



Digitale inkoopvoorwaarden 2024

Digitale inkoopvoorwaarden 2024

DIGITALE INKOOPVOORWAARDEN 2024	1
1. ALGEMEEN	3
2. ONLINE VIDEO	3
AANVRAGEN	3
SPOTLENGTE	3
TECHNISCHE TARGETING	3
FACTURATIE	3
3. AANLEVERING MATERIAAL	4
4. OVERIGE VOORWAARDEN	5
5. ANNULERINGEN	5

1. Algemeen

- De inkoopsystematiek voor online video werkt met CPM tarieven en diverse sturingsmogelijkheden. Deze zijn terug te vinden op de Ad Alliance B.V. (hierna Ad Alliance) ratecard <https://adalliance.nl/inkoopinformatie/ratecard>
- Eventuele aanvullende afspraken worden vastgelegd in het mediacontract. Totdat het mediacontract getekend is, geschiedt de inkoop op basis van de Ad Alliance ratecard. Hierover zullen geen eventuele verrekeningen plaatsvinden.
- Alle genoemde bedragen zijn exclusief BTW.
- Ad Alliance is te allen tijde gerechtigd om de ratecard aan te passen.

2. Online video

Aanvragen

- Campagne-aanvragen moeten de volgende informatie bevatten:
 - adverteerder
 - product
 - periode
 - budget
- De campagne-aanvraag wordt omgezet naar een Inkoop Opdracht (IO), na ontvangst van een door de klant/mediabureau ondertekende IO wordt deze IO door Ad Alliance verwerkt.
- Bij het verwerken van campagnes hanteert Ad Alliance een hiërarchie op basis van pakket en commitment.
- Er wordt geen garantie gegeven op uitlevering.

Spotlengte

- De minimumlengte van materiaal bedraagt 5 seconden.
- De maximumlengte van materiaal bedraagt totaal 30 seconden. Alleen op aanvraag en na akkoord van Ad Alliance is een langere materiaallengte mogelijk.
- Inzet van meerlingspots is niet mogelijk.

Targeting

- Campagnes worden in Nederland, Vlaanderen en grensgebieden in Duitsland uitgeleverd.

Facturatie

- Na afloop van de campagne worden overscores niet in rekening gebracht. Het aangevraagde budget geldt als maximum. Alleen uitgeleverde impressies worden gefactureerd.
- De geleverde impressies zijn vastgesteld op basis van de meetresultaten afkomstig uit de door Ad Alliance gebruikte ad managementsystemen. De resultaten uit de door Ad Alliance gebruikte ad managementsystemen zijn leidend.

3. Aanlevering materiaal

- Materiaal dient te worden aangeleverd conform technische specificaties (zowel consent als non-consent).*
- De campagne zal niet live-gaan bij het ontbreken van al het benodigde materiaal.
- Voor de mogelijkheden voor het meemeten middels een client ID of via pixels verwijzen we naar onze technische specificaties.*
- Materiaal dient te voldoen aan de regels opgesteld door de Reclame Code Commissie en de overige geldende wet- en regelgeving.
- Materiaal moet zijn voorzien van de vereiste iconen en vermeldingen, zoals deze gelden voor bijvoorbeeld alcohol, medische producten, filmtrailers, promo's en games (Nix18, Kijkwijzer, PEGI, etc.). Zie ook de RCC: www.reclamecode.nl/nrc_taxonomy/bijzondere-reclamecodes
- Materiaal dient minimaal 3 werkdagen voor de start van een campagne te worden gestuurd naar connect@adalliance.nl. Bij substantiële wijzigingen van de uiting achter een VAST-tag dient, dit vooraf doorgegeven te worden per mail (voorbeeld spotlengte, product, adverteerder).
- Ad Alliance is gerechtigd materiaal te keuren en te weigeren.
- De adverteerder blijft te allen tijde zelf verantwoordelijk voor het materiaal.
- Maximaal aantal video's (in geval van direct materiaal) per campagne is 4.

* <https://adalliance.nl/wp-content/uploads/Aanleverspecificaties-Online-NL.pdf>

4. Overige voorwaarden

- Alcoholadverteerders mogen niet voor 21.00 uur adverteren.
- Campagnes voor voedsel of (non-)alcoholische dranken gericht op kinderen of bij kidscontent zijn niet toegestaan. Ad Alliance bepaalt wat er valt onder kidscontent.
- Het is concurrerende merken van Ad Alliance en haar partners alleen toegestaan te adverteren op het portfolio van Ad Alliance na overleg en goedkeuring (tevens van het materiaal) van Ad Alliance.
- Gedurende het jaar kunnen de voorwaarden wijzigen door de introductie, verwijdering of verandering van producten en technieken.
- De Algemene Voorwaarden Verkoop Advertentieruimte en Brand Partnership Ad Alliance (<https://adalliance.nl/inkoopinformatie/algemene-voorwaarden-nlen/>), de inkoopvoorwaarden (TV en Online) (<https://adalliance.nl/inkoopinformatie/tv-inkoopvoorwaarden-en-specificaties-nlen/>), de Spelregels en Richtlijnen voor Billboards en Breakbumpers (<https://adalliance.nl/inkoopinformatie/spelregels-en-richtlijnen-voor-billboards-en-breakbumpers-nlen/>), de Verwerkersvoorwaarden (<https://adalliance.nl/inkoopinformatie/verwerkersvoorwaarden-mediabureaus/>) en de overige voorwaarden en specificaties ten aanzien van de Zenders en Digitale Platformen, zoals gepubliceerd op adalliance.nl/inkoopinformatie/ (daaronder ter voorkoming van misverstanden begrepen alle documenten te vinden onder het kopje “Inkoopinfo”) van toepassing.
- Voor campagnes van erotisch getinte producten gelden aanvullende richtlijnen (zie www.adalliance.nl/inkoopinformatie/rtl-adalliance-homeshopping-en-erotisch) en deze kunnen alleen worden ingekocht na overleg met en na akkoord van Ad Alliance.
- Adverteerder accepteert dat in het geval van Real Time Bidding de campagne wordt geplaatst rond de bestaande content en dat Ad Alliance geen invloed kan uitoefenen op de eventuele ongewenste samenhang of tegenstrijdigheid tussen de content en de campagne.

5. Annuleringen

- Indien een adverteerder een campagne annuleert anders dan op grond van artikel 4, is Ad Alliance gerechtigd over het niet-geleverde deel impressies van de campagne 4% annuleringskosten in rekening te brengen.
- Indien Ad Alliance niet in staat is het aangevraagde budget volledig uit te leveren, wordt alleen het uitgeleverde budget gefactureerd.
- Het niet-geleverde budget zal niet als annulering worden beschouwd in geval van een calamiteit of een wetswijziging (anders dan met betrekking tot een wetswijziging met betrekking tot Online Kansspelen).
- Ad Alliance behoudt zich het recht om onaangekondigd een site of app te uit een campagne (onderhoud, opzeggingen, etc.)