

ALGEMENE VERKOOPSVOR- WAARDEN

IP Guide

ALGEMENE VERKOOPSVOORWAARDEN

1. Toepassing	3
2. Definities	3
3. Verbintenis.	4
3.1. Verbintenisbrief	4
3.2. Toekennen van de korting	4
3.3. Niet nakomen van het in de verbintenis afgesproken investeringsbedrag	4
3.4. Niet nakomen van de in de verbintenis overeengekomen voorwaarden.	5
3.5. Globale koopovereenkomst bij regionale radio	5
4. Bestelling.	5
4.1. Geldigheid van de bestelbon	5
4.2. Versturen van de bestelbon	5
4.3. Minimumverbintenis	6
4.4. Wijziging van de campagne	6
4.5. Uitstel van de campagne.	7
4.6. Annulering van de campagne	7
4.7. Weigering van een bestelling – Weigering van een campagne – Onderbreking van de uitvoering	8
4.8. Planning van de uitzending	8
5. Reclameboodschap	9
5.1. Wettigheid & Verantwoordelijkheid voor de inhoud	9
5.2. Validatie van de inhoud ter indicatie	9
5.3. Toestemming – Vermelding	10
6. Reclamemateriaal	10
6.1. Leveringstermijnen.	10
6.2. Sanctie bij niet-naleving van de leveringstermijn.	10
6.3. Manier van leveren en Technische normen	11
6.4. Aansprakelijkheid voor het materiaal – Eigendom van het materiaal.	12
7. Tarieven & Betalingsvoorwaarden	13
7.1. Tarieven.	13
7.2. Betalingstermijn van de facturen	13
7.3. Ruilovereenkomsten.	13
7.4. Kredietverzekering.	14
8. Geheimhouding – Onoverdraagbaarheid	14
9. Persoonsgegevens	14
10. Algemene bepalingen	14
11. Klachten – Bezwaren	14
12. Beslechten van geschillen	15

1. Toepassing

1.1. Deze algemene verkoopsvoorwaarden zijn van toepassing op alle verbintenissen, bestellingen met betrekking tot de uitzending van reclameboodschappen van welke aard ook, afgesloten door een Adverteerder of zijn Mandataris, bij IP Belgium, waarbij IP Belgium optreedt als reclameregie.

1.2. De ondertekening van een verbintenis en/of een bestelbon, volgens de bepalingen van de artikelen 3 en 4, houdt in dat de ondertekenaar en de persoon die hij vertegenwoordigt (hierna "de mandator" genoemd)

(hierna zonder onderscheid "de Adverteerder" genoemd) deze, alle andere uitsluitende algemene voorwaarden aanvaardt. Enkel de Algemene Voorwaarden die van kracht zijn op het moment dat de transactie werd afgesloten, zijn van toepassing.

1.3. Het Mediabureau, het Creatief Bureau en de Adverteerder zijn in elk geval tegenover IP Belgium hoofdelijk aansprakelijk voor de betaling van de bestelde reclame. Indien de ondertekenaar als Mandataris optreedt, garandeert hij dat zijn mandator deze voorwaarden kent en aanvaardt en dat ze dus tegen hem inroepbaar zijn.

2. Definities

Reclamebureau, Mediabureau of Creatief Bureau: een natuurlijke persoon of een rechtspersoon, die van de Adverteerder de opdracht krijgt om in zijn naam en voor zijn rekening bij de reclameregie Reclameruimte aan te kopen en door hem daarvoor wordt vergoed.

Adverteerder: een privaat- of publiekrechtelijke natuurlijke persoon of rechtspersoon, een privaatrechtelijke of feitelijke vereniging, die rechtstreeks bij de reclameregie Reclameruimte aankoopt, met het oog op de inlassing van de Reclameaanwezigheid in de Context van de media die door de regie worden gecommmercialiseerd.

Nationale reclamecampagne: elke boodschap van nationale adverteerders van om het even welke vorm (spots van om het even welke duur, sponsoring van uitzendingen, financiering van programma's met vermelding van de adverteerder enz.), met uitzondering van boodschappen afkomstig van regionale en lokale adverteerders.

Regionale reclamecampagne (met inbegrip van lokale campagnes): reclamecampagne van een regionale of lokale adverteerder die aan elk van de volgende vier voorwaarden voldoet:

- a. Een adverteerder met hoofdvestiging gelegen in het belangrijkste en oorspronkelijke zendgebied van een station en,
- b. Waarvan de klantenzone hoofdzakelijk gesitueerd is in dit zendgebied en,
- c. Die kan bewijzen dat hij enkel radio of media met een lokaal karakter gebruikt, en uitsluitend in het eigen gebied en,
- d. Met een boodschap waarvan de inhoud voor minstens 75 % rechtstreeks betrekking heeft op zijn regionale of lokale activiteit.

Contexten: de Contexten hangen af van het Platform en vormen het kader waarin de Reclameaanwezigheid verspreid wordt (bijvoorbeeld: programma's op televisiezenders, artikels op websites, theoretisch uur van uitzending op de radio enz.).

Reclameruimte: ruimte bestemd voor het inlassen van de Reclameaanwezigheid die door een Adverteerder of zijn Bureau is aangekocht.

Groep Adverteerders: volgens de commerciële regels die bij IP Belgium gelden, moet een Adverteerder minstens aan de volgende voorwaarden beantwoorden om als volwaardig onderdeel van een groep te worden beschouwd:

- een dochteronderneming zijn die voor 100 % in handen van deze groep is;
- een gemeenschappelijk beslissingscentrum hebben;
- door een gemeenschappelijke mediacoördinator vertegenwoordigd worden;
- door een gemeenschappelijk Mediabureau vertegenwoordigd worden;
- de administratie en de facturering moeten centraal gebeuren via een gemeenschappelijke structuur (btw-nummer en factureringsadres);
- de eindverantwoordelijkheid van de Adverteerder dragen met betrekking tot de productie en het commercialiseren van zijn producten en diensten.

Platformen: alle dragers waarop de Reclameaanwezigheid kan worden getoond: tv-zender, website, digitaal of mobiel platform, radioservice ...

Reclameaanwezigheid: elke format die een reclameboodschap kan uitdragen, verspreid in de vorm van een tv-spot, een internetbanner, een billboard op een digitaal of mobiel Platform, een radiospot ...

3. Verbintenis

3.1. Verbintenisbrief

Een Adverteerder (of Groep Adverteerders) of zijn/hun Bureau kan aan de regie beloven een bepaald budget te investeren, wat dan recht geeft op een korting (cf. commercieel beleid), als bepaalde voorwaarden worden nageleefd.

Om aanspraak te kunnen maken op deze korting, moet aan de volgende drie voorwaarden worden voldaan:

- a. Voldoen aan de definitie van Adverteerder of Groep Adverteerders zoals hierboven geformuleerd;
- b. Een intentieverklaring ondertekenen;
- c. Voor een minimumbedrag van 10 000 euro netto..

3.2. Toekennen van de korting

3.2.1. De korting wordt toegekend vanaf de maand waarin de intentieverklaring wordt ondertekend, op voorwaarde dat dit voor de 15de van de betrokken maand gebeurt. Als de ondertekening na deze datum gebeurt, worden de voorwaarden toegepast vanaf de maand erna.

3.2.2. Een Adverteerder die zich voor een jaar verbindt heeft recht op een vlottende periode van drie maanden als hij in januari aanwezig is en van twee maanden, te rekenen van de 1ste dag van de maand van zijn campagne.

Als de intentieverklaring na afloop van deze twee maanden niet ondertekend is, wordt er op de campagnes geen enkele voorwaarde meer toegepast en de eventueel ontvangen voorwaarden worden opnieuw gefactureerd.

De definitieve voorwaarden van de Adverteerder kunnen verrekend worden indien hij de intentieverklaring voor het einde van deze twee maanden ondertekent.

3.2.3. Elke korting die niet in het lopende jaar wordt opgenomen, kan niet in de daaropvolgende jaren worden gebruikt.

3.3. Niet nakomen van het in de verbintenis afgesproken investeringsbedrag

Indien een Adverteerder het bedrag van de investering waartoe hij zich verbonden heeft niet nakomt, wordt een gedeelte van de al opgenomen ruimte en een gedeelte van het bedrag dat nog overbleef om uit te zenden gefactureerd volgens onderstaande berekening:

< 10 %	5 % van de opgenomen ruimte en 5 % van het geannuleerde bedrag worden gefactureerd
10-20 %	15 % van de opgenomen ruimte en 10 % van het geannuleerde bedrag worden gefactureerd
20-50 %	30 % van de opgenomen ruimte en 15 % van het geannuleerde bedrag worden gefactureerd
>50 %	50 % van de opgenomen ruimte en 15 % van het geannuleerde bedrag worden gefactureerd

3.4. Niet nakomen van de in de verbintenis overeengekomen voorwaarden

Indien een Adverteerder het bedrag waartoe hij zich verbonden heeft niet nakomt, wordt een percentage van de toegekende voordelen gefactureerd. Dit percentage hangt af van het verschil tussen het in de verbintenisbrief afgesproken bedrag en het bedrag dat na afloop van de betrokken verbintenis daadwerkelijk wordt bereikt.

Verskil in percentage met de LOI	Percentage van de gefactureerde toegekende voordelen
< 10 %	15 %
10-15 %	25 %
16-20 %	30 %
21-25 %	35 %
26-30 %	40 %
> 31 %	50 %

3.5. Globale koopovereenkomst bij regionale radio

In het kader van een globale koopovereenkomst van reclameruimte bij regionale radio geldt dat, indien de Adverteerder (of zijn Bureau) binnen de gestelde termijn niet het voorziene minimumaantal spots uitzendt, hij zich ertoe verbindt een meerprijs te betalen. Die meerprijs is gelijk aan het tariefvoordeel waarop hij aanspraak had kunnen maken op basis van de geldende tarieven en de korting voor hoeveelheid die worden toegepast op elke daadwerkelijk uitgezonden gedeeltelijke bestelling.

4. Bestelling

4.1. Geldigheid van de bestelbon

De uitzending van elke reclameboodschap vereist de voorafgaande ondertekening door de Adverteerder van een bestelbon die bij IP Belgium moet toekomen. De aanvaarding van de bestelbon door IP Belgium is enkel geldig als deze is ondertekend en gedateerd door de Adverteerder. IP Belgium moet de aanvaarding van regionale reclamecampagnes schriftelijk bevestigen om definitief aanvaard te zijn.

De ondertekening kan ofwel manueel ofwel elektronisch gebeuren. In dat laatste geval moet hierover op voorhand een raamovereenkomst afgesloten worden waarin de modaliteiten en specifieke kenmerken bepaald zijn. De Adverteerder aanvaardt dat elke gecertificeerde elektronische communicatie dezelfde waarde heeft als een handgeschreven en ondertekende brief. De Adverteerder kan zich niet beroepen op de afwezigheid van juridische geldigheid van elektronische communicatievormen, met als enige excuus dat het om elektronische berichten gaat.

Een gescande manuele ondertekening wordt geacht een originele handgeschreven handtekening te vormen en te voldoen aan de wettelijke eisen op het vlak van aansprakelijkheid, authenticiteit en integriteit van de inhoud van het contract. Deze ondertekening vormt een geldig en afdoend bewijs van de aanvaarding van het bestaan en de inhoud van de bestelbon en is bindend voor alle Partijen.

4.2. Versturen van de bestelbon

Het versturen van de gedateerde en ondertekende bestelbon aan IP Belgium, via fax of e-mail met bewijs van ontvangst, verbindt de Adverteerder die IP Belgium hierdoor vrijstelt van het per post verzenden van de originele documenten.

Bovendien moet de ondertekende bestelbon teruggestuurd worden:

- binnen de 21 dagen na het opstellen ervan als de eerste uitzending minstens 4 weken na het verzenden van de ondertekende bestelbon start;
- binnen de 8 dagen na het opstellen ervan als de eerste uitzending tussen de 2 en de 4 weken na het verzenden van de ondertekende bestelbon start;
- ten laatste de volgende dag na het opstellen ervan voor campagnes die binnen de 2 weken na uitgifte van de ondertekende bestelbon beginnen.
- indien de bestelbon niet binnen deze termijnen wordt teruggestuurd, vervalt hij.

De ontvangst van een voorschot door de commercieel afgevaardigde van IP Belgium houdt geen aanvaarding van de bestelling in. IP Belgium heeft het recht eerst betalingsgaranties te eisen, zoals gepreciseerd in artikel 7.

4.3. Minimumverbintenis

Door de bestelbon te ondertekenen, verbindt de Adverteerder zich tot een maandelijks minimumbudget. Elke bestelbon moet altijd een betaald gedeelte bevatten dat ten minste 50 % van de totale waarde aan reclameruimte bedraagt.

4.4. Wijziging van de campagne

4.4.1. Wijziging van een nationale reclamecampagne in de bestelbon

Met uitzondering van digitale campagnes, die niet kunnen worden gewijzigd, is elke wijziging van een nationale reclamecampagne, op schriftelijk verzoek van de Adverteerder, enkel mogelijk na ondertekening van de bestelbon door de Adverteerder. Hierbij dient men een opzegtermijn van 7 werkdagen voor de uitzending van de eerste campagnespot in aanmerking te nemen, en kan het enkel op voorwaarde dat de planning het mogelijk maakt en dat het oorspronkelijk op de bestelbon voorziene budget, per medium, niet wordt verminderd. Bovendien is het voor het medium Radio onmogelijk om de oorspronkelijk vastgelegde zenderselectie te wijzigen. Deze aanvraag tot wijziging moet schriftelijk worden bevestigd. Een ondertekende bestelbon kan slechts eenmaal worden gewijzigd.

Als wijzigingen worden beschouwd:

- wijzigingen in de reclameblokken binnen dezelfde maand van uitzending;
- wijzigingen in de reclameblokken voor een bedrag dat minder dan 10 % van het ondertekende budget vertegenwoordigt en die verplaatst worden van de oorspronkelijk voorziene uitzendmaand naar de volgende.

Wijzigingen in de reclameblokken voor een bedrag dat meer dan 10 % van het ondertekende budget vertegenwoordigt en die niet tot dezelfde uitzendmaand behoren, worden beschouwd als uitstel van de campagne.

Elke wijziging die een aanvraag tot budgetvermindering inhoudt wordt beschouwd als een gedeeltelijke annulering zoals gepreciseerd in artikel 4.5.

4.4.2. Wijziging van een regionale reclamecampagne op de bestelbon

Iedere wijziging van een regionale reclamecampagne op schriftelijk verzoek van de Adverteerder is enkel mogelijk na ondertekening van de bestelbon door de Adverteerder. Hierbij dient men een opzegtermijn van 15 werkdagen voor de uitzending van de eerste campagnespot in acht te nemen, en het kan enkel op voorwaarde dat de planning het mogelijk maakt en dat het oorspronkelijk op de bestelbon voorziene budget, per medium, niet wordt verminderd.

Bij wijziging van een campagne die tot gevolg heeft dat de basis waarop een korting oorspronkelijk werd toegekend, wordt gewijzigd, is een herziening van deze korting en een overeenkomstige aanvullende facturering nodig.

4.5. Uitstel van de campagne

Het uitstellen van een campagne is enkel mogelijk na ondertekening van de bestelbon door de Adverteerder. Hierbij dient een opzegtermijn van 20 werkdagen voor de uitzending van de eerste campagnespots in aanmerking te worden genomen. De campagne kan slechts eenmaal tijdens het lopende jaar worden verplaatst. Een uitgestelde campagne moet binnen de twee maanden volgend op de oorspronkelijke startdag starten, voor zover de beschikbaarheid binnen de planning dit mogelijk maakt. Een uitgestelde campagne kan men niet annuleren en het oorspronkelijk voor deze campagne uitgetrokken budget kan niet worden verminderd.

Bovendien zijn bij het uitstellen van een campagne de hieraan verbonden kosten ten laste van de Adverteerder; ze bedragen 5 % van het bedrag van het verplaatste budget. Deze uitstelkosten kunnen, in voorkomend geval, worden afgetrokken van de toegekende voorwaarden in het kader van een intentieverklaring. Als uitstel worden beschouwd:

- wijzigingen in de reclameblokken voor een bedrag dat 10 % hoger ligt dan het ondertekende budget, die van de oorspronkelijk geplande uitzendmaand naar een van de twee volgende maanden worden verplaatst,
- de totale wijziging van een campagne die van de oorspronkelijke uitzendmaand verplaatst wordt naar een andere maand van hetzelfde jaar, op voorwaarde dat de nieuwe campagne rechtstreeks voor hetzelfde product en voor een minstens even groot bedrag wordt gereserveerd.

Het uitstel van een campagne dat niet uitdrukkelijk beantwoordt aan de hierboven vermelde voorwaarden wordt als annulering van een campagne beschouwd.

4.6. Annulering van de campagne

4.6.1. Annulering van een nationale reclamecampagne (televisie of radio)

De bestelling kan geheel of gedeeltelijk worden geannuleerd indien deze annulering 8 weken vóór de uitzending van de eerste campagnespots schriftelijk wordt meegedeeld, met uitzondering van datgene wat in artikel 4.4.1 beschreven staat.

Indien deze termijn niet wordt nageleefd, moet de Adverteerder annuleringskosten betalen ter waarde van een percentage van het bedrag van de annulering, exclusief taksen. Dit percentage wordt als volgt berekend:

Datum van ontvangst van het schriftelijke verzoek tot annulering van de campagne (vóór de uitzenddatum van de eerste campagnespots)	Te betalen annuleringskosten in % bij annulering van de campagne
Ten minste 8 weken	0 %
Tussen de 4 en de 8 weken	50 %
Minder dan 4 weken	100 %

Voor sponsorings, High Frequency Info en speciale acties, die een onmiddellijke handtekening van de bestelbon vereisen, zijn de artikelen 4.4, 4.5 en 4.6 niet van toepassing. Deze producten kunnen na de ondertekening van de bestelbon niet gewijzigd, verplaatst of geannuleerd worden.

4.6.2. Annulering van een regionale reclamecampagne

De bestelling kan geheel of gedeeltelijk worden geannuleerd als de annulering minstens drie weken vóór de uitzending van de eerste spot van de campagne schriftelijk wordt meegedeeld.

Indien deze deadline niet wordt nageleefd, moet de Adverteerder een annuleringsvergoeding betalen ter waarde van een percentage van het bedrag van de annulering, exclusief taksen. Dit percentage wordt als volgt berekend:

Datum van ontvangst van het schriftelijke verzoek tot annulering van de campagne (vóór de uitzenddatum van de eerste spot van de campagne)	Te betalen annuleringsvergoeding in % bij annulering van de campagne
Minstens drie weken	0 %
Minder dan 3 weken	100 %

4.6.3. Annulering van de campagne (digitaal)

De bestelling kan geheel of gedeeltelijk worden geannuleerd indien deze annulering 4 weken vóór de uitzending van de eerste campagnespot schriftelijk wordt meegedeeld.

Indien deze termijn niet wordt nageleefd, moet de Adverteerder annuleringskosten betalen ter waarde van een percentage van het bedrag van de annulering, exclusief taksen. Dit percentage wordt als volgt berekend:

Datum van ontvangst van het schriftelijke verzoek tot annulering van de campagne (vóór de uitzenddatum van de eerste campagnespot)	Te betalen annuleringskosten in % bij annulering van de campagne
Tussen de 3 en de 4 weken	20 %
Tussen de 2 en de 3 weken	50 %
Tussen de 1 en de 2 weken	75 %
Minder dan een week (5 werkdagen)	100 %

Indien het productiewerk door IP Belgium wordt uitgevoerd, zijn annuleringen niet toegelaten. Ze geven geen recht op een terugbetaling tenzij anders is overeengekomen tussen IP Belgium en de Adverteerder.

4.7. Weigering van een bestelling - Weigering van een campagne - Onderbreking van de uitvoering

Het staat IP Belgium vrij bestellingen die door de Adverteerder of voor zijn rekening geplaatst worden te weigeren of te aanvaarden zonder opgave van reden.

Indien de bestelling aanvaard wordt, behoudt IP Belgium zich het recht voor de uitvoering van de bestelling te onderbreken of te annuleren indien dit gerechtvaardigd is. Bijvoorbeeld, maar niet uitsluitend, in geval van redelijke twijfel over de solvabiliteit van de Adverteerder of de wettigheid van een advertentie, waarbij de campagne de rechten van derden aantast, choqueert of kwetst, of wanneer het producten en/of diensten betreft die concurreren met die van IP Belgium.

Elk orgaan dat betrokken is bij de reclame-uitzendingen kan eveneens weigeren een reclameorder uit te voeren of de uitvoering ervan onderbreken, om specifieke redenen. In deze gevallen kan de Adverteerder geen aanspraak maken op eender welke vorm van schadeloosstelling. Het order wordt van rechtswege geannuleerd; het uitgezonden gedeelte wordt evenwel gefactureerd.

4.8. Planning van de uitzending

Tussen de Partijen wordt expliciet overeengekomen dat de op de bestelbon voorziene data en uren louter ter informatie worden vermeld. De Reclameaanwezigheid wordt immers bepaald op basis van haar plaats in de Context, en niet op basis van een precies tijdschema.

De actualiteit of bepaalde gelegenheden kunnen ertoe leiden dat ze gewijzigd worden als het programma dit vereist, zonder dat de Adverteerder voor een gevraagde uitzendopdracht een schadevergoeding kan eisen.

Als een gereserveerde spot niet kan worden uitgezonden (bijvoorbeeld als gevolg van een technische of andere storing), zal IP Belgium deze spot automatisch terug inlassen in een zelfde uurschijf met een waarde die minstens gelijk is aan die van het oorspronkelijk gereserveerde reclameblok. Deze verplaatsing gebeurt zonder kennisgeving indien het minder dan 10 % van het geplande aantal spots betreft.

Indien bij de radio de spot als gevolg van een technisch probleem op een van de zenders/frequenties van de radio(s) niet werd uitgezonden, het een nationale spot betreft en het gedeelte dat niet uitgezonden werd kleiner is dan 10% van het totaal aantal voorziene spots, wordt in weerwil van het voorgaande de niet uitgezonden spot niet vervangen.

De gevolgen van de overeenkomst kunnen worden opgeschort, en zelfs geannuleerd, indien een geval van overmacht het normale verloop van de uitzendingen zou onderbreken of beëindigen.

Indien het door IP Belgium gecommmercialiseerde medium de noodzakelijke administratieve toelatingen worden ontnomen, of indien de inhoud niet uitgezonden of verdeeld kan worden, wordt de opdracht van rechtswege geannuleerd, zonder schadevergoeding voor de Adverteerder. Het uitgezonden gedeelte wordt echter wel gefactureerd.

5. Reclameboodschap

5.1. Wettigheid & Verantwoordelijkheid voor de inhoud

De Adverteerders zijn als enige verantwoordelijk voor de wettigheid van het materiaal (logo's, teksten, muziek, visuals enz.) en de inhoud van de reclameboodschap conform de wettelijke en deontologische bepalingen die van toepassing zijn.

IP Belgium behoudt zich overigens het recht voor elke vorm van Reclameaanwezigheid die strijdig is met deze bepalingen te weigeren, op elk moment vanaf het tijdstip waarop IP Belgium op de hoogte is van de overtreding. Deze weigering geeft de Adverteerder geen recht op een schadeloosstelling en de gehele bestelling blijft integraal verschuldigd aan IP Belgium. De goedkeuring van het scenario door IP Belgium stelt de Adverteerder niet vrij van de voorlegging van het bestand in de vormen zoals die voorzien zijn in de volgende paragrafen. Deze goedkeuring verbindt IP Belgium in geen geval, ook niet stilzwijgend, om de Reclameaanwezigheid te aanvaarden als deze eenmaal geproduceerd is. IP Belgium behoudt zich het recht voor de boodschap te weigeren, zonder schadevergoeding voor de Adverteerder.

Geen enkele politieke, filosofische of religieuze propaganda is toegestaan. Dientengevolge vrijwaart de Adverteerder IP Belgium en de uitzendinstantie bij een eventuele aanklacht of vordering door een derde. De vrijwaring van de Adverteerder dekt niet alleen de bedragen die IP Belgium of de uitzendinstantie eventueel aan de genoemde derde moeten betalen, maar ook de kosten en honoraria met het oog op hun verdediging.

Elk door de rechtbank opgedragen recht op weerwoord van een derde wordt aan de opdrachtgever gefactureerd overeenkomstig de ingenomen zendtijd. De gerechtelijke kosten en honoraria van de advocaten die IP Belgium of de uitzendinstanties als gevolg van een dergelijke procedure moeten maken, zijn voor rekening van de Adverteerder.

De inhoud en de formulering van de reclameboodschappen mogen niet strijdig zijn met de geldende wettelijke of reglementaire bepalingen, en ze mogen evenmin ingaan tegen de eerlijke handelspraktijken.

De Adverteerder is als enige verantwoordelijk voor eventuele klachten die na de uitzending van een Reclameaanwezigheid worden geformuleerd, en die te maken hebben met auteursrechten, de wetgeving op de merken en de licenties, het personenrecht en de reglementering op de oneerlijke of audiovisuele concurrentie. Hij vrijwaart IP Belgium voor alle eventuele schade die hieruit voortvloeit. Indien een dergelijke klacht zich voordoet, behoudt IP Belgium zich het recht voor de campagne te annuleren, terwijl het gehele bedrag door de Adverteerder verschuldigd blijft.

IP Belgium is lid van de Jury voor Ethische Praktijken en verbindt er zich toe de beslissingen tot het wijzigen of stopzetten van een reclameboodschap evenals alle gerechtelijke beslissingen na te leven. De Adverteerder kan geen beroep aantekenen tegen IP Belgium en ook geen schadevergoeding of compensatie eisen ten gevolge van deze beslissingen. De campagne zal met het volste recht geannuleerd worden zonder schadevergoeding voor de Adverteerder, niettemin zal de hele campagne gefactureerd worden.

5.2. Validatie van de inhoud ter indicatie

Het Controlecomité van de afdeling IP Traffic verleent zijn toelating in naam van IP Belgium volgens de algemene voorwaarden van IP Belgium en de wetten en de deontologische codes die van toepassing zijn.

Deze controle betekent in geen geval dat IP Belgium aansprakelijk is en wordt op louter indicatieve wijze uitgeoefend. De Adverteerder is als enige verantwoordelijk voor de inhoud van de Reclameaanwezigheid, zoals hierboven is vermeld.

Het Controlecomité heeft het recht om, uitsluitend voor rekening van de Adverteerder, de wijziging van bepaalde reclame-elementen en -ontwerpen te eisen of deze te weigeren. Met uitzondering van 'banners' is de controle bovendien van toepassing op de duur van de Reclameaanwezigheid. Elke overschrijding leidt automatisch tot de facturering van de langere duur volgens het bestaande tarief.

5.3. Toestemming - Vermelding

Behalve indien IP Belgium uitdrukkelijk zijn toestemming verleent, worden de boodschappen waarin werknemers van de media die door IP Belgium of een van zijn mandatoren gecommmercialiseerd worden, geweigerd. Dat geldt eveneens voor de permanente medewerkers van deze media, zoals omroepsters, commentatoren en presentatoren, evenals alle "freelancemedewerkers" van deze media.

De reclameboodschappen mogen, ook niet in bedekte termen, verwijzen naar bestaande of vroegere televisie-, radio- of andere content (programma, uitzending of fragment). De Adverteerder of zijn Bureau vermijden in reclameboodschappen of andere vormen van reclame in om het even welk medium ook elke rechtstreekse of onrechtstreekse verwijzing naar deze content.

De naamvermelding van het Bureau of de producer is facultatief. Ze wordt enkel toegestaan aan het begin van de boodschap en de afmeting van de letters mag niet groter zijn dan 1/33ste van de hoogte van het kader. Voor auditieve boodschappen is elke soortgelijke referentie verboden. Voor niet-commerciële reclameboodschappen is de identificatie van de Adverteerder in de spot verplicht.

In uitzonderlijke gevallen mag de reclameboodschap van de Adverteerder andere merken vermelden, alsook commerciële argumenten van andere merken (= co-branding), producten, diensten of bedrijven, mits IP Belgium zijn uitdrukkelijke toestemming geeft. Het verzoek tot vermelding van andere merken, producten, diensten of bedrijven moet uitdrukkelijk worden vermeld in de reservering. Indien IP Belgium zijn akkoord verleent, zal het tarief dat op de spot wordt toegepast verhoogd worden, behalve in het geval van vergelijkende reclame of een boodschap die betrekking heeft op een prijsvergelijker voor producten en/of diensten. De spot mag in geen geval meer dan drie andere merken, producten, diensten of bedrijven vermelden.

6. Reclamemateriaal

6.1. Leveringstermijnen

6.1.1. Het volgende materiaal moet minstens **vijf (5) werkdagen** voor de startdatum van de campagne, **vóór 17.00u**, aan IP Belgium worden geleverd:

- videomateriaal;
- audiomateriaal voor de campagnes "Sponsoring", "High Frequency" en "Radar";
- digitaal materiaal "Rich Media" en "Video"

6.1.2. Het volgende materiaal moet minstens **drie (3) werkdagen** voor de startdatum van de campagne, **vóór 17.00u**, aan IP Belgium worden geleverd:

- Audiomateriaal voor regionale reclamecampagne
- audiomateriaal voor de campagnes "netwerken" en "combinatie van netwerken"
- digitaal materiaal voor de campagnes uitgevoerd door derden (Third Party Adserver)

6.2. Sanctie bij niet-naleving van de leveringstermijn

Indien deze termijnen niet worden nageleefd, zal het begin van de campagne onvermijdelijk worden uitgesteld zonder dat de Adverteerder of de opdrachtgever beroep kan aantekenen of een schadevergoeding kan eisen, en moet alle bestelde ruimte worden betaald.

Indien deze termijnen niet worden nageleefd, heeft IP Belgium het recht om een forfaitair bedrag van 375 euro per te laat geleverd materiaal te factureren. De kwaliteit van de uitzending wordt in dat geval niet gegarandeerd.

6.3. Manier van leveren en Technische normen

6.3.1. Videomateriaal

Het videomateriaal moet geleverd worden via het H-DMAT-systeem (High Definition), waarmee men tv-materiaal via het internet kan versturen over beveiligde FTP-verbindingen.

De lijst van post-productiehuizen die levering in H-DMAT garanderen vindt u op de site: <http://www.abma-bvam.be/nl/hdmat.cfm>. U vindt er ook alle praktische inlichtingen.

Het materiaal moet beantwoorden aan de volgende technische normen:

- altijd één enkele spot per H-DMAT-bestand die kan worden uitgezonden op alle Platformen.
- Audioformaat: het bestand bevat een enkele spot.
- Videoformaat: het bestand bevat de spot op formaat 16 : 9 anamorphic (FR).
- Stereoformaat: niveau op -9 dB modulometer.
- Alle gegevens betreffende de Reclameaanwezigheid worden versleuteld in het H-DMAT-bestand.

6.3.2. Audiomateriaal voor nationale reclamecampagne

Het audiobestand of de audiobestanden voor de campagne moeten verplicht via ons uploadplatform naar IP Radio gestuurd worden. Dat platform is toegankelijk op www.ipradioupload.IP.be. De bestanden (1 bestand per versie van de spot) moeten de volgende eigenschappen hebben:

- a. Elke spot is in WAV-, LPCM-, 16 bits- en 48 kHz-formaat beschikbaar,
- b. De duur van elke spot moet een veelvoud zijn van 5 seconden (nauwkeurig tot op een honderdste van een seconde)
- c. Het audiobestand bevat geen 'stiltes' (signaal op ∞), niet voor en niet na de spot.

Het leveren van de audiobestanden op [ipradioupload.ipb.be](http://www.ipradioupload.ipb.be) houdt in dat de leverancier van de bestanden alle wettelijke bepalingen, gebruiksrechten en rechten op de gebruikte middelen enz. volledig naleeft.

6.3.3. Audiomateriaal voor regionale reclamecampagne

Het reclamemateriaal moet vergezeld zijn van de volgende informatie: de startdatum van de campagne, de duur van de boodschap, de naam van het product, de volledige identiteit van de Adverteerder, zijn bureau, zijn productiehuis.

Indien IP Belgium ermee instemt om de reclameboodschap van de Adverteerder te produceren of te laten produceren, verbindt IP Belgium zich enkel tot het leveren van de volgende diensten:

- Het schrijven van een storyboard dat telefonisch aan de klant wordt gecommuniceerd
- Na akkoord van de klant, uitvoering van een boodschap van standaardkwaliteit voor het betreffende type reclameboodschap

50 % van de prijs van de door IP Belgium geleverde productie is verschuldigd bij de bestelling, het saldo is betaalbaar bij levering.

Alleen grove en kennelijke fouten in de inhoud van de geproduceerde spot die aan IP Belgium kunnen worden toegeschreven, kunnen de aansprakelijkheid van de regie rechtvaardigen. Die zal hoe dan ook beperkt zijn tot de productiekosten. De kosten voor het uitzenden blijven voor rekening van de Adverteerder.

6.3.4. Koppeling Geluid & Beeld

Indien een Adverteerder besluit om de productie van beelden voor bij zijn audiospot aan IP Belgium toe te vertrouwen zodat de reclamespot digitaal kan worden uitgezonden, zorgt hij ervoor dat hij over alle nodige rechten beschikt en vrijwaart hij IP Belgium tegen elke vordering van derden betreffende het combineren van beelden met het audiobestand.

6.3.5. Digitaal materiaal

Alle verspreidingsmateriaal van een digitale campagne moet beantwoorden aan de technische normen die beschreven staan op de volgende site: <http://www.IP.be/fr/digital/content/livraison-du-materiel>. Het moet via e-mail in één verzending worden geleverd en omvat:

- het verspreidingsmateriaal (banners, preroll enz.)
- de definitieve en actieve URL van de bestemming

De titel van de e-mail moet minstens het volgende bevatten:

- de naam van de Adverteerder
- de naam van de campagne

Bij ontvangst van deze e-mail en op voorwaarde dat IP Belgium de ondertekende bestelbon binnen de voorgeschreven termijn ontvangen heeft, verbindt IP Belgium zich ertoe de koper uiterlijk 1 werkdag na ontvangst via een antwoord op de e-mail een bewijs van goede ontvangst van het verspreidingsmateriaal te sturen.

Bij rechtstreeks contact tussen IP Belgium en de creatief en/of technicus die verantwoordelijk is voor het materiaal, zal de koper systematisch in kopie worden gezet.

Het reclamemateriaal voor Aanwezigheid op het internet van het type «display» moet beantwoorden aan de I.A.B. normen. Deze normen staan op de officiële site van de vereniging: <http://www.iabbelgium.be/toolbox/fr/salesguidelines.aspx>

6.3.6. “Companion-Ad” campagnes

Indien een product samen met een visuele campagne op een of meer Websites van de radio gereserveerd wordt, is de Adverteerder verantwoordelijk om binnen de toegewezen tijd het vereiste materiaal voor Aanwezigheid op de website(s) te voorzien. De Adverteerder ontvangt daartoe een technische fiche, rechtstreeks of via zijn Mandataris. Die fiche vermeldt het type, de vorm en de technische eigenschappen van het materiaal, net als de levertermijn ervan. De geldende regels in deze verkoopvoorwaarden zijn van toepassing op de boodschap en de inhoud van dit materiaal. Als de Adverteerder via een banner of een andere format op de website van een radio aanwezig is, mag enkel het merk van de Adverteerder zichtbaar zijn.

6.4. Aansprakelijkheid voor het materiaal – Eigendom van het materiaal

Er is uitdrukkelijk overeengekomen dat IP Belgium niet aansprakelijk kan worden gesteld voor het eventuele verlies of de beschadiging van materiaal dat wordt ingediend ter uitvoering van een reclameorder. De Adverteerder wordt altijd verondersteld een kopie of dubbel van al het aan IP Belgium overhandigde materiaal te hebben bewaard. Het aan IP Belgium overhandigde materiaal voor de uitvoering van een reclameorder wordt niet gearchiveerd.

Als een deel van of al het materiaal ongeschikt blijkt voor uitzending, kan IP Belgium om andere elementen verzoeken en, als de planning dat toelaat, de uitzending indien nodig uitstellen. De antenنتijd die normaal voorzien was, zal in dat geval wel aangerekend worden. Het geleverde materiaal moet helemaal klaar geleverd worden, zodat er geen enkele bewerking zoals montage, niveauregeling of modulatie meer nodig is. Als het geluidsniveau van de reclameboodschap te hoog is (bijvoorbeeld door een te sterke compressie), moet dit aan het volume van de andere programma's worden aangepast.

Het materiaal blijft eigendom van IP Belgium die zich het recht voorbehoudt om het te verspreiden op een privéplek, meer bepaald voor gebruik door Mediabureaus, Creatieve Bureaus en Adverteerders; IP Belgium behoudt zich eveneens het recht voor om, na de datum van de eerste uitzending, de registratie van de “pige” van de boodschappen volgens het gebruiksproces ter beschikking van zijn klanten te stellen.

IP Belgium behoudt zich het recht voor om de boodschappen te gebruiken voor reclamedoeleinden of om compilaties te maken, ze te archiveren en via het internet toegankelijk te maken als bijkomende informatie voor de luisteraars/klanten, behalve als de contractant zich hier uitdrukkelijk tegen verzet.

De gebruikers/productiehuizen verbinden er zich toe om de Platformen van IP Belgium enkel te gebruiken voor het uploaden en/of opzoeken van informatie over de campagnes waarvoor ze gemandateerd zijn. Ze mogen onder geen enkel beding hun login en paswoord doorgeven aan een derde. IP Belgium behoudt zich het recht de toegangscodes te wijzigen indien dit toch het geval zou zijn.

7. Tarieven & Betalingsvoorwaarden

7.1. Tarieven

De campagne zal gefactureerd worden op basis van het tarief dat van toepassing is op het moment van uitzending.

De boodschappen worden gemeten in schijven van 5 seconden. De totale gebruikte tijd wordt beschouwd als reclame.

Iedere overschrijding, bij televisie en video, met meer dan 3 % van de aangekondigde tijd leidt, indien de termijnen het toestaan, tot terugzending van het materiaal teneinde dit in overeenstemming te brengen met de bestelling; gebeurt dit niet, dan wordt de extra tijd gefactureerd.

De tarieven zijn beschikbaar op de website van IP Belgium (www.ipb.be). Op uitdrukkelijk verzoek van de klant kan IP Belgium ze hem toesturen.

7.2. Betalingstermijn van de facturen

7.2.1. Voor regionale reclamecampagnes

De eventuele ontvangst van een voorschot door een vertegenwoordiger houdt geen automatische en definitieve aanvaarding van de bestelling in.

De Adverteerder (of zijn gevolmachtigde) stort ten minste vier werkdagen voor het begin van de campagne een voorschot van 25 % exclusief btw van het totale bedrag van de bestelling op de rekening van IP Belgium. Dit voorschot is van toepassing voor een nieuwe klant of een klant die in de 24 maanden voordien niet actief was.

7.2.2. Voor alle reclamecampagnes en resterende facturen voor regionale reclamecampagnes

Alle facturen moeten worden betaald binnen de 30 dagen na de factuurdatum. Indien de betaling niet gebeurt binnen de gestelde termijn, is de Adverteerder van rechtswege en zonder ingebrekestelling verschuldigd:

- a. verwijlinteressen die worden berekend op basis van een jaarlijks percentage van 8 %;
- b. een forfaitaire schadeloosstelling die contractueel 15 % van het bedrag van de factuur bedraagt, met een minimum van 250 euro.

Indien een voorschot (zoals voorgeschreven in artikel 7.2.1) of een factuur niet binnen de gestelde termijn wordt betaald, behoudt IP Belgium zich bovendien het recht voor om andere lopende reclamecampagnes schriftelijk te beëindigen, zonder verdere kennisgeving of compensatie van welke aard dan ook.

Alle huidige en toekomstige taksen en belastingen zijn ten laste van de Adverteerder.

Bovendien behoudt IP Belgium zich het recht voor zonder voorafgaande kennisgeving of vergoeding iedere lopende reclamecampagne te beëindigen en de betaling van de overige facturen te eisen. Deze worden door het niet respecteren van de betalingstermijn onmiddellijk opeisbaar.

De Adverteerder moet zijn betalingsverplichtingen altijd nakomen, zelfs wanneer hij een klacht heeft ingediend conform artikel 10.

7.3. Ruilovereenkomsten

In het kader van een ruilovereenkomst worden de facturen van IP Belgium en de Adverteerder uiterlijk opgemaakt op de 30ste van de maand die volgt op de uitzending van de reclameboodschappen. Ze compenseren elkaar van rechtswege.

Het eventuele verschil in btw blijft door de Adverteerder verschuldigd. Indien de Adverteerder binnen de drie maanden na de eerste uitzending nog geen ruilfactuur heeft opgesteld, wordt het ruilakkoord van rechtswege opgeheven en moet de factuur van IP Belgium onmiddellijk worden betaald.

7.4. Kredietverzekering

Aangezien het geheel van de facturering gedekt is door een kredietverzekering, wordt elke campagne voor ze wordt aanvaard en van start kan gaan, eerst voor akkoord voorgelegd aan de kredietverzekering. Bij een (totale of gedeeltelijke) weigering van dekking of indien IP Belgium dat wenst, kan IP Belgium van de Adverteerder eisen dat hij op voorhand een gedeelte of het geheel van de campagne betaalt. IP Belgium kan de Adverteerder ook vragen naar een voor aval ondertekende wisselbrief met erkende borg, of een verbintenis van medeschuld of een hoofdelijke en ondeelbare borg van de gevolmachtigde van de Adverteerder en/of de Adverteerder, of een onherroepelijke garantie uitgegeven door een erkende bankinstelling.

8. Geheimhouding – Onoverdraagbaarheid

Elke bestelling, intentieverklaring, voorwaarde, korting, onderhandeld, ondertekend en aanvaard door een Adverteerder (of zijn Bureau), is strikt persoonlijk en kan niet worden overgedragen, zelfs niet gedeeltelijk, aan een derde persoon, met uitzondering van de gevolmachtigde of de tussenpersoon die in eigen naam maar voor rekening van de Adverteerder handelt. In voorkomend geval stelt de Adverteerder zich garant voor de huidige geheimhoudingsplicht door de gevolmachtigde of de tussenpersoon die hij mandateert. Elke inbreuk kan leiden tot het annuleren van de bestaande voorwaarden en het factureren van de ten onrechte verkregen voorwaarden op de bestelbon.

9. Persoonsgegevens

In het kader van hun contractuele betrekkingen verbinden IP Belgium en de Adverteerder en/of zijn Mandataris zich ertoe de geldende wetgeving na te leven die van toepassing is op de verwerking van persoonsgegevens, en in het bijzonder Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 van toepassing met ingang van 25 mei 2018.

Bij de organisatie van een wedstrijd en tenzij anders is overeengekomen, mag geen enkel persoonsgegeven aan de Adverteerder of zijn Mandataris worden meegedeeld.

10. Algemene bepalingen

Indien een bepaling of een deel van een bepaling in deze Algemene Voorwaarden niet langer geldt of zijn geldigheid verliest, blijven alle andere bepalingen nog altijd inroepbaar door de Partijen. In dergelijk geval wordt de niet langer geldige bepaling vervangen door een nieuwe bepaling die zo veel mogelijk aansluit bij het opzet van de niet langer geldige bepaling. Diezelfde regel wordt toegepast om te verhelpen aan hiaten in deze Algemene Voorwaarden.

In geval van een wijziging van voorschriften die invloed kan hebben op deze Algemene Voorwaarden, zijn de Partijen verplicht een oplossing te vinden die hun respectieve belangen respecteert.

Deze Algemene Voorwaarden annuleren en vervangen alle eerdere Algemene Voorwaarden.

11. Klachten – Bezwaren

Elke klacht moet, op straffe van onontvankelijkheid, binnen de 15 werkdagen na de uitzending per aangetekend schrijven worden ingediend.

Bij een geschil over de effectieve uitzending van een of meerdere boodschappen zal de betrokken uitzendinginstantie het uitzendbewijs leveren van de boodschap(pen) op haar antenne. Voor sommige radio's kan tevens een getuigenopname worden geleverd, op voorwaarde dat deze 10 werkdagen na de eerste uitzending is aangevraagd.

Indien de klacht aanvaardt wordt, of indien IP Belgium of de uitzendinginstantie aansprakelijk worden gesteld, zal de enige schadevergoeding die geëist kan worden de heruitzending van de reclame zijn, met uitsluiting van elke andere vorm van schadevergoeding.

IP Belgium kan in geen enkel geval verantwoordelijk worden gehouden voor indirecte, algemene of bijzondere schade, van welke aard dan ook, die aan de Adverteerder of een derde berokkend werd.

12. Beslechten van geschillen

De Partijen verklaren bereid te zijn om voortaan elk conflict dat tussen hen zou ontstaan snel en via een eenvoudige procedure in der minne te regelen.

Elk geschil dat niet door minnelijke schikking geregeld raakt zoals beschreven in de vorige paragraaf, en voortvloeit uit het bestaan, de interpretatie of de uitvoering van dit contract, valt onder de exclusieve bevoegdheid van de Franstalige Rechtbank van Koophandel van Brussel.