

An abstract graphic consisting of three overlapping shapes: a red shape on the left with a rounded top, a black square in the center overlapping the red shape, and a blue shape on the right with a rounded bottom-right corner overlapping the black square.

2024

Commerciële Politiek

TV- en BVOD - LF Advertenties

Ads & Data
One & not the same

Inhoud

I. Algemeen	3
II. Kortingen	16
III. Toeslagen	20
IV. Aanlevering materiaal & technische specificaties	25
V. Klachten & underdelivery	29
VI. Annulaties & Wijzigingen	31
VII. Definities	34



I. ALGEMEEN



I. Algemeen

TV & BVOD platformen Ads & Data

Playchannels

Is het pakket aan Playchannels waarop reclamecampagnes uitgezonden worden: Play 4, Play 5, Play 6, Play 7, Play 247 en Play Crime.

Het staat Ads & Data vrij om Playchannels toe te voegen/te schrappen aan/in dit pakket, voor zo ver deze uitgaan van Play Media en Play-branding dragen.

Zenders uitkiezen/weglaten door de klant is niet mogelijk, tenzij uitdrukkelijk wordt afgesproken dat Play 4 manueel wordt aangekocht of er een aparte cgrp – garantie wordt afgesproken voor Play 4. Alle andere wijzigingen aan het geheel van Playchannels zullen niet toegelaten worden of bij uitzondering gepaard gaan met een forse koststijging.

Other playchannels

Is het pakket aan Playchannels, exclusief Play 4.

Third Party Channels

Is het pakket van alle andere, niet-Playchannels waarvoor Ads & Data de regie verzorgt en waarop de reclamecampagnes uitgezonden worden: Discovery, TLC, ID, Eurosport, HGTV, njam!, History, Plattelands TV, Dobbitt TV, Ment TV, MTV en Comedy Central.

Het staat Ads & Data vrij om Third Party Channels toe te voegen/te schrappen aan/in dit pakket.

Zenders uitkiezen/weglaten door de klant is niet mogelijk, Eventuele vragen om wijzigingen op dit pakket zullen niet toegelaten worden of bij uitzondering gepaard gaan met een forse koststijging.

BVOD (Broadcaster Video On Demand)

Zijn online video's uitgaande van/gedistilleerd uit de content van een broadcaster (bijvoorbeeld PlayMedia en VRT).

LF (Longform): BVOD waarbij de online video een volledige episode van de broadcaster betreft.

BVOD				
RON (Run of Network)		Site specific		
IO	Programmatic	IO	Programmatic	
Goplay (website)	Goplay (website) EN VRT (website)	Goplay (website)	VRT (website)	Goplay (website) OF VRT (website)
Goplay (app)	Goplay (app) EN VRT (app)	GoPlay (app)	VRT (app)	Goplay (app) OF VRT (app)
VRT (website)	MTV (website)	Telenet (app)	VRT (STB TNT)	MTV (website)
VRT (app)	South Park (website)	Zenderzone (STB TNT)		South Park (website)
MTV (website)		Play (STB TNT)		
South Park (website)				
Telenet (app)				
Streamz Basic (STB TNT)				
Zenderzone (STB TNT)				
Play (STB TNT)				
VRT (STB TNT)				
IO - Big Screen		IO - Big Screen		
Play (STB)		Play (STB TNT)	VRT (STB TNT)	
Zenderzone (STB TNT)		Zenderzone (STB TNT)		
Streamz Basic (STB TNT)				
VRT (STB TNT)				
Overall socio demo targeting van toepassing, behalve op MTV en South Park (VRT enkel id loop van Q!)				

Toepassing

De Commerciële Politiek bevat de commerciële voorwaarden die van toepassing zijn op elke overeenkomst met Ads & Data met betrekking tot de verkoop van TV- en Online Video advertenties.

De in de Commerciële Politiek gehanteerde begrippen hebben dezelfde betekenis als deze die zijn gedefinieerd in de [Algemene Voorwaarden](#).

Deze Commerciële Politiek is onlosmakelijk verbonden met de contractuele documenten.

Aanvraag

Ads & Data behoudt zich het recht voor om geen rekening te houden met onvolledige of incorrecte aanvragen.

Ads & Data behandelt de aanvragen in volgorde van datum van ontvangst ervan, maar kan hier steeds naar eigen inzicht van afwijken (bijvoorbeeld kan voorrang gegeven worden aan aanvragen voor grotere advertentievolumes, zoals dag- of week pakketten en spot- of billboard pakketten).

Het voorgaande geldt tevens voor aanvragen voor Brand Studio, maar als de klant de bestelbon (zie verder) van Ads & Data met betrekking tot de aanvraag niet ondertekend heeft bezorgd aan Ads & Data binnen 48 uur na de ontvangst ervan, kan Ads & Data (echter zonder dat zij hiertoe verplicht is) voorrang geven aan de eerstvolgende aanvraag. Ads & Data behoudt zich tevens het recht voor om voorrang te geven aan bepaalde aanvragen, bijvoorbeeld aanvragen van historische partners.

Ads & Data is gerechtigd aanvraag van de klant te weigeren als Ads & Data van mening is dat er een risico bestaat dat de klant niet aan zijn betalingsverplichtingen kan voldoen.

Een aanvraag voor een advertentie (een "aanvraag") gebeurt via e-mail of (enkel voor Play 4) via de boekingstool van Ads & Data, en dient minstens de volgende gegevens bevatten:

TV	DIGITALE PLATFORMEN (OLV)
Agentschap (maatschappelijke benaming & adres, BTW-nummer)	Agentschap (maatschappelijke benaming & adres, BTW-nummer)
Adverteerder (maatschappelijke benaming & adres, BTW-nummer)	Adverteerder (maatschappelijke benaming & adres, BTW-nummer)
Product & campagne	Product & campagne
Zender(s)	Website(s)/App(s)
Periode	Periode
Producten	Producten
Forma(a)t(en)	Forma(a)t(en)
-	-
Nationaal: budget p/mnd	Budget
Doelgroep	Targeting
Ref: CRM ID en/of MBCID en/of PO-nummer	Ref: CRM ID en/of MDBID en/of PO-nummer
Spotlengte	Materiaal
Verdeling investering	Mensualisering

Bestelbon

Ads & Data behoudt zich steeds het recht voor om een aanvraag te aanvaarden of te weigeren.

Als Ads & Data een aanvraag aanvaardt, zal aan de klant per e-mail een bestelbon ontvangen (de "**Bestelbon**").

De klant moet de ondertekende bestelbon per e-mail aan Ads & Data bezorgen, uiterlijk binnen 28 kalenderdagen na de ontvangst van de bestelbon.

Niettegenstaande het voorgaande, moet de ondertekende bestelbon in ieder geval aan Ads & Data worden bezorgd:

■ Een aanvraag/briefing voor een nationale tv-campagne kent steeds volgende verdeling:

- Min 20% van het campagnebudget voor BVOD – LF (IO buying of programmatic buying)
- Min 25% van het campagnebudget TV voor Third Party Channels
- Afwijkende verdelingen zullen koststijgingen in de negotiatie teweegbrengen.

■ Voor Brand Studio TV:

- uiterlijk 21 kalenderdagen voor de eerste uitzending van de advertentie

Als de Ads & Data de correct ondertekende bestelbon niet binnen de voorgaande termijnen heeft ontvangen, vervalt de bestelbon, behoudens als Ads & Data vrijwillig de uitvoering van de aanvraag aanvangt, en dient de klant desgewenst een nieuwe aanvraag in te dienen.

De klant dient een voorstel tot jaarovereenkomst uiterlijk 8 weken na ontvangst ondertekend per e-mail aan Ads & Data te bezorgen. Als deze termijn niet wordt gerespecteerd, vervallen de condities (korting/gratis ruimte) op de campagne(s) en zullen deze worden gefactureerd.

Specifieke voorwaarden voor aanvragen TV en BVOD advertenties

Ads & Data geeft geen plaatsingsgarantie, wat inhoudt dat Ads & Data nooit kan garanderen dat de advertenties zullen worden geplaatst conform de plaatsing die is voorzien in de bestelbon.

De klant dient de briefing van de campagne uiterlijk 4 weken voor de start van de campagne aan Ads & Data te bezorgen (tenzij anders vermeld in de Contractuele Voorwaarden). Als de klant deze termijn niet naleeft, behoudt Ads & Data zich het recht voor om een eventueel overeengekomen garantie op de netto kost per GRP (de "**Netto KGRP Garantie**") te schrappen.

Korting klanten dienen steeds genoeg te nemen met de nog beschikbare ruimte.

Ads & Data streeft er steeds naar om de zendersplit te realiseren op basis van de natural delivery.

Elke vraag van de klant voor een aangepaste zendersplit (vs natural delivery) is steeds in overleg met Ads & Data. Ads & Data behoudt zich het recht voor om niet in te gaan op de vraag van de klant. Het aandeel Play4 in de zendersplit zal nooit meer zijn dan 50% van de GRP. Een aangepaste zendersplit zal altijd gepaard gaan met een prijsverhoging. Bij een aangepaste zendersplit biedt Ads & Data geen Netto KGRP Garantie, en zal een eventueel eerder overeengekomen Netto KGRP Garantie vervallen.

Elke vraag van de klant voor specifieke context aankoop is steeds in overleg met Ads & Data. Ads & Data behoudt zich het recht voor om niet in te gaan op de vraag van de klant. Een specifieke context aankoop zal altijd gepaard gaan met een prijsverhoging. Bij een specifieke context aankoop biedt Ads & Data geen Netto KGRP Garantie, en zal een eventueel eerder overeengekomen Netto KGRP Garantie vervallen.

Maximaal 60% van de GRP in peak (20u/23u) op Play4 is toegestaan per maand. In uitzonderlijke gevallen kan Ads & Data een hoger % toestaan, maar steeds met een maximum van 70%.



Ads & Data evalueert alle aanvragen en kan elke aanvraag weigeren. Deze weigering kan echter geen reden zijn voor een vermindering in investering door de adverteerder.

Bovendien kan deze verhoging in peak enkel mits betaling van een supplement van 45%.

Het supplement wordt verrekend op alle spots op Play4 van de desbetreffende maand.

Op alle andere zenders geldt een ander kijkgedrag en bijgevolg wordt peak/off-peak niet gegarandeerd, noch opgevolgd.

Uiterlijk 2 volle kalenderdagen voor de dag van uitzending, wordt de planning afgesloten, en kunnen advertenties en spotcodes niet meer gewijzigd worden.

Bij “floating” boekingen (m.n. aanvraag voor advertenties binnen 5 werkdagen voor de eerste uitzending ervan) gelden de volgende bijkomende voorwaarden:

- Ads & Data plant de advertentie in, in functie van de gemaakte afspraken;
- inplanning uiterlijk 5 werkdagen voor uitzending ervan;
- spotcode “Floating” moet worden toegevoegd bij inboeken van de advertentie;
- omzetten van andere bestaande spotcodes naar ‘floating’ is niet mogelijk.

Bij “multi-channel” boekingen (enkel Nationale TV) gelden de volgende bijkomende voorwaarden:

- De aangevraagde doelgroep is bepalend voor de zendermix;
- elke aanvraag voor aanpassing van deze zendermix zal steeds resulteren in een hoger tarief;
- de Netto KGRP Garantie is onderhevig aan de maandindexen en spotlengte-indexen zoals omschreven in de Commerciële Politiek;

- de spotplanning en zendersplit wordt door Ads & Data naar eigen inzicht bepaald en geoptimaliseerd;
- de zendersamenstelling van het pakket kan wijzigen i.f.v. veranderingen in het zenderaanbod van Ads & Data;
- de Netto KGRP Garantie geldt op het totaal van de campagne;
- Ads & Data geeft enkel Netto KGRP Garantie voor campagnes met een minimale duur van 7 opeenvolgende dagen;
- bij een Netto KGRP Garantie is een afwijkingspercentage van 10% naar onder of boven toegestaan zonder dat dit recht geeft op compensatie;
- verdeling van de campagne gebeurt over alle zenders heen en op basis van beschikbaarheid;
- Ads & Data geeft de Netto KGRP Garantie op max 1 doelgroep per campagne.

■ TV doelgroepen waarop garantie kan geboden worden:
 Ook andere doelgroepen zijn mogelijk.
 Deze kunnen op aanvraag bekeken en toegestaan worden.


VVA 18-54
18-44
18-54
18-54 SG 1-4
25-54
25-64
35+
35-64
55+
MAN 18-54
MAN 25-54
MAN 35+
VROUW 18-54
VROUW 25-54
VROUW 35+
VVA 18-44
VVA 25-54







Bij “manuele” boekingen (enkel op Play 4) gelden de volgende bijkomende voorwaarden:


- Ads & Data geeft geen GRP-compensaties bij klanten die niet genieten van Netto KGRP Garantie; en
- het is de verantwoordelijkheid van de klant om het overeengekomen bedrag (en dus het budget) te plaatsen tijdens de overeengekomen periode.

Reclameregels

De klant is ALTIJD verantwoordelijk voor de inhoud van de commerciële communicatie. Ads & Data kan in geen geval aansprakelijk worden gesteld voor de inhoud, vorm of wettelijkheid, of de eventuele onjuistheid van het reclamemateriaal aangeleverd door de klant.

 Ads & Data aanvaardt geen advertenties voor:

-  Sigaretten en andere tabaksproducten
-  Geneesmiddelen en medische behandelingen op doktersvoorschrift
-  Wapens
-  Alcohol rond kinderprogramma's
-  Fysieke casino's
-  Adverteerders die zondigen tegen de ethische en deontologische waarden van onze uitgevers

 Voor kansspelen geldt steeds het laatst gepubliceerde Koninklijk Besluit.

Specifieke voorwaarden voor TV:

- Alcohol:
 - Voor 19u30 kunnen geen campagnes gepland worden (nationale TV)
 - Comedy Central: geen reclame voor 21u
- Video & gaming voor een doelpubliek 18+: geen reclamecampagnes voor 20u00 (nationale TV)
- Billboards:
 - Een billboard mag geen audiovisuele reclamespot zijn en mag geen verkoopbevorderende elementen bevatten, noch call-to-actions in de zin van: "kom nu naar", "geniet van", "nu korting", etc.
 - Regionale TV-billboards steeds in kadering van sponsoring deals met uitzondering van de billboard voor of na het weerbericht.
 - Voor een gedetailleerd overzicht van deze voorwaarden verwijzen we naar de salesfiche van billboards en programma's.

Deze lijst is non-exhaustief en kan altijd aangepast worden op basis van (zelf-)reglering en/of contractuele afspraken met mandaatgevers.

Weigeringsrecht

Ads & Data heeft steeds het recht om, overeenkomstig de Algemene Voorwaarden, bepaalde opdrachten te schorsen, stop te zetten of te weigeren.

Concurrentie codes

Ads & Data behoudt het recht om reclameboodschappen binnen dezelfde sector in eenzelfde reclameblok te plaatsen zonder dit expliciet vooraf te melden.

Behalen van jaarovereenkomst TV/BVOD/other digital platforms

- Volgende budgetten mogen in rekening gebracht worden om de **jaarovereenkomst TV** te behalen.
 - Voor Playzenders: klassieke spotruimte, smartad, Brandstudio TV, pauzeknop.
 - Voor Third Party Channels: klassieke spotruimte, Brandstudio TV.
 - Smartad, Brand Studio TV en pauzeknop hebben eigen condities.

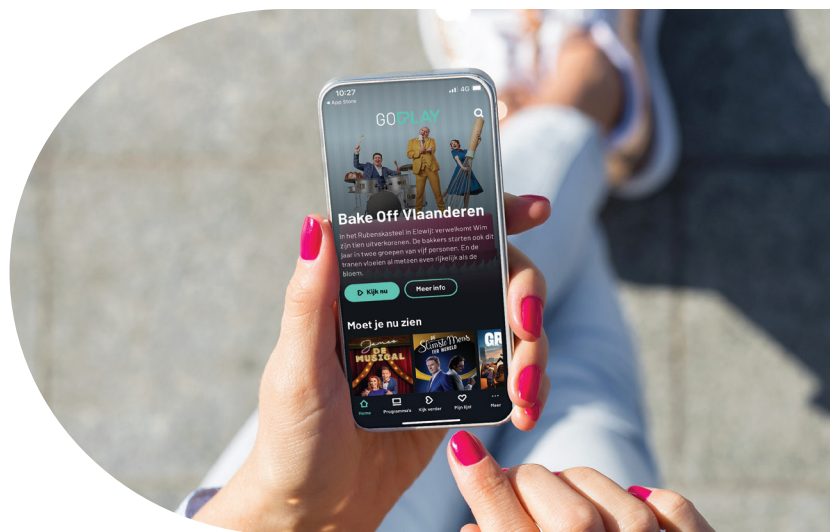
- Volgende budgetten mogen in rekening gebracht worden om de **jaarovereenkomst BVOD** te behalen:
 - OLV LF, OLV SF en OLV Brand Studio op de platformen van de publisher(s) die beschreven staan in de jaarovereenkomst.
 - Zowel IO als programmatic buying budgetten komen in aanmerking, met uitzondering van Xaxis budgetten voor zover deze geen allocatie op niveau van een jaarovereenkomst toelaten.
 - OLV Brandstudio heeft steeds eigen condities.

- Volgende budgetten mogen in rekening gebracht worden om de **jaarovereenkomst (other) digital platforms** te behalen:
 - Alle digitale producten op platformen van publishers die beschreven staan in de jaarovereenkomst.
 - Zowel IO als programmatic buying budgetten komen in aanmerking, met uitzondering van Xaxis budgetten voor zover deze geen allocatie op niveau van een jaarovereenkomst toelaten.

- Zowel de klant als Ads & Data krijgt de **flexibiliteit** om een beperkt aandeel van het afgesproken volume TV over te hevelen naar BVOD en vice versa. Dit aandeel is echter beperkt tot max 10% van BVOD naar TV. Van TV naar BVOD geldt geen restrictie. Steeds geldig zolang de inventory van het betreffende platform het toelaat.

Als het overeengekomen bedrag van de jaarovereenkomst (TV + BVOD) niet wordt geïnvesteerd binnen de afgesproken periode zal Ads & Data een penalty factureren aan de klant. Klanten krijgen de flexibiliteit om een beperkt aandeel van het afgesproken volume TV over te hevelen naar BVOD en vice versa. Dit aandeel is echter beperkt tot max 10% van BVOD naar TV. Van TV naar BVOD geldt geen restrictie. Steeds geldig zolang de inventory van het betreffende platform het toelaat

- De klant **investeert tussen 71 en 99%** van het overeengekomen bedrag:
Ads & Data zal 20% van de opgenomen condities (zijnde dus de gratis ruimte boven op het overeengekomen bedrag) / impressies (zijnde het verschil tussen de uitgeleverde impressies en het aantal impressies horende bij het lagere investeringsniveau) en 20% van het geannuleerde bedrag factureren.
- De klant **investeert tussen 51 en 70%** van het overeengekomen bedrag:
Ads & Data zal 50% van de opgenomen condities (zijnde dus de gratis ruimte boven op het overeengekomen bedrag) / impressies (zijnde het verschil tussen de uitgeleverde impressies en het aantal impressies horende bij het lagere investeringsniveau) en 50% van het geannuleerde bedrag factureren.
- De klant **investeert minder dan 51%** van het overeengekomen bedrag:
Ads & Data zal het overeengekomen bedrag volledig factureren.

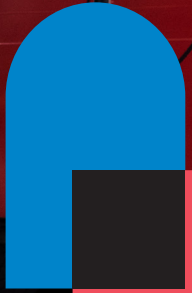




EXTREME

MAKEOVER RACER

EN



II.

KORTINGEN

II. Kortingen

Welkomstkorting

Adverteerders of merken die het afgelopen kalenderjaar niet actief waren bij merken van Ads & Data worden ondersteund met 15% korting op de (I/O)-ratecard.

TV	Online Video (cpm campagnes)
-15%	-15%

Deze korting is geldig op de eerste onafgebroken campagne gedurende de eerste 20 campagnedagen.

Deze korting is niet geldig voor line extensions of productdifferentiaties zoals nieuwe smaken, nieuwe geuren, nieuwe modellen, nieuwe verpakkingen, ...

Deze korting is niet geldig in programmatic.

Voor Direct sales TV klanten zijn specifieke welkomstpakketten uitgewerkt.

Sectorkorting NEW

	TV	DIGITAL**
Culturele organisaties & onderwijs	-15%	-30%
Institutioneel*/ boodschappen van algemeen nut/ non-profit	-15%	-25%
Humanitaire instanties	-50%	-50%
Muziek-, film- en gamesector	-15%	-15%
Media-partners	-15%	-

*Institutioneel: politieke partijen, middenveldorganisaties, binnenlandse toeristische diensten, overheid (niet van toepassing op wettelijk een verplichte publicaties)

**Kortingen NIET van toepassing op CPD & CPW tarieven, alsook partners!!!

Algemene voorwaarden

- Kortingen zijn NIET CUMULEERBAAR mits anders vermeld.
- Verschillende kortingen worden in cascade toegepast, nooit cumulatief.
- Kortingen zijn NIET van toepassing op technische- en/of productiekosten.
- Sponsoring, special packages en speciale promo's bevatten reeds kortingen. Deze producten zijn niet cumuleerbaar met andere kortingen.
- De opname van retro is steeds de verantwoordelijkheid van het agency en is niet overdraagbaar naar een volgend kalenderjaar.
- De opname van de netto kGRP garantie is de verantwoordelijkheid van het agency en dient simultaan met betalende budgetten geboekt te worden. Een positief saldo vervalt op 31 december en is in geen enkel geval overdraagbaar naar een volgend kalenderjaar.
- Het agency voorziet Ads & Data van een gefundeerde inschatting van de jaarinvestering, op basis waarvan Ads & Data de **voorlopige condities** bepaalt. Een agency kan alleen voorlopige condities vragen voor investeringen waarvoor het gemandateerd is. Ads & Data streeft ernaar om, op basis van de info van het agency, het verschil tussen voorlopige en definitieve condities zo miniem mogelijk te houden.
- Een handtekening op een jaarovereenkomst in het eerste kwartaal van het jaar, geeft de klant recht op **retroactiviteit**, zijnde ruimte gegenereerd door het verschil tussen de voorlopige en de definitieve condities.
 - Handtekening vóór 31 maart: klant heeft recht op 100% van de retroruimte
 - Handtekening vóór 15 april: 75% van de retroruimte
 - Handtekening vóór 30 april: 50% van de retroruimte
 - Handtekening vanaf 01 mei: recht op retroruimte vervalt

Als het verschil negatief blijkt te zijn, wordt deze negatieve retro bij de eerstvolgende campagne verrekend.

Ads & Data verbindt er zich toe de retroberekening zo snel mogelijk, na de toezegging van het commitment, te maken en door te geven aan het agency.

- De **opname van retroruimte** is volledig de verantwoordelijkheid van het agency en dient gelijkmatig verspreid te worden simultaan met de betalende campagnes. Eens de vervaldatum verstreken, kan deze niet meer opgeëist worden, noch overgedragen worden naar een volgend kalenderjaar.

Uiterste vervaldatum van retroruimte is 30 juni.

Betaland budget kan nooit omgezet worden naar retroruimte.

Ads & Data behoudt zich het recht om zelf het initiatief te nemen retroruimte later dan 30 juni uit te leveren.

- Conditie/ruimtecredieten/tegoeden**

Eventuele tegoeden/compensaties kunnen nooit retroactief toegekend worden voor een afgesloten kalenderjaar.

De opname/inzet van eventuele tegoeden/compensaties zijn de verantwoordelijkheid van het agency en kunnen nooit overgedragen worden naar een volgend kalenderjaar. Betaland budget kan ook nooit omgezet worden naar een tegoed/ruimtecrediet/compensatie.

Bij jaaroverschrijdende campagnes kunnen de condities van een jaarovereenkomst doorgetrokken worden tem 10 januari en Als max 20% van de campagne-grp's gegenereerd wordt op het nieuwe kalenderjaar. Op initiatief van Ads & Data én in overleg met het agency, kan er ook nog verlengd worden na 10 januari.

- Bij **meer aanzienlijke jaaroverschrijdende campagnes (> 20% van de GRP's en na 10 januari) en jaarovereenkomsten die niet gelijklopen met het kalenderjaar** worden voor het nieuwe jaar de condities toegepast op de bcgrp's van het nieuwe jaar, die onderhevig zijn aan inflatie en correlatie.



III.

TOESLAGEN

III. Toeslagen

Merkvermelding

Iedere advertentie heeft betrekking op slechts 1 merk, product, dienst of bedrijf. Wanneer een advertentie meerdere merken, producten, diensten of bedrijven vermeldt, dan geldt een toeslag.

- Wanneer de vermelding kleiner is dan 1/5 van het scherm en/of korter dan 1/5 van de spotlengte.
 - 20% toeslag op het netto tarief
- Wanneer de vermelding groter is dan 1/5 van het scherm en/of langer dan 1/5 van de spotlengte.
 - 50% toeslag op het netto tarief

Gamma Spot

Een Gamma Spot is een Tv-spot waarbij 1 klant adverteert voor meer dan 2 producten onder één en dezelfde product- en merklijn. Er wordt geen toeslag aangerekend als het gaat om producten van dezelfde adverteerder, met dezelfde productcode of als er geen argumentatie gevoerd wordt voor meer dan één product afzonderlijk. In andere gevallen gelden de toeslagen van merkvermelding.

Duo-reclameblok

Play-zenders bieden een duo-reclameblokken aan, dat is een volledig reclameblok met slechts 2 spots zonder toeslag op het tarief. De maximale totale spotlengte van de duo-break is 60 seconden. De split screen voorziet het gelijktijdig uitzenden van de klassieke spot en de verwijzing naar het programma B via aftelling. Daarbij is de vermelding van het woord "reclame" verplicht.

Duo-spot

Een duospot zijn twee reclamespots van dezelfde adverteerder voor hetzelfde brand, in eenzelfde reclameblok op hetzelfde mediaplatform, die van elkaar worden gescheiden door een of meerdere reclamespots van andere adverteerders. Voor een duospotcampagne rekenen de Playzenders en Third Party Channels in regie bij Ads & Data een toeslag aan van 5 punten spotindex, verrekend op één van de twee spots.

Zoals bij een niet-duospot wordt gewerkt met de afzonderlijke spotlengtes/-indexen om de kost van elk van de spots te bepalen.

Treinspots

Een treinspot is een geheel van meerdere spots van eenzelfde adverteerder die aan elkaar gemonteerd werden tot één spot en als dusdanig ingepland/ingeboekt worden. De totale lengte van het geheel bepaalt de spotindex. Als er meerdere brands aan bod komen binnen het geheel, is de regel van merkcitatie van toepassing.

Gammaspots

Een gammaspot is een spot waarin het hele gamma producten, met eenzelfde productcode, van een adverteerder gepromoot en gevisualiseerd wordt. Hier is geen toeslag van toepassing.

Voorkeursplaatsing

Voor nationale TV

De toeslag voor voorkeursposities (eerste, tweede, voorlaatste of laatste positie in het reclameblok) bedraagt:

- +20% = 10% toeslag op de hele campagne
- +30% = 12,5% toeslag op de hele campagne

- +40% = 15% toeslag op de hele campagne
- +50% = 17,5% toeslag op de hele campagne
- Max. 60% = +20% supplement op de hele campagne

Maand- en spotindexen

Maandindexen nationale TV

	index 2024
januari	70
februrari	80
maart	105
april	115
mei	125
juni	125
juli	85
augustus	85
september	125
oktober	125
november	110
december split	115 (van 1-22/12)
	85 (van 23-31/12)

Spotindexen nationale TV

Een spot is maximaal 30". Het gebruik van spots langer dan 30" dient voor boeking goedgekeurd te worden door Ads & Data. In dat geval vervalt een eventuele Netto KGRP

Garantie.

seconden	index 2024	seconden	index 2024
5	40	30	100
7 BB	45	35	120
10 BB	70	40	135
10	50	45	150
15	70	50	170
20	85	55	185
25	95	60	200

Uitlevering voor digitale campagnes

- Digitale campagnes worden steeds "evenly spread uitgeleverd.
- Basis capping-regels zijn:
 - Video campagnes: shortform 1/5min/site, longform 1/10min/site
- Ads & Data behoudt zich het recht om van deze basis regels af te wijken in functie van campagne-optimalisatie.
- Een afwijkingpercentage van 20% naar onder of boven toegestaan zonder dat dit recht geeft op compensatie.



IV.

AANLEVERINGMATERIAAL & TECHNISCHE SPECIFICATIES

IV. Aanlevering materiaal & technische specificaties

Algemeen

Wat betreft het door de klant aan te leveren materiaal met betrekking tot de advertentie gelden de bijkomende technische voorwaarden van Ads & Data, die dienen te worden nageleefd door de klant. Deze technische voorwaarden zijn terug te vinden op

www.adsanddata.be

TV & ONLINE VIDEO

Het materiaal voor nationale TV en Online Video moet uiterlijk 5 werkdagen voor start van de campagne worden aangeleverd.

Specifieke voorwaarden voor Brand Studio

Voorafgaand aan de aanlevering van al het creatief materiaal en dit ten laatste 12 werkdagen voor antenne wordt het storyboard of script ter goedkeuring voorgelegd aan de afdeling Brand Studio, vóór start productie. Voor het overige gelden dezelfde regels bij aanlevering als bij een klassieke spotcampagne.

Als de klant de creatie van de commerciële communicatie aan Ads & Data heeft toevertrouwd, kunnen er maximaal twee gratis aanpassingen gevraagd worden, als deze niet afwijken van het oorspronkelijk concept. Kosten voor bijkomende aanpassingen worden voorgelegd en doorgerekend.

Specifieke voorwaarden voor Online Video

Wanneer Ads & Data het materiaal van de klant ontvangt, zal Ads & Data de bannernaam die in het traffic report is aangegeven of specifiek door de klant is aangevraagd, registreren op de ad server.

De bannernaam mag niet meer dan 23 alfanumerieke tekens + de taalcode (twee tekens: nl, fr, uk, enz.) bevatten. Deze bannernaam zal worden gebruikt in alle rapporten die naar de klant worden gestuurd.

In het geval dat de bestemmings-URL niet beschikbaar is of een foutmelding genereert, zal Ads & Data de klant hiervan per e-mail op de hoogte brengen en zal de URL tijdelijk vervangen worden door de URL van de homepage van de site van de klant (als beschikbaar), totdat de oorspronkelijke URL opnieuw functioneert. De impressies geleverd tijdens de periode dat de URL niet beschikbaar was, zullen worden beschouwd als impressies geleverd op de standaard manier.

Tracking voor digitale campagnes

- Ads & Data verwijst in het bijzonder naar de algemene voorwaarden en de DPA met betrekking tot het verwerken van gegevens omtrent reclamecampagnes.
- De klant is gemachtigd om cookies, scripts of andere manieren te gebruiken om alleen de volgende anonieme metadata te verzamelen:
 - hoe vaak iemand de advertentie bekijkt (impressie)
 - hoeveel van de advertentie gezien werd (completion rate en viewability)
 - het aantal klikken met de volgende aanvullende gegevens:
 - schermresolutie gebruikt
 - browser gebruikt
 - besturingssysteem gebruikt

■ Met uitzondering van het verzamelen van de eerder vermelde metagegevens, is het expliciet VERBODEN om cookies, scripts of andere methoden te gebruiken om informatie te verzamelen, informatie op te slaan in of toegang te krijgen tot de randapparatuur van gebruikers van de websites of apps.

■ Datapixelplacement & data matching

- Mogelijk om vanuit bestaande individuele pixels
- Mét IAB-compliant CMP's
- Een campagne overheen de verschillende netwerken te laten lopen
- MAAR als je over verschillende netwerken heen gaat vereist dit voorlopig (tot we op 1 adstack zitten) een Pixel/DB match per netwerk

■ Zonder voorafgaande toestemming is het verboden om:

- Informatie te verzamelen met het oog op re-targeting, targeting op doelgroep en gedrag.
- Informatie te verzamelen over het gedrag van gebruikers op de websites of apps.



V.

KLACHTEN &
UNDERDELIVERY

V. Klachten & underdelivery

TV

- Ads & Data biedt in geen enkel geval plaatsingsgarantie.
- Bij een Netto KGRP Garantie is een afwijkingspercentage van 10% naar boven of onder toegestaan zonder dat dit recht geeft op compensatie - verdeling gebeurt over alle zenders heen en op moment van beschikbaarheid.

DIGITAAL

- De campagne werd niet uitgeleverd in de overeengekomen campagneperiode en de oorzaak ligt bij de adverteerder.
 - Impressies worden pro rata herberekend op de resterende campagnedagen zonder aanpassing van het getekende campagnebudget.
 - Ads & Data doet het nodige om campagne zo snel te starten.
- De campagne werd niet uitgeleverd in de overeengekomen campagneperiode en de oorzaak ligt bij Ads & Data.
 - De niet uitgeleverde impressies worden opnieuw ingepland in overleg met de adverteerder.

Bij metingen worden verschillen van minder dan 10% tussen de cijfers van Ads & Data en de klant als niet-significant beschouwd. Er is dus geen reden tot compensatie.



VI.

ANNULATIES & WIJZIGINGEN

VI. Annulaties & Wijzigingen

ANNULATIE- EN VERPLAATINGSKOSTEN

- De klant heeft tot **1 week** voor aanvang van de campagne de tijd om een bestelbon te tekenen. Als **5 werkdagen** voor aanvang van de campagne, de bestelbon niet getekend is, wordt deze stilzwijgend en op verantwoordelijkheid van het agency/ adverteerder gezien als getekend.
- Als de ruimte van een getekende bestelbon gewijzigd, verplaatst, uitgesteld of geannuleerd wordt binnen de 5 werkdagen voor aanvang van de campagne, dan wordt de brutoruimte van de eerste 5 kalenderdagen van de campagne via factuur aangerekend aan 100% (zonder korting). Ongeacht of de investering van de jaarovereenkomst behaald wordt of niet.
- Bij overmacht wordt een uitzondering toegestaan op de tijdsperiode korter dan 5 werkdagen. Wordt gezien als overmacht: gevolgen van natuurramp, gevolgen van pandemie, sterfte van CEO, sterfte protagonist spot.
- Brand Studio
 - Geen annulaties mogelijk.
 - Gemaakte productiekosten worden steeds aangerekend.

WIJZIGINGEN OP GETEKENDE BESTELBON

- Zijn mogelijk mits akkoord van Ads & Data, op basis van:
 - de contractuele documenten;
 - de commerciële belangen van Ads & Data en
 - het behoud van gehandtekend budget.
- Voor de start van de campagne: Binnen de 5 werkdagen na de dag van ontvangst van de bestelbon.

- Tijdens de campagnes vraagt Ads & Data per kerende de gewijzigde bestelbon onmiddellijk terug te sturen.
 - Voor TV: Als de campagne slechts gedeeltelijk getekend is op het einde van de werkdag van 'dag van ontvangst + 5', dan worden alle opties (= niet-getekende spots) van de niet-getekende bestelbonversie geannuleerd door Ads & Data.

WIJZIGINGEN OP GETEKENDE JAARVERBINTENIS

Als het overeengekomen bedrag niet wordt geïnvesteerd binnen de overeengekomen periode, dan zal Ads & Data de volgende bedragen factureren aan de klant:

- De klant investeert tussen 71 en 99% van het overeengekomen bedrag:
 - Ads & Data zal 20% van de opgenomen condities (zijnde dus de gratis ruimte bovenop het overeengekomen bedrag) en 20% van het resterende/geannuleerde bedrag factureren
- De klant investeert tussen 51 en 70% van het overeengekomen bedrag:
 - Ads & Data zal 50% van de opgenomen condities (zijnde dus de gratis ruimte bovenop het overeengekomen bedrag) en 50% van het resterende/geannuleerde bedrag factureren
- De klant investeert minder dan 51% van het overeengekomen bedrag:
 - Ads & Data zal het overeengekomen bedrag volledig factureren.



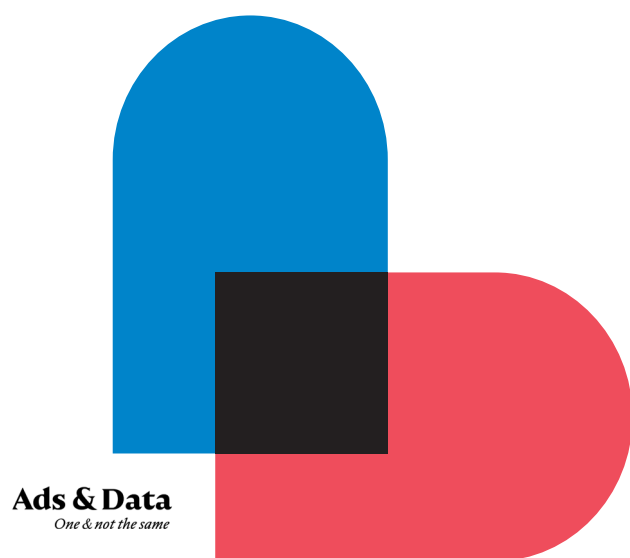
VII.

DEFINITIES



VII. Definities

Ads & Data	betekent Ads & Data NV, een naamloze vennootschap naar Belgisch recht met zetel te Schaliënhoevedreef 20 bus C, 2800 Mechelen en geregistreerd bij de KBO onder ondernemingsnummer RPR 0809.309.701 (Antwerpen afdeling Mechelen);
Algemene Voorwaarden	betekent de algemene voorwaarden van Ads & Data, te vinden op www.adsanddata.be zoals gewijzigd van tijd tot tijd;
Contractuele Documenten	betekent de de Algemene Voorwaarde, Commerciële Politiek, de Ratecard, Privacyverklaring, Technische Voorwaarden en DPA tesamen;
DPA	betekent de overeenkomst met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens, te vinden op www.adsanddata.be zoals gewijzigd van tijd tot tijd;
Klant	betekent iedere afnemer van diensten en goederen van Ads & Data met inbegrip van degene die direct of indirect namens voornoemde afnemer optreedt (zoals Media Buyers, Creative Agencies, marketingkantoren etc.);
Overeenkomst	betekent de overeenkomst aangegaan tussen de klant en Ads & Data met betrekking tot de diensten en goederen aangeboden door Ads & Data;
Privacyverklaring	betekent de privacyverklaring van Ads & Data, te vinden op www.adsanddata.be , zoals gewijzigd van tijd tot tijd;
Ratecard	betekent de ratecard van Ads & Data, te vinden op www.adsanddata.be , zoals gewijzigd van tijd tot tijd;
Technische Voorwaarden	betekent de specifieke technische voorwaarden van Ads & Data, te vinden op www.adsanddata.be , zoals gewijzigd van tijd tot tijd.



Ads & Data
One & not the same

Harenssteenweg 226
B-1800 Vilvoorde
info@adsanddata.be
www.adsanddata.be