

## **Stichting ROTA**

### **DE REGELEN**

Algemene Voorwaarden voor Reclame en Reclamecontracten

#### **Artikel 1.**

##### ***Definities***

###### **1.1.**

Tenzij uitdrukkelijk in deze algemene voorwaarden voor reclame en reclame-contracten daarvan wordt afgeweken, wordt in deze algemene voorwaarden voor reclame en reclamecontracten verstaan onder:

**Adverteerder:** de natuurlijke persoon of rechtspersoon die hetzij rechtstreeks, hetzij door bemiddeling van een reclamebemiddelaar, reclame-uitingen ter werving voor diens onderneming of organisatie, dan wel voor diens producten en/of diensten in een medium plaatst.

**Bestuur:** het bestuur van de Stichting ROTA;

**College van Beroep:** de door het bestuur bij huishoudelijk reglement ingestelde bestuurscommissie, genaamd College van Beroep.

**Erkenninghouder:** de reclamebemiddelaar, aan wie door de Stichting ROTA een erkenning is verleend tot het gebruik van het collectieve merk van de Stichting ROTA.

**Media-exploitant:** de onderneming van de natuurlijke of rechtspersoon, die onder meer tot doel heeft reclame-uitingen van vrijwel uitsluitend derden ter werving voor de onderneming van deze derden, dan wel voor hun producten en/of diensten, tegen betaling via welk medium dan ook te plaatsen en die is aan te merken als aangesloten partij in de zin van artikel 1.1. sub f. en artikel 5. van de Statuten van de Stichting ROTA.

**Medium:** de bedrijfsmatige wijze van overbrenging van informatie, al dan niet tegen betaling beschikbaar te stellen aan een publiek van een in beginsel onbepaalde omvang en mede bedoeld en geschikt om reclame-uitingen van adverteerders te plaatsen, met inbegrip van de verspreiding en/of doorgifte van zulke plaatsingen.

**Plaatsen of Plaatsing:** het verveelvoudigen en/of openbaar maken respectievelijk de verveelvoudiging en/of openbaarmaking van een reclame-uiting in een medium.

**Reclamebemiddelaar:** de natuurlijke persoon of rechtspersoon die beroepshalve of bedrijfsmatig bemiddelt bij de totstandkoming van reclamecontracten en reclame plaatsingsopdrachten.

**Reclamecontract:** elke overeenkomst tussen een media-exploitant en een adverteerder dan wel een reclamebemiddelaar, aangegaan voor bepaalde duur of onbepaalde duur op grond waarvan de adverteerder tijdens die duur binnen een bepaalde overeengekomen reclameruimte meerdere reclame-uitingen ter plaatsing opgeeft, waarvan de omvang, de frequentie, de tijdsduur en/of de inhoud bij het aangaan van het reclamecontract niet bekend is of niet bekend hoeft te zijn.

**Reclame Plaatsingsopdracht:** elke overeenkomst tussen een media-exploitant en een adverteerder, dan wel een reclamebemiddelaar, aangegaan op grond waarvan de adverteerder eenmalig voor bepaalde duur binnen een bepaalde, overeengekomen reclameruimte één enkele reclame-uiting ter plaatsing opgeeft, waarvan in elk geval de omvang en/of tijdsduur bij het aangaan van de reclame plaatsingsopdracht bekend is.

**Reclameruimte:** de voor een medium in hoogte, breedte en/of dieptematen, tijdseenheden of naar anderszins objectieerbare maatstaven vastgestelde, en naar wervingsoogmerk voldoende bepaalbaar, overeengekomen ruimte die voor reclame-uitingen beschikbaar is.

**Reclame-uiting:** de reclame-uiting of -boodschap van en ten behoeve van een adverteerder.

**Regelen:** de geldende algemene voorwaarden voor reclame en reclamecontracten, zoals in hun laatste redactie vastgesteld en gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam door de Stichting ROTA;

1.2.

Indien in deze Regelen wordt bedoeld op "adverteerder(s)", worden de reclamebemiddelaar(s) en de erkenninghouder(s) daaronder mede begrepen. Indien in deze Regelen wordt bedoeld op "reclamebemiddelaar(s)", worden de erkenninghouder(s) daaronder mede begrepen.

1.3.

Tenzij in deze Regelen uitdrukkelijk het tegendeel blijkt, worden onder reclamecontracten telkens mede verstaan reclame plaatsingsopdrachten.

## **Artikel 2.**

### ***Toepasselijkheid***

2.1.

Tenzij tussen partijen uitdrukkelijk en in schriftelijke, al dan niet digitale, vorm anders is overeengekomen, zijn de Regelen van toepassing op de totstandkoming, de inhoud en nakoming van alle reclamecontracten, aangegaan door een media-exploitant met een adverteerder.

2.2.

Algemene (inkoop-)voorwaarden van de adverteerder zijn slechts van toepassing, indien uitdrukkelijk en schriftelijk door de media-exploitant is erkend dat deze, met uitsluiting van de Regelen en de door de media-exploitant gehanteerde en toepasselijke eigen algemene voorwaarden tussen partijen, van toepassing zullen zijn.

2.3.

De toepasselijkheid van de Regelen belet niet dat op reclamecontracten tussen een media-exploitant en een adverteerder de door een media-exploitant gehanteerde eigen algemene voorwaarden mede toepasselijk zijn op die reclamecontracten.

2.4.

Ingeval op een reclamecontract naast de Regelen ook de door de media-exploitant gehanteerde eigen algemene voorwaarden toepasselijk zijn, prevaleert bij voorkomende strijdige bedingen de toepasselijkheid van laatstgenoemde standaardvoorwaarden.

## **Artikel 3.**

### ***Aanbod van media-exploitanten; tarieven en condities***

#### 3.1.

De media-exploitant draagt in de aanbiedingen ten behoeve van het desbetreffende medium zorg voor een ter zake doende beschrijving van de inhoudelijke aspecten van het medium of de media, de omvang en de wijze van verspreiden, de technische specificaties, alsmede de eisen waaraan het reclamemateriaal dient te voldoen.

#### 3.2.

Met de publicatie en/of openbaarmaking van de reclametarieven en -condities van enig medium maakt de media-exploitant zijn aanbieding bekend. Deze bekendmaking of openbaarmaking geldt als een openbare en vrijblijvende aanbieding, zulks onverminderd het bepaalde in artikel 11.

#### 3.3.

Adverteerders komt geen enkele aanspraak op exclusiviteit ten opzichte van een media-exploitant of ten opzichte van een of meer van diens media toe, in welke vorm dan ook, tenzij uitdrukkelijk en schriftelijk is overeengekomen of aangegeven in de aanbieding van de media-exploitant, zoals bedoeld in de beide voorgaande leden van dit artikel.

#### 3.4.

Media-exploitanten stellen zelfstandig en onafhankelijk hun tarieven en condities vast en maken deze in schriftelijke vorm of anderszins tijdig tevoren bekend.

De vaststelling van tarieven door media-exploitanten geschiedt steeds exclusief omzetbelasting en eventuele overige overheidsheffingen, tenzij uitdrukkelijk en schriftelijk anders aangegeven door de media-exploitant.

#### 3.5.

De media-exploitant wordt geacht overeenkomsten te zijn aangegaan op basis van de door deze media-exploitant vastgestelde en bekendgemaakte tarieven en condities.

## **Artikel 4.**

### ***Totstandkoming van reclamecontracten***

#### 4.1.

Een reclamecontract tussen een media-exploitant en een adverteerder komt schriftelijk tot stand. Onder schriftelijk wordt mede verstaan elke vorm van communicatie langs geautomatiseerde, digitale weg.

#### 4.2.

De offerte van een media-exploitant is geldig voor de termijn, die in de offerte is opgenomen. Indien in de offerte geen termijn voor aanvaarding is vermeld, geldt een termijn van 30 dagen na de dagtekening van de offerte.

#### 4.3.

Indien een reclamecontract is aan te merken als een overeenkomst op afstand, komt de adverteerder het recht op ontbinding als bedoeld in artikel 6:230o van het Burgerlijk Wetboek niet meer toe bij en vanaf eerste plaatsing van een reclame-uiting, waarop het reclamecontract betrekking heeft.

## **Artikel 5.**

### ***Duur en verbruik van Reclamecontracten***

#### 5.1.

Een reclamecontract wordt schriftelijk aangegaan voor de duur zoals bij overeenkomst bepaald. Is omtrent de duur niets afgesproken dan wordt een duur van twaalf maanden geacht te zijn overeengekomen.

#### 5.2.

Wordt een reclamecontract aangegaan voor een duur langer dan twaalf opeenvolgende maanden, dan is de media-exploitant gerechtigd de berekening van de reclametarieven, in relatie tot een daaraan jaarlijks verbonden volume aan reclameruimte (staffelkortingen), per kalenderjaar uit te voeren en dienovereenkomstig te factureren, tenzij tussen partijen schriftelijk anders is overeengekomen.

#### 5.3.

Een reclamecontract zal echter steeds geacht worden te zijn geëindigd, zodra de in het reclamecontract genoemde reclameruimte door plaatsing is verbruikt.

#### 5.4.

Een reclamecontract, dat na het verstrijken van de overeengekomen duur niet wordt opgezegd, wordt alleen stilzwijgend verlengd, indien dat bij het aangaan ervan uitdrukkelijk en schriftelijk is overeengekomen.

#### 5.5.

Indien de overeengekomen reclameruimte niet volledig of tijdig is of zal zijn afgenomen, wordt de duur van de overeenkomst eenmaal voor ten hoogste twee maanden verlengd voor plaatsing van het restant ervan.

#### 5.6.

De duur van het reclamecontract, niet zijnde een reclame plaatsingsopdracht, gaat in op de datum van totstandkoming van het reclamecontract.

#### 5.7.

De datum, waarop de schriftelijke bevestiging van het aangaan van een reclamecontract door een media-exploitant wordt verzonden, wordt geacht nooit meer dan drie werkdagen voorafgaand aan de datum van ontvangst door de adverteerder te liggen.

## **Artikel 6.**

### ***Uitbreiding***

Tijdens de duur van een reclamecontract, niet zijnde een reclame plaatsingsopdracht, kan de overeengekomen reclameruimte worden uitgebreid, indien en zodra de media-exploitant en de adverteerder dit in aanvulling op het reclamecontract schriftelijk zijn overeengekomen.

## **Artikel 7.**

### ***Tussentijdse beëindiging van reclamecontracten***

#### **7.1.**

Indien de adverteerder de verplichting tot plaatsing van reclame-uitingen voor overeengekomen reclameruimte niet nakomt, kan ontslag van die verplichting alleen plaatsvinden, indien daarvoor naar het oordeel van de media-exploitant gegronde redenen aanwezig zijn. In dit geval zal door de adverteerder het verschil tussen het oorspronkelijk overeengekomen tarief en het tarief dat hoort bij de feitelijk afgenomen reclameruimte worden voldaan. Onder gegronde redenen wordt verstaan: wijziging in de omstandigheden van de adverteerder van onvoorzienbare aard, die maken dat redelijkerwijze niet kan worden verlangd dat de overeengekomen reclameruimte verder ter plaatsing wordt gegeven.

#### **7.2.**

Indien een media-exploitant gegronde redenen als bedoeld in lid 1 niet aanwezig acht, kan de adverteerder het bestuur verzoeken het aldaar bedoelde ontslag te verlenen indien blijkt dat de media-exploitant kennelijk onredelijk zou handelen.

Het bestuur beslist zo spoedig mogelijk en heeft de bevoegdheid aan zijn beslissing voorwaarden te verbinden.

#### **7.3.**

Indien een reclamecontract door een reclamebemiddelaar niet wordt nagekomen vanwege het faillissement, een verleende surseance van betaling of de liquidatie of stillegging van de ondernemingsactiviteiten van de adverteerder, zijnde de opdrachtgever van de reclamebemiddelaar, is het bepaalde in artikel 7.1. en 7.2. van overeenkomstige toepassing.

#### **7.4.**

Indien de media-exploitant tussentijds de reclametarieven van de reclamecontracten verhoogt, is de adverteerder gerechtigd het contract tussentijds te beëindigen zonder dat er sprake is van bijbetaling of vergoeding van schade.

## **Artikel 8.**

### ***Annuleren van plaatsingen op grond van een Reclamecontract.***

#### **8.1.**

De adverteerder, die een reclamecontract is aangegaan, niet zijnde een reclame plaatsingsopdracht, kan een plaatsing van een reclame-uiting annuleren, indien dit schriftelijk aan de media-exploitant wordt meegedeeld.

#### **8.2.**

Ingeval van een annulering, als bedoeld in het vorige lid, die door de adverteerder aan de media-exploitant wordt meegedeeld op of na het door de media-exploitant bekend gemaakte tijdstip waarop uiterlijk de aanlevering van het reclamemateriaal ten behoeve van de plaatsing vereist is, is de adverteerder ten opzichte van de media-exploitant gehouden tenminste 50% van het verschuldigde reclametarief voor die plaatsing te voldoen.

#### **8.3.**

Uit hoofde van het bepaalde in lid 8.1. en 8.2. van dit artikel geldt onverminderd de verplichting het reclamecontract na te komen.

## **Artikel 9.**

### ***Herkenbaarheid van reclame-uitingen***

#### 9.1.

Media-exploitanten en adverteerders mogen niet meewerken aan het plaatsen van reclame-uitingen aangaande de producten of diensten van de adverteerders in de redactiegedeelten van het medium, behoudens ingeval zuivere redactionele overwegingen aan de orde zijn.

#### 9.2.

Indien de reclame-uitingen van een adverteerder, hetzij qua vorm en inhoud hetzij als gevolg van de context waarin deze uitingen worden geplaatst, dusdanig zijn dat dientengevolge verwarring met de redactionele inhoud van enig medium redelijkerwijs verwacht moet worden, zijn media-exploitanten en adverteerders ertoe gehouden dusdanige reclame-uitingen te voorzien van:

- a. een duidelijke en steeds in één oogopslag waarneembare vermelding van het woord "advertentie" of "reclame" of "reclameboodschap" of een soortgelijke aanduiding; en
- b. een vormgeving die in één oogopslag kan worden herkend als afwijkend van de vormgeving van het redactionele deel van het medium; en
- c. een duidelijke en steeds in één oogopslag waarneembare vermelding van handelsnaam en/of merk van de adverteerder en/of van het product of de dienst, aangeprezen in de reclame-uiting.

#### 9.3.

In de reclame-uitingen van de adverteerder mag zonder toestemming van de media-exploitant geen gebruik worden gemaakt van de titel en/of het logo of andere onderscheidingstekenen van het medium. Ook mag geen direct verband worden gelegd tussen het medium en de onderneming en/of de producten/diensten van de adverteerder.

#### 9.4.

Het is media-exploitanten niet toegestaan enige advertentie voor derden te plaatsen zonder daartoe opdracht te hebben verkregen van of namens de adverteerder, tenzij in gevallen van overmacht.

## **Artikel 10.**

### ***Bewijs van nakoming door de media-exploitant***

#### 10.1.

Op verzoek van de adverteerder is de media-exploitant gehouden de adverteerder in staat te stellen binnen redelijke termijn zonder kosten kennis te nemen van de plaatsing van een reclame-uiting.

#### 10.2.

De wijze waarop en de vorm waarin de media-exploitant de adverteerder in staat stelt kennis te nemen van een reclame-uiting wordt bepaald door de media-exploitant.

In geval de adverteerder in afwijking van het bepaalde in de vorige volzin op andere wijze wenst kennis te nemen van de plaatsing van een reclame-uiting, en indien overeengekomen in het reclamecontract, is de media-exploitant gerechtigd de daarmee gemoeide kosten aan de adverteerder in rekening te brengen.

## **Artikel 11.**

### ***Weigering van reclamecontracten en reclame-uitingen***

#### 11.1.

Media-exploitanten hebben het recht een aanbod of een opdracht tot het aangaan van een reclamecontract niet te aanvaarden, zonder opgaaf van redenen.

#### 11.2.

Indien een media-exploitant een reclamecontract is aangegaan, mag hij bepaalde binnen dat contract opgegeven reclame-uitingen weigeren. Deze weigering moet steun vinden in:

- a. technische bezwaren;
- b. inhoud, aard, strekking of vorm der opgegeven reclame-uitingen of andere redenen van principiële aard;
- c. redelijkerwijs te verwachten wanbetaling;
- d. weigering van vooruitbetaling door de adverteerder of, in geval van artikel 16. lid 6, door de erkenninghouder, waarvan alsdan onmiddellijk kennis moet worden gegeven aan de adverteerder;
- e. een verzoek van de voorzitter van de Reclame Code Commissie op grond van een overtreding van artikel 19. van de Nederlandse Reclame Code.

Indien een media-exploitant weigert op grond van het onder a. of b. gestelde, dan zal de media-exploitant de adverteerder zo tijdig mogelijk daaromtrent informeren. Hierdoor is de adverteerder desgewenst in staat om de plaatsing van de reclame-uiting aan te passen, zodanig dat deze alsnog kan worden geplaatst.

#### 11.3.

Is een reclame-uiting van een erkenninghouder geweigerd, anders dan op grond van het bepaalde sub a. of d. van het vorige lid of anders dan wegens ernstige moeilijkheden als bedoeld in artikel 12., dan is het de media-exploitant niet toegestaan de geweigerde reclame-uiting langs andere weg wel voor plaatsing te aanvaarden.

#### 11.4.

Weigering tot plaatsing van een advertentie op grond van het bepaalde in lid 2 van dit artikel, laat de nakoming van verplichtingen van de adverteerder uit hoofde van het advertentiecontract onverlet.

## **Artikel 12.**

### ***Aanvaarding van bemiddeling***

Onverminderd het bepaalde in artikel 11. van de Regelen is een media-exploitant gehouden bij het aangaan van reclamecontracten de bemiddeling van een erkenninghouder te aanvaarden, behalve bij gebreke van vooruitbetaling zoals bedoeld in artikel 16.6. of wegens ernstige moeilijkheden, die tussen een erkenninghouder en een media-exploitant zijn gerezen.

## **Artikel 13.**

### ***Buitenlandse adverteerders***

De Regelen zijn eveneens van toepassing op reclamecontracten met buitenlandse adverteerders.

## **Artikel 14.**

### ***Accepteren van nieuwe reclamecontracten***

#### 14.1.

Het is media-exploitanten niet toegestaan een nieuw reclamecontract met een adverteerder via een reclamebemiddelaar of rechtstreeks aan te gaan, zolang de duur van het bestaande reclamecontract niet is verstreken, tenzij de overeengekomen reclameruimte reeds geheel ter plaatsing is opgegeven.

#### 14.2.

Het in het eerste lid bepaalde geldt niet indien een nieuw reclamecontract op een ander soort product of een andere dienst van die adverteerder betrekking heeft.

## **Artikel 15.**

### ***Verandering van reclamebemiddelaar***

#### 15.1.

Indien een adverteerder voor het verstrijken van de duur van een reclamecontract van reclamebemiddelaar verandert, kunnen lopende rechten en verplichtingen voortvloeiende uit dat reclamecontract pas overgaan op het moment dat de media-exploitant een schriftelijke opdracht van de eerdere reclamebemiddelaar heeft ontvangen om de uitvoering van het lopende reclamecontract over te dragen aan de latere reclamebemiddelaar, en deze laatstgenoemde deze overdracht aan de media-exploitant schriftelijk heeft bevestigd.

#### 15.2.

De eerdere reclamebemiddelaar is tot de schriftelijke bevestiging, als bedoeld in het vorige lid, gehouden, zodra de adverteerder zijn verplichtingen jegens de eerdere reclamebemiddelaar betreffende de plaatsing van reclame-uitingen in de media geheel is nagekomen.

#### 15.3.

De media-exploitant is verplicht aan de overdracht van rechten en verplichtingen voortvloeiende uit lopende reclamecontracten mee te werken, voor zover de eerdere reclamebemiddelaar aan al zijn verplichtingen uit hoofde van het reclamecontract jegens de media-exploitant heeft voldaan en de latere reclamebemiddelaar een erkenninghouder is.

## **Artikel 16.**

### ***Betaling***

#### 16.1.

De contractpartij van de media-exploitant, te weten ofwel de adverteerder, ofwel de reclamebemiddelaar, is ten opzichte van de media-exploitant aansprakelijk voor de nakoming van alle verplichtingen die voortvloeien uit een reclamecontract.

#### 16.2.

De media-exploitant zal de facturen, waarbij voor de plaatsing van reclame-uitingen verschuldigde bedragen in rekening worden gebracht, niet eerder aan de contractpartij verzenden en dateren dan de datum van plaatsing van de reclame-uiting in het medium, tenzij anders wordt overeengekomen. De contractpartij is gehouden de factuur te voldoen uiterlijk op de dertigste dag na de dagtekening van de factuur. Een en ander laat onverlet het recht van de media-exploitant overeen te komen in het reclamecontract dat terzake van de te factureren bedragen voorschotten in rekening worden gebracht.



16.3.

Voor elke maand of een gedeelte daarvan, waarmee de in het vorige lid genoemde uiterlijke datum van betaling wordt overschreden, is de adverteerder dan wel de reclamebemiddelaar aan de media-exploitant een wettelijke rente verschuldigd, bestaande uit een percentage van het desbetreffende te betalen en nog onbetaald gelaten bedrag, te berekenen over het onbetaald gelaten bedrag, met een minimum van € 13,50 per geheel of deels onbetaald gelaten factuur. De boeterente is de wettelijke rente voor handelsovereenkomsten als bedoeld in artikel 6:119a van het Burgerlijk Wetboek, met dien verstande dat die rente op de peildatum 1 januari van enig kalenderjaar zal gelden voor de eerste zes maanden van dat jaar en op de datum 1 juli voor de laatste zes maanden van dat jaar.

16.4.

Het indienen van een klacht als bedoeld in artikel 23.2., dan wel een beroep op een foutieve facturering door de media-exploitant, als bedoeld in artikel 17.1., geeft de adverteerder niet het recht zich te beroepen op gehele of gedeeltelijke opschorting van diens betalingsverplichtingen jegens de media-exploitant.

16.5.

Bij gebreke van tijdige betaling door erkenninghouders zijn de media-exploitanten gerechtigd de Stichting ROTA hiervan uiterlijk binnen 15 dagen nadien in kennis te stellen; het bestuur is bevoegd andere media-exploitanten van het verzuim op de hoogte te stellen.

Bij overschrijdingen van de contractueel overeengekomen betalingstermijn met meer dan 90 dagen door adverteerders/reclamebemiddelaars, niet zijnde erkenninghouders, zijn de media-exploitanten gerechtigd de Stichting ROTA hiervan in kennis te stellen.

Het bestuur is bevoegd andere media-exploitanten en erkenninghouders van het verzuim op de hoogte stellen.

16.6.

In afwijking van het bepaalde in lid 2 is een media-exploitant gerechtigd vooruitbetaling te verlangen voor de plaatsing van reclame-uitingen, dan wel van reclame-uitingen die reeds zijn geplaatst, of onmiddellijke betaling daarvan te vorderen, indien de adverteerder aan de media-exploitant een achterstallige schuld heeft, dan wel indien de adverteerder naar het oordeel van de media-exploitant of het bestuur niet voldoende kredietwaardig is of niet afdoende inzicht heeft gegeven in de kredietwaardigheid. In het geval een media-exploitant vooruitbetaling als hiervoor bedoeld vordert en de reclamebemiddelaar hieraan niet voldoet, is deze media-exploitant gerechtigd plaatsing van reclame-uitingen in mindering op het lopende reclamecontract rechtstreeks van de adverteerder te accepteren en rechtstreeks aan deze in rekening te brengen en/of met deze te verrekenen.

16.7.

Voor de toepassing van het bepaalde in de voorgaande leden van dit artikel wordt de verzenddatum van door de media-exploitanten verzonden facturen geacht nooit meer dan drie werkdagen vóór de datum van ontvangst door de betrokken adverteerder te liggen; als datum van girale betaling geldt steeds de datum per welke de rekening van de crediteur met het desbetreffende bedrag is gevaluteerd.

## **Artikel 17.**

### ***Klachten omtrent facturering door media-exploitanten***

17.1.

Media-exploitanten zijn gehouden om binnen twee maanden na facturering, dan wel binnen drie weken na een schriftelijke klacht van de adverteerder omtrent misslagen en/of fouten in de facturering, deze te herstellen en deze dienovereenkomstig te debiteren of te crediteren.

17.2.

Leidt het herstel, als bedoeld in het vorige lid, tot creditering door de media-exploitant, dan is de media-

exploitant gehouden de in artikel 16.3. bedoelde rente over het te crediteren bedrag, te rekenen vanaf de dag van voldoening door de adverteerder tot de dag der restitutie door de media-exploitant, te vergoeden.

17.3.

Een klacht van de zijde van een adverteerder omtrent mislagen en/of fouten in facturering behoeft een media-exploitant niet meer in behandeling te nemen, indien sedert de factuurdatum meer dan 90 dagen zijn verstreken.

## **Artikel 18.**

### ***Erkenninghouders***

18.1.

Media-exploitanten onderkennen de voordelen, die verband houden met het tot stand komen en het uitvoeren van reclamecontracten aangegaan met erkenninghouders, aan wie een (tijdelijke) erkenning is verleend op grond van het Reglement Erkenningen van de Stichting ROTA.

Media-exploitanten dragen om die reden zorg voor passende contractvoorwaarden en/of bedingen in hun standaardvoorwaarden, waarin deze voordelen tot uitdrukking komen. Daarbij geven media-exploitanten zich rekenschap van onder meer voordelen als het verlaagde debiteurenrisico, het aanleveren van gereede reclame-uitingen en bekendheid met regelgeving inzake reclame, zulks onverminderd (kredietbeperkings)kortingen van de media-exploitanten ter zake van de mate waarin de betalingstermijn als bedoeld in artikel 16.2. feitelijk wordt bekort.

18.2.

De erkenninghouder wordt geacht bij het aangaan van een reclamecontract zekerheid jegens de betrokken media-exploitant te hebben verschaft voor de juiste nakoming van de betalingsverplichtingen uit hoofde van dat reclamecontract.

18.3.

Het bepaalde in de leden 1 en 2 van dit artikel geldt niet ingeval het bepaalde in artikel 16.6. van toepassing is.

## **Artikel 19.**

### ***Berekening technische kosten***

De media-exploitant is gerechtigd aan de adverteerder technische (bewerkings)kosten in rekening te brengen indien het aangeleverde reclamemateriaal niet of slechts ten dele geschikt is voor het plaatsen van de reclame-uiting. Deze kosten bedragen niet meer dan 15% van het bedrag dat gemoeid is met het plaatsen van de reclame-uiting.

## **Artikel 20.**

### ***Omzetting reclame plaatsingsopdrachten in reclamecontracten***

Reclame plaatsingsopdrachten kunnen - indien de adverteerder dit verlangt - worden begrepen in een later door deze overeen te komen reclamecontract, met dien verstande dat in zodanig geval aan het reclamecontract terugwerkende kracht wordt verleend over een periode van ten hoogste vier maanden voorafgaande aan de maand waarin het reclamecontract werd aangegaan.

## **Artikel 21.**

### ***Rechten van intellectuele eigendom***

#### **21.1.**

Rechten van intellectuele eigendom met betrekking tot goederen, die door de media-exploitant bij de plaatsing van reclame-uitingen aan de adverteerder ter beschikking worden gesteld, blijven berusten bij de media-exploitant of haar licentiegever(s).

Voor zover noodzakelijk voor de plaatsing van reclame-uitingen verleent de media-exploitant aan de adverteerder een tot dat doel beperkt, niet-exclusief en niet-overdraagbaar recht tot gebruik van de rechten van intellectuele eigendom op zodanige goederen.

#### **21.2.**

Rechten van intellectuele eigendom met betrekking tot materialen en gegevens, die de adverteerder aan de media-exploitant ter beschikking stelt ten behoeve van de plaatsing van reclame-uitingen, blijven berusten bij de adverteerder of diens licentiegever(s). Voor zover noodzakelijk voor de plaatsing van reclame-uitingen verleent de adverteerder aan de media-exploitant een tot dat doel beperkt, niet-exclusief en niet-overdraagbaar recht tot gebruik van de rechten van intellectuele eigendom op zodanige materialen en gegevens.

#### **21.3.**

De adverteerder is gehouden de media-exploitant te vrijwaren voor aanspraken van derden en daaruit voortvloeiende vorderingen, die betrekking hebben op het inbreukmakend gebruik van de rechten van intellectuele eigendom, rustend op de door de adverteerder aan de media-exploitant beschikbaar gestelde materialen en gegevens.

## **Artikel 22.**

### ***Overige regels voor de media-exploitanten en adverteerders***

#### **22.1.**

De media-exploitanten en adverteerders zijn verplicht de waarheid in en de waardigheid van het reclamewezen hoog te houden en de bepalingen van de Regelen, zowel naar de letter als naar de geest, in acht te nemen. Zij zijn daarbij aansprakelijk voor handelingen en verzuimen van anderen, van wier diensten zij gebruik hebben gemaakt.

#### **22.2.**

Het is media-exploitanten en adverteerders niet toegestaan in reclame-uitingen mededelingen op te nemen of te doen opnemen over bijvoorbeeld prijs, aard, waarde of bruikbaarheid van een artikel of dienst, waarvan zij moeten begrijpen, dat daardoor het algemeen belang of de bonafide handel geschaad of het publiek misleid kan worden of het reclamewezen gevaar kan lopen in diskrediet te geraken.

#### **22.3.**

Media-exploitanten en adverteerders volgen de aanwijzingen op van het Commissariaat voor de Media, de Reclame Code Commissie en haar beroepsinstantie (het College van Beroep) en de Keuringsraad Openlijke Aanprijzing Geneesmiddelen (KOAG), de Keuringsraad Aanprijzing Gezondheidsproducten (KAG) of hun rechtsopvolgers.

#### **22.4.**

Media-exploitanten en adverteerders zijn gehouden zich ervoor in te spannen dat nabootsing van verpakkingen, reclameteksten of slagzinnen van een concurrent en in het algemeen alle reclame, die bij het publiek kan leiden tot verwisseling, misleiding of verwarring van soortgelijke artikelen, bedrijven of zaken, achterwege blijft.

22.5.

Het is media-exploitanten niet toegestaan onjuiste en/of misleidende mededelingen te doen of voorstellingen te wekken over de oplage en/of het publieke bereik van hun medium of hun media, voor zover de onjuistheid respectievelijk de misleiding van de mededelingen hen bekend waren of redelijkerwijze bekend behoorden te zijn. Hieronder valt ook de mededeling omtrent het aantal met enig medium bereikte of te bereiken personen, zonder dat daarbij tegelijk het cijfermatige publieke bereik deugdelijk wordt vermeld.

22.6.

Media-exploitanten zijn gehouden op hun briefpapier, drukwerk en in het algemeen op uitingen gericht op het tot stand komen of het doen tot stand komen van reclamecontracten duidelijk een in het oog lopende mededeling te doen dat alle opdrachten worden aanvaard en uitgevoerd overeenkomstig de Regelen, zoals laatstelijk vastgesteld door de Stichting ROTA en zoals gedeponeed bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam.

22.7.

Media-exploitanten zijn verplicht tot geheimhouding van de hun verstrekte opdrachten tot plaatsing van reclame-uitingen, inclusief alle gegevens, die de adverteerder en/of reclamebemiddelaar aan een media-exploitant in verband met zulk een opdracht toevertrouwt, een en ander voor zover bij of krachtens de wet of uit die opdracht zelf niet anders voortvloeit. Deze verplichting geldt in gelijke zin voor derden, die door de media-exploitant zijn ingeschakeld en voor wie zij verantwoordelijk zijn.

22.8.

De reclamebemiddelaar is gehouden om zijn afzonderlijke opdrachtgevers te informeren over elk bestaand belang, dat de Reclamebemiddelaar bij de totstandkoming van een reclamecontract met een media-exploitant voor zichzelf of voor enige derde heeft of zal hebben. Het betreft elk belang in financiële zin of anderszins op geld waardeerbaar, waarvan zijn afzonderlijke opdrachtgevers redelijkerwijs niet op de hoogte zijn of kunnen zijn. De wijze van informeren geschiedt door de reclamebemiddelaar steeds voorafgaand en op eigen initiatief, alsmede naar juistheid en in algehele transparantie.

## **Artikel 23.**

### ***Aansprakelijkheid en overmacht***

23.1.

Behoudens in gevallen van opzet of grove schuld zijn media-exploitanten voor schade, waaronder indirecte schade en gevolgschade, van welke aard ook, ontstaan door het niet, niet tijdig of onjuist plaatsen van reclame-uitingen niet verder aansprakelijk dan het bedrag waarvoor de plaatsing van een reclame-uiting respectievelijk het niet, niet tijdig of niet juist uitgevoerde deel daarvan is aangenomen.

23.2.

In geval van misstelling van een reclame-uiting is de media-exploitant gehouden de adverteerder een voorstel tot reductie of een voorstel tot hernieuwde plaatsing tegen gereduceerde prijs, of gratis, aan te bieden.

23.3.

Het bepaalde in lid 2 is niet van toepassing indien de adverteerder niet binnen drie weken na de plaatsing van de reclame-uiting schriftelijk een klacht aan de media-exploitant heeft kenbaar gemaakt.

23.4.

Leidt een voorstel als bedoeld in lid 2 niet tot aanvaarding door de adverteerder, dan kan de meest gerede partij een verzoek richten tot het bestuur, met inachtneming van het bepaalde in artikel 24.

23.5.

In geval van een fout of tekortkoming in de reclame-uiting door toedoen van de adverteerder zelf, zal de adverteerder niet gerechtigd zijn tot gehele of gedeeltelijke ontheffing of opschorting van de betalingsverplichtingen, dan wel tot enige vorm van verrekening.

23.6.

De adverteerder is gehouden tot algehele vrijwaring, inclusief (buiten)gerechtelijke kosten van de media-exploitant, ten aanzien van aanspraken van derden, die voortvloeien uit een plaatsing van een reclame-uiting in het medium van de media-exploitant vanwege daarin opgenomen misleidende mededelingen en/of ongeoorloofde vergelijkende reclame, dan wel oneerlijke handelspraktijken, dan wel vanwege overtreding van overige geldende regelgeving.

23.7.

Aansprakelijkheid voor schade, die bij adverteerders en/of reclamebemiddelaars optreedt als gevolg van overmacht aan de zijde van de media-exploitanten, waaronder begrepen stakingen, waardoor de plaatsing van advertenties, dan wel de verspreiding of doorgifte daarvan, geheel of gedeeltelijk wordt belemmerd of verhinderd, is uitgesloten.

## **Artikel 24.**

### ***Bindend advies en bevoegde rechter***

24.1.

Bij geschillen aangaande de totstandkoming en de uitvoering van reclamecontracten tussen bij een reclamecontract betrokken partijen is het bestuur bevoegd en aangewezen aan hem door media-exploitanten of door erkenninghouders voorgelegde verzoeken en geschillen bij wege van bindend advies te beslechten.

24.2.

Tegen beslissingen van het bestuur staat beroep open bij het College van Beroep.

24.3.

Het College van Beroep beslecht de aan hem voorgelegde geschillen eveneens bij wege van bindend advies.

24.4.

Ten aanzien van de behandeling van verzoeken, geschillen, klachten en beroepen door het Bestuur en het College van Beroep, zijn de bepalingen van het Klachtenreglement Reclamewezen, het Beroepsreglement Reclamewezen en het Reglement Erkenningen van toepassing. Op verzoek van een betrokkene worden de genoemde reglementen kosteloos door de Stichting ROTA toegezonden.

24.5.

Ten aanzien van geschillen, voortvloeiende uit overeenkomsten, waarop de Regelen van toepassing of mede van toepassing zijn, is de competente rechter in het arrondissement Amsterdam bevoegd.

## **Artikel 25.**

### ***Toepasselijk recht***

Op de Regelen, alsmede op reclamecontracten waarop de Regelen van toepassing zijn of mede van toepassing zijn, is het Nederlandse recht van toepassing.

## **Artikel 26.**

### ***Overgangsbepaling***

#### 26.1.

De Regelen treden in werking op 15 juni 2012. Zij vervangen de tot dat tijdstip geldende Regelen voor het Advertentiewezen en de daarbij behorende reglementen, zoals gedeponeed bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam en ter griffie van de rechtbank te Amsterdam.

#### 26.2.

Partijen bij een reclamecontract waarop de vorige Regelen (mede) van toepassing zijn verklaard, zijn gehouden reeds aangegane overeenkomsten met inachtneming van de redelijkheid en billijkheid zo spoedig mogelijk te beëindigen ofwel aan te passen aan het bepaalde in de nieuwe Regelen.

Mocht om welke reden dan ook één van deze partijen daartoe niet bereid zijn of daarmee in gebreke blijven, dan is de andere partij gerechtigd daaromtrent een verzoek ter beslechting bij het bestuur neer te leggen.