



TV GUIDE



TV Guide

Classical Advertising

1. SPOT Advertising	5
1.1. Real Time Spot 2.0	5
1.2. Weerbericht Reminder	5
1.3. Programma Reminder	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	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	12
1.3.6. Wedstrijd	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

Verkoopsvoorwaarden

1. Lengte index	.16
2. Bonus	.16
2.1. Multiset kortingen	.17
2.1.1. Welcome	.17
2.1.2. Welcome Back	.17
2.2. Specific Kortingen	.18
2.2.1. Niet-Commercieel	.18
2.2.2. Institutional	.19
2.2.3. Charity	.19
2.2.4. Welcome to The South	.19
3. Bijzondere Voorwaarden	.19
3.1. Merk- of productvermelding(en)	.19
3.2. Gewone merkvermelding	.20
3.3. Vermelding met argumenten	.20
3.4. Promotionele vermelding	.20
3.5. Co-branding	.20
3.6. Spot + packshot of tag on	.21
3.7. Sectorexclusiviteit	.21
3.8. Duo-spot	.22
3.9. Voorkeurplaats	.22

Classical Advertising

Op zoek naar de beste reclameblokken
voor uw klassieke spots?
Ontdek ons Classical ads-aanbod!

1. SPOT Advertising

1.1. Real Time Spot 2.0

Met de Real Time spot kunt u tot zeer kort voor het moment van de uitzending tv-reclame boeiender maken en personaliseren.

Het is voortaan immers mogelijk om de tekst en de vorm van een tv-spot nog te wijzigen in de minuten die aan de uitzending voorafgaan. **Het is ook mogelijk om een beeld in te voegen.**

Deze techniek vergt echter een zekere voorbereiding (voorzie minstens 7 dagen voor uitzending).

Voor adverteerders is dit een schitterende manier om de inhoud van hun boodschap tot op het laatste moment aan te passen.

Vraag uw contactpersoon bij IP om meer inlichtingen.

► Tarieven

Speciale aanbieding: voor klanten waarvan de SOI minstens 70 % bedraagt.

1.2. Weerbericht Reminder

De Weerbericht Reminder is een kort blok, dat twee keer per dag op RTL TVI in split screen wordt uitgezonden en het internationale weerbericht aankondigt.

Deze voorkeurplaats, waarbij een of twee adverteerders aanwezig kunnen zijn met een klassieke spot in split screen.

Uitzending:

De Weerbericht Reminder wordt uitgezonden van maandag tot en met zondag rond 12u30 en 22u30 (op zondag om 11u15).

► Tarieven

Voor deze voorkeurplaats wordt een verhoging van 15 % aangerekend.

1.3. Programma Reminder

De Programma Reminder is een kort blok waarin het avondprogramma van die dag wordt aangekondigd. Het wordt verschillende keren per dag in split screen geprogrammeerd op RTL TVI.

Uitzending :

De Programma Reminder wordt uitgezonden van maandag tot en met vrijdag rond 14u00, 15u30 en 20u20, op zaterdag rond 13u40 en 17u40 en op zondag rond 15u40.

► Tarieven

Voor deze voorkeurplaats wordt een verhoging van 15 % aangerekend.

1.4. Countdown

De Countdown Avond is een kort reclameblok van hooguit één minuut. Tijdens dat blok loopt er ook een teller die terugtelt en die op RTL TVI de start van de avond aankondigt.

Dit voorkeurblok wordt op evenementavonden* rond 20u25 uitgezonden.

*Grote Premières op donderdag en belangrijke series

► **Tarieven**

Voor deze voorkeurplaats wordt een verhoging van 15 % aangerekend.

1.5. Sector Offer

1.5.1. Automotive Offer

Gratis bijkomende ruimte zodat al uw evenementen op wielmpjes lopen!

Opendeurdagen

Lanceer een opendeurdag-campagne en u hebt recht op gratis bijkomende ruimte in de vorm van een tag on.

► **Voorwaarden**

- Onder opendeurdagen verstaan we elke actie waarbij in de verkooppunten een speciaal evenement met afwijkende openingsdagen en openingsuren wordt georganiseerd.
- Deze tag on verwijst uitsluitend naar de opendeurdagen.
- De maximale duur van deze tag on bedraagt 20 % van de spotlengte zonder tag on, met een maximale lengte van 5 seconden.
- Het storyboard moet vooraf ter goedkeuring aan IP Belgium worden voorgelegd.
- Deze aanbieding is niet cumuleerbaar met de Welcome Bonus.

Autosalon

Bent u als adverteerder actief in de auto-, motor- en rijwielsector? Signaleer dan uw aanwezigheid op de «European Motor Show Brussels» en ontvang gratis bijkomende ruimte in de vorm van een tag on, op RTL TVI, Club RTL en Plug RTL.

► **Voorwaarden**

- De bonus wordt toegekend bij een betalende netto-investering van minstens € 25 000.
- De tag on verwijst uitsluitend naar het salon en vertelt waar het merk op het salon te vinden is.
- De maximale duur van deze tag on bedraagt 20 % van de spotlengte zonder tag on, met een maximale lengte van 5 seconden.
- Het storyboard moet vooraf ter goedkeuring aan IP Belgium worden voorgelegd.
- Deze aanbieding is uitsluitend bedoeld voor de constructeurs en invoerders uit de auto-, motor- en rijwielsector, en enkel voor de categorieën en modellen die op het Salon tentoongesteld zijn, evenals de fabrikanten van accessoires en toebehoren die verband houden met deze sectoren.
- IP Belgium is als enige gemachtigd om de adverteerders binnen de sector te bepalen.

1.5.2. Building Offer

Van 1 februari tot 31 maart en van 15 oktober tot 30 november heeft de bouwsector recht op ijzersterke tarieven.

- 40 % op het nationale tarief bij aankoop van een campagne à la carte voor een maximale duur van 20 opeenvolgende dagen
- 50 % op het nationale tarief bij aankoop van een campagne in floating package (in dat geval kiest u de data en bepaalt u de uitzendperiodes) voor een maximale duur van 20 opeenvolgende dagen
- 30 %

► **Voorwaarden**

- Het Building Offer is onverenigbaar met andere voorwaarden. De investeringen in het kader van dit aanbod tellen echter wel mee voor de berekening van de Volume.
- Deze aanbieding is uitsluitend voorbehouden voor adverteerders uit de bouwsector.
- IP Belgium is als enige gemachtigd om de adverteerders binnen de sector te bepalen.

1.5.3. Kids Offer

Bent u een adverteerder uit de sector speelgoed-spelletjes? Dan ontvangt u 40 % gratis bijkomende ruimte tijdens kinderprogramma's op Club RTL.

► Voorwaarden

- De gratis reclameruimte wordt gepland door IP Belgium.
- Deze campagnes zijn niet onderworpen aan het principe van de sectorexclusiviteit

1.5.4. Movie Offer

Kondig de release van een film in de bioscoop aan en u hebt recht op een korting van 30 % op het nationale tarief.

► Voorwaarde

Deze bonus geldt niet voor campagnes rond de verkoop van dvd's of om het even welke andere drager.

2. ADPACKS

Dankzij de packs vergemakkelijkt IP Belgium uw tv-aankopen met gepreformatteerde aanbiedingen.

2.1. Welcome ADPACK

Koopt u voor het eerst ruimte op televisie of is het lang geleden? Opteer dan voor een vast aantal GRP op uw doelgroep. IP Belgium beheert de planning en garandeert u voor een vast budget een campagne van hoge kwaliteit. Het institutionele tarief houdt in vergelijking met het nationale tarief een korting van 20 % in.

Doelgroep: VVA 18-54 – M 18-54 – V 18-54 – T 25-54 – T 18-34

Aantal GRP: Ter keuze met een maximum 120 VVA / week

Context: RTL TVI, Club RTL, Plug RTL (minimum 65 % van de GRP op RTL TVI)

Digital: deze package omvat 5 % online aanwezigheid (inread) op de platformen van RTL.be

► Voorwaarden

- u hebt nooit via de televisie geadverteerd of niet meer sinds minstens 5 jaar
- aanbod te koop tijdens het eerste jaar aanwezigheid
- u koopt geen campagnes 'à la carte'
- planning door IP Belgium
- onverenigbaar met andere voorwaarden
- volgens beschikbaarheid in de planning
- Geldig voor een SOI van min 65%

2.2. Night ADPACK

> Light Moon: 35 spots per week

Uitzending van de spots:

Uitzending op RTL TVI tijdens de nachtprogramma's van maandag tot en met zondag (van voor de eerste heruitzending van het Journaal van 19u tot aan het ochtendblok op Bel RTL).

Deze packages:

- zijn gepreformateerd,
- kunnen niet opgesplitst worden,
- hebben betrekking op de uitzending van eenvormig reclamemateriaal,
- worden gepland door IP Belgium,
- kunnen geen aanspraak maken op sectorexclusiviteit,
- zijn onverenigbaar met andere voorwaarden.

Het institutionele tarief houdt in vergelijking met het nationale tarief een korting van 15 % in.

2.3. Young ADPACK

We garanderen u van 10 tot 30 GRP per week op Plug RTL tussen 17u en 23u op de doelgroep Totaal 15-34.

► Voorwaarden

- campagnes gepland door IP Belgium
- onder voorbehoud van beschikbaarheid in de planning

- geen sectorexclusiviteit
- max. 30 GRP, +/- 5 % per week

2.4. HF ADPACK

U wilt via de televisie communiceren met een korte format en sponsoring is geen optie omdat u bij uw boodschap argumenten wilt aanvoeren?

We hebben daarvoor met opzet een package ontwikkeld met korte formats van maximaal 5, 7 of 10 seconden.

Doelgroep: VVA 18-54

Aantal GRP: tussen max. 50 en 120 GRP per week

Context: RTL TVI, Club RTL, Plug RTL (minimum 80 % van de GRP op RTL TVI, met 50 % in Peak Time)

Digital: deze package omvat 5 % online aanwezigheid (inread) op de platformen van RTL.be

► Voorwaarden

- Deze package bevat een korting van 40 % op de nationale tarieven.
- Deze korting zijn onverenigbaar met andere voorwaarden.
- Volgens de beschikbaarheid van de planning : 2 per week maximum !
- Met naleving van de verdeelsleutel voor de GRP per zender
- Planning door IP Belgium
- +10 % voor een voorkeurplaats i.p.v. +20 %

Special Advertising

De afdeling Creative Lab helpt u graag bij het uitdenken van een campagne die buiten de lijntjes van de klassieke reclame kleurt.

1. Non Spot Advertising

1.1. Sponsoring

IP biedt u een massa creatieve en originele mogelijkheden die uw merk beter tot zijn recht doen komen.

Een sponsoring wordt gereserveerd in de vorm van een optie. Deze opties blijven drie weken geldig en kunnen niet verlengd worden.

Een adverteerder die een sponsoring koopt heeft in het daaropvolgende jaar voorrang om voor diezelfde sponsoring te kiezen. Wij geven hem dan één week om te beslissen of hij daarop ingaat.

1.2. In Program

1.2.1. Mirriad

IP biedt de mogelijkheid om uw merk niet enkel in tal van programma's te integreren, maar ook in bepaalde series** in postproductie. Dankzij de Mirriad-technologie zijn de mogelijkheden qua product placement haast onbeperkt.

* Lijst van programma's en series op aanvraag

1.2.2. Product Placement

Uw product wordt achteraf op een actieve of passieve manier in een RTL-productie geïntegreerd, een kwalitatief verantwoorde en creatieve manier om uw merk onder de aandacht te brengen in de context van het programma.

Lijst van de programma's op aanvraag.

1.2.3. Speakerine

Een van de bekende omroepsters van RTL TVI vermeldt uw merk bij de aankondiging van de programma's die volgen.

1.2.4. Overlayer

De impact van deze format die uw merk in programma's integreert is bijzonder groot. De aanwezigheid in een vorm van een banner biedt ook mogelijkheid tot interactie.

1.3. Out Program

1.3.1. Brandstory

Deze reclameboodschap wordt gepresenteerd in de vorm van een reportage of redactionele informatie. Ze levert de consument gedetailleerdere informatie dan klassieke boodschappen.

1.3.2. Short program

Er wordt een demonstratiefragment geïntegreerd in een RTL-programma.

1.3.3. Bumper

Integreer de openingsjingle van het reclameblok via een visuele animatie.

1.3.4. Combi-trailer

Integreer de trailers waarin de avondprogramma's worden aangekondigd via een visuele animatie.

1.3.5. Day-dicace

Doe in samenwerking met RTL iets rond een bepaald evenement: Valentijnsdag, Moederdag, Nieuwjaar...

1.3.6. Wedstrijd

Organiseer een wedstrijd voor de kijkers van RTL.

1.4. Sector Offer

1.4.1. Movie Offer

Kondig de release van een film in de bioscoop aan en u hebt recht op een korting van 15 %.

► Voorwaarden

- Zijn niet van toepassing op de aanbod ADPACKS.
- Zijn niet van toepassing op de gedeformateerde acties aangeboden door de Creative Lab.
- Deze korting geldt niet voor campagnes rond de verkoop van dvd's.

2. ADPACKS

2.1. Billboard ADPACK

Pack van 80 billboards op RTL TVI, Club RTL, Plug RTL (mogelijkheid om het totale aantal billboards aan te passen):

60 % van de billboards op RTL TVI: 16 peak en 32 off peak

20 % van de billboards op Club RTL: 13 peak en 3 off peak

20 % van de billboards op Plug RTL: 13 peak en 3 off peak

Full floating, full programs: fictie, magazines en programma's*

*Met uitzondering van premium programma's

Digital: deze package omvat 5 % online aanwezigheid (preroll) op RTL Play of op de platformen van RTL.be, onder voorbehoud van beschikbaarheid.

► Tarieven

De eventuele productiekosten TV worden aan het media-agentschap gefactureerd.

2.2. Billboard ADPACK+

Zelfde aanbod als Billboard ADPACK met de mogelijkheid om een planningcriterium toe te voegen.

Keuze van één mark-up**: zenderverdeling of verdeling peak/off peak of type context.

Mogelijkheid om het totale aantal billboards aan te passen.

Max. 75 % RTL TVI of max. 30 % Peak RTL TVI

** Indien haalbaar.

Digital: deze package omvat 5 % online aanwezigheid (preroll) op RTL Play of op de platformen van RTL.be, onder voorbehoud van beschikbaarheid.

► Tarieven

+ 10 % vs Billboard ADPACK

2.3. Billboard ADPACK++

Zelfde aanbod als Billboard ADPACK met de mogelijkheid om twee planningcriteria toe te voegen

Keuze van twee mark-ups** : zenderverdeling en/of verdeling peak/off peak en/of type context.

Mogelijkheid om het totale aantal billboards aan te passen.

Max. 75 % RTL TVI of max. 30 % Peak RTL TVI

** Sous réserve de la faisabilité de la demande.

Digital: deze package omvat 5 % online aanwezigheid (preroll) op RTL Play of op de platformen van RTL.be, onder voorbehoud van beschikbaarheid.

► Tarieven

+ 15 % vs Billboard ADPACK

2.4. **Guaranteed Billboard ADPACK**

Televisie: RTL TVI, Club RTL, Plug RTL.

Dankzij het Guaranteed Billboard ADPACK kiest de adverteerder zelf het aantal GRP (max. 120 GRP/week), de periode waarin hij wil communiceren (max. 4 weken) en een van de drie doelgroepen (VVA 18-54, Mannen 18-54 of Totaal 15-34).

Wij garanderen hem de nodige GRP-druk in billboard om zijn campagnes volgens de vastgelegde strategie te ondersteunen.

Wij plannen de billboards rond series, films, ontspanningsprogramma's... op de drie zenders (RTL TVI, Club RTL en Plug RTL).

De GRP worden gegarandeerd op maximaal 4 weken en maximaal 120 GRP/week. Dit aanbod geldt onder voorbehoud van beschikbaarheid in de planning

Digital: deze package omvat 5 % online aanwezigheid (preroll) op RTL Play of op de platformen van RTL.be, onder voorbehoud van beschikbaarheid.

► **Tarieven**

De eventuele productiekosten voor TV worden aan de mediacentrale gefactureerd.

Verkoops- voorwaarden

1. Lengte index

De klassieke reclametarieven worden gepubliceerd op basis van een spot met een lengte van 30 seconden. De reclame wordt gemeten in seconden en de tarieven worden aangepast volgens de volgende schaal:

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

2. Bonus

Hoe kom ik in aanmerking voor een korting?

- Door te voldoen aan de definitie van adverteerder* zoals bepaald door IP Belgium
- Door een intentieverklaring** te ondertekenen
- Voor een minimumbedrag van € 10 000

Wanneer ontvang ik deze korting?

- U ontvangt deze bonus, vanaf de maand waarin de intentieverklaring wordt ondertekend, op voorwaarde dat dit voor de 15de van de betrokken maand gebeurt. Als de ondertekening na deze datum gebeurt, worden de voorwaarden toegepast vanaf de maand erna.
- Een adverteerder die zich voor een jaar verbindt heeft recht op een vlottende periode van twee maanden, te rekenen van de 1ste dag van de maand van zijn campagne.
- Als de intentieverklaring na afloop van deze twee maanden niet ondertekend is, wordt er op de campagnes geen enkel voordeel meer toegepast en de eventueel ontvangen voordelen worden opnieuw gefactureerd.
- De definitieve voordelen van de adverteerder kunnen verrekend worden indien de intentieverklaring voor het einde van deze twee maanden ondertekend wordt.
- Elke bonus die niet in het lopende jaar wordt opgenomen, kan in de daaropvolgende jaren niet worden gebruikt.

En wat als de investeringen lager liggen dan contractueel overeengekomen?

Indien een adverteerder zijn verbintenis niet nakomt, factureren wij een gedeelte van de al opgenomen ruimte en een gedeelte van het bedrag dat nog overbleef om uit te zenden..

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

* Volgens de commerciële regels die gelden bij IP Belgium moet een adverteerder minstens aan de volgende voorwaarden voldoen om als volwaardig onderdeel van een groep te worden beschouwd:

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

**Iedere bestelling of intentieverklaring die door het mediabureau wordt ondertekend of aanvaard is strikt vertrouwelijk, persoonlijk en kan niet aan derden worden overgedragen, ook niet gedeeltelijk, behalve de adverteerder, de gevolmachtigde of de tussenpersoon die in eigen naam handelt maar voor rekening van de adverteerder. In dat geval stelt het mediabureau zich garant voor het naleven van deze verplichting tot vertrouwelijkheid door de gevolmachtigden of tussenpersonen die hij zou afvaardigen. Elke inbreuk kan leiden tot het annuleren van de bestaande voorwaarden en het factureren van de ten onrechte verkregen voordelen op de bestelbonnen.

Wat als ik de voorwaarden van het (SOI) contract niet respecteer?

Verschil percentage dat in de LOI is gestipuleerd	Aangeboden voorwaarden percentage gefactureerd
< 10 %	15 %
10-15 %	25 %

Verschil percentage dat in de LOI is gestipuleerd	Aangeboden voorwaarden percentage gefactureerd
16-20 %	30 %
21-25 %	35 %
26-30 %	40 %
> 31 %	50 %

2.1. Multiset kortingen

2.1.1. Welcome

C Classical Advertising

Indien u nog nooit een campagne hebt uitgezonden op onze zenders.
Of indien u al minstens 5 jaar geen campagne meer hebt uitgezonden.

Voor het eerste product dat gedurende de eerste twee jaren aanwezigheid actief is, op voorwaarde dat de investering tijdens het tweede jaar minstens even groot is als tijdens het eerste jaar.

Zender RTL TVI en/of Club RTL en/of Plug RTL		
Budget	Korting Jaar 1	Korting Jaar 2
van 10 000 tot 60 000 €	-15 %	-10 %
+ de 60 000 €	-20 %	-15 %

► Voorwaarden

- Deze bonussen worden uitsluitend toegekend voor reclamecampagnes op onze zenders.
- Deze bonussen gelden niet indien de handelsnaam wordt gewijzigd of een bestaand merk wordt overgenomen.
- Geldig voor een SOI van min 65%

S Special Advertising

Indien u nog nooit een Special Ads-campagne hebt uitgezonden.

Indien u al minstens 5 jaar geen Special Ads-campagne meer hebt uitgezonden op RTL TVI, Club RTL of Plug RTL.

U ontvangt **een korting van 15 %** die geldig is op uw eerste Special Ads-campagne.

► Voorwaarden

- Deze korting heeft uitsluitend betrekking op de klassieke Special Ads-aanbiedingen exclusief productiekosten.
- Deze korting geldt niet indien de handelsnaam wordt gewijzigd of een bestaand merk wordt overgenomen.

2.1.2. Welcome Back

C Classical Advertising

Indien u al minstens 2 jaar geen campagne meer hebt uitgezonden.

Voor de eerste campagne die actief is gedurende het eerste jaar aanwezigheid.

Zender RTL TVI en/of Club RTL en/of Plug RTL	
Budget	Korting Jaar 1
van 10 000 tot 60 000 €	-7.5 %
+ dan 60 000 €	-10 %

► Voorwaarden

- Deze bonussen worden uitsluitend toegekend voor reclamecampagnes op onze zenders.
- Deze bonussen worden toegekend in de vorm van een percentage aan gratis ruimte.
- Deze aan een product toegekende bonussen zijn cumuleerbaar met de Volume Bonus die aan datzelfde product wordt toegekend.
- Deze bonussen gelden niet indien de handelsnaam wordt gewijzigd of een bestaand merk wordt overgenomen.
- De bedragen waar men dankzij deze bonussen recht op heeft, worden proportioneel verdeeld over alle golven die betrekking hebben op het product.
- Buiten de intentieverklaring moet het bedrag waar men dankzij de Welcome Korting of de Welcome Back Korting recht op heeft, verplicht besteed worden tijdens de eerste golf van de campagne die de adverteerder voor het betrokken product uitzendt
- Geldig voor een SOI van min 65%

§ Special Advertising

Indien u al minstens 2 jaar geen Special Ads-campagne meer hebt uitgezonden op RTL TVI, Club RTL of Plug RTL

U ontvangt **een korting van 7,5 %** die geldig is op uw eerste Special Ads-campagne.

► Voorwaarden

- Deze korting heeft uitsluitend betrekking op de klassieke Special Ads-aanbiedingen exclusief productiekosten.
- Deze korting geldt niet indien de handelsnaam wordt gewijzigd of een bestaand merk wordt overgenomen

2.2. Specific Kortingen

2.2.1. Niet-Commercieel

Een niet-commerciële campagne is een campagne die het algemeen belang dient en die afkomstig is van een niet-commerciële instelling die onder de voogdij of de controle van de overheid valt, een organisatie of beroepsvereniging, of een internationale vereniging van publiek recht.

► Voorwaarde

- De boodschappen mogen niet commercieel van aard zijn, de luisteraar niet tot aankopen aanzetten en ook geen merkvermelding bevatten.
- Dit soort campagne moet vooraf ter goedkeuring aan IP Belgium worden voorgelegd.
- Op de sponsoring en de ADPACK is geen enkele korting van toepassing.
- Het totaal van de kortingen die op een campagne worden toegekend, is begrensd tot 50 % van de brutowaarde van de campagne.

► Tarief

-30 %

2.2.2. Institutional

C Classical Advertising

U hebt recht op een korting van 30 % op het nationale tarief voor uw institutionele reclamecampagnes!

Institutionele reclame (of «niet-commerciële» reclame) dient het **algemeen belang**. De producten of de diensten worden voorgesteld onder een **algemene benaming, zonder enige aanduiding van commercieel merk**.

IP Belgium is als enige gemachtigd om te bepalen wat de voorwaarden zijn om recht te hebben op het institutionele tarief (hoedanigheid van de adverteerder en inhoud van de boodschap).

► Voorwaarden:

- Zijn niet van toepassing op de aanbod ADPACK
- Zijn niet van toepassing op de gedeformateerde acties aangeboden door de Creative Lab

S Special Advertising

Ontvang **15 % korting** op het Special Ads-tarief voor uw institutionele campagnes.

2.2.3. Charity

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 50 %.

► Voorwaarde

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

2.2.4. Welcome to The South

Wilt u een product opnieuw lanceren in het Zuiden van het land, dan kunt u voor producten waarvoor 3 jaar lang geen reclame is gemaakt in het Zuiden aanspraak maken op **een bijkomende bonus van 15 %**.

3. Bijzondere Voorwaarden

3.1. Merk- of productvermelding(en)

Een merk- of productvermelding is:

- ofwel de aanhaling van een ander merk (van dezelfde of een andere adverteerder)
- ofwel de aanhaling van een ander product van hetzelfde merk

► Voorwaarden

- De grootte van de vermelding is beperkt tot een vijfde van het scherm en is niet langer dan 20 % van de lengte van de spot, met een maximum van 5 seconden.
- Als de merkvermelding langer dan 5 seconden duurt, wordt ze als co-branding beschouwd en als dusdanig getarifeerd.
- Een merkvermelding kan op verschillende manieren gebeuren en is aan verschillende tariefvoorwaarden onderworpen.
- Merkvermeldingen worden aangerekend op basis van het basistarief.
- Geen sectorexclusiviteit.

3.2. Gewone merkvermelding

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

► Tarieven

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

► Voorwaarden

- IP Belgium laat in eenzelfde spot 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 spot, met een maximum van 5 seconden.

3.3. Vermelding met argumenten

► Tarieven

+20 %

► Voorwaarde

IP Belgium laat in eenzelfde spot slechts 1 vermelding met argumenten toe.

3.4. Promotionele vermelding

► Voorwaarden

- Als er geen argumenten worden aangevoerd en geen situatie met daarin het in het kader van deze promotie aangeboden product voorkomt, wordt er geen supplement aangerekend.
- Indien er wel argumenten of een situatieschets aanwezig zijn, wordt de vermelding beschouwd als een vermelding met argumenten, of zelfs als co-branding.
- Als het gaat om een andere vorm van promotie, gelden de tarieven van de merkvermeldingen.

3.5. 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 spot langer is dan 1/5 (20 %) van de totale lengte van de spot.

IP Belgium 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 20 % van de lengte van de spot en max. 30 % van de totale lengte van de spot. Indien de aanwezigheid langer is dan 30 % van de totale lengte van de spot, 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 spot en max. 30 % van de totale lengte van de spot. Indien de aanwezigheid langer is dan 30 % van de totale lengte van de spot, bedraagt de toeslag 50 %.

- Indien de co-branding langer is dan 50 % van de totale lengte van de spot, heeft IP Belgium het recht de toeslag te verhogen tot 100 % van de waarde van de spot.

3.6. Spot + packshot of tag on

► Tarieven

- Packshot dat een andere variëteit van hetzelfde product toont zonder argumentatie: geen supplement
- Packshot dat een ander product van hetzelfde merk toont zonder argumentatie: geen supplement
- Packshot dat een ander product van hetzelfde merk toont met argumentatie: + 15 %
- Packshot dat tegelijk meerdere andere producten van hetzelfde merk toont zonder argumentatie: geen supplement
- Packshot dat tegelijk meerdere andere producten van hetzelfde merk toont met argumentatie: + 20 % voor maximum 4 producten
- Packshot dat een ander merk toont: toepassing van de tarieven voor de merkvermeldingen
- Elk packshot van meer dan 5 seconden wordt beschouwd als co-branding en als dusdanig getarifeerd.

► Voorwaarde

De totale duur van het packshot is altijd beperkt tot 20 % van de lengte van de spot, met een maximum van 5 seconden.

3.7. Sectorexclusiviteit

► Voorwaarden

- De sectorexclusiviteit geldt per reclameblok binnen eenzelfde productcategorie.
- De IP Belgium referentie voor de definitie van sectorexclusiviteit per productcategorie is gebaseerd op de MDB- categorieën, maar bevat een aantal specifieke aanpassingen.

Uitzonderingen:

In het kader van de Kids Bonus en de Night Shots is de sectorexclusiviteit niet van toepassing.

Voor de autosector wordt de sectorexclusiviteit beperkt tot de segmenten zoals bepaald door Febiac.

Voor videogames + betting & gaming is de sectorexclusiviteit niet van toepassing.

In het kader van de bijzondere voorwaarden (merkvermeldingen, gammaspot en spot + packshot) is de sectorexclusiviteit niet van toepassing.

► Tarieven

+ 15 % als een adverteerder een andere productcategorie dan de zijne uit het reclameblok wil weren, per uitgesloten categorie en op voorwaarde dat IP Belgium eerst zijn akkoord verleent.

Opmerking:

Er wordt geen rekening gehouden met gesponsorde jingles in het kader van de sectorexclusiviteit in het blok.

Er is geen sectorexclusiviteit in het kader van de uitzending van een Real Time spot in het blok.

Special formats:

De sectorexclusiviteit geldt voor sponsoring (billboarding), en voor elke andere vorm van integratie (product placement, overlayer...) in het kader van eenzelfde programma

3.8. Duo-spot

Het gaat om eenzelfde tweedelige boodschap voor één product (met een teaser of een recall). Verschillende producten van eenzelfde merk komen dus niet in aanmerking voor een duo-spot..

► **Tarieven**

De tijdsduur van beide spots wordt opgeteld.

► **Voorwaarde**

Het storyboard moet vooraf ter goedkeuring aan IP Belgium worden voorgelegd.

3.9. Voorkeurplaats

Het gaat om een welbepaalde plaats binnen een reclameblok.

► **Tarieven**

- Eerste, tweede, voorlaatste en laatste plaats: +20 %
- Andere plaats binnen het reclameblok of andere bijzondere plaatsing: +10 %