

## JCDECAUX GENERAL SALES CONDITIONS BELGIUM - 2026

### **Art. 1 Definitions :**

**1.1.**The Advertiser and the agency: any individual or moral person, private or public entity, purchasing advertising campaigns for its own account, whether directly or via an Agent. Their identity is included on the front of this paper contract or in attachment in digital form, undertake jointly and in mutual agreement to carry out this agreement in its entirety, taking into account the special conditions and general conditions as described below. They shall hereinafter likewise be referred to as 'the Contractors'.

**1.2.**The Agent: The Advertiser's "Agent" means any private individual or legal entity purchasing advertising space on behalf of the Advertiser and holding an agency contract binding it to the Advertiser. The advertising agencies and buying agencies taking out a contract, are acting in the name and for the account of the Advertiser as Agent and are jointly and severally bound by the commitments made to the Company. If, as ordered by the Advertiser, an invoice is made out in the Agent's name, the Agent shall be jointly and severally liable for the payment of the invoice to the Company.

**1.3.**The companies JCDecaux Street Furniture Belgium NV, JCDecaux Billboard Belgium NV, JCDecaux Insert Belgium NV, JCDecaux Malls NV and JCDecaux Belgium NV are designated by the term 'the Company'.

**1.4.**Licensor: the (airport and other) authorities and/or the owner / manager / operator having entrusted the management, development and advertising operations of their domain or territory in the broadest sense of the word to the Company.

**1.5.A 'campaign'** is the service to the Contractors, which is made available to the Advertiser, during the agreed period, in the form of a network of sides and/or any other form of communication in 'Out of Home'.

**1.6.**Advertising spaces: one or more devices having one or several sides for a total price, or that may be sold separately for a unit price.

**1.7.**Networks: a contract covering several advertising spaces entered into for a "network period" as defined in the Contract.

**1.8.**Premiums: a contract covering the hiring of one or several advertising spaces sold by unit.

**1.9.**Experiential & Ambient: "Experiential & Ambient" means any device for an advertising campaign that does not fall within standard display formats (ex.: banners, temporary walls, etc...) and any special on-site initiative (podium, exhibition, pop-up, activation, handing out of brochures, etc...).

**1.10.**JCDecaux Creative Solutions Action: any action that does not make standard use of our displays, that requires a reformatting of the carriers or production, a special location, ...

**1.11.**Advertising advertising : advertising designed on specifications and developed for the same Advertiser on one or more displays of any size, with the aim of being displayed for at least three consecutive years.

### **Art. 2 Order - Acceptation of the General Sales Conditions & Rates - Notice of default :**

**2.1.**The special terms and conditions as well as the information stated on the back of this contract on paper or in digital attachment constitute the contract between the parties. The contract shall be deemed to be established and definitive once the signature has been placed by each of the parties. One signature is sufficient to bind the Contractors in solidarity. The order forms sent and/or received by email are of decisive value.

**2.2.**One copy of the contract sent to the Contractors must be returned, duly signed, within 7 calendar days, failing which the Company reserves the right to resell this period to another client.

**2.3.**This contract shall be deemed to have taken effect once it has been signed by the Company. If the contract has not been returned, duly signed, by the Advertiser and/or its Agent within 7 days following its receipt, this may give rise to the voidance of the contractual stipulations as a matter of law and at the initiative of the Company. Under no circumstances may the absence of signature of the contract be attributed to the Company, which shall not, under any circumstances, suffer the consequences thereof. In addition, the Advertiser and/or its Agent are jointly and severally bound by the commitments entered into with the Company. The order forms sent and/or received digitally are valid as proofs. The Company reserves the right to terminate the contract if the Advertiser and/or its Agent request a correction or amendment.

**2.4.**It is formally agreed that the underwritten commitment applies strictly personally to the Contractors, who will only be able to use it for the campaign of the product or article sold under the brand specified by name in the commitment. Under no circumstances shall the Contractors be able to transfer the use of the underwritten commitment. However, in the event of sale or transfer of the business, they shall undertake to have the purchaser or successor sign an assignment of the commitment in their name, on pain of payment to the Company of the balance of the commitment entered into by way of indemnification, in addition to any sums which may be due.

This change must be notified within eight days to the Company, which reserves the right to accept or refuse the transfer at its sole discretion. In the event that the Company transfers its business or changes its structures, the present contract shall continue with the transferee or with the new or changed company.

**2.5.**The response time after a notice of default is 48 hours (working days). In general, if the expiry time of a notice of default is at hhmm, the purchase by another customer can only take place from hhmm + 60 minutes for administrative reasons.

On the other hand, if the expiration time expires:

- between 12h and 14h of day D, then its purchase by another customer can only occur from 14h30 of day D;

- after 18h of day D, the purchase by another customer can only be made from 9h30 of the next working day.

If maintained, the valid time is the sending time of the mail of JCD.

The agreement is accepted subject to the agreement of the competent authorities which may be required for the installation or maintenance of the advertising panels.

**2.6.**Acceptance of the Standard terms and Conditions of Sale The signing of an advertising contract with the Company by an Advertiser and/or its Agent entails unconditional acceptance of these General Sales Conditions and compliance with regional and municipal laws and regulations governing advertising. The contractual

conditions in force between the Advertiser and its Agent shall not be enforceable to the Company.

**2.7.**The Company reserves the right to alter the Standard terms and Conditions of Sale at any time. Similarly, the Company reserves the right to modify its pricing at any time during this contract, in which case it shall notify the Advertiser and/or its Agent three months prior to the effective date of said modifications.

**2.8.**Any addition, deletion, amendment or omission made to the underlying General Sales Conditions that are not the subject of an express written agreement by the Company will be considered non-existent.

### **Art. 3 Modification - Cancellation - Termination - Revocation :**

**3.1.**The present contract may not be modified except by prior agreement between the parties.

**3.2.**No cancellation shall be accepted except in cases of force majeure (war, strike, fire at JCDecaux, etc.).

**3.3.**However, if a campaign is to be put back on sale (welding or postponing) :

- If no new sales agreement is reached, the full price of the campaign shall remain due;

- If a new sales agreement is concluded, the Contractors of the resold campaign shall be liable ipso jure for the difference between their purchase price (negotiated net price) and the purchase price of the new sales agreement (negotiated net price), increased by a fixed indemnity of 15% of the net initial purchase price.

**3.4.**The cancellation date shall be valid from the date of receipt of the registered letter by the Company.

**3.5.**Generally spoken, the Advertiser may ask the Company to remove advertising during the campaign, provided that he'll bear the costs of it and the payment of the remaining amounts, in accordance with and until the end of the current contract. Subject to reasons beyond its control, the Company undertakes to carry out the removal as soon as possible, according to the availability of its teams.

**3.6.**For Airport-campaigns: this Contract cannot be modified without the prior consent of the parties. No cancellation at the initiative of the Advertiser is accepted, except in exceptional cases:

- for contracts of a duration equal or longer than one (1) year, any termination during a campaign must be subject of an express notification by registered mail to the Company with a minimum notice period of six (6) months from the date of presentation of said letter and provided that the notice does not end at the earliest three (3) months before the end of the contract.

- for contracts of two (2) years and more, any termination during a campaign must be the subject of an express notification by registered mail to the Company and can only take place during the last contractual year and with a minimum notice period of six (6) months from the date of presentation of said letter to the Company and provided that the notice does not end at the earliest six (6) months before the end of the contract.

From the date of presentation of the letter of resignation, the Company reserves the right to withdraw the current campaign and to commercially exploit the aforementioned advertising space. In this case, the Contact is deemed to have ended on the date of the replacement by the new campaign.

In the event of termination by the Advertiser and/or its Agent, the latter is indebted of a compensation equivalent to 50% of the technical costs as indicated in the Contract, in order to cover the costs of the early removal of the advertising equipment.

**3.7.**For Advertising advertising, an agreement cannot be cancelled except with compensation:

- Of 25% of the total amount of the contract, in case of cancellation before the start of the works necessary for the order;

- Of the total amount of the contract, in case of cancellation after the start of the works.

### **Art. 4 End of concession /authorisation :**

In the event that the concessions entrusted to the Company by the Licensor come to an end for any reason whatsoever, the Company shall be entitled to terminate the advertising contract without compensation.

### **Art. 5 Extension - Renewal:**

**5.1.**The principle of fact renewal shall apply on Airport campaigns and Advertising advertising.

**5.2.**Subject to base prices to be indexed, contracts of one year and longer are renewed tacitly for the same conditions and term, unless terminated by registered post with return receipt with notice of 3 months prior to the expiry date of the contract in progress.

### **Art. 6 Invoicing:**

Invoices are established by NV JCDecaux Belgium (BE0428.989.428) and worded indifferently to one or another Contractor in accordance with the guidelines of the latter at the time of the signing this contract. Invoices sent by email have probative value.

### **Art. 7 Payment :**

**7.1.**Payment must be made in cash unless special conditions have been granted to the Contractors. The Company reserves the right to request the partial or full payment of the campaign amount as well as all related costs and taxes before the start of the campaign. A dispute raised by the Contractors does not allow for the suspension of the payment of the invoices relating to the campaign in question.

**7.2.**In the event of non-payment of the invoice within the stipulated period, due to simple default, judicial liquidation or for any other reason, the Company retains the possibility of claiming the amount of the sums due from the second contracting party or its Agent, who is jointly responsible in this regard.

**7.3.**In the absence of payment within 15 days, the Company expressly reserves the right to consider the subscribed commitments to be cancelled and to take immediate possession of all sites reserved for the forthcoming campaigns and, within the

deadlines, to claim by way of damages the balance due of the commitment or commitments entered into.

**7.4.**In addition, in the event of non-payment on the due date, the invoice shall automatically be increased by a fixed compensation of 15%. Also, any amount due on the due date shall, ipso jure and without notice of default, accrue interest at a fixed rate of 1.5% per month of delay.

**7.5.**All costs incurred by the Company to collect payment of its invoice (such as dunning fees, lawyer's fees,...) shall be borne by the Contractors.

**7.6.**In order to be valid and save for formal proof, any claimant concerning an invoice must reach the head office of the Company at the latest within 5 days of the invoice date.

### **Art. 8 Indexing:**

**8.1.**For contract with a duration of a year or more, the price of the location(s) will be indexed annually, on the due date of the advertising, based on the development of the health index. The Company reserves the right to adjust its Rates at any time, provided it informs the Advertisers or their proxy holders three months prior to the effective date of the aforementioned changes.

**8.2.**For Airport campaigns, price indexing may be revised on the 1st of January of each year, in proportion, on the one hand, to airport passenger traffic increases and, on the other, variations in the most recent Belgian index of the consumption cost known on this contract's signing date. Accordingly, the index rate shall be determined by the Company based on these two criteria.

### **Art. 9 Specific provisions**

#### **9.1.For the campaigns other than AIRPORT**

##### **9.1.1.Locations :**

**For the network sales in "paper"**, depending on the negotiations between the parties, the Company shall put at the disposal of the Advertiser a network of locations as indicated on the front of the present contract on paper or on digital attachment. The amount and list of communicated locations have been estimated and calculated based on the Company's prospective locations. For those networks the amount of global impressions are guaranteed, allowing a reduction up to 5% in the number of impressions without a price adjustment.

**For the other "paper" networks** (for example clusters) without guaranteed impressions, a reduction up to 5% in the amount of panels or a difference of 5% in the list of communicated locations is allowed without a price adjustment.

**For sales in "paper" on billboards a piece**, if for any reason between the conclusion of the contract and the advertising period locations would disappear, be sold as Long Conservation or become unexploitable, the Company shall make a proposition for replacement for the client. The latter will have the option of accepting or refusing this proposition and, if necessary, the price will be invoiced prorata temporis if the duration of the campaign has changed.

**For the sale in vinyl MetroBusTram**, the Company will make available to the Advertiser a series of locations, the number of which is specified on the front of this contract on paper or on a digital attachment. A reduction to 5% of the number of locations will be tolerated with no price adjustment allowed.

**For the digital campaigns**, a reduction up to 5% in the number of contact impressions is tolerated without any price adjustment.

The Company is responsible for the settlement of any dispute in the event of complaints concerning a location or locations which it makes available to the Advertiser. The Advertiser formally undertakes not to intervene in such disputes, except in the event of agreement by the other party, and to forward any complaint to the Company immediately.

Access to the sites is exclusively reserved to the Company, its subcontractors or its employees. Access to the technical infrastructure is formally forbidden to the Advertiser or his representative.

The Advertiser may not invoke any special right with regard to the sites made available by the Company without the latter's express consent.

##### **9.1.2 Posters, vinyls and digital spots :**

The dimensions of the posters to be affixed are defined in the technical data sheets which form an integral part of the contract.

In addition to the posters intended for initial placement, the Contractors are obliged to provide a number and quality of posters to ensure, under normal circumstances, the maintenance of the display for the entire duration of the campaign, as set out on the front of this Contract. By joint agreement, this amount of posters is fixed at 20% of the amount of posters required for the first installation.

The material not used up at the end of the campaign and not claimed for removal of the posters by the Company shall be considered abandoned. At the Contractor's request, the Company shall take charge of returning the unused posters. However, the dispatch costs shall be borne by the Contractors.

Posters must be delivered to the workplace of the Company or its representatives, stamp duty paid, at least 6 working days prior to the installation period, as stipulated in the given distribution.

For the vinyls, the files must be delivered in accordance with the technical data sheets available at <http://www.mbt-air@jcdecaux.com> at least 10 working days before the installation period for all formats, except for the 'full wrap' and 'out of the box' formats, for which the files must be delivered at least 13 working days before the installation period.

For digital campaigns, the file must be sent to us at least 6 working days before the start of the campaign and must meet the requirements set out in the technical sheet. For moving images, this is extended to 15 working days before the start of the campaign in order to be able to carry out the necessary tests before broadcasting.

For the floating campaigns, the delivery of the posters should take place 6 working days before the first floating period. In the event of delivery after this date, the financial benefit provided for the floating will be lost and the Company may decide not to advertise this campaign; however, the campaign price will remain due in full.

Regarding the floating campaigns, the placement shall be carried out by the Company and announced to the Contractors at the latest on the 10th calendar day before the period in which the campaign is to be placed.

Failure to deliver the posters can in no way suspend the execution of the Contract and prevent the execution of the order and result in the full payment, in favor of the Company, of the price of the campaign, possibly increased by the costs and delay interests. In the case of a simple delay in delivery, the installation will be carried out as well as possible, without the Company being liable for this.

##### **9.1.3.Guidelines for installation:**

The guidelines for installation must reach the Company at least 10 working days before the start of the installation period and must indicate the number of visuals (themes and languages), their distribution key and a summary description and a photograph of each visual.

The number of visuals is limited to a maximum of 8 (4 themes x 2 languages) for national networks and to 4 (2 themes x 2 languages) for any other network.

A higher number of visuals must be approved in advance by the Company and, if accepted, will incur additional costs due to the complexity of the preparation of the posters.

The drafts must be submitted by the client - at his own expense - to the Company, which has a right of appreciation concerning the possible refusal of a proposal of publicity announcement.

If the above-mentioned deadlines are not respected, the amount of additional technical costs, overtime, transport costs due to the delay shall be invoiced automatically and the Company cannot be held responsible nor can a credit note be claimed if the posting is not made within the allotted time.

**Exclusivity per sector:** there exists no sectoral exclusivity.

**Co-branding:** in case of co-branding a supplement of 10% of the gross negotiated amount will be charged. However, the mention of (a) brand(s) is not considered to be co-branding if the applied area of the second brand and any subsequent brands is less than 10% of the total area of the poster.

##### **9.1.4.Engagements of the Advertiser:**

➤ The Advertiser undertakes to :

- scrupulously comply with the legislation on the use of languages in the cities and municipalities concerned and in function of the Belgian regions and communities. If this is not the case, the Company will not place the posters in the cities and municipalities concerned, without this giving rise to replacement of the non-installed locations or a price reduction.

- ensure that no luminosity with red or green shades is used for its digital campaign intended to be shown on public roads in order to avoid blinding, misleading or confusing drivers with traffic lights. If this is not the case, the Company shall not broadcast the advertisement in the street furniture near traffic lights.

- to comply with the opinion of the Jury on Ethical Practices in Advertising (JEP) when it imposes one or more changes to the advertising message. The contracts are entered into under the resolutive condition of possibly obtaining an unfavourable opinion from the Jury on Ethical Practices in Advertising (JEP).

In the event of change, the additional costs arising from this shall be borne by the Contractors.

In the event of a request for removal of a poster or discontinuation of the broadcast, the price of the campaign, as well as the costs arising from early collection, shall be borne entirely by the Contractors.

If the Advertiser refuses to act in accordance with the decision of the JEP and informs the Company accordingly, the Company will of necessity - in accordance with Article 10 of the JEP regulations - have to take the necessary steps as soon as possible to stop the dissemination of the disputed publicity. The price of the campaign, as well as the costs resulting from early collection, shall remain payable in full by the Contractors.

The Company declines all liability in respect of the poster affixed; the Contractors declare that they are fully informed of any restrictions imposed on the content of an advertising message.

➤ With regard to the MetroBusTram-campaigns, the Contractor is informed that the STIB/ MIVB has the right to inspect the content of the campaigns and may refuse to do so if the content does not comply with the code of advertising ethics. The Company shall not incur any liability in this regard.

➤ With regard to the digital Retail or Mall campaigns, the Contractor is informed that the partners of the Company have the right to inspect the content of the campaigns and to refuse them if their content is in direct or indirect competition with the co-occupants. The Company shall not incur any liability in this regard.

➤ As regards digital campaigns, their display may be limited by local regulations to, for example, only still images or images with certain moving elements or details. As the case may be, the Advertiser shall be informed thereof by the Company in order to have the campaign concerned conform to such regulations.

➤ With regard to paper and/or digital Street campaigns (Street Furniture, Billboard, and INSERT), the Advertiser or its agent undertakes to inform the Company when booking the campaign of the product to which the communication will relate and to specify whether or not this product is subject to communication restrictions, e.g. near schools as provided for in the Sectoral Codes for advertising alcoholic beverages or foods.

In the event of failure to comply with this commitment or a change of product, the Company reserves the right not to display the campaign visual(s) near schools without this giving rise to the replacement of the locations not displayed/broadcast or to a price reduction.

##### **9.1.5.Additional costs**

Specific unbundling :

- In the event of a specific subdivision, the Contractor shall notify the Company of the destination of the assets per location. This line-by-line destination increases the tariff price by 5%.

- If the Contractors wish to entrust the Company with this specific division, a complete written briefing must be submitted to the Company, which reserves the right to accept or refuse this assignment. In case of acceptance by the Company, the price shall be increased by at least 10% or a specific estimate shall be drawn up.

## JCDECAUX GENERAL SALES CONDITIONS BELGIUM - 2026

Preparation of the 2m2 posters: if the 2m2 posters are not delivered in accordance with the description included in the technical sheets, the Company shall directly charge the Contractors a preparation fee, the price of which shall be determined annually. For the year 2026, this price is €1.60 per poster produced.

Late delivery of posters: the posters must be delivered within 6 working days before the first day of the installation period. Any delay in delivery will result in the application of a penalty of €1,000 per working day.

Urgent placement: Urgent placement of posters, special assemblies or adjustments will result in a price supplement to the prior cost estimate.

Interventions during the campaign: if, at the request of the Contractors, during a campaign the posters suddenly have to be covered, supplemented, changed or moved, the costs arising from this shall be borne entirely by the Contractors.

Return of the posters: the posters placed on the site can only be returned by way of exception if there is a prior agreement between the parties before the start of the campaign. This operation involves additional costs, which shall be borne by the Contractors.

Photo reporting : any request for a photo report to justify the billboarding on the site will be invoiced at €300.00 per 5 photos, and this in a maximum of two towns. For any other request, an estimate will be made.

Any other service must be requested from the Company and will be priced according to the rate card published on the Company's website.

### **9.1.6.Display:**

Display deadlines: installation will take place on the dates set out in the special conditions included on the front of this contract on paper or in digital annex. The Company reserves a margin after the dates fixed, the effective duration of the campaign being counted from the actual installation of the posters:

For Street Furniture, the Insert campaigns, the 2m2 MetroBusTram campaigns and the digital campaigns, this margin is roughly 36 hours.

For the large format, this margin is:

- 3 working days for installations sold individually for a 14-day campaign;

- 5 working days for installations sold individually for a 28-day campaign;

- 2 working days for installations sold in network for a 14-day campaign;

- 2 working days for installations belonging to the Prestige network.

For the vinyl campaigns MetroBusTram, this margin is 7 working days before the dates specified on the order form and 3 working days after the start date of the campaign.

### **9.1.7.Intervention periods:**

In the event that an installation defect is established, the Company shall have a duration of:

- 24h (working days) for the 2m2 and Prestige networks;

- 48h (working days) for all other networks or other panels; from the date the defect was reported to the Company.

In the event that this deadline is exceeded and in the absence of spare panels for that campaign, the Contractors shall have the right to demand a credit note drawn up pro rata temporis. Defects concerning the lighting are not considered as display defects and therefore do not entitle to a credit note.

The Company shall under no circumstances be liable for a delay in installation due to exceptional weather conditions or technical problems or any other case of force majeure.

If the start of a campaign coincides with a public holiday, the campaign will automatically be postponed by one day without this giving rise to any right to compensation or damages.

The Company is not obliged to remove the Advertiser's publicity after the duration of the campaign unless prior agreement between the parties negotiated before signing the order form. The imperative need to cover advertising will generate a fixed surplus of €8,000.00.

For the MetroBusTram campaigns, the Company cannot be held liable for the unknowable consequences of STIB/MIVB's operational restrictions (transfer or maintenance of vehicles, service interruption, etc.). No compensation shall be due in the event of the partial or total suspension of its operation.

### **9.2.For the AIRPORT-campaigns:**

#### **9.2.1.Visual and campaign project:**

The Advertiser and/or its Agent shall submit to the Company imperatively and at the latest 2 weeks before the date of the displaying or the making available of the location as set out on the front of the present contract on paper or on digital attachment, the advertising project or reserved advertising space. The Company undertakes either to give an agreement or to request the modification of the project within 7 days so that it meets the criteria set out in these General Sales Conditions. In the interest of the quality of the campaign, dynamism and beautification of the airport environment, the Company reserves the right to request the modification of the campaign concept up to once a year for contracts of a duration of more than one year.

#### **9.2.2.Installation and removal:**

The display shall be installed and removed by the Company and under its responsibility, after submission on time of the visual and/or campaign project by the Advertiser and/or its Agent. Layout change expenses are included in the contract during the active period of the contract. If the installation dates provided for in the contract coincide with a legal holiday or a weekend day (Saturday or Sunday), the Company shall have an additional 48 hours to carry out said installation. If the installation has not taken place by the stipulated date for reasons not attributable to the Advertiser and/or to its Agent, the Company shall at its initiative provide the Advertiser a compensation after exceeding the given time.

Said compensation may take the forms of an extension of the display period, or of a credit.

The installation and removal of the "Experiential and Ambient" displays are carried out by the Company, under its responsibility, after submission of the visual and/or campaign project by the Advertiser and/or its Agent. The Company undertakes to do its utmost in order for, once the visual and/or campaign project has been approved, the installation to be carried out at the latest by the contract's effective date. However, the buyer must be aware that this installation may be delayed pending safety conditions or gaining access to certain different areas (conditions

required by the Licensor) and it shall not be entitled to hold the Company liable or to demand any compensation.

### **9.2.3.Conditions for the using the available areas (podium areas):**

The podium spaces referred to in the General Sales Conditions are provided bare to the Advertiser and/or its Agent, which shall be responsible for having these adapted and equipped at its expense under conditions consistent with the Specifications and/or technical and safety standards applicable to the site(s) in question, and of which it/ they acknowledge(s) having taken note. Any advertising materials displayed must be kept perfectly clean. Any breach of this obligation shall entitle the Company to perform said cleaning itself, at the expense of the Advertiser and/or its Agent. The spaces and/or showcases described on the front of the present contract on paper or on digital attachment, are made available for advertising purposes, and cannot be used for any other commercial operations. Any display by the buyer that may, whether or not on an ancillary basis, be of political or religious nature, or that may be immoral and/or inconsistent with the interests of the Licensor and/or of the Company, shall be prohibited.

### **9.2.4.Supply and restitution of the equipment:**

The Advertiser and/or its Agent must follow the Company's recommendations concerning the number, type and characteristics of advertising equipment. In the event of a breach of these conditions, the display equipment shall be returned to the Advertiser and the campaign shall be delayed until conforming advertising equipment has been delivered and subject to availability of the initially-reserved advertising space(s).

The advertising equipment necessary to the installation of the advertising shall be paid for by the Advertiser and/or its Agent and must be delivered to the workshops of the Company or its representatives within the following timeframes:

- for "Experiential and Ambient" and "Premiums" displays, three weeks prior to the display date, as defined in the specific conditions;

- for "Network" devices, at least 7 working days prior to the display period, as defined in the specific conditions. Posters must be delivered, stamped, to the workshops of the Company, or its representatives.

The dimensions of the posters and/or visuals to be affixed are defined in the data sheets which are an integral part of the contract.

In addition to the posters to be used for the first installation, the Advertiser and/or its Agent must provide a sufficient number and quality of posters to ensure, under normal conditions, the conservation of the posters throughout the term of the campaign, as defined on the back of this contract.

The number of additional posters shall be determined jointly at the rate of 20% of the number of posters necessary for the first installation.

The items not used by the end of the campaign and not claimed prior to the poster's withdrawal by the Company shall be deemed abandoned. If requested by the Advertiser and/or its Agent. The Company shall return to them those posters not used. However, postal expenses shall be charged to the Advertiser and/or its Agent. The posters and/or advertising equipment must be delivered 10 working days prior to the beginning of the campaign. The advertising and/or display instructions must reach the Company at least 10 working days prior to the start of the display period. All the operations requested by the Advertiser and/or its Agent and that give rise to additional expenses shall be borne by the Advertiser and/or its Agent, based on an estimate they have approved (urgent installation, assembly or special fixtures, coverings, additional advertising message during a campaign, etc.)

If the aforementioned timeframes are not honoured, the amount of the additional technical expenses shall be invoiced automatically to the Advertiser and/or its Agent, as well as any overtime hours and transport expenses caused by the delay. The Company shall not be held liable and no credit note may be demanded if the posters are not placed and/or the displaying is not shown within the stipulated times.

Under no circumstances may non-delivery of the display equipment suspend the contract's performance or prevent the order's validity or give rise to full payment, to the Company, of the price of the campaign, plus any penalty expenses and interest. In the case of a simple delay in the supply, the posters shall be installed as well as possible and the Company shall not incur any liability.

### **9.2.5.Insurance:**

The buyer shall be responsible for taking out a third-party liability insurance policy, as well as a multirisk policy covering all its equipment and installation, display and co-ordination, against theft, vandalism, fire, tenant's liability and the breakage of glass. This insurance must include a waiver of remedy vis-à-vis the Licensor and the Company, such that they cannot be held liable in case of accident, loss, disappearance, fire, water damage or damage of any kind for any reason whatsoever to the installations or objects displayed or to any person whatsoever.

### **Art. 10 JCDecaux Creative Solutions Action :**

**10.1.**The Creative Solutions Actions are the subject of a specific order form.

**10.2.**The implantation sites for a Creative Solutions Action are proposed subject to obtaining the necessary permissions from the municipal services, technical possibilities and compatibility with planning. If changes should occur, the Company shall inform the Advertisers accordingly. Any pre-tests can be carried out, subject to invoicing, and will only be carried out after an order form has been signed. The montages related to the Creative Solutions Actions are carried out within 24 hours of the start of the campaign (unless otherwise agreed).

**10.3.**The Company may under no circumstances be held liable for the intervention of any works on sites that have been selected for a Creative Solutions Action. If the Company has prior knowledge of this, it shall propose other substitute locations to the Contractors. The material used, 2D, the lighting, etc... are the property of the Company.

**10.4.**In case a Creative Solutions Action would be cancelled :

- more than two weeks before the start date of the campaign, 30% of the total amount of the campaign will be due;

- in the course of the two weeks preceding the start date of the campaign, the total amount of the campaign remains due. The valid date of cancellation shall be the date on which the letter is handed over to the Company.

**10.5.**The Company cannot, under any circumstances, be held responsible for extraordinary damage caused to the furniture and the sets (bad weather conditions, vandalism, anti-publicity campaign, etc.).

### **Art. 11 Intellectual property:**

**11.1.**Except in the case of a rejection expressly notified by the Advertiser and/or its Agent, the JCDecaux Group may, for documentary and/or marketing purposes, reproduce or represent the visuals and/or campaign projects of the Advertisers on all products (magazines, reviews, leaflets, sales kits, brochures, etc.) as well as on any magnetic, analogue or digital media, loading on a hard drive or in RAM, screen display, display on the Internet, storage in RAM, or transfer of a digitised work or scanning.

**11.2.**In this context, the Advertisers and/or their Agents represent that they hold all the rights on the visual and/or campaign projects that are the subject here of, and, more specifically, the intellectual property rights (copyrights, trademarks and model rights), of third parties that have been incorporated in said visual and/or campaign projects and the image rights for the properties and persons of said the visual and/or campaign projects.

**11.3.**The Advertisers and/or their Agent shall inform the Company of any limitation involving the subject of the rights held by them and that would therefore limit - in terms of time and scope - the Company's right to use said the visual and/or campaign project.

### **Art. 12 Taxes & Stamp Duty – Registration – Miscellaneous charges :**

**12.1.**The fees shall be borne in full by the Contractor on the basis of a flat rate, the amount of which shall be indicated on the front of this Contract on paper or in an electronic attachment. However, this flat rate is determined on the basis of a basic assessment and the assessment rate as determined by the regulations, valid on the date of the signing of this contract. Each new tax, each new duty imposed by the legislator shall be borne by the Contractors. Similarly, any increase in the valuation rate will be borne by the Contractors.

**12.2.**The Company may therefore revise the amount of this lump sum at any time for current or future campaigns. The lump sum charged for the fees shall be charged regardless of the Contractor's position with regard to those fees and/or taxes.

**12.3.**Stamp duty: The posters must be delivered with a stamp according to the applicable rate. Failing this, the Company shall make the necessary declarations to the competent authorities and invoice the cost of sealing plus a flat-rate amount of €400.00 for administration costs directly to the Contractors.

**12.4.**New regulatory or fiscal decisions: if any amendment to the existing regulations regarding advertising locations would make it impossible for the Company to maintain the advertising panel, subject of this order form, on site, the agreement may be terminated without any right to compensation and the Advertiser or its proxy holder will receive a voucher which will be drawn up prorata temporis in function of the remaining term of the agreement.

**12.5.**If in the future new taxes and duties, stamp taxes etc. are levied on this type of advertising, they shall be borne by the Advertiser and/or its Agent and shall be added to the invoice amount. Under no circumstances may these expenses be cited as grounds for terminating the advertising contract.

### **Art. 13 Responsibility :**

**13.1.**The Company undertakes to comply with the regulations in force in the field of town planning and, in particular, with regard to publicity and the rights of third parties. It alone shall be responsible for established infringements concerning the sites which it makes available to the Contractors and, if necessary, it alone shall bear the costs of judicial procedures.

**13.2.**It assumes responsibility for any complaint arising from regular installation or any damage caused to third parties by its services or facilities. Under no circumstances can the Company be held liable for any installing whose content violates the legislation on Advertising.

**13.3.**Neither the installation, nor the advertising message in any form whatsoever, nor the graphic design, nor the text shall contain any political, sexual, provocative, discriminatory, ideological or religious allusion or statement against the laws or morals; nor shall any statement cause nuisance or damage to the agglomeration on whose territory the poster or advertising panel is erected, nor to the bodies of public interest. The Company reserves the right to have the model modified until acceptance, without its refusal resulting in the termination of this contract, nor any compensation if the installation should be delayed.

**13.4.**This is a mandatory rule and the Company will only be obliged to inform the Contractors, who will be able to change their posters and texts under their own responsibility, bearing the costs, risks and dangers themselves. The Company reserves the right not to put up posters if the content of the poster makes it jointly responsible under Belgian criminal law. If the poster has to be removed during the campaign, the cost of removal will be charged to the Contractors. However, the price of the campaign shall remain due for the period of installation determined by agreement between the parties.

**13.5.**Any complaint about a campaign must, under penalty of cancellation, except in the case of formal evidence, reach the Company's headquarters by registered mail no later than three working days before the end of the campaign.

**13.6.**Under no circumstances can the Company be held responsible for any withdrawal or refusal imposed by an administrative authority (for example, a contracting authority, a grantor, the town planning departments, etc.) concerning the advertising content of a poster or a vinyl.

**13.7.**In any case, for the Airport-campaigns, the liability of the Company or its Licensor may not be invoked by the Advertiser and/or its Agent if all or part of the advertising, exhibition and/or animation covered by this contract were to become unavailable for any reason. The contract would follow its course and the Company would propose to the Advertiser and/or its Agent either to relocate it to other locations as a compensation, or to extend the advertising, exhibition and/or animation, or to grant a pro rata credit for the duration of the non-use and the number of locations involved, without further compensation. The visuals and campaign

projects must respect the image and the interests of the Licensor, as well as comply with the operating, security, etc... standards and rules of the Licensor.

In addition, the Company may - at the request of the Licensor and any time before or after the displaying of the advertising or during any exhibition or animation - either prohibit any advertising, exhibition and/or animation likely to affect the convenience of the Licensor or its interests, either request the termination of the contract for the part of the not-performed advertising.

Likewise, the Company - at the request of its Licensor and on technically suitable display devices only - may authorize the insertion of informative messages between two advertising messages, or even the interruption of an advertising message in progress to allow the dissemination of a safety, health or public interest message etc.

**13.8.**The Company shall not be responsible for any damage to the affixed posters and/or the advertising equipment. However, any such damaged posters shall be replaced as quickly as possible.

**13.9.**The Company shall not be responsible for unusual damage to these items (significant breakage, anti-advertising campaign, etc.). However, every possible effort shall be made to remedy this situation as quickly as possible.

### **Art. 14 Jurisdiction and disputes:**

**14.1.**The parties have agreed that this contract shall be governed by Belgian law and they assign jurisdiction to the courts of Brussels to resolve any disputes concerning this contract's interpretation or performance.

**14.2.**Any complaint from the Contractors must reach the Company by registered letter.

### **Art. 15 Miscellaneous**

**15.1.**Current General Sales Conditions can be consulted at all times in French, Dutch and English on the website [www.jcdecaux-belux.com](http://www.jcdecaux-belux.com).

**15.2.**In case of grammatical or other interpretation problems, the French version of the General Sales Conditions will serve as the reference point.

## JCDECAUX CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE BELGIQUE - 2026

### **Art. 1 Définitions :**

**1.1.**L'Annonceur et/ou l'Agence : toute personne physique ou morale, privée ou publique, achetant pour son propre compte des campagnes publicitaires soit directement, soit par l'intermédiaire d'un Mandataire. Leur identité est mentionnée au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale, s'engageant 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 également par la mention « le(s) Preneur(s) ».

**1.2.**Le Mandataire de l'Annonceur : toute personne physique ou morale réalisant des opérations d'achat d'espace publicitaire pour le compte de l'Annonceur justifiant d'un contrat de mandat le liant à l'Annonceur. Les agences de publicité et centrales d'achat souscrivant un contrat, agissent au nom et pour le compte de l'Annonceur ou son Mandataire et sont conjointement et solidairement tenus des engagements souscrits vis-à-vis de la Société. Au cas où, sur ordre de l'Annonceur, la facturation est libellée au nom du Mandataire, le Mandataire est conjointement et solidairement responsable du paiement de la facture en vers la Société.

**1.3.**Les sociétés JCDecaux Street Furniture Belgium SA, JCDecaux Billboard Belgium SA, JCDecaux Insert Belgium SA, JCDecaux Malls SA et JCDecaux Belgium SA seront désignées sous le vocable « la Société ».

**1.4.**Le « Concédant » : les autorités (aéroports et autres) et/ou le propriétaire/gestionnaire/exploitant ayant confié la gestion, le développement et l'exploitation publicitaire de leur domaine/territoire dans le sens le plus large du mot à la Société.

**1.5.**La campagne : le service rendu aux Preneurs, consistant à mettre à la disposition de l'Annonceur, pendant la durée convenue, un réseau de faces et/ou tout autre mode de communication "Out of Home".

**1.6.**Emplacement(s) : un ou plusieurs supports d'une ou plusieurs faces à un prix global ou qui peuvent être vendus séparément à un prix unitaire.

**1.7.**Réseau(x) : un contrat concernant plusieurs emplacements conclu pour une période tel que définie dans le Contrat.

**1.8.**Premiums : un contrat de location d'un ou plusieurs emplacements vendus à l'unité.

**1.9.**Experiential & Ambient : tout dispositif de campagne de publicité ne relevant pas de formats standard d'affichage (ex.: bannières, murs provisoires...) et toute opération spéciale d'animation sur site (podium, exhibition, pop-up, activation, diffusion de brochures...).

**1.10.**Action JCDecaux Creative Solutions : toute action ne relevant pas d'un usage habituel de nos supports publicitaires, demandant un déformage des supports ou en production, un emplacement spéciale, ...

**1.11.**Publicité Artvertising : la publicité conçue sur devis et réalisée pour un même Annonceur sur un ou plusieurs supports de quelque forme que ce soit, et destinée à rester en place pour une période de conservation minimale de 3 ans.

### **Art. 2 Contrat - Acceptation des Conditions Générales de Vente et Tarifs - Mise en demeure :**

**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.**Le présent contrat sera réputé être entré en vigueur une fois signé par la Société. L'absence d'un retour du contrat dûment signé par l'Annonceur et/ou son Mandataire dans les 7 jours suivant sa réception peut entraîner de plein droit et à l'initiative de la Société, la déchéance des termes contractuels. L'absence de signature du contrat ne peut en aucun cas être reprochée à la Société, qui ne peut en aucun cas en subir les préjudices. Par ailleurs, l'Annonceur et/ou son Mandataire sont solidairement tenus des engagements souscrits vis-à-vis de la Société. Les bons de commande envoyés et/ou reçus de manière digitale ont une valeur probante. En cas de rectification ou de modification demandées par l'Annonceur et/ou son Mandataire, la Société se réserve le droit de résilier le contrat.

**2.4.**Il est formellement entendu que l'engagement souscrit est rigoureusement personnel aux Preneurs qui ne pourront l'utiliser que pour la campagne du produit ou de l'article 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 cessionnaire ou avec la société nouvelle ou modifiée.

**2.5.**Le délai de réponse à une mise en demeure est fixée à 48h (deux 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 ; Si maintien, l'heure faisant foi est celle du mail d'envoi de JCD.

Le contrat est accepté sous réserve de l'accord des Autorités compétentes qui pourrait être nécessaire au placement ou au maintien des dispositifs publicitaires.

**2.6.**La souscription d'un contrat de publicité avec la Société par un Annonceur et/ou son Mandataire implique l'acceptation sans réserve des présentes Conditions Générales de Vente et le respect des lois et réglementations régionales et communales régissant la publicité. Les conditions contractuelles valables entre l'Annonceur et son Mandataire ne sont pas opposables à la Société.

**2.7.**La Société se réserve le droit de modifier à tout moment les Conditions Générales de Vente. De même, la Société se réserve le droit de modifier ses tarifs à tout moment en cours du présent contrat en avertissant l'Annonceur et/ou son Mandataire trois mois avant la date d'entrée en vigueur des dites modifications.

**2.8.**Toutes adjonctions, ratures, modifications ou suppressions portées sur les présentes Conditions Générales de Vente qui n'auraient pas été acceptées par écrit par la Société lui sont inopposables.

### **Art. 3 Modification - Annulation - Résiliation - Suppression :**

**3.1.**Le présent bon de commande n'est pas modifiable sauf accord préalable des parties.

**3.2.**Aucune annulation n'est acceptée de plein droit sauf cas de force majeure (guerre, grève ou incendie chez JCDecaux, ...).

**3.3.**Si une campagne devait néanmoins être remise à la vente (annulation ou postposition) :

- 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 (net négocié) et le montant de la revente (net négocié) majorée d'une indemnité forfaitaire de 15% du prix net de leur achat initial.

**3.4.**La date d'annulation faisant foi sera celle à laquelle la lettre recommandée sera remise à la Société.

**3.5.**De manière générale, l'Annonceur peut demander à la Société l'enlèvement de sa publicité en cours de campagne à condition d'en supporter les frais et le règlement des sommes restant à courir jusqu'à l'expiration du contrat en cours. Sous réserve de raisons qui lui sont non-imputables, la Société s'engage à effectuer l'enlèvement dans les meilleurs délais et en fonction des disponibilités de ses équipes.

**3.6.**Pour les campagnes Airport : aucune annulation à l'initiative de l'Annonceur et/ou son Mandataire n'est acceptée sauf exception :

- pour les contrats d'une durée égale ou supérieure à un (1) an, toute résiliation en cours de campagne devra faire l'objet d'une notification expresse par courrier RAR auprès de la Société moyennant un préavis d'une durée minimale de six (6) mois à compter de la date de présentation dudit courrier et pour autant que le préavis ne se termine au plus tôt trois (3) mois avant la date de fin du contrat.

- pour les contrats de deux (2) ans et plus, toute résiliation en cours de campagne devra faire l'objet d'une notification expresse par courrier RAR auprès de la Société et ne peut intervenir au plus tôt pendant de la deuxième dernière année contractuelle et moyennant un préavis d'une durée minimale de six (6) mois à compter de la présentation dudit courrier à la Société et pour autant que le préavis ne se termine au plus tôt six (6) mois avant la date de fin du contrat.

A compter de la date de présentation du courrier de résiliation, la Société se réserve le droit de retirer la campagne en cours et d'exploiter commercialement ledit espace publicitaire. Dans ce cas, le Contrat est réputé avoir pris fin en date du remplacement par la nouvelle campagne.

En cas de résiliation par l'Annonceur et/ou son Mandataire, ce dernier est redevable d'une indemnité forfaitaire équivalente à 50% des frais techniques tels qu'indiqués dans le Contrat, afin de prendre en charge les frais de désinstallation anticipée du matériel publicitaire.

**3.7.**Pour les publicités Artvertising, un contrat ne peut pas être annulé sans indemnité :

- en cas d'annulation avant le commencement des travaux nécessaires à l'exécution de l'ordre, l'Annonceur devra verser 25 % de la commande ;

- en cas d'annulation après le début des travaux, la commande sera entièrement due.

### **Art. 4 Fin de concession / autorisation :**

En cas de cessation pour quelque cause que ce soit des concessions confiées à la Société par le Concédant, celle-ci pourra résilier sans indemnité le Contrat publicitaire.

### **Art. 5 Prolongation - Renouvellement :**

**5.1.**Principe de tacite reconduction pour les campagnes Airport et les publicités Artvertising.

**5.2.**Sous réserve du prix de base à indexer, les contrats d'une durée d'un an et plus sont renouvelés tacitement aux mêmes conditions et pour la même durée, sauf dénonciation par lettre RAR reçue avec un préavis de trois mois avant la date d'expiration du contrat en cours.

### **Art. 6 Facturation :**

La facturation est établie par la SA JCDecaux Belgium (BE0426.989.428) 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.

### **Art. 7 Paiement :**

**7.1.**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.

**7.2.**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.

**7.3.**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.

**7.4.**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 irrédutable de 1,5% par mois de retard.

**7.5.**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.

**7.6.**Toute réclamation sur la facture doit, sous peine de déchéance, sauf preuve formelle, parvenir au siège de la Société au plus tard dans les 5 jours de la date de facturation.

### **Art. 8 Indexation :**

**8.1.**Pour les contrats d'une durée d'un an ou plus, le prix du ou des emplacements sera indexé annuellement sur base de l'évolution de l'indice santé et ce à la date anniversaire du placement de la publicité. La Société se réserve la faculté de modifier ses Tarifs à tout moment, en avertissant les Annonceurs ou leurs Mandataires trois mois avant la date d'entrée en vigueur desdites modifications.

**8.2.**Pour les campagnes Airport, l'indexation du prix pourra être révisé au 1er janvier de chaque année, proportionnellement d'une part aux augmentations du trafic passagers de l'aéroport et d'autre part aux variations de l'indice de la consommation lequel est le meilleur connu à la date de signature du présent contrat. Le taux d'indexation sera donc défini par la Société en tenant compte de ses deux critères.

### **Art. 9 Dispositions particulières**

#### **9.1. Pour les campagnes autres qu'AIROPOT**

##### **9.1.1. Emplacements :**

**Pour les ventes "papier" en réseau**, selon les négociations entre les parties, la Société met à la disposition de l'Annonceur un réseau d'emplacements dont le détail est indiqué au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale. Le nombre et la liste des emplacements communiqués sont estimatifs et calculés en fonction des prévisions d'implantation de la Société. Pour ces réseaux, c'est le nombre global d'impressions qui est garanti, avec une tolérance d'une variation à la baisse de 5% du nombre d'impressions sans modification de prix.

**Pour les autres réseaux "papier"** (clusters par exemple) pour lesquels le nombre d'impressions ne serait pas garanti une variation à la baisse de 5% du nombre de panneaux ou une variation de 5% des emplacements de la liste communiquée seront tolérées sans modification de prix.

**Pour les ventes "papier" 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, à être vendus en Longue Conservation ou à être inexploitable, 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.

**Pour les ventes MetroBusTram vinyles**, la Société met à la disposition de l'Annonceur un nombre d'emplacements dont le nombre est indiqué au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale. Une variation à la baisse de 5% du nombre des emplacements est tolérée sans modification de prix.

**Pour les campagnes digitales**, une variation à la baisse de 5% des impressions contacts est tolérée sans modification de prix.

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. 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.

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.

##### **9.1.2. Affiches, vinyles et spots digitaux :**

Les dimensions des affiches à apposer sont définies dans les fiches techniques faisant partie intégrante du contrat.

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 dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale. Le nombre d'affiches est arrêté de commun accord à 20% 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.

Les affiches doivent impérativement être remises, timbrées, dans les ateliers de la Société ou de ses représentants, au moins 6 jours ouvrés avant la période d'affichage telle que définie dans les conditions particulières et conformément à la répartition communiquée.

Pour les vinyles, les fichiers doivent être déposés conformément aux fiches techniques sur la plateforme <http://www.mbt-air@jcdecaux.com> et ce, 10 jours ouvrés avant la période d'affichage pour tous les formats à l'exception du «full wrap» et de l'«out of the box» pour lesquels les fichiers devront être déposés 13 jours ouvrés avant la période d'habillage.

Pour les campagnes digitales, le fichier doit être transmis au plus tard 6 jours ouvrés avant le début de la campagne et doit respecter les spécifications reprises dans la fiche technique. Ce délai est porté à 15 jours ouvrés avant le début de la campagne

pour les contenus dynamiques afin de permettre d'effectuer les tests nécessaires avant diffusion.

Pour les floatings, la livraison des affiches doit être faite 6 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. 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. 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'encontre une quelconque responsabilité.

##### **9.1.3. Instructions d'affichage :**

Les instructions d'affichage doivent parvenir à la Société au moins 10 jours ouvrés avant le début de la période d'affichage et doivent impérativement stipuler le nombre de visuels (thèmes et langues), leur clé de répartition et une description sommaire et une photo de chaque visuel.

Le nombre de visuels est limité au maximum à 8 (4 thèmes x 2 langues) pour les réseaux nationaux et à 4 (2 thèmes x 2 langues) pour tout autre réseau.

Un nombre supérieur de visuels devra être préalablement validé par la Société et en cas d'acceptation fera l'objet d'application de frais supplémentaires compte-tenu de la complexité de la préparation des affiches. Les projets de visuels sont à soumettre par le client - à ses frais - à la Société, qui dispose d'un droit d'appréciation quant à l'exclusion éventuelle d'un projet d'annonce publicitaire.

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.

**Exclusivité sectorielle :** il n'existe plus d'exclusivité sectorielle.

**Co-branding :** en cas de co-branding, 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.

##### **9.1.4. Engagement de l'Annonceur :**

❶ L'Annonceur s'engage :

- à respecter scrupuleusement la législation relative à l'emploi des langues en vigueur en 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.

- à veiller à ne pas donner une luminosité d'un ton rouge ou vert à sa campagne digitale si celle-ci est destinée à être diffusée sur la voirie publique afin d'éviter que celle-ci puisse éblouir les conducteurs, les induire en erreur ou se confondre avec des signaux lumineux de circulation. Si tel n'est pas le cas, la Société ne diffusera pas le spot publicitaire dans les mobiliers à proximité de signaux lumineux de circulation sans que cela donne lieu à remplacement ni à diminution de prix.

- à se conformer à l'avis du JEP, lorsque celui-ci impose une ou plusieurs modifications du message publicitaire. Les contrats sont conclus sous la condition résolutoire de l'avis défavorable éventuel du Jury d'Éthique Publicitaire (JEP).

En cas de modification, les frais supplémentaires qui en résultent seront à charge des Preneurs.

En cas de demande d'enlèvement d'une affiche ou d'arrêt de diffusion, le prix de la campagne et les frais occasionnés par une dépose anticipée resteront intégralement dus par les Preneurs.

Si l'Annonceur refusait de se conformer à la décision du JEP et que celui-ci en informe la Société, la Société se verrait dans l'obligation - conformément à l'article 10 du règlement du JEP - de faire le nécessaire pour mettre fin à la diffusion de la publicité litigieuse dans les plus brefs délais. Le prix de la campagne et les frais occasionnés par une dépose anticipée resteraient intégralement dus par les Preneurs.

La Société n'assume aucune responsabilité du fait de l'affiche apposée, les Preneurs se déclarant pleinement informés des restrictions éventuelles imposées quant au contenu d'un message publicitaire.

❷ En ce qui concerne les campagnes MetroBusTram, il est porté à la connaissance des Preneurs que la S.T.I.B. dispose d'un droit de regard sur le contenu des campagnes et peut refuser une campagne si son contenu ne respecte pas sa charte éthique publicitaire.

La Société n'assume aucune responsabilité à cet égard.

❸ En ce qui concerne les campagnes digitales Retail ou Malls, il est porté à la connaissance des Preneurs que les partenaires de la Société disposent d'un droit de regard sur le contenu des campagnes et peuvent refuser une campagne si son contenu est en concurrence directe ou indirecte avec l'un des occupants des sites des partenaires.

La Société n'assume aucune responsabilité à cet égard.

❹ En ce qui concerne les campagnes digitales, leur diffusion peut être limitée par exemple uniquement aux images fixes ou ne contenant que certains éléments ou détails animés par les réglementations locales. Le cas échéant l'Annonceur en sera avisé par la Société afin d'y conformer la campagne concernée.

❺ En ce qui concerne les campagnes Street papier et/ou digitales (Mobilier Urbain, Billboard et INSERT), l'annonceur s'engage à communiquer à la Société lors de la réservation de la campagne le produit sur lequel la communication portera et à préciser si ce produit est visé ou non par des restrictions de communication, p.e. à proximité des écoles comme prévu dans les Codes Sectoriels de la publicité pour les boissons alcoolisées ou pour les denrées alimentaires.

En cas de manquement à cet engagement ou de changement de produit, la Société se réserve le droit de ne pas afficher le ou les visuels de la campagne à proximité des écoles sans que cela donne lieu à remplacement des emplacements non affichés/diffusés ni à diminution de prix.

## JCDECAUX CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE BELGIQUE - 2026

### 9.1.5.Frais supplémentaires :

#### 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 générera 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.

Préparation des affiches 2m2 : si les affiches 2m<sup>2</sup> ne parviennent pas préparées conformément au descriptif repris sur les fiches techniques, la Société facturera directement aux Preneurs un coût de préparation d'affiches dont le prix est fixé annuellement. Pour l'année 2026 le prix est fixé à 1,60€ par affiche produite.

Livraison tardive des affiches : les affiches doivent être livrées dans les 6 jours ouvrés avant le début de la période d'affichage. Tout retard constaté générera 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.

Reportage Photos : toute demande de reportage photos pour justifier l'affichage terrain sera facturée 300,00€ par lot de 5 photos et ce, dans deux villes maximum. Toute autre demande fera l'objet d'un devis.

Tout autre service devra faire l'objet d'une demande à la Société et sera tarifié selon la ratecard publiée sur le site internet de la Société.

### 9.1.6.Affichage :

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 après les dates prévues dans le bon de commande, la durée effective de la campagne étant comptée à partir de l'apposition réelle des affiches :

Pour le mobilier urbain, les campagnes Insert, les campagnes 2m2 MetroBusTram et les campagnes digitales, ce battement est globalement de 36 heures.

Pour le grand format, ce battement est de :

- 3 jours ouvrés pour les dispositifs vendus à l'unité pour une campagne de 14 jours;

- 5 jours ouvrés pour les dispositifs vendus à l'unité pour une campagne de 28 jours;

- 2 jours ouvrés pour les dispositifs vendus en réseaux pour une campagne de 14 jours;

- 2 jours ouvrés pour les dispositifs faisant partie du réseau Prestige.

Pour les campagnes vinyles MetroBusTram, ce battement est de 7 jours ouvrés avant les dates prévues dans le bon de commande et 3 jours ouvrés après la date de début de campagne.

#### 9.1.7.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. Les défauts d'éclairage ne sont pas considérés comme des défauts d'affichage et ne donneront donc pas droit à une note de crédit.

La Société n'est en aucun cas responsable d'un retard d'apposition dû aux conditions climatiques exceptionnelles ou problèmes techniques ou tout autre cas de force majeure.

Si le démarrage de la campagne coïncide avec un jour férié, le jour de départ de la campagne sera automatiquement décalé d'une journée sans que cela ne donne droit à aucune compensation ni indemnisation quelconque.

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 négocié avant signature du bon de commande. La nécessité impérieuse de recouvrir la publicité générera un surplus forfaitaire de 8.000,00 €.

Pour les campagnes MetroBusTram, la Société ne peut être tenue responsable des impondérables liés aux contraintes d'exploitation de la STIB (transfert ou entretien de véhicules, interruption de service, ...). Aucune indemnité n'est due en cas de suspension partielle ou totale de ces exploitations.

### 9.2.Pour les campagnes AIRPORT :

#### 9.2.1.Visuel et projet de campagne :

L'Annonceur et/ou son Mandataire soumettra à la Société impérativement, et au plus tard 2 semaines avant la date d'affichage ou de mise à disposition de l'emplacement prévue au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale le projet d'affichage ou d'emplacement publicitaire réservé. La Société s'engage dans les 7 jours, soit à donner un accord soit à demander la modification du projet afin que celui-ci réponde aux critères énoncés dans les présentes conditions générales.

Dans l'intérêt de qualité de la campagne, de dynamisme et d'embellissement de l'environnement aéroportuaire, la Société se réserve le droit de demander la modification du concept de campagne jusqu'à une fois par an pour les contrats d'une durée supérieure à un an.

#### 9.2.2.Pose et dépôt :

La pose et la dépose de l'affichage sont effectuées par l'intermédiaire de la Société et sous sa responsabilité après soumission dans les délais impartis du visuel et/ou projet de campagne par l'Annonceur et/ou son Mandataire. Les frais de changement de décor sont inclus au Contrat pendant la période d'exécution de celui-ci. Lorsque les dates de pose prévues au contrat coïncident avec un jour férié ou un jour de fin

de semaine (samedi et dimanche), la Société dispose d'un délai supplémentaire de 48h pour procéder à ladite pose. Au cas où la pose n'aurait pas pu être effectuée pour des raisons non-imputables à l'Annonceur et/ou son Mandataire à la date prévue, la Société assurera à son gré à l'Annonceur, en cas de dépassement du délai fixé, une compensation, soit par une prolongation de l'affichage, soit par un avoir.

La pose et dépose des dispositifs "Experiential & Ambient" sont effectuées par l'intermédiaire de la Société et sous sa responsabilité, après soumission du visuel et/ou projet de campagne par l'Annonceur et/ou son Mandataire. La Société s'engage à tout mettre en œuvre pour que, une fois le visuel et/ou projet validé, la pose soit réalisée au plus tard à la date de prise d'effet du Contrat. Toutefois, le Preneur doit être conscient que cette pose pourra être retardée dans l'attente de conditions de sûreté ou d'accès à certaines zones différentes (conditions exigées par le Concédant) et ne pourra en tenir la Société responsable ni réclamer une quelconque indemnité.

#### 9.2.3.Conditions d'utilisation des espaces mis à la disposition (dispositifs podiums) :

Les espaces podiums désignés aux Conditions Générales de Vente sont remis à nu à la disposition de l'Annonceur et/ou de son Mandataire auquel il appartiendra de les faire aménager et équiper à ses frais dans les conditions respectant le Cahier des Charges et/ou normes techniques et de sécurité applicables dans le ou les sites concernés et dont il reconnaît avoir eu préalablement connaissance. Tout matériel publicitaire exposé devra être maintenu dans un parfait état de propreté. Le non-respect de cette obligation autorise la Société à procéder elle-même au nettoyage aux frais de l'Annonceur et/ou de son Mandataire. Les espaces et/ou vitrines désignés au recto du présent contrat dans la forme papier ou en pièce jointe dans la forme digitale sont mis à disposition à des fins publicitaires à l'exclusion de toutes autre opération commerciale. Toute exposition du Preneur pouvant présenter accessoirement ou non un caractère politique, confessionnel, ou contraire à la morale et/ou aux intérêts du Concédant et ou de la Société sera prohibée.

#### 9.2.4.Fourniture et restitution du matériel :

L'Annonceur et/ou son Mandataire devra se conformer aux prescriptions de la Société quant au nombre, à la nature, et aux caractéristiques du matériel publicitaire. En cas de non-respect de ces conditions, le matériel d'affichage sera retourné à l'Annonceur et la campagne sera retardée jusqu'à livraison d'un matériel publicitaire conforme et la disponibilité du ou des emplacements initialement réservés.

Le matériel publicitaire nécessaire à la pose de la publicité est à charge de l'Annonceur et/ou de son Mandataire et doit être livré dans les ateliers de la Société ou de ses représentants :

- pour les dispositifs "Experiential & Ambient" et "Premium" trois semaines avant la date de l'affichage telle que définie dans les conditions particulières ;

- pour les dispositifs "réseaux", au moins 6 jours ouvrés avant la période d'affichage telle que définie dans les conditions particulières. Les affiches doivent impérativement être remises, timbrées, dans les ateliers de la Société ou de ses représentants.

Les dimensions des affiches et/ou visuels à apposer sont définies dans les fiches techniques faisant partie intégrante du contrat.

Outre les affiches destinées à la première pose, l'Annonceur et/ou son Mandataire 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 supplémentaires est arrêté d'un commun accord à 20% 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 de l'Annonceur et/ou son Mandataire, la Société se chargera de leur retourner les affiches non utilisées. Les frais d'envoi seront cependant portés en charge de l'Annonceur et/ou son Mandataire.

La livraison des affiches et/ou du matériel publicitaire doit être faite 10 jours ouvrables avant le début de la campagne.

Les instructions d'affichage et/ou de diffusion doivent parvenir à la Société au moins 10 jours ouvrés avant le début de la période d'affichage.

Toutes les opérations demandées par l'Annonceur et/ou son Mandataire générant des frais supplémentaires seront à charge de l'Annonceur et/ou son Mandataire, sur base d'un devis approuvé par eux (pose urgente, assemblages ou aménagements spéciaux, recouvrements, compléments du message publicitaire en cours de campagne, ...).

Si les délais ci-dessus mentionnés ne sont pas respectés, il sera facturé automatiquement à l'Annonceur et/ou son Mandataire le montant des frais techniques supplémentaires, des heures supplémentaires et des frais de transport dus au retard. La Société ne pourra être tenue responsable ni aucune note de crédit ne pourra être réclamée si l'affichage et/ou la diffusion n'est pas effectué dans les temps impartis.

Un défaut de livraison du matériel d'affichage 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.

#### 9.2.5.Assurance :

L'appartient au Preneur de souscrire une assurance responsabilité civile ainsi qu'une police multirisques couvrant l'ensemble de son matériel et installation, exposition et animation, contre notamment le vol, le vandalisme, l'incendie, le risque locatif et le bris de glaces. Ces assurances devront comporter un abandon de recours à l'égard du Concédant et la Société, de telle sorte que leur responsabilité ne puisse être engagée en cas d'accident, de perte, de disparition, d'incendie, de dégâts des eaux ou de détérioration de toute nature pour quelque cause que ce soit, subis par les installations ou objets exposés ou par quelque personne que ce soit.

### Art.10 Action JCDecaux Creative Solutions :

10.1.Les Actions Creative Solutions qui sont réalisées font l'objet d'un bon de commande spécifique.

10.2.Les emplacements proposés pour l'Action Creative Solutions 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 Creative Solutions sont effectués dans les 24h qui suivent le début de la campagne (sauf accord particulier).

10.3.La Société ne peut être tenue responsable si des travaux devaient intervenir sur des emplacements retenus pour des Actions Creative Solutions. Si elle en a connaissance au préalable, la Société proposera des emplacements de substitution aux Preneurs. Le matériel utilisé, les 2D, éclairage etc... sont la propriété de la Société.

10.4.Si une Action Creative Solutions 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.

10.5.La Société ne peut être tenue responsable des dégradations extraordinaires des lieux et leurs décors pourraient subir (intempéries, vandalisme, campagne anti-pub, ...).

### Art. 11 Propriété intellectuelle :

11.1.Sauf refus expressément notifié par l'Annonceur et/ou son Mandataire, le Groupe JCDecaux pourra, dans un but documentaire et/ou marketing, reproduire, représenter les visuels et/ou projets de campagne des Annonceurs sur tous produits (magazines, revues, leaflets, argumentaires, plaquettes, etc.) ainsi que sur tout support magnétique, analogique ou numérique, chargement sur disque dur ou en mémoire vive, affichage sur écran, affichage sur l'Internet, stockage en mémoire vive, passage de la transmission de l'œuvre numérisée, scannisation.

11.2.A ce titre, les Annonceurs et/ou leur Mandataires déclarent être titulaires de l'ensemble des droits les visuels et/ou projets de campagne objets des présentes, et plus particulièrement des droits de propriété intellectuelle (droit d'auteur, marques et modèles), de tiers qui ont pu être incorporés dans lesdits visuels et/ou projets de campagne et des droits à l'image sur les biens et personnes desdits visuels et/ou projets de campagne.

11.3.Les Annonceurs et/ou leur Mandataire informent la Société de toute limitation dont aurait pu faire objet les droits dont ils sont titulaires et qui, par conséquent, limiterait en durée et en portée le droit de la Société d'exploiter les visuels et/ou projets de campagne.

### Art. 12 Taxes & Timbres - Enregistrement - Droits divers :

12.1.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 réglementation 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.

12.2.La Société peut donc revoir le montant dû 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.

12.3.Droit de timbre : Les affiches doivent être fournies timbrées au tarif en vigueur. A défaut, la Société effectuera les déclarations nécessaires auprès des autorités compétentes et facturera directement aux Preneurs le coût du timbrage majoré d'un montant forfaitaire de 400,00€ pour les frais de gestion.

12.4.Nouvelles dispositions réglementaires ou fiscales : dans le cas où des modifications de la réglementation des emplacements publicitaires ne permettraient plus à la Société de maintenir le support objet de l'ordre, ce dernier pourra être résilié de plein droit par la Société et sans indemnité de part et d'autre, un avoir au prorata temporis du temps restant à courir sera établi au profit de l'Annonceur ou le cas échéant à son Mandataire.

12.5.Si de nouvelles taxes, impôts ou droits de timbres, etc., venaient à frapper ce type de publicité, ceux-ci seraient à la charge de l'Annonceur et/ou son Mandataire et viendraient s'ajouter au montant de la facturation. Ces frais ne peuvent en aucun cas être le motif de résilier le contrat publicitaire.

### Art. 13 Responsabilité :

13.1.La Société s'engage à respecter la réglementation en vigueur en matière d'urbanisme et plus particulièrement d'affichage publicitaire et plus particulièrement en matière de publicité ainsi que les droits des tiers. Le cas échéant, elle est seule responsable des infractions relevées quant aux emplacements et matériels qu'elle met à la disposition des Preneurs et, le cas échéant, elle supporte seule les poursuites judiciaires.

13.2.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. En aucun cas, la Société ne peut être tenue pour responsable pour un affichage dont le contenu serait contraire à la Législation en matière d'affichage.

13.3.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, sexuelle, provocante, discriminatoire, idéologique ou religieuse, ni aucune mention contraire aux lois ou aux bonnes mœurs; 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. La Société se réserve le droit de faire modifier la maquette jusqu'à acceptation, sans que son refus n'entraîne la résiliation du présent Contrat, ni une quelconque indemnité si la pose devait en être retardée.

13.4.Cette règle est impérative et la Société n'aura pour obligation que de prévenir les Preneurs qui devront 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.

13.5.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.

13.6.En aucun cas, la Société ne peut être tenue responsable de tout retrait ou refus qui serait imposé par une Autorité administrative (par exemple, un Pouvoir adjudicataire, un Concédant, les services de l'urbanisme, ...) quant au contenu publicitaire d'une affiche ou d'un vinyle.

13.7.En aucun cas, la responsabilité de la Société ni de son Concédant ne pourra être invoquée par l'Annonceur et/ou son Mandataire si tout ou partie de la publicité, exposition et/ou animation faisant l'objet du présent contrat, venait à devenir indisponible pour quelque cause que ce soit. Le contrat suivrait son cours et la Société proposerait à l'Annonceur et/ou son Mandataire soit de lui affecter d'autres emplacements à titre de compensation, soit de prolonger la publicité, exposition et/ou animation, soit de consentir un avoir au prorata de la durée de la non-jouissance et du nombre d'emplacements en cause, sans autre indemnité. Les visuels et projets de campagnes devront respecter l'image et les intérêts du Concédant, ainsi que les normes et règles opérationnelles, de sécurité, etc... du Concédant.

En outre, la Société peut - à la requête du Concédant et à tout moment avant ou après la pose de la publicité ou pendant toute exposition ou animation - soit interdire toute publicité, exposition et/ou animation susceptible de porter atteinte à la convenance du Concédant ou à ses intérêts, soit demander la résiliation du contrat pour la part de publicité non-exécutée.

De même la Société peut - à la requête de son Concédant et sur les dispositifs d'affichage techniquement adaptés - autoriser l'insertion de messages informatifs entre deux messages publicitaires, ou encore l'interruption d'un message publicitaire en cours pour permettre la diffusion d'un message de sécurité, santé ou intérêt public,...

13.8.La Société n'est pas responsable de la détérioration des affiches et/ou du matériel publicitaire apposées. Néanmoins celles-ci seront toutefois remplacées dans les meilleurs délais.

13.9.La Société n'est pas responsable de dégradations extraordinaires que ces mobiliers pourraient subir (casse massive, campagne anti-pub, ...). Néanmoins tout sera mis en œuvre pour y remédier dans les meilleurs délais.

### Art. 14 Compétence & Litiges :

14.1.Les parties conviennent que le présent contrat sera régi par le droit belge et attribuent aux cours et tribunaux de Bruxelles la compétence pour trancher tout litige relatif à l'interprétation ou à l'exécution du présent contrat.

14.2.Toute réclamation émanant des Preneurs doit parvenir à la Société sous pli recommandé.

### Art. 15 Divers

15.1.Les présentes Conditions Générales de Vente peuvent être consultées à tout moment en français, néerlandais et anglais sur le site internet [www.jcdecaux-belux.com](http://www.jcdecaux-belux.com).

15.2.En cas de questions d'ordre grammaticale ou d'interprétation, la version française des Conditions Générale de Vente sera le point de référence.



