



TV GUIDE



TV Guide

Classical Advertising

1. SPOT Advertising	5
1.1. Real Time Spot 2.0	5
1.2. Reminder Météo	5
1.3. Reminder Programme	5
1.4. Countdown	5
1.5. Sector Offer	6
1.5.1. Automotive Offer	6
1.5.2. Building Offer	6
1.5.3. Kids Offer	7
1.5.4. Movie Offer	7
2. ADPACKS	8
2.1. Welcome ADPACK	8
2.2. Night ADPACK	8
2.3. Young ADPACK	8
2.4. HF ADPACK	9

Special Advertising

1. Non Spot Advertising	11
1.1. Sponsoring	11
1.2. In Program	11
1.2.1. Mirriad	11
1.2.2. Product Placement	11
1.2.3. Speakerine	11
1.2.4. Overlayer hyper contextualisé	11
1.3. Out Program	11
1.3.1. Brandstory	11
1.3.2. Short program	11
1.3.3. Bumper	11
1.3.4. Combi-trailer	11
1.3.5. Day-dicace	11
1.3.6. Concours	12
1.4. Sector Offer	12
1.4.1. Movie Offer	12
2. ADPACKS	13
2.1. Billboard ADPACK	13
2.2. Billboard ADPACK +	13

2.3. Billboard ADPACK ++	.13
2.4. Guaranteed Billboard ADPACK	.14

Conditions de vente

1. Indice de durée	.16
2. Les conditions	.16
2.1. Multiset conditions	.17
2.1.1. Welcome	.17
2.1.2. Welcome Back	.18
2.2. Specific conditions	.18
2.2.1. Non commercial	.18
2.2.2. Institutional	.18
2.2.3. Charity	.19
2.2.4. Welcome to The South	.19
3. Conditions particulières	.20
3.1. Citation de marque(s) ou de produit(s)	.20
3.2. Citation de marque simple	.20
3.3. Citation argumentée	.20
3.4. Citation promotionnelle	.21
3.5. Co-branding	.21
3.6. Spot + packshot ou tag on	.21
3.7. Exclusivité sectorielle	.22
3.8. Duo-spot	.22
3.9. Emplacement préférentiel	.22

Classical Advertising

À la recherche des meilleurs écrans publicitaires pour vos spots classiques ?
Découvrez nos offres Classical Ads !

1. SPOT Advertising

1.1. Real Time Spot 2.0

Le Real Time Spot permet d'enrichir et de personnaliser les campagnes publicitaires TV dans un très court délai proche de la diffusion.

En effet, il est possible de modifier un texte du spot TV et sa mise en forme dans les quelques minutes qui précèdent sa mise à l'antenne. **Il est également possible d'insérer une image.** Cette technique demande néanmoins une préparation en amont (prévoir 7 jours ouvrables minimum pour la mise à l'antenne).

Une belle manière pour les annonceurs d'être au plus proche du contenu de diffusion. Contactez votre commercial IP pour plus d'informations.

► **Tarif**

À la demande

► **Offre spéciale :**

Pour les clients dont la SOI est de minimum 70%

1.2. Reminder Météo

Le Reminder Météo est un écran court, diffusé deux fois par jour sur RTL TVI en split screen, qui annonce les prévisions de la météo internationale.

Cet emplacement préférentiel, permet à un ou deux annonceurs d'être présents avec un spot classique en splitscreen.

Diffusion :

Le Reminder Météo est diffusé du lundi au dimanche vers 12h30 et 22h30 (sauf le dimanche vers 11h15).

► **Tarif**

Cet emplacement préférentiel est tarifé avec une majoration de 15%.

1.3. Reminder Programme

Le Reminder Programme est un écran court dédié à l'annonce de la programmation de la soirée. Il est programmé plusieurs fois par jour en split screen sur RTL TVI.

Diffusion :

Le Reminder Programme est diffusé du lundi au vendredi vers 14h00, 15h30 et 20h20, le samedi vers 13h40 et 17h40 et le dimanche vers 15h40.

► **Tarif**

Cet emplacement préférentiel est tarifé avec une majoration de 15%.

1.4. Countdown

Le countdown Soirée est un écran court d'une minute maximum, accompagné d'une barre de décompte qui annonce le lancement de la soirée sur RTL TVI.

Cet emplacement préférentiel est diffusé toutes les soirées événements* vers 20h25.

*Grandes Premières du jeudi et séries événements

► **Tarif**

Cet emplacement préférentiel est tarifé avec une majoration de 15%.

1.5. Sector Offer

1.5.1. Automotive Offer

De l'espace complémentaire gratuit pour faire démarrer vos événements sur les chapeaux de roue !

Portes ouvertes

Lancez une campagne « Portes ouvertes » et bénéficiez d'un espace complémentaire gratuit sous la forme d'un tag on.

► **Conditions**

- On entend par « Portes ouvertes » toute action impliquant l'organisation d'un événement particulier dans les points de vente avec journées et horaires d'ouverture exceptionnels.
- Ce tag on fait uniquement référence aux journées « Portes ouvertes ».
- Ce tag on a une durée maximale de 20% de la durée du spot hors tag on, avec un maximum de 5 secondes.
- Le story-board doit obligatoirement être soumis à IP Belgium pour accord préalable.
- Cette offre n'est pas cumulable avec le Welcome Bonus.

Salon de l'Auto

Annonces des secteurs auto, moto et cycle, signalez votre présence au salon « European Motor Show Brussels » et recevez de l'espace supplémentaire gratuit sous la forme d'un tag on, sur RTL TVI, Club RTL et Plug RTL.

► **Conditions**

- Le bonus est accordé en cas d'investissement minimum net payant de 25.000€.
- Le tag on fait uniquement référence au salon et indique la localisation de la marque au sein du salon.
- Ce tag on a une durée maximale de 20% de la durée du spot hors tag on, avec un maximum de 5 secondes.
- Le story-board du spot doit obligatoirement être soumis à IP Belgium pour accord préalable.
- Cette offre s'adresse exclusivement aux constructeurs et importateurs des secteurs automobile, moto et cycle et ce, uniquement pour les catégories et modèles exposés au salon, ainsi qu'aux producteurs d'accessoires et équipements liés à ces secteurs.
- IP Belgium est seule habilitée à déterminer les annonceurs du secteur.

1.5.2. Building Offer

Du 1er février au 31 mars et du 15 octobre au 30 novembre, profitez de tarifs en béton pour le secteur de la construction.

- 40% sur le tarif national si vous achetez votre campagne à la carte pour une durée maximum de 20 jours consécutifs
- 50% sur le tarif national si vous achetez votre campagne en package floating (vous choisissez les dates et fixez les périodes de diffusion) pour une durée maximum de 20 jours consécutifs
- 30% sur le tarif national si la campagne dure plus de 20 jours

► **Conditions**

- La Building Offer est exclusive de toute autre condition. Cependant, les investissements consentis dans le cadre de cette offre sont pris en compte dans le calcul de la Volume Bonus.
- Cette offre s'adresse exclusivement aux annonceurs du secteur de la construction.

- IP Belgium est seul habilité à déterminer les annonceurs du secteur.

1.5.3. Kids Offer

Pour le secteur des jeux et jouets, recevez 30% d'espace complémentaire gratuit, dans les programmes dédiés aux enfants sur Club RTL. (Dessins animés et films pour enfants)

► Conditions

- L'espace gratuit est planifié par IP Belgium.
- Ces campagnes ne sont pas soumises au principe de l'exclusivité sectorielle. IP Belgium est seul habilité à déterminer les annonceurs du secteur.

1.5.4. Movie Offer

Annoncez la sortie d'un film dans les salles de cinéma et bénéficiez d'un abattement de 30% sur le tarif national.

► Condition

Ce dégressif ne s'applique pas pour les campagnes de vente de DVD ou de tout support assimilé.

2. ADPACKS

Grâce aux ADPACKS, IP Belgium facilite vos achats télé avec des offres pré-formatées qui répondront à vos différents objectifs de communication.

2.1. Welcome ADPACK

Vous faites (ou refaites) vos premiers pas chez IP en télévision ? Choisissez un nombre de GRP sur votre cible et nous gèrerons le planning et veillerons à vous fournir une campagne de qualité, le tout pour un budget fixe. Le tarif institutionnel présente un abattement de 20% par rapport au tarif national.

Cible : PRA 18-54 – HO 18-54 – FE 18-54 – T 25-54 – T 18-34

Nombre de GRP : Au choix avec un maximum de 120 GRP / semaine

Contexte : RTL TVI, Club RTL, Plug RTL (minimum 65% de GRP délivrés sur RTL TVI)

Digital : ce package comprend 5% de présence online (inread) sur les plateformes de RTL.be

► Conditions

- N'avoir jamais annoncé en télé, ou ne plus avoir annoncé depuis au moins 5 ans.
- Offre achetable sur la première année de présence.
- Ne pas acheter de campagne à la carte.
- Planification par IP Belgium
- Exclusives de toutes autres conditions.
- En fonction de la disponibilité du planning.
- Valable pour une SOI de min 65%

2.2. Night ADPACK

> Light Moon : 35 spots par semaine

Diffusion sur RTL TVI pendant les heures de programmation nocturne du lundi au dimanche (avant la première rediffusion du RTL info 19h jusqu'au relais matinal de Bel RTL).

Ces packages sont des offres :

- préformatées,
- non scindables,
- comportant la diffusion d'un matériel publicitaire unique,
- planifiées par IP Belgium,
- ne bénéficiant pas d'une exclusivité sectorielle,
- exclusives de toute autre condition.

Le tarif institutionnel présente un abattement de 15% par rapport au tarif national.

2.3. Young ADPACK

Nous vous garantissons entre 10 et 30 GRP maximum/semaine sur Plug RTL entre 17h et 23h sur la cible Total 15-34.

► Conditions

- Campagnes planifiées par IP Belgium.
- Sous réserve de disponibilité du planning.

- Pas d'exclusivité sectorielle.
- 30 GRP max. avec +/- 5% par semaine.

2.4. HF ADPACK

Vous souhaitez communiquer en télé avec un format court et le sponsoring n'est pas une option car vous souhaitez argumenter votre message ? Nous avons développé un package High Frequency expressément pour cela avec des formats courts de 5,7 ou 10 secondes maximum.

Cible : PRA 18-54

Nombre de GRP : 120 GRP / semaine

Contexte : RTL TVI, Club RTL, Plug RTL (minimum 80% de GRP délivrés sur RTL TVI, avec 50% en Peak Time)

Digital : ce package comprend 5% de présence online (inread) sur les plateformes de RTL.be

► Conditions

- Ce package comprend un avantage de -40% sur le tarif national, exclusif de tout autres conditions
- En fonction de la disponibilité du planning : 2 par semaine max !
- Respect de la clé de répartition des GRP par chaîne.
- Planification IP Belgium.
- L'emplacement préférentielle est tarifé à +10% au lieu de +20%

Special Advertising

Le département Creative Lab se tient à votre disposition pour toute campagne sortant du cadre de la publicité classique.

1. Non Spot Advertising

1.1. Sponsoring

IP vous propose une multitude de possibilités créatives et déformatées qui mettront en valeur votre marque.

Les présences sponsoring se réservent sous forme d'option. Ces options restent valables 3 semaines et sont non reconductibles.

Un annonceur qui a acheté un sponsoring a un droit de priorité sur ce même sponsoring l'année qui suit. Nous lui offrons une semaine pour profiter de cette priorité.

1.2. In Program

1.2.1. Mirriad

IP vous donne la possibilité de faire l'intégration de votre marque dans de nombreuses émissions mais aussi dans certaines séries** en post-production. Grâce à la technologie Mirriad, de nombreuses possibilités de product placement vous sont offertes.

1.2.2. Product Placement

Votre produit s'intègre de manière active ou passive en amont d'une production RTL, une manière qualitative et créative de mettre en avant votre marque dans l'univers du programme. (Liste des programmes sur demande.)

1.2.3. Speakerine

Une des speakerines stars de RTL TVI intègre votre marque lors de l'annonce des programmes à suivre.

1.2.4. Overlayer hyper contextualisé

Ce format intègre votre marque au cœur des programmes d'une manière très impactante. Cette présence sous forme d'un bandeau vous donne aussi la possibilité de faire de l'interaction..

1.3. Out Program

1.3.1. Brandstory

Ce message publicitaire est présenté sous la forme d'un reportage ou info rédactionnelle. Il fournit au consommateur des informations plus détaillées que dans les messages classiques.

1.3.2. Short program

Une séquence de démonstration est intégrée dans un programme de RTL.

1.3.3. Bumper

Intégrez les jingles d'ouverture d'écran publicitaire grâce à une animation visuelle.

1.3.4. Combi-trailer

Intégrez les trailers d'annonce des programmes de la soirée grâce à une animation visuelle.

1.3.5. Day-dicace

Marquez un événement particulier en collaboration avec RTL : la Saint-Valentin, la fête des mères, la nouvelle année...

1.3.6. Concours

Organisez un concours à destination des téléspectateurs de RTL.

1.4. Sector Offer

1.4.1. Movie Offer

Annoncez la sortie d'un film dans les salles de cinéma et bénéficiez d'un abattement de 15%.

► Conditions

Ne s'appliquent pas :

- Sur les offres ADPACKS.
- Les opérations plus déformatées proposées par le Creative Lab.
- Pour les campagnes de vente de DVD ou de tout support assimilé.

2. ADPACKS

2.1. Billboard ADPACK

Pack de 80 billboards sur RTL TVI, Club RTL, Plug RTL : (possibilité d'adapter le nombre total de billboards)

60 % des billboards sur RTL TVI: 16 peak et 32 off peak

20 % des billboards sur Club RTL: 13 peak et 3 off peak

20 % des billboards sur Plug RTL: 13 peak et 3 off peak

Full floating, full programs: fictions, magazines et émissions*

*Hors programme premium

Digital : ce package comprend 5% de présence online en preroll sur RTL Play ou sur les plateformes d'RTL.be, sous réserve de disponibilité.

► Tarif

Les éventuels frais de production TV feront l'objet d'une facturation à l'agence média.

2.2. Billboard ADPACK +

Même dispositif que le Billboard ADPACK avec la possibilité de rajouter un critère de planning.

Choix d'un seul mark-up** : répartition chaine OU répartition peak/off peak OU type de contexte. Possibilité d'adapter le nombre total de billboards.

Max 75% RTL TVI ou Max 30% Peak RTL TVI.

** Sous réserve de la faisabilité de la demande.

Digital : ce package comprend 5% de présence online en preroll sur RTL Play ou sur les plateformes d'RTL.be, sous réserve de disponibilité.

► Tarif

+ 10% vs Billboard ADPACK

Les éventuels frais de production TV feront l'objet d'une facturation à l'agence média.

2.3. Billboard ADPACK ++

Même Dispositif que le Billboard ADPACK avec la possibilité de rajouter deux critères de planning.

Choix de deux mark-up** : répartition chaine ET/OU répartition peak/off peak ET/OU type de contexte. Possibilité d'adapter le nombre total de billboards.

Max 75% RTL TVI ou Max 30% Peak RTL TVI.

** Sous réserve de la faisabilité de la demande.

Digital : ce package comprend 5% de présence online en preroll sur RTL Play ou sur les plateformes d'RTL.be, sous réserve de disponibilité.

► Tarif

+ 15% vs Billboard ADPACK

Les éventuels frais de production TV feront l'objet d'une facturation à l'agence média.

2.4. Guaranteed Billboard ADPACK

Grâce au Guaranteed Billboard ADPACK, l'annonceur choisi le nombre de GRP (max 120 GRP/semaine), la période pendant laquelle il souhaite communiquer (maximum 4 semaines) et l'une des 3 cibles (PRA 18-54, H 18-54, T. 15-54).

Nous lui garantissons la pression GRP nécessaire en Billboard pour lui permettre de soutenir ses campagnes selon sa stratégie définie.

Les Billboards sont planifiés par IP Belgium autour des séries, films, divertissements,... sur les trois chaînes (RTL TVI, Club RTL et Plug RTL).

Les GRP sont garantis sur un maximum de 4 semaines et un maximum 120 GRP/semaine. Le dispositif est sous réserve des disponibilités du planning.

Digital : ce package comprend 5% de présence online en preroll sur RTL Play ou sur les plateformes d'RTL.be, sous réserve de disponibilité.

► Tarif

Les éventuels frais de production TV feront l'objet d'une facturation à l'agence média.

Conditions de vente

1. Indice de durée

Les tarifs publicitaires classiques sont publiés sur base d'un spot d'une durée de 30 secondes. Les présences publicitaires sont mesurées en secondes et les tarifs sont à indexer selon l'échelle suivante :

Durée	5"	7"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
Indice	35%	40%	50%	70%	85%	95%	100%	115%	135%	150%	165%	185%	200%

2. Les conditions

Comment puis-je recevoir un dégressif ?

- En correspondant à la définition de l'entité annonceur* telle que définie par IP Belgium
- En signant une lettre d'intention**
- Pour un montant minimal de 10 000€

Quand vais-je recevoir ce dégressif ?

- Vous recevez le bonus, à partir du mois de la signature de la lettre d'intention, si celle-ci intervient avant le 15 du mois en question. Si la signature se fait après cette date, les conditions seront appliquées à partir du mois suivant.
- Un annonceur qui s'engage annuellement profite d'une période flottante de trois mois lorsqu'il est présent en janvier et de deux mois, à dater du 1er jour du mois de sa campagne.
- Au terme de ces deux mois, si la lettre d'intention n'est pas signée, plus aucune condition ne sera appliquée sur les campagnes et les conditions éventuellement perçues seront refacturées.
- Les conditions définitives de l'annonceur pourront être récupérées si la lettre d'intention est signée avant le terme de ces deux mois.
- Toute condition non consommée pendant l'année en cours, est non récupérable sur les années suivantes.

Et si je n'atteins pas les niveaux d'investissements convenus au terme du contrat ?

Si un annonceur ne respecte pas son engagement, nous facturons une partie du crédit d'espace déjà consommé et une partie du montant qui restait à diffuser sera facturé.

< 10%	5% du crédit d'espace consommé et 5% du montant annulé seront facturés
10-20%	15% du crédit d'espace consommé et 10% du montant annulé seront facturés
20-50%	30% du crédit d'espace consommé et 15% du montant annulé seront facturés
>50%	50% du crédit d'espace consommé et 15% du montant annulé seront facturés

* Selon les règles commerciales en vigueur chez IP Belgium, pour considérer un annonceur comme partie intégrante à un groupe, cet annonceur doit répondre aux exigences minimum suivantes :

- être une filiale détenue à 100 % par ce groupe
- comporter un centre de décision commun
- être représenté par un coordinateur média commun
- être représenté par une agence média commune
- opérer une centralisation de l'administration et de la facturation via une structure commune (n° de TVA et adresse de facturation)
- comporter la responsabilité finale de l'annonceur quant à la production et commercialisation de ses produits et services

**Tout ordre ou lettre d'intention souscrit ou accepté par l'agence media est strictement confidentiel, personnel et ne peut être cédé, même partiellement, à un tiers quelconque à l'exception de l'annonceur, de l'agent ou le commissionnaire agissant en son nom, mais pour le compte de l'annonceur. Le cas échéant, l'agence media se porte garant du respect de la présente obligation de confidentialité par les agentes ou commissionnaires qu'il mandaterait. Tout manquement peut entraîner l'annulation des conditions établies ainsi que la refacturation des conditions indûment perçues sur les bons de commande. En cas de changement d'agence media pour un annonceur, la nouvelle agence media devra demander à l'annonceur de nous adresser un écrit pour qu'une offre puisse lui être envoyée

Et si je ne respecte pas les termes convenus au contrat (SOI)?

Pourcentage d'écart stipulé dans la LOI	Pourcentage de conditions offertes refacturées
< 10%	15%
10-15%	25%
16-20%	30%

Pourcentage d'écart stipulé dans la LOI	Pourcentage de conditions offertes refacturées
21-25%	35%
26-30%	40%
> 31 %	50%

Restriction

Conditions applicable uniquement sur l'espace classique.

Les « Sector offer », « Specific condition » et/ou « ADPACKS » ne sont pas cumulables entre eux, ni avec des conditions octroyées sur LOI.

2.1. Multiset conditions

2.1.1. Welcome

C Classical Advertising National

Si vous n'avez jamais diffusé de campagne sur nos chaînes.

Si vous n'avez plus diffusé de campagne depuis au moins 5 ans.

Pour le premier produit actif durant les deux premières années de présence à condition que l'investissement en année 2 soit au moins identique à celui de l'année 1

Chaîne RTL TVI et/ou Club RTL et/ou Plug RTL		
Budget net	Dégressif Année 1	Dégressif Année 2
de 10 000 à 60 000 €	-15%	-10%
+ de 60 000 €	-20%	-15%

► Conditions

- Ces conditions sont uniquement accordées pour des campagnes publicitaires réalisées sur nos chaînes.
- Ces conditions ne sont pas applicables en cas de changement de dénomination sociale ou dans le cas du rachat d'une marque existante.
- Valable pour une SOI de min 65%

S Special Advertising

Si vous n'avez jamais diffusé de campagne Special ads.

Si vous n'avez plus diffusé de campagne Special ads depuis au moins 5 ans sur RTL TVI, Club RTL ou Plug RTL

Recevez un **abattement de 15%** valable sur votre première campagne Special ads.

► Conditions

- Cet abattement concerne uniquement les offres Special ads classiques hors frais de production.
- Cet abattement n'est pas applicable en cas de changement de dénomination sociale ou dans le cas du rachat d'une marque existante.

2.1.2. Welcome Back

C Classical Advertising

Si vous n'avez plus diffusé de campagne depuis au moins 2 ans.

Pour la première campagne active durant la première année de présence.

Chaîne RTL TVI et/ou Club RTL et/ou Plug RTL	
Budget	Dégressif Année 1
de 10 000 à 60 000 €	-7.5%
+ de 60 000 €	-10%

► Conditions

- Ces conditions sont uniquement accordées pour des campagnes publicitaires réalisées sur nos chaînes.
- Ces conditions ne sont pas applicables en cas de changement de dénomination sociale ou dans le cas du rachat d'une marque existante.
- Valable pour une SOI de min 65%

S Special Advertising

Si vous n'avez plus diffusé de campagne Special ads depuis au moins 2 ans sur RTL TVI, Club RTL ou Plug RTL Recevez un **abattement de 7,5%** valable sur votre première campagne Special ads.

► Conditions

- Cet abattement concerne uniquement les offres Special ads classiques hors frais de production.
- Cet abattement n'est pas applicable en cas de changement de dénomination sociale ou dans le cas du rachat d'une marque existante.

2.2. Specific conditions

2.2.1. Non commercial

Bénéficiez d'un abattement de 30% sur le tarif national pour vos campagnes de publicité non commerciale !

Une campagne non commerciale est une campagne qui sert l'intérêt général et qui est menée par tout organisme non-commercial placé sous la tutelle ou le contrôle des pouvoirs publics, toute organisation ou association professionnelle et toute association internationale de droit public.

► Conditions

- Les messages ne peuvent comporter un contenu commercial, ni pousser l'auditeur à l'achat, ni comporter aucune citation de marque.
- Ce type de campagne est soumis à l'accord préalable d'IP Belgium.
- Aucun dégressif n'est d'application sur les actions créalab et les Adpacks.
- Le total des abattements appliqués sur une campagne est limité à 50% de la valeur brute de la campagne.

2.2.2. Institutional

C Classical Advertising

Bénéficiez d'un abattement de 30% sur le tarif national pour vos campagnes de publicité institutionnelle !

La publicité institutionnelle a pour but de servir **l'intérêt général**. Les produits ou les services sont présentés sous une dénomination générique, sans **aucune indication de marque commerciale**.

IP Belgium reste seule habilitée à déterminer les conditions d'accès à cette offre (qualité de l'annonceur et contenu du message).

► **Conditions**

Ne s'appliquent pas :

- Sur les offres Adpacks.
- Les opérations plus déformatées proposées par le Creative Lab.

S Special Advertising

Bénéficiez d'un abattement de 15% sur le tarif Special ads pour vos campagnes institutionnelles.

2.2.3. Charity

Association sans but lucratif, votre message est à vocation caritative et défend les grandes causes humanitaires. Bénéficiez d'un abattement spécial de 50%.

► **Condition**

Le story board et les statuts de cette A.S.B.L. doivent obligatoirement être soumis à IP Belgium pour accord préalable.

2.2.4. Welcome to The South

Vous souhaitez relancer un produit sur le Sud du pays, **profitez d'un abattement supplémentaire de 15% pour les produits absents pendant 3 ans dans le sud.**

3. Conditions particulières

3.1. Citation de marque(s) ou de produit(s)

Une citation de marque ou de produit est :

- soit la citation d'une autre marque (d'un même annonceur ou d'un annonceur différent)
- soit la citation d'un autre produit de la même marque

► Conditions

- La taille d'une citation de marque est limitée à 1/5^{ème} de l'écran et sa durée totale ne dépasse pas 20% de la durée du spot avec un maximum de 5 secondes.
- Au-delà de 5 secondes, une citation de marque est considérée comme du co-branding et est tarifée en conséquence.
- Une citation de marque peut être de plusieurs natures et est soumise à des conditions tarifaires différentes.
- Une citation de marque est valorisée par rapport au tarif de base.
- Pas d'exclusivité sectorielle.

3.2. Citation de marque simple

Une citation de marque simple est une citation non argumentée et sans mise en situation.

► Tarif

- 1 citation : +15%
- 2 à 4 citations : +20%

► Conditions

- IP Belgium autorise jusqu'à 4 citations de marque simples dans un même spot.
- Pour le secteur de la grande distribution, aucun supplément n'est comptabilisé en cas de citations de marque simples.
- La présence du logo d'un à maximum 3 réseaux sociaux ou app.Store ne fait pas l'objet d'une majoration si la citation ne dépasse pas 1/10 de l'image et ne dépasse pas 20% de la durée totale du spot, avec une durée maximum de 5 secondes.

3.3. Citation argumentée

► Tarif

+20%

► Condition

IP Belgium autorise une seule citation argumentée dans un même spot.

3.4. Citation promotionnelle

► Conditions

- S'il n'y a pas d'argumentation ni de mise en situation du produit offert dans le cadre de cette promotion, aucun supplément n'est comptabilisé.
- S'il y a argumentation ou mise en situation, la citation est considérée comme une citation argumentée, voire comme un co-branding.
- S'il s'agit d'un autre type de promotion, les conditions tarifaires des citations de marques sont d'application.

3.5. Co-branding

Un co branding est l'association de 2 marques ou produits d'un même annonceur ou de deux annonceurs différents, dont la durée de la présence d'une des deux marques/produits dans le spot est supérieure à 1/6 (16.6%) de la longueur totale de celui-ci.

La décision de la valorisation du co branding est la compétence de IP TV, sur base d'un storyboard reçu et dans le cadre suivant :

- Pour le co branding de 2 marques/produits **d'un même annonceur** : une majoration de 20% sera comptée pour une présence d'une des 2 marques supérieure à 20% de la longueur du spot et max 30% de la longueur totale du spot. Si la présence est supérieure à 30% de la longueur totale du spot, la majoration est de 40%.
- Pour le co branding de 2 marques/produits **d'annonceurs différents** : une majoration de 30% sera comptée pour une présence d'une des 2 marques supérieure à 20% de la longueur du spot et max 30% de la longueur totale du spot. Si la présence est supérieure à 30% de la longueur totale du spot, la majoration est de 50%
- Si le co branding s'étend à plus de 50% de la longueur total du spot, IP Belgium se réserve le droit d'augmenter la majoration jusqu'à 100% de la valeur du spot.

3.6. Spot + packshot ou tag on

► Tarif

- Packshot présentant une autre variété du même produit sans argumentation : pas de supplément.
- Packshot présentant un autre produit de la même marque sans argumentaire : pas de supplément.
- Packshot présentant un autre produit de la même marque avec argumentaire : + 15%.
- Packshot présentant plusieurs autres produits de la même marque sans argumentaire : pas de supplément.
- Packshot présentant plusieurs autres produits de la même marque avec argumentaire : + 20% pour maximum 4 produits.
- Packshot présentant une autre marque : application des conditions tarifaires des citations de marques.
- Tout packshot de plus de 5 secondes est considéré comme un co-branding et tarifé comme tel.

► Condition

La durée totale du packshot est toujours limitée à 20% de la durée du spot avec un maximum de 5 secondes.

3.7. Exclusivité sectorielle

► **Condition**

L'exclusivité sectorielle est d'application par écran au sein d'une même catégorie de produit.

La référence IP Belgium pour la définition de l'exclusivité sectorielle par catégorie de produit s'inspire de la catégorisation MDB mais présente certains aménagements spécifiques.

Exceptions :

Dans le cadre de l'offre Night Shots, l'exclusivité sectorielle n'est pas d'application.

Pour le secteur automobile, l'exclusivité sectorielle est limitée aux segments tels que définis par la Febiac. Pour le secteur des jeux vidéo ainsi que le secteur betting & gaming, l'exclusivité sectorielle n'est pas d'application.

Dans le cadre des conditions particulières (citations de marques et packshot), l'exclusivité sectorielle n'est pas d'application.

► **Tarif**

+ 15% si un annonceur souhaite écarter de l'écran publicitaire une catégorie de produit différente de celle dont il relève, par catégorie d'exclusion et sous réserve d'acceptation par IP Belgium.

Remarque :

Les jingles sponsorisés ne sont pas pris en compte dans le cadre de l'exclusivité sectorielle in-écran.

Il n'y a pas d'exclusivité dans le cadre de la diffusion d'un «Real Time Spot» dans l'écran.

En ce qui concerne les formats spéciaux :

Une exclusivité sectorielle sera d'application pour le parrainage (billboarding), ainsi que pour toute autre forme d'intégration (product placement, overlayer,...) dans le cadre d'un même programme.

3.8. Duo-spot

Il s'agit d'une même communication pour un produit unique, déclinée en 2 parties (avec teaser ou recall). Des produits différents de même marque ne sont pas considérés comme duo-spot.

► **Tarif**

Les indices de durée des 2 spots sont additionnés.

► **Condition**

Le story-board doit obligatoirement être soumis à IP Belgium pour accord préalable.

3.9. Emplacement préférentiel

Il s'agit d'une position particulière dans un écran.

► **Tarif**

- Première, deuxième, avant-dernière et dernière position : +20%.
- Autre position dans l'écran ou autre contrainte d'emplacement : +10%.