

DIGITAL GUIDE

VIDEO - AUDIO - DISPLAY

Dit document bevat geen tarieven.
Die staan vermeld op onze ratecards.



Digital Guide

Inleiding

1. Direct Sales en Programmatic	5
---------------------------------	---

Video advertising

1. Premium Context	7
1.1. Brand Safety	7
1.2. Non-skippable	7
1.3. Viewability	7
2. Formaten	7
3. Direct sales offers	7
3.1. A la carte	7
3.2. CPV aanbod	8
3.3. Online video ADPACK	8
3.4. Context offer	8
3.5. Bumper	8
3.6. PNU Video	9

Audio Advertising

1. Premium Context	11
1.1. Brand safety	11
1.2. LTR	11
2. Format & Tarifs	11
2.1. Direct Sales	11
2.2. Programmatic Sales	11
3. Aanbod	11
3.1. Audiomix Pack	11
3.2. Audiomix PACK (Preroll/Midroll)	12
3.3. FMIX + (Preroll/Midroll)	12
3.4. GEN Z AUDIO PACK	12

Display Advertising

1. Formats	14
------------	----

1.1. RTL Belgium14
1.2. Programmatic Sales14

Social Advertising & Native Ad

1. Aanbod16
1.1. Social Brand Content16
1.2. Native RTL info16
1.3. Branded Channel16

Arrow Data offer

1. Targeting solution18
2. Retargeting & Remarketing solution18

Verkoopsvoorwaarden

1. Lengte-index voor direct sales	20
2. Bonussen in direct sales	20
2.1. Specific Bonus	20
2.1.1. Charity Bonus20
2.1.2. Institutional Bonus20
2.1.3. Premium Request20
2.1.4. Aanbod longform20
3. Bijzondere Voorwaarden in direct sales21
3.1. Gewone merkvermelding21
3.2. Vermelding met argumenten21
3.3. Co-branding21

Inleiding

1. Direct Sales en Programmatic

Hieronder vindt u het geheel van onze Direct Sales en Programmatic aanbod, maar ook de verschillende formaten die beschikbaar zijn.

	FORMATS			SALES TYPE						ARROW			SYNDICATION
	Video	Audio	Display	Direct Video	Programmatic Video	Direct Display	Programmatic Display	Direct Audio	Programmatic Audio	Video	Audio	Display	
	inStream	OutStream		Instream / Outstream	Instream PMP	OutStream PMP / OpenRTB	OpenRTB	PMP	PMP				
RTL Play	☑		☑	☑	☑		☑			☑		☑	
My TF1	☑			☑	☑					☑			
6 play	☑			☑	☑					☑			
RTL Info	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑		☑		☑	☑
LeSoir	☑	☑		☑	☑	☑				☑			☑
Sud Info	☑	☑		☑	☑	☑				☑			☑
L'Avenir	☑	☑		☑	☑	☑				☑			☑
Nostalgie ⁽¹⁾⁽²⁾	☑		☑	☑	☑				☑	☑	☑		
Radio Contact ⁽¹⁾⁽²⁾	☑	☑	☑	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Bel RTL ⁽¹⁾	☑	☑	☑	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Mint ⁽¹⁾		☑							☑	☑		☑	
Fun Radio ⁽¹⁾		☑							☑	☑		☑	
Nostalgie vlaanderen ⁽¹⁾		☑							☑	☑		☑	
Deezer ⁽³⁾	☑	☑	☑	☑	☑		☑	☑		☑	☑	☑	
Adwave ⁽²⁾		☑							☑	☑		☑	
Chérie ⁽²⁾		☑	☑				☑		☑	☑			
Cuisine AZ	☑		☑	☑	☑		☑			☑		☑	
Passeport Sante			☑				☑		☑			☑	
RTL France	☑		☑	☑	☑		☑			☑		☑	
Fourchette & Bikini	☑		☑	☑	☑		☑			☑		☑	
Deco.fr			☑				☑		☑			☑	
Meteocity	☑		☑	☑	☑		☑		☑	☑		☑	
Ciné Télé Revue	☑	☑		☑	☑	☑				☑			☑
CineneWS	☑			☑	☑	☑				☑			
Moustique	☑	☑		☑	☑	☑				☑			☑
Gentside	☑			☑	☑					☑			
Oh my mag	☑			☑	☑					☑			
Viously	☑			☑	☑					☑			

* Adwave is een platform dat meer dan 250 online radiozenders verenigt (Jazz FM, Radio Nova, Tunein ...).

** Viously is een videoplatform dat verschillende uitgevers van video's verenigt (Demotivateur.com, Woopets, Wamiz, LaRecette.net, GossipRoom, ...)

(1) FM Radio in simulcast

(2) Online radios only

(3) Pure player

Video advertising

97 miljoen video's iedere maand

Communiqueer binnen premium contexten
die brand safe zijn.

Toon uw videocampagnes in de
omgevingen die het meest selectief zijn
inzake zichtbaarheid en volledigheid.

Meet de prestaties ervan op een
transparante manier.

1. Premium Context

1.1. Brand Safety

Onze samenstellers beheersen de omgevingen waarin wordt uitgezonden en de inhoud ervan tot in de puntjes. Daardoor kan IP Belgium zijn adverteerders de context garanderen die het best scoort qua brand safety. De regie staat voortdurend in contact met haar samenstellers om de context waarin wordt uitgezonden te optimaliseren.

1.2. Non-skippable

Om doeltreffend te zijn, moet een spot gezien worden. Daarom garandeert IP Belgium dat bezoekers de Preroll en Midroll spots op zijn netwerk nooit kunnen skippen. Op die manier zijn ze maximaal zichtbaar en is de tijd dat ze bekeken worden optimaal.

1.3. Viewability

IP Belgium verbetert het gedrag van zijn videonetwerk voortdurend om zo tegemoet te komen aan de verwachtingen van de markt op het gebied van zichtbaarheid.

Dankzij de OnFocus** technologie die voor een groot deel van haar inventarissen wordt toegepast, biedt IP Belgium kwaliteit en comfort bij het uitzenden van uw spots.

Adverteerders hebben via de Moat-meting ook toegang tot de reporting van hun campagne op het vlak van zichtbaarheid. Deze rapporten zijn beschikbaar voor CPV campagnes.

2. Formaten

Instream formats: Preroll en Midroll formats worden uitgezonden voor de videocontent of tijdens de onderbreking ervan.

Op het netwerk van IP Belgium wordt reclame niet geskipt en worden de regels gevolgd die zijn opgesteld door de Coalition for Better Ads¹.

Het Outstream format verschijnt tijdens het lezen van een artikel.

In een RTL Belgium-omgeving wordt het tonen ervan stopgezet zodra minder dan 50 % van de oppervlakte van de reclameboodschap zichtbaar is voor de internetgebruiker.

3. Direct sales offers

3.1. A la carte

Kies het aantal impressies volgens uw campagnedoelstellingen. Wij zorgen ervoor dat deze impressies geleverd worden op onze R.O.N. inventaris (geheel van alle sites die door IP Belgium worden gecommmercialiseerd) of op onze inventaris 'ROB' naargelang de vraag.

U kunt vragen om uw campagne enkel te tonen op de zogenaamde longform sites (RTL PLAY, 6PLAY en MYTF1). Een dergelijke selectie (op slechts één van deze sites of op alle drie de sites) houdt een toeslag op de CPM in.

U vindt de betreffende media terug op pagina 5.

3.2. CPV aanbod

IP Belgium verbindt er zich toe dit product aan te bieden op basis van de tv-duur en garandeert daarbij de zichtbaarheid van de hoorbare spot voor 50 % en de kijkduur eveneens voor 50 %.

Adverteerders die de aankoop in CPV activeren, ontvangen een door Moat* gecertificeerd campagnerapport. Moat is marktleider inzake metingen door derden van viewability, brand safety en adfraud.

De beschikbare inventaris bevat de longform en shortform contexten van RTL play, RTL info, Bel RTL en Radio Contact.

*Moat werd door het CIM uitgekozen als officiële tool om de viewability te meten

3.3. Online video ADPACK

Een gepreformateerde digitale campagne op de volledige IP-inventaris (R.O.N) die het instream format (60 %) combineert met outstream (40 %) voor één bedrag! Reserveer uw OLV-pack light, medium of high.

► **Voorwaarden:**

- Geen extra uitzendcriteria mogelijk
- Voor zover de inventaris beschikbaar is
- Met uitsluiting van alle andere voorwaarden

3.4. Context offer

IP Belgium is aanwezig op tal van dagelijkse media. Via al onze toonaangevende premiummerken garandeert IP dat uw Instream campagnes in verschillende sterke domeinen worden uitgezonden.

Onze packs bestaan uit kwalitatief hoogstaande content rond de volgende thema's:

									
WOMEN	MEN	YOUTH	FOOD	GEEK & HIGH-TECH	LIFESTYLE	ANIMALS	ENTERTAINMENT	NEWS	SPORT

► **Voorwaarden**

- Geen extra uitzendcriteria mogelijk
- Voor zover de inventaris beschikbaar is

3.5. Bumper

IP Belgium commercialiseert een nieuw videoaanbod: Bumper, een videoformat van 6 seconden. Uitsluitend beschikbaar in programmatic.

3.6. PNU Video



Exclusief Video Outstream aanbod van IP Belgium dat 2 Nederlandstalige en 4 Franstalige merken gespecialiseerd in premium berichtgeving combineert.



Audio Advertising

27 miljoen audio's iedere maand

Communiceer binnen audio premium contexten die brand safe zijn.

1. Premium Context

1.1. Brand safety

IP Belgium beschikt over een inventaris die uit premium radio's bestaat, zowel FM als digitaal, en kan adverteerders daarom een gecontroleerde en brand safe omgeving bieden.

1.2. LTR

IP Belgium meet voortdurend het gedrag van audioformats om hun plaatsing en duur te optimaliseren en zo de beste Listen Through Ratio van de markt te garanderen. De gemiddelde luisterduur bedraagt 98 %, ongeacht de duur van de uitgezonden spots.

2. Format & Tarifs

Het preroll-format wordt uitgezonden bij het lanceren van de audiostream. IP Belgium staat enkel prerolls van maximaal 10 seconden toe.

Het midroll-format wordt uitgezonden tijdens de regionale reclameblokken van de FM-zenders of bij de onderbreking van de audiostream bij digitale radio's (webradio, Deezer ...). De toegelaten duur gaat tot 30 seconden.

2.1. Direct Sales

De specifieke media bevinden zich op paginapage 5

Lengte: 7-30 sec

Preroll: max. 10 sec

Midroll: 30 sec

2.2. Programmatic Sales

De specifieke media bevinden zich op paginapage 5

PreRoll: max. 10 sec.

3. Aanbod

3.1. Audiomix Pack

Aanbod

Een nationale audiocampagne (5 à 15 seconden).

Op alle IP-zenders (FM in simulcast + online only radios) + Adwave

3.2. Audiomix PACK (Preroll/Midroll)

Brengt de kracht van alle radio's die aanwezig zijn in simulcast en de radio's die uitsluitend digitaal uitzenden samen in één pack. Een nationale audiocampagne (max. 10 seconden voor de Prerolls en 30 secondes voor de Midrolls).

Aanwezigheid

Bel RTL + Radio Contact (+ webradio's) + Adwave + Mint (webradio) + Chérie FM + Fun radio + Nostalgie FR (+ webradio's) + Nostalgie NL

3.3. FMIX + (Preroll/Midroll)

Vul uw klassieke radiocampagnes FMIX aan met een pack radio's die uitsluitend digitaal uitzenden.

Aanwezigheid

Nostalgie FR webradio's + MINT + Radio contact webradio's + Adwave

3.4. GEN Z AUDIO PACK

Een audiopack dat op jongeren mikt. 250.000 Impressions verdeeld over onderstaande mediadragers:



Display Advertising

166 miljoen ad impressions iedere maand

1. Formats

1.1. RTL Belgium

Het commercialiseren van de IAB display formats voor alle sites van RTL Belgium, onder de vorm van direct sales, gebeurt door Rossel Advertising. U vindt alle informatie over ons aanbod op: <http://www.rosseladvertising.be/sites/default/files/tarifs/ratecard.pdf>

Programmatic buying en onder de vorm van speciale acties gebeurt door IP Adex. De volgende IAB formats zijn beschikbaar voor verkoop:

- **Standard Display** : Leaderboard, Medium rectangle, Mobile banner
- **Premium Display** : Halfpage, TV spot leaderboard, sticky skyscraper, Mobile Medium rectangle
- **Exclusive Display** : Mobile Interstitial
- **Native**

1.2. Programmatic Sales

Naast de sites waarvoor RTL Belgium de redactie voert, vertegenwoordigt IP Adex ook de volledige inventaris van M6 en Deezer op Belgische IP, goed voor meer dan 166 miljoen impressies iedere maand.

De specifieke medias bevinden zich op paginapage 5

Social Advertising & Native Ad

**1.8 miljoen contacten per dag
op social media**

De meest betrokken Franstalige
gemeenschap.

1. Aanbod

1.1. Social Brand Content

Wilt u graag uw naam verbinden aan de populairste fanpages in Franstalig België of een beroep doen op de influencers van de RTL-familie?

Op een uitnodigende en commercieel interessante manier begeleidt IP u bij uw stappen op sociale netwerken.

We bieden u de mogelijkheid tot product placement of het creëren van content via een post op Facebook of Instagram.

1.2. Native RTL info

Een reclamespot verwerkt in de nieuwsstroom van RTL info met een of meer gesponsorde artikels en die is aangepast aan de look & feel van de site. IP stelt u de package "Native RTL info" voor:

De "inContent" spots worden getoond op de homepage en op de pagina's met artikels van RTL (in desktop en mobile).

De "branded pages" zijn artikels die worden ingevoegd als traditionele artikels. Ze kunnen video's, foto's en interactieve blokken bevatten. De reclame-elementen op de pagina's zijn uitsluitend gewijd aan de adverteerder.

1.3. Branded Channel

Branded Channels op RTLplay zijn onderdelen met videocontent die specifiek aan één adverteerder zijn gewijd.

De videocontent van de adverteerder (bijvoorbeeld een publireportage) is rechtstreeks toegankelijk in RTLplay

Een Branded Channel heeft volgende functionele eigenschappen:

- Hosting van een onbeperkt aantal video's
- Vormgeving in de kleuren en met de typische grafische elementen van het merk
- Exclusieve bumper – geen andere reclame dan die van de partner
- Link naar de website van het merk

Arrow Data offer

8.6 miljoen targetprofielen

Het deterministische en voorspellende
data-ecosysteem van IP Belgium
Een 1st party benadering van data
en GDPR met respect voor de
internetgebruiker

IP Belgium stelt u zijn inventarissen en zijn data ter beschikking zodat u uw campagnes beter kunt richten.

IP verruimt uw mogelijkheden tot doelgroepbepaling via tal van bereiksegmenten die zijn samengesteld op basis van onze logingegevens, de gedragingen en handelingen ingezameld op het volledige IP-netwerk en via onboarding in ons Lotame DMP.

Het Arrow-aanbod is beschikbaar voor video-, audio- en displayformats, rechtstreeks aangekocht of in programmatic buying.

1. Targeting solution

4 beschikbare types van segmenten:

- socio-demografisch (geslacht, leeftijd, sociale positie, gezinssituatie)
- met affiniteiten: segmenten die mikken op mensen die bijvoorbeeld interesse hebben in voetbal, dieren, koken ...
- met koopintentie: segmenten die mikken op mensen die tijdens het jaar verklaard hebben dat ze bijvoorbeeld willen verhuizen, een reis maken ...
- de locatie

Plus tijdelijke seizoensaanbiedingen aansluitend bij de actualiteit en de tijd van het jaar.

(Autosalon, Batibouw ...)

► Gedetailleerde beschrijving van de segmenten op aanvraag

* Na commerciële goedkeuring van IP onder voorbehoud van de representativiteit van het segment.

2. Retargeting & Remarketing solution

IP biedt u eveneens oplossingen inzake Retargeting (via website van de adverteerder) en Remarketing (via digitale campagne).

► Voorwaarde:

Onder voorbehoud van beschikbaarheid van de inventaris.

Verkoops- voorwaarden

1. Lengte-index voor direct sales

De klassieke reclametarieven worden gepubliceerd op basis van een spot met een lengte van 15 seconden. De reclame wordt gemeten in seconden en de tarieven worden aangepast volgens de volgende schaal:

Lengte	<15"	20"	25"	30"
Index	100%	115%	130%	140%

2. Bonussen in direct sales

2.1. Specific Bonus

2.1.1. Charity Bonus

Bent u een non-profitorganisatie en brengt u een boodschap die liefdadig van aard is en ijvert voor een goed doel?

U hebt recht op een speciale korting van **30 %**.

► **Voorwaarde:**

Het storyboard en de statuten van deze vzw moeten vooraf ter goedkeuring aan IP TV worden voorgelegd.

2.1.2. Institutional Bonus

Ontvang **15 %** korting op het tarief voor uw institutionele campagnes

2.1.3. Premium Request

Elke aanvraag met specifieke beperkte criteria voor de uitzending van een digitale campagne in RON (Run Of Network) zal met 20% verhoogd worden.

Voorbeelden:

- Beperkte tijdsblokken
- Uitsluiting van een formaat (Preroll, Mid roll)
- Uitsluiting van een platform (Web of mobile)
- Specifieke capping (1x/30 min ? 3x / 30min)
- Context targeting (News, entertainment, women, men, ...)
- Uitsluitend RTL PLAY

2.1.4. Aanbod longform

Profiteer van een omgeving waarin de zichtbaarheid van uw reclame optimaal is.

Communiceer uitsluitend op de longform sites van IP BELGIUM: RTL PLAY, MYTF1 en 6PLAY

De prijs van de campagne wordt verhoogd met **25 %**

3. Bijzondere Voorwaarden in direct sales

3.1. Gewone merkvermelding

Een gewone merkvermelding is een aanhaling zonder argumenten en zonder het product in een reële situatie voor te stellen.

► **Tarief**

- 1 vermelding : +15%
- 2 tot 4 vermelding : +20%

► **Voorwaarden**

- IP TV laat in eenzelfde video tot 4 gewone merkvermeldingen toe.
- Supermarktketens betalen geen supplement voor gewone merkvermeldingen.
- De aanwezigheid van het logo van één tot maximaal drie sociale netwerken of app.store leidt niet tot een supplement indien de vermelding niet groter is dan een tiende van het scherm en niet langer dan 20 % van de totale lengte van de video, met een maximum van 5 seconden.

3.2. Vermelding met argumenten

► **Tarief**

+20%

► **Voorwaarde**

IP TV laat in eenzelfde video slechts 1 vermelding met argumenten toe.

3.3. Co-branding

Een co-branding is de combinatie van 2 merken of producten van eenzelfde adverteerder of van 2 verschillende adverteerders, waarbij de lengte van de aanwezigheid van beide merken/producten in de video langer is dan 1/6 (16,6 %) van de totale lengte van de video.

IP TV beslist over het toekennen van de co-branding, op basis van een ontvangen storyboard en in het volgende kader:

- Voor de co-branding van 2 merken/producten van eenzelfde adverteerder: er wordt een toeslag van 20 % aangerekend voor een aanwezigheid van een van de 2 merken/producten die langer is dan 1/6 van de lengte van de video en max. 30 % van de totale lengte van de video. Indien de aanwezigheid langer is dan 30 % van de totale lengte van de video, bedraagt de toeslag 40 %.
- Voor de co-branding van 2 merken/producten van verschillende adverteerders: er wordt een toeslag van 30 % aangerekend voor een aanwezigheid van een van de 2 merken/producten die langer is dan 1/6 van de lengte van de video en max. 30 % van de totale lengte van de video. Indien de aanwezigheid langer is dan 30 % van de totale lengte van de video, bedraagt de toeslag 50 %.
- Indien de co-branding langer is dan 50 % van de totale lengte van de video, heeft IP TV het recht de toeslag te verhogen tot 100 % van de waarde van de video.