

Spelregels en Richtlijnen voor Billboards en Breakbumpers Brand Partnerships Ad Alliance

Een sponsorvermelding op billboards en breakbumpers dient ter informatie van de kijkers. De kijker moet duidelijk worden gewezen op het bestaan van een sponsorovereenkomst.

Billboards worden aan het begin en/of aan het einde van een programma geplaatst. Breakbumpers worden aan het begin en/of einde van een programmaonderbrekend reclameblok geplaatst. Billboards en breakbumpers zijn géén commercials en vallen onder een ander regime dan commercials. Om misverstanden en onduidelijkheden over de invulling van billboards en breakbumpers te voorkomen raden we aan om onderstaande spelregels en richtlijnen in acht te nemen voordat productiekosten worden gemaakt. Ad Alliance B.V. (hierna te noemen: Ad Alliance) en de exploitanten van de Zenders en/of de Digitale platforms die door Ad Alliance commercieel worden vertegenwoordigd, hebben, met inachtneming van de geldende wet- en regelgeving, de volgende spelregels en richtlijnen opgesteld voor de desbetreffende Zenders en/of de Digitale platforms.

Spelregels

- A. In overleg tussen de sponsor en Ad Alliance wordt bepaald door wie het billboard en/of de breakbumper wordt geproduceerd. Indien de sponsor verantwoordelijk is voor de productie van het billboard en/of de breakbumper, zal zij ervoor zorgen dat het billboard en/of de breakbumper de uitstraling heeft die bij het programma en bij de betreffende Zender en/of de Digitale platform past.
- B. Het creatieve concept zal door Ad Alliance en de sponsor (eventueel in aanwezigheid van een reclamebureau van de sponsor) in onderling overleg worden bepaald.
- C. Het creatieve concept zal vooraf aan Ad Alliance schriftelijk ter goedkeuring worden voorgelegd. Het produceren van een billboard en/of breakbumper zonder dat sprake is van een vooraf schriftelijk goedgekeurd creatief concept is uitdrukkelijk voor eigen risico van de sponsor. Ad Alliance kan een billboard en/of breakbumper, waaraan zij geen schriftelijke goedkeuring heeft verleend, voor uitzending afwijzen. Afwijkingen op een goedgekeurd creatief concept dienen opnieuw ter schriftelijke goedkeuring te worden voorgelegd.
- D. De sponsor staat er voor in dat het billboard en/of de breakbumper niet in strijd is met de voor de sponsor geldende wet- en regelgeving, waaronder mede begrepen reclamecodes en/of andere gedragscodes op het gebied van reclame en sponsoring.
- E. Aan het feit dat een bepaald billboard en/of breakbumper in het verleden reeds door (een van) de Zenders en/of de Digitale platforms is uitgezonden kan op geen enkele wijze rechten worden ontleend.
- F. Billboards en/of breakbumpers moeten uiterlijk vijf werkdagen (vóór 12.00 uur) voor de eerste uitzending uitzendgereed en conform de [specificaties](https://adalliance.nl/adverteren/inkoopinformatie/voorwaarden-specificaties-en-deadlines/) (<https://adalliance.nl/adverteren/inkoopinformatie/voorwaarden-specificaties-en-deadlines/>) bij Ad Alliance worden aangeleverd.
- G. De sponsor zal naast een "wordt-" en "werd-versie" van het billboard (afhankelijk van de positie van het billboard) tevens een "en-versie" van het billboard, zoals genoemd in richtlijn 2, aanleveren.
- H. De kosten voor de productie van het billboard en de breakbumper komen voor rekening van de sponsor.

Richtlijnen

1. Een billboard duurt maximaal vijf seconden (met uitzondering van het billboard bij RTL Weer Primetime en RTL Klok, welke vijf of maximaal 10 seconden kan zijn; afhankelijk van hetgeen is ingekocht) per sponsor. De totale duur van de opeenvolgende/geschakelde billboards (flipboards) bij een programma mag niet langer zijn dan 15 seconden.

2. Een billboard vermeldt de volgende mededeling:

- “dit programma (of programmanaam) wordt/werd gesponsord door [handelsnaam/statutaire naam/merk van de sponsor]”.
- of
- “dit programma (of programmanaam) wordt/werd mede mogelijk gemaakt door [handelsnaam/statutaire naam/merk van de sponsor]”.
- of
- “en [handelsnaam/statutaire naam/merk van de sponsor]”.
- of
- “this program (or name of program) is/was sponsored by [trade name/name given in the articles of association/trademark of sponsor]” of
- “and [trade name/name given in the articles of association/trademark of sponsor]”

Bovenstaande mededeling moet duidelijk hoorbaar worden uitgesproken, waarbij de mededeling tevens als tekst – mits duidelijk leesbaar¹ - mag worden getoond.

¹ Duidelijk leesbaar: minimale lettergrootte 22 en contrasterend ten opzichte van de overige onderdelen op het billboard.

3. Het is toegestaan dat een billboard uitsluitend een of meerdere van de volgende onderdelen bevat:

- a. een afbeelding van een product of dienst van de sponsor. Onder product wordt ook generieke producten en diensten of de verpakking van producten of onderdelen daarvan verstaan.
- b. een afbeelding van de vestiging van de sponsor.
- c. het tonen en/of noemen van de algemeen geldende pay-off van de sponsor.²
- d. het tonen van een woord- en/of beeldmerk (logo) van de sponsor.
- e. het tonen van een voor de branche voorgeschreven mededeling is een verplichting. (zoals ‘Let op! Geld lenen kost geld’, ‘NIX18 logo’, ‘Lees voor het kopen eerst de aanwijzingen op de verpakking’, ‘Wat kost gokken jou? Stop op tijd. 18+)
- f. een afbeelding van een karakter(s) dat aan een commercial of advertentie is ontleend (mits niet wervend!).³
- g. achtergrondmuziek al dan niet aan een commercial of advertentie ontleend. BUMA-STEMRA rechten en overige rechten die hierop van toepassing zijn, zijn voor rekening en risico van de sponsor.
- h. bovenstaande onderdelen mogen worden getoond met behulp van bewegende beelden.

4. Het is niet toegestaan dat een billboard één of meerdere van de volgende onderdelen bevat:

- a. het tonen of noemen van wervende of promotionele uitingen, waaronder begrepen de vermelding “nieuw” en verwijzingen naar acties/campagnes van de sponsor.⁴
- b. het tonen of noemen van informatie over producten of diensten (zoals prijzen, aanbiedingen, usp’s, positieve kwalificaties zoals ‘beste keus/ beste koop etc.’, releasedatums, verkoop- en distributiekkanalen).
- c. het tonen van de URL of één van de social media domeinen van de sponsor.⁵ Wanneer de handelsnaam van de sponsor bestaat uit/ in de vorm van, een internetadres is (zoals bol.com), dan is dit wél toegestaan.

- d. beelden en/of fragmenten uit een commercial of advertentie, of daaraan gelijke beelden, indien daardoor het billboard onvoldoende onderscheidend is van de betreffende commercial of advertentie. Hiervan is in ieder geval sprake als het billboard naast deze beelden tevens muziek zoals genoemd in richtlijn 3 sub h bevat.
 - e. beelden en/of fragmenten uit het programma, of daaraan gelijke beelden, indien daardoor het billboard onvoldoende onderscheidend is van het betreffende programma.
 - f. overige visuele en auditieve elementen en toevoegingen.
5. De sponsor heeft de plicht om op verzoek van Ad Alliance haar reclamemateriaal (waaronder commercials, acties e.d.) aan Ad Alliance te tonen.
 6. Deze richtlijnen gelden eveneens voor breakbumpers. In aanvulling op de mededeling van richtlijn 2 is toegestaan het noemen en/of tonen van de tekst : "Tot zo!" of "Welkom terug" of, na voorafgaande toestemming van Ad Alliance, een variatie daarop met hetzelfde doel en strekking (mits niet wervend!!).
 7. Indien er meer dan één sponsor op een billboard wordt vermeld dienen de betreffende sponsors onderling en Ad Alliance overeenstemming hebben bereikt over de wijze waarop dit gebeurt. Richtlijn 3 is in dit geval niet zonder meer van toepassing, aangezien de kijker duidelijk moet worden gewezen op het bestaan van sponsorovereenkomsten.
 8. Media- aanbod bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie nieuws, actualiteiten of politieke informatie mogen niet worden gesponsord.
 9. De sponsor staat er voor in dat al het door haar aangeleverde materiaal, zij het van auditieve, visuele of andere aard, niets inhoudt dat een schending vormt van enig aan een ander toekomend recht, waaronder mede begrepen auteursrecht of enig ander recht van intellectuele of industriële eigendom, en dat zij bevoegd is het materiaal te (doen) openbaren en/of te verveelvoudigen. De sponsor vrijwaart en stelt schadeloos voor alle kosten en schade, die voor Ad Alliance, de exploitanten van de Zenders en/of de Digitale platforms, haar opdrachtgever en/of de voor en/of met hen werkzame derden mochten ontstaan als gevolg van vorderingen van derden in verband met inbreuken of vermeende inbreuken op auteursrecht van deze derden dan wel andere aanspraken die derden ter zake van een openbaarmaking en/of verveelvoudiging van het aangeleverde materiaal of uit welke andere hoofde ook tegen Ad Alliance, de exploitanten van de Zenders en/of de Digitale platforms, haar opdrachtgever of de voor en/of met hen werkzame derden mochten instellen.

² Voorbeeld: De pay-off in het kader van een actie/campagne (kortingsactie of de aankondiging van een uitverkoop) van de sponsor is niet toegestaan. Dit is niet de algemeen geldende pay-off, maar de pay-off rond deze specifieke campagne. Een pay-off mag niet aansporen tot koop/huur van producten/diensten van de sponsor.

³ Voorbeeld: afbeeldingen van een karakter(s) behorende tot een kortingsactie of de aankondiging van een uitverkoop zijn niet toegestaan, aangezien dit te wervend is, ze kondigen namelijk de kortingsactie/uitverkoop aan.

⁴ Voorbeeld: uitingen met betrekking tot een kortingsactie of de aankondiging van een uitverkoop zijn niet toegestaan, aangezien zij te wervend zijn, ze kondigen namelijk deze kortingsactie/uitverkoop aan. Een pay-off mag niet aansporen tot koop/huur van producten/diensten van de sponsor.

⁵ Het tonen van een url of één van de social media domeinen van de sponsor is wel toegestaan op de RTL zenders. Dit moet overeenstemmen met de vermelding van de sponsor onder richtlijn 2.