verkopen campagne
* indien een nieuwe verkoopovereenkomst tot stand wordt gebracht, zijn de Contractnemers van de doorverkochte campagne van rechtswege het verschil tussen enerzijds hun aankoopbedrag (onderhandelde bruto prijs) en anderzijds het aankoopbedrag van de nieuwe verkoopovereenkomst (onderhandelde bruto prijs) verschuldigd. Het verschuldigde bedrag wordt vermeerderd met een forfaitaire schadeloosstelling van 15.000€ voor de campagnes waarvan het tarief (bruto prijs) gelijk aan of hoger is dan 150.000€; en een schadeloosstelling van 5.000€ voor de campagnes waarvan het tarief (bruto prijs) lager ligt dan 150.000€.

Een dergelijk afgelaste campagne wordt aldus, zonder enige bijzondere voorkeur in hoofde van de Contractnemers, terug te koop gesteld.
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 urbanisme en meer bepaald van het afficheren van reclame alsook de rechten van derden te eerbiedigen. Desgevallend is zij alleen verantwoordelijk voor de vastgestelde inbreuken 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.
9.2. Noch de installatie, noch de reclameboodschap onder welke vorm ook, noch de grafische uitwerking noch de tekst mogen eender welke politieke of religieuze toespeling of vermelding tegen de wetten of de goede zeden bevatten; tevens 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 dwingende regel en de Vennootschap 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 stelt. 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 de 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.

Artikel 10: Facturatie: Agentschap – Adverteerder:

De facturatie wordt door de Vennootschap zonder onderscheid opgesteld hetzij op naam van de ene of van de andere Contractnemer volgens de richtlijnen van deze laatste op het ogenblik van de ondertekening van het onderhavige contract.
Per mail verstuurde facturen hebben bewijskracht.

Artikel 11: Betaling:

11.1. De betaling dient contant te gebeuren behalve mits 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 alle kosten en eraan verbonden 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 voor elke andere reden, behoudt de Vennootschap de mogelijkheid om het bedrag van de sommen die haar verschuldigd zijn te vorderen bij de tweede verdragsluitende partij of haar mandataris, die uit hoofde van onderhavige solidair verantwoordelijk is.
11.3. Bij gebrek aan betaling binnen de twee weken, behoudt de Vennootschap zich uitdrukkelijk het recht voor om de onderschreven verbintenissen als ontbonden te beschouwen en onmiddellijk bezit te nemen van alle locaties voorbehouden voor de komende 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 rechtshalve en zonder ingebrekestelling een forfaitaire en niet te verlagen interest van 1,5% per maand vertraging opleveren.
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 2010– Mobilier Urbain et Grand Format

Article 1: Définitions :

1.1. L'annonceur et l'agence, dont l'identité est mentionnée au recto du présent contrat dans la forme 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 Belgium SA, JCDecaux Billboard SA, JCDecaux Luxembourg 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 dont le nombre et le format sont définis dans les conditions particulières, en vue d'y apposer une affiche publicitaire.

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

Article 3: Emplacements :

3.1. Pour les ventes en réseau Mobilier Urbain (2m²), 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.
Une variation à la baisse de 2% du nombre de panneaux et/ou une variation de 2% des emplacements de la liste communiquée seront tolérées sans modification de prix.
Pour les ventes en réseau Grand Format (8m² jusqu'à 38m²), 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.
Une variation à la baisse de 5% du nombre de panneaux et/ou une variation de 5% des emplacements de la liste communiquée seront tolérées sans modification de prix.
Pour les ventes à l'unité Grand Format, si pour quelque raison que ce soit, entre la conclusion du contrat et la période d'affichage, des emplacements venaient à disparaître ou à être inexploitables, une proposition de remplacement sera soumise au client. Celui-ci aura la faculté d'accepter ou de refuser et, le cas échéant, le prix sera facturé au prorata temporis si la durée de l'affichage se trouvait modifiée.
3.2. La société se charge de régler tout litige éventuel en cas de réclamation relative à ou aux emplacements qu'elle met à la disposition de l'annonceur. L'annonceur s'engage formellement, sauf accord contraire, à ne pas intervenir dans ces litiges et à transmettre aussitôt à la société toute réclamation qui lui serait adressée.
3.3. L'accès aux emplacements est exclusivement réservé à la société, à ses sous-traitants ou ses employés, l'accès aux infrastructures techniques étant formellement interdits à l'annonceur ou son représentant.
3.4. L'annonceur ne peut se prévaloir d'aucun droit particulier quant aux emplacements mis à sa disposition par la société, sans l'accord exprès de celle-ci.

Article 4: Affiches :

4.1. Les dimensions des affiches à apposer sont définies dans les fiches techniques faisant partie intégrante du contrat.
4.2. Outre les affiches destinées à la première pose, les Preneurs doivent fournir impérativement un nombre et une qualité d'affiches pour assurer, dans des conditions normales, la conservation de l'affichage pendant toute la durée de la campagne telle que définie au recto du présent contrat. Le nombre d'affiches est arrêté de commun accord à 20% d'avril à septembre et à 30% d'octobre à mars du nombre d'affiches nécessaires à la première pose.
Le matériel non utilisé en fin de campagne, et non réclamé avant le retrait de l'affiche par la société, sera considéré comme abandonné. A la demande des Preneurs, la Société se chargera de leur retourner les affiches non utilisées.
Les frais d'envoi seront cependant portés en charge des Preneurs.
4.3. Les affiches doivent impérativement être remises, timbrées, dans les ateliers de la société ou de ses représentants, au moins 5 jours ouvrés avant la période d'affichage telle que définie dans les conditions particulières et conformément à la répartition communiquée.
4.4. Pour les floatings, la livraison des affiches doit être faite 5 jours ouvrés avant la 1ère période du floating. En cas de livraison après cette date, l'avantage financier octroyé pour le floating est perdu et la Société peut décider de ne plus afficher la campagne ; le prix de la campagne restant alors intégralement dû.
4.5. Les instructions d'affichage doivent parvenir à la société au moins 10 jours ouvrés avant le début de la période d'affichage.
Toutes les opérations demandées par les Preneurs générant des frais supplémentaires seront à charge des Preneurs, sur base d'un devis approuvé par eux (pose urgente, assemblages ou aménagements spéciaux, recouvrements, compléments du message publicitaire en cours de campagne, …).
4.6. Si les délais ci-dessus mentionnés ne sont pas respectés, il sera facturé automatiquement le montant des frais techniques supplémentaires, des heures supplémentaires, des frais de transport dus au retard et la Société ne pourra être tenue responsable ni aucune note de crédit ne pourra être réclamée si l'affichage n'est pas effectué dans les temps impartis.
4.7. Exclusivité sectorielle pour les réseaux Mobilier Urbain (2m²)
- Pour permettre le respect de l'exclusivité sectorielle, les Preneurs devront signaler sur le bon de commande le code produit correspondant à la campagne.

Le code produit annoncé doit être liés au produit principal du visuel de l'affiche. Une liste des codes produits préalablement établis est disponible sur simple demande auprès de la Société et est accessible sur le site internet de la Société : www.jcdecaux.be
- Les Preneurs sont seuls responsables de la détermination du code produit retenu et par voie de conséquence des éventuels dommages causés en cas d'erreur, d'inexactitude et/ou de non complétude (non affichage de la campagne par exemple).
- Si les Preneurs venaient à ne pas respecter le code produit annoncé et que leur campagne - pour des raisons d'exclusivité non respectée - ne pouvait être affichée alors le paiement intégral de la campagne resterait dû.
- Ne sont pas considérés comme concurrent à d'autres annonceurs les distributeurs de gamme de produits si ce n'est à d'autres distributeurs de gamme de produits.
- En cas de co-branding (sélection de 2 codes produits), un supplément de 10% sera alors appliqué sur la valeur brute négociée.

Toutefois, n'est pas considéré comme co-branding, la citation de marque(s) c'est-à-dire si la surface octroyée à la 2ème marque et aux éventuelles suivantes est inférieure à 10% de la surface totale de l'affiche.
- Il n'existe pas d'exclusivité sectorielle entre les réseaux nationaux et les réseaux locaux et durant les semaines 50,51 et 52 comme pendant le mois de janvier durant le salon de l'automobile/utilitaire et pour la fête des mères l'exclusivité sectorielle est levée sur tous les réseaux Mobilier Urbain (2m²).

4.8. La Société n'est pas responsable de la détérioration des affiches apposées.
Néanmoins celles-ci seront toutefois remplacées dans les meilleurs délais.
4.9. La Société n'est pas responsable de dégradations extraordinaires que ces mobiliers pourraient subir (casse massive, campagne anti-pub, …).
Néanmoins tout sera mis en oeuvre pour y remédier dans les meilleurs délais.
4.10. Un défaut de livraison des affiches ne peut en aucun cas suspendre l'exécution du contrat et empêcher l'ordre de courir et d'entraîner le paiement complet, au profit de la Société, du prix de la campagne, majoré le cas échéant des frais et intérêts de retard. S'il s'agit d'un simple retard dans la fourniture, la pose sera assurée au mieux des possibilités, sans que la Société n'encoure une quelconque responsabilité.
4.11. Dans le texte de l'affiche, l'annonceur s'engage à respecter scrupuleusement la législation relative à l'emploi des langues en vigueur dans les villes et communes concernées et en fonction des trois régions de la Belgique. Si tel n'est pas le cas, la Société n'apposera pas les affiches dans les villes et communes concernées sans que cela donne lieu à remplacement des emplacements non affichés ni à diminution de prix.
Dans le texte de l'affiche, l'annonceur s'engage à se conformer à l'avis du Jury d'Ethique Publicitaire (JEP), lorsque celui-ci impose une ou plusieurs modifications du message publicitaire. En cas de suppression, les Preneurs paieront le prix de la location prévue contractuellement, avec un maximum d'une période d'affichage, à partir du jour où l'avis du JEP leur aura été notifié.
En cas de modification, les frais supplémentaires qui en résultent seront à charge des Preneurs.
4.12. Frais supplémentaires :
Split d'un réseau : la demande de split d'un réseau entraînera une majoration de 30% du prix tarif.
Répartition spécifique :
* en cas d'accord pour une répartition spécifique, c'est aux Preneurs de communiquer à la Société les affectations des visuels emplacement par emplacement. Cette affectation en line by line des visuels génèrera un supplément de 5% du prix tarif
* si les Preneurs souhaitent que la Société se charge de cette répartition spécifique, un briefing complet et par écrit devra être donné à la Société qui se réserve le droit de l'accepter ou non Dans le cas où la Société l'accepte, un supplément minimum de 10% du prix tarif sera alors appliqué ou un devis spécifique sera établi.

Bandeaux revendeurs : l'existence de plus d'un visuel avec 2 bandes revendeurs par ville à des endroits spécifiques entraîne un supplément de prix de 5%.
Livraison tardive des affiches : les affiches doivent être livrées dans les 5 jours ouvrés avant le début de la période d'affichage. Tout retard constaté génèrera l'application d'une pénalité de 1.000€ par jour ouvrable.
Pose urgente : la pose urgente d'affiches, les assemblages ou aménagements spéciaux entraînent des suppléments de prix sur devis préalable.
Intervention en cours de campagne : les frais occasionnés par l'obligation, sur demande des Preneurs, de recouvrir, de compléter, de changer ou de transférer les affiches durant une campagne seront intégralement pris en charge par ceux-ci.
Récupération d'affiches : les affiches posées sur le terrain ne peuvent être récupérées sauf accord préalable entre les parties et ce, avant le début de la campagne et à titre exceptionnel. Cette opération engendrera des coûts supplémentaires à la charge des Preneurs.
4.13. Action JCDecaux Innovate :
Les actions Innovate sont réalisées dans le cadre exclusif de campagnes Mobilier Urbain et/ou Billboard et font l'objet d'un bon de commande spécifique.
Les emplacements proposés pour l'action Innovate sont sous réserve de l'autorisation des communes, de la faisabilité technique et de la compatibilité avec le planning. Si des modifications devaient intervenir, la Société en informerait les Preneurs.
Des éventuels pré-tests peuvent être réalisés mais ils donnent lieu à facturation et ne peuvent être effectués qu'après signature du bon de commande.
Les montages liés à l'action Innovate sont effectués dans les 24h qui suivent le début de la campagne (sauf accord particulier).
La Société ne peut être tenue responsable si des travaux devaient intervenir sur des emplacements retenus pour des actions Innovate. Si elle en a connaissance au préalable, la Société proposera des emplacements de substitution aux Preneurs
Si une action Innovate devait être annulée :
* plus de deux semaines avant le début de la date de la campagne, 30% du montant de l'action resterait dû
* dans les deux semaines qui précèdent la campagne, l'intégralité du montant de l'action resterait dû ;

la date d'annulation faisant foi étant celle à laquelle une annulation par écrit sera remise à la société.
La Société ne peut être tenue responsable des dégradations extraordinaires que les mobiliers et leurs décors pourraient subir (intempéries, vandalisme, campagne anti-pub, …).

Article 5: Propriété intellectuelle :

5.1. L'annonceur certifie posséder tous les droits de propriété intellectuelle sur le logo, le nom ou la charte graphique tels que représentés sur l'affiche et se porte garant vis-à-vis de la société afin que celle-ci ne puisse être inquiétée à ce sujet.
5.2. La société se réserve le droit de reproduire et représenter des photographies de l'affiche, sous quelque forme que ce soit, par tout moyen, sur tout support, en tous formats, dans tous les pays, dans le cadre de ses propres actions promotionnelles.
5.3. Pour les besoins des présentes, les Preneurs autorisent la société à utiliser la marque et/ou le logo de l'annonceur, étant entendu que ce droit d'utilisation sera strictement limité à l'objet du contrat.

Article 6: Affichage :

6.1. Délai d'affichage
L'affichage aura lieu aux dates prévues dans les conditions particulières figurant au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale. La société se réserve toutefois un battement avant et/ou après les dates prévues la durée effective de la campagne étant comptée à partir de l'apposition réelle des affiches.
Pour le mobilier urbain, ce battement est globalement de 36 heures.
Pour le grand format, ce battement est de :
- 3 jours pour les dispositifs vendus à l'unité pour une campagne de 14 jours
- 5 jours pour les dispositifs vendus à l'unité pour une campagne de 28 jours
- 2 jours pour les dispositifs vendus en réseaux pour une campagne de 14 jours
- 1 jour pour les dispositifs faisant partie du réseau Prestige.

Si l'affichage n'est pas réalisé, sauf cas de force majeure ou de conditions climatiques exceptionnelles, dans les délais stipulés, et en absence de panneaux de réserve, les Preneurs seront en droit d'exiger une note de crédit au prorata temporis du retard exprimé en nombre de jours et en nombre de panneaux.
6.2. Délai d'intervention
Si un défaut d'affichage est constaté, la Société a un délai pour y remédier de :
* 24h (jours ouvrés) pour les réseaux 2m² et Prestige
* 48h (jours ouvrés) pour tous les autres réseaux ou autres panneaux à partir de la date où le défaut d'affichage est communiquée à la Société.

Au delà de ces délais et en l'absence de réserve de panneaux sur la campagne, les Preneurs seront en droit de réclamer une note de crédit au prorata temporis.
6.3. La Société ne sera pas tenue d'enlever la publicité de l'annonceur après la période de la campagne sauf accord préalable entre les parties.

Article 7: Taxes & Droit de timbre :

7.1. Les taxes sont entièrement supportées par le Preneur sur base d'un forfait taxes dont le montant est défini au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale. Ce forfait est néanmoins défini par rapport à l'assiette et aux taux de la taxe tels que définis dans la règlementation en vigueur à la date de signature du présent contrat. Toute nouvelle taxe, tout nouvel impôt sera à charge des Preneurs. De même, toute augmentation du taux de la taxe sera à charge des Preneurs.
La Société peut donc revoir le montant du au titre des taxes à tout moment pour les campagnes en cours ou à venir.
Le forfait taxes est applicable et ce quelle que soit la situation des Preneurs à l'égard des taxes.
7.2. Droit de timbre : Les affiches doivent être fournies timbrées au tarif en vigueur, la Société se réserve le droit de refuser l'apposition d'affiches non timbrées, auquel cas le prix de la campagne reste dû.

Article 8: Modification / Annulation :

8.1. Le présent bon de commande n'est pas modifiable sauf accord préalable des parties.
8.2. Aucune annulation n'est acceptée de plein droit sauf cas de force majeure (guerre, grève, incendie, …).
Si une campagne devait néanmoins être remise à la vente (annulation ou post-position) :
* si la revente n'aboutit pas, le paiement intégral de la campagne sera dû
* si la revente aboutit, les Preneurs de la campagne revendue devront de plein droit la différence entre le montant de leur achat (brut négocié) et le montant de la revente (brut négocié) majorée d'une indemnité forfaitaire de 15.000€ pour les campagnes dont le tarif (prix brut) est supérieur ou égal à 150.000€ et à 5.000€ pour les campagnes dont le tarif (prix brut) est inférieur à 150.000€

Une campagne ainsi annulée est remise à la vente et ce, sans priorité particulière pour les Preneurs ayant dénoncé la campagne.
La date d'annulation faisant foi sera celle à laquelle la lettre recommandée sera remise à la société.

Article 9: Responsabilité :

9.1. La Société s'engage à respecter la réglementation en vigueur en matière d'urbanisme et plus particulièrement d'affichage publicitaire, ainsi que les droits des tiers. Le cas échéant, elle est seule responsable des infractions relevées quant aux emplacements qu'elle met à la disposition des Preneurs et, le cas échéant, elle supporte seule les poursuites judiciaires.
Elle fait son affaire personnelle de toute réclamation résultant d'un affichage régulier ou de tout dommage causé à des tiers par ses services ou ses installations.
9.2. Ni le dispositif, ni le message publicitaire sous quelque forme que ce soit, ni dans le graphisme, ni dans le texte, ne doivent comporter aucune allusion politique ou religieuse, ni aucune mention contraire aux lois ou aux bonnes moeurs; de même aucune mention ne doit être susceptible de causer une gêne ou un préjudice à l'agglomération sur le territoire de laquelle l'affiche ou le support publicitaire est installé pas plus qu'aux organismes d'intérêt public.
Cette règle est impérative et la société n'aura pour obligation que de prévenir les Preneurs qui pourront modifier leurs affiches et leurs textes, sous leur responsabilité et à leurs frais, risques et périls. La société se réserve le droit de ne pas afficher lorsque le contenu de l'affiche engage sa responsabilité solidaire au regard du droit pénal belge. Si l'affiche devait être retirée en pleine campagne, les frais de retrait seront portés en compte des Preneurs. Le prix de la campagne reste néanmoins dû pour la période d'affichage déterminée conventionnellement entre les parties.
9.3. Toute réclamation sur la campagne doit, sous peine de déchéance, sauf preuve formelle, parvenir au siège de la Société par recommandé au plus tard 3 jours ouvrables avant la fin de la campagne.
Toute réclamation sur la facture doit, sous peine de déchéance, sauf preuve formelle, parvenir au siège de la Société par recommandé au plus tard dans les 5 jours de la date de la facture.

Article 10: Facturation : Agence – Annonceur :

La facturation est établie par la société JCDecaux Belgium et libellée indifféremment à l'un ou l'autre des Preneurs, sur instructions de ces derniers au moment de la signature du présent contrat. Les factures envoyées par mail ont valeur probante.

Article 11: Paiement :

11.1. Le paiement devra être effectué au comptant sauf conditions particulières accordées aux preneurs. La Société se réserve le droit de solliciter le paiement partiel ou total du montant de la campagne ainsi que tous les frais et taxes y liés, avant son démarrage.
Une contestation soulevée par les Preneurs ne permet pas de suspendre le paiement des factures relatives à la campagne concernée.
11.2. En cas de non-paiement de la facture, par simple défaillance, par liquidation judiciaire ou pour tout autre motif, dans les délais prévus, la Société conserve la faculté de réclamer au second co-contractant ou à son mandataire, solidairement responsable en vertu de la présente, le montant des sommes qui lui sont dues.
11.3. A défaut de paiement dans les 15 jours, la Société se réserve expressément le droit de considérer les engagements souscrits comme résiliés et de reprendre immédiatement possession de tous les emplacements réservés pour des campagnes ultérieures et de réclamer, dans les délais, outre les sommes dues, le solde du ou des engagements souscrits à titre d'indemnité.
11.4. En outre, en cas de non-paiement à l'échéance, le montant de la facture sera automatiquement majoré d'une indemnité forfaitaire de 15%. De même toute somme due à l'échéance produira de plein droit et sans mise en demeure un intérêt forfaitaire et irréductible de 1,5% par mois de retard.
11.5. Tous frais exposés par la Société pour récupérer le paiement de sa facture (comme par exemple les frais de rappel, les frais d'avocat, …) seront à la charge des Preneurs.

Article 12: Compétence :

En cas de litige, seuls les tribunaux de Bruxelles seront compétents. De même, la législation belge est seule d'application pour régir les relations contractuelles entre les parties au présent contrat.

12/11/2009