

# Conditions Commerciales RMB 2022

Version Decembre 2021



INNOVATE

INSPIRE

CONQUER

ENGAGE



## RMB créateur de solutions cross-média

### Offre commerciale classique

Généralités engagements

Primes générales

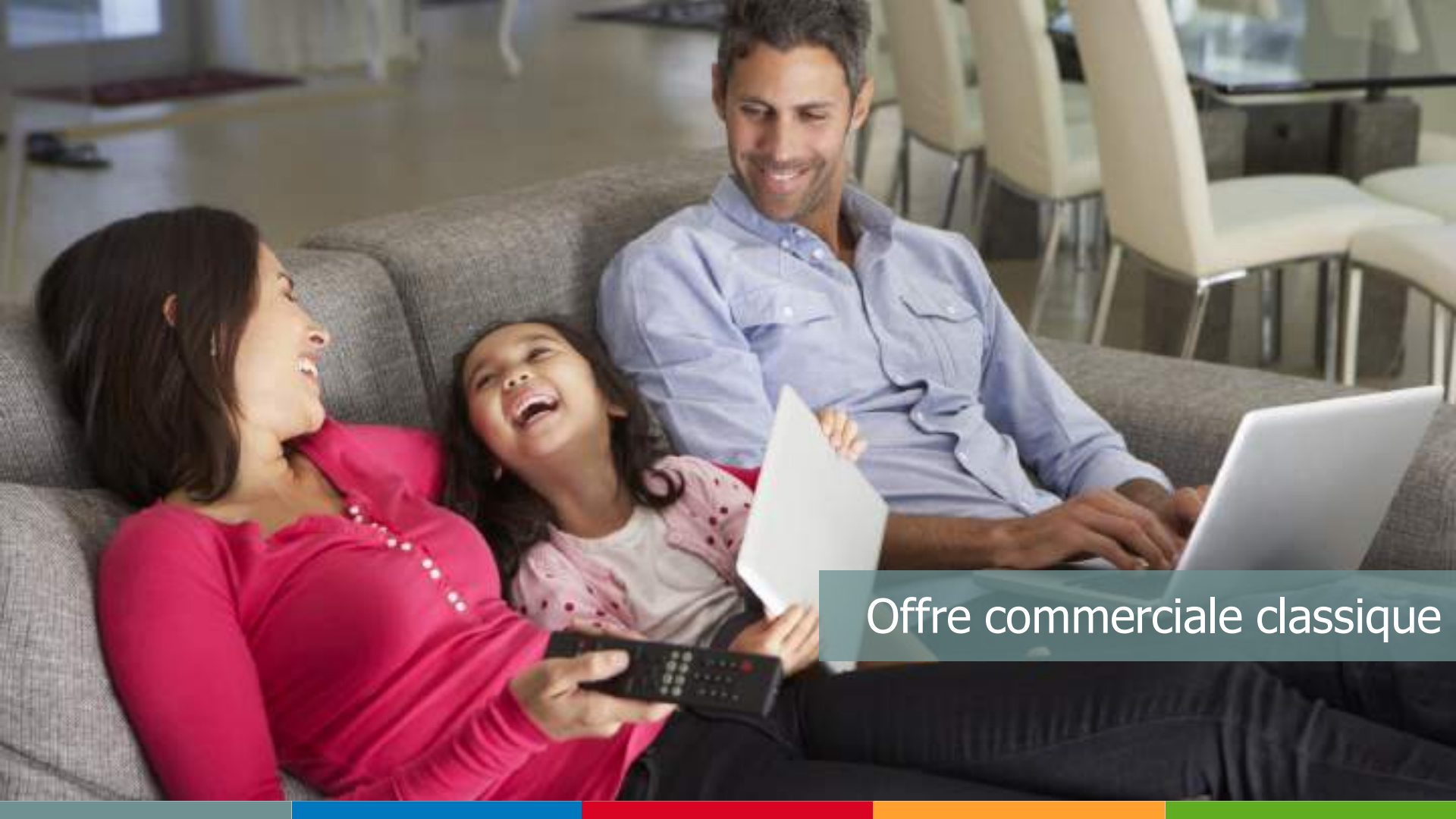
Primes sectorielles

### Majorations

Politique et conditions tarifaires

Conditions d'accès

Offre commerciale Sponsoring



Offre commerciale classique

# Généralités Engagements

- Les primes sont accordées sur base d'un engagement, en net facturé de min. 5.000 EUR par média.
- Les conditions s'appliquent à la publicité nationale commerciale (non applicable au sponsoring, aux campagnes régionales et locales) et non commerciale des supports en régie chez RMB. Sauf pour les campagnes digitales vendues en net.
- Elles s'appliquent sur l'achat « à la carte » (= écran par écran) et dans certains cas sur l'achat « package spots » (MégaHertz, GigaHertz, pack ABXplore).
- L'investissement net mentionné dans les différents tableaux de la politique commerciale et dans l'engagement correspond à l'investissement net facturé dans le cadre de la publicité nationale classique et du sponsoring.
- En TV et en radio, la SOI mentionnée dans le contrat d'engagement, est une SOI globale brute et tient compte de l'investissement classique & sponsoring.
- En TV et radio, les primes sont exprimées en crédit d'espace et varient en fonction du type d'accord signé. Elles seront transformées en dégressif sur le bon de commande.
- La partie digitale des produits TV/radio composés, l'OLA, l'OLV, la data, en IO comme en programmation participent au volume d'engagement **DIGITAL** audio ou video.

## CALCUL DES CONDITIONS

Les primes sont calculées « en cumul », sauf celles qui concernent les conditions tarifaires.



# Signatures

## SIGNATURE DES CAMPAGNES

- 15 jours ouvrables après l'édition du bon de commande.
- Pour toutes les campagnes démarrant endéans les 20 jours, la signature devra nous parvenir le lendemain de l'émission de l'ordre de publicité.
- En fin de mois, tout spot non signé mais diffusé (après une première signature) sera exigible de plein droit par RMB.

## SIGNATURE DES ENGAGEMENTS

- A partir de la date d'émission de l'offre, l'annonceur/agence a par défaut deux mois (sauf autre délai spécifié par RMB) pour signer en indiquant son palier d'engagement de départ.
  - Si la signature nous est bien transmise dans le délai mentionné, l'annonceur bénéficiera de la rétroactivité des conditions du palier d'engagement de départ sur les campagnes qui auraient déjà été diffusées.
  - Sans signature reçue dans ce délai, RMB supprimera les conditions provisoires sur les campagnes à venir. La rétro de début d'année ne sera pas exigible. La proposition n'est alors plus valable.

RMB n'accordera plus de rétroactivité de réengagement

# Modification & annulation

Au cas où les niveaux d'investissements/SOI convenus dans le cadre d'un engagement n'étaient pas atteints au terme du contrat, les bonus et autres avantages accordés seront refacturés de plein droit suivant le tableau ci-dessous (et ce pour tous les médias)

## NIVEAU D'INVESTISSEMENTS

Investissement final vs engagement	Calcul pénalité
<10%	5% du CE déjà consommé et 5% du montant annulé seront facturés
10 – 20%	10% du CE déjà consommé et 5% du montant annulé seront facturés
21 – 30%	20% du CE déjà consommé et 10% du montant annulé seront facturés
31 – 50%	30% du CE déjà consommé et 15% du montant annulé seront facturés
> 50%	40% du CE déjà consommé et 20% du montant annulé seront facturés

## NIVEAU SOI

% entre SOI finale et SOI engagée	% de conditions offertes refacturées
<10 pp	15%
10 – 15 pp	25%
16 – 20pp	30%
21 – 25 pp	35%
26 – 30 pp	40%
31 pp et +	50%

# Engagement Cross et déplacement de budget

RMB autorise un déplacement de budget d'un média vers un autre sans conséquence sur les conditions pour autant que le montant ne dépasse pas 15% du montant engagé.


Si ce montant dépasse ce %, RMB se réserve le droit de revoir les conditions des médias concernés.

Le média déforcé ne sera pas pénalisé mais le média qui se verra augmenté ne sera pas incentivé.

Ceci est d'application pour tous les annonceurs ayant un engagement Cross chez RMB



# Primes générales



Prime Early Signature

Prime EBoost

Prime de volume (TV - Digital)

Prime de bienvenue

Prime nouveau produit

Prime de fidélité (TV)

Prime de croissance (TV - Digital)



# Prime Early Signature

**+5% de CE**

On top des conditions de l'engagement pour toute signature d'engagement 2022 reçue avant le 23 décembre 2021.



# Prime EBoost

**+2% de CE**


En TV ou en radio pour autant que l'investissement digital Video/Audio représente 10% de l'investissement TV/Radio




# Volume Bonus

Prime liée à l'investissement global net annoncé par l'annonceur en 2022



 Volume	Crédit d'espace
25 000 €	2%
75 000 €	2.5%
125 000 €	3%
175 000 €	3.5%
225 000 €	4%
275 000 €	5%
325 000 €	6%
425 000 €	7%
525 000 €	8%
625 000 €	9%
725 000 €	10%
825 000 €	11%
925 000 €	12%
1.000.000 €	13%

 Volume	Crédit d'espace
10.000 €	2%
20.000 €	3%
30.000 €	5%
40.000 €	7%
50.000€	9%
70.000€	12%
90.000€ et +	15%








 Volume	Crédit d'espace
2.500 €	10%
5.000 €	15%
10.000 €	20%
15.000 €	30%







# Welcome Bonus

Pour tout nouvel annonceur ou absent depuis min. 24 mois sur nos chaines. Applicable sur la première campagne de l'année. Appliqué en dégressif sur le bon de commande

- Le changement de dénomination sociale en 2022 ne sera pas considéré comme un nouvel annonceur.
- Un annonceur qui communiquerait en 2022 pour une marque ayant déjà fait l'objet d'une communication au cours des 24 derniers mois par l'intermédiaire d'un autre annonceur, ne sera pas considéré comme nouvel annonceur.
- Un annonceur qui aurait communiqué durant les 24 derniers mois via une action de sponsoring, ne sera pas considéré comme un nouvel annonceur.
- Pour bénéficier de la Welcome Bonus sur AB3, ABXplore, & LN24 le nouvel annonceur doit investir un budget on top de celui éventuellement investi sur la RTBF en année -1.

Media	Supports	Budget investi total année	% Welcome bonus
	 	5.000€ - 100.000€	+20%
		> 100.000€	+30%
	 	5.000€ - 30.000€	+20%
		> 30.000€	+30%
		< 10.000€	+20%
		> 10.000€	+30%
	RTBF, NRJ et synchros	>5.000€*	+15%

# New product




Media	Supports	New Product
		10%
		15%
	RTBF, NRJ et synchros	10%



- Appliqué en dégressif sur la première campagne du produit en 2022.
- Lancement(s) de nouveau(x) produit(s) et pas de produit(s) existant(s) n'ayant jamais été actif(s) sur nos supports.
- Ce bonus n'est pas applicable en cas de changement de dénomination sociale ou dans le cas du rachat d'une marque existante.
- Les extensions de lignes, de gammes et les produits déclinés d'après un produit générique de base préexistant ne sont pas considérés comme nouveau produit.
- En cas d'hésitation dans l'acceptation d'un produit dans cette catégorie, seul RMB TV est habilité à juger du fait qu'il s'agit ou non d'un nouveau produit.

# Loyalty Bonus






Supports	Indice budget	SOI	Loyalty Bonus
	100	Min 35%	2%
	100	Min 10%	2%
	100		2%

En **TV**, crédit d'espace complémentaire accordé à un annonceur pour autant que son budget 2022 soit au minimum équivalent au net facturé 2021 sur chacune des chaînes en portefeuille chez RMB. Pour les chaînes généralistes la SOI RTBF doit être de min. 35% et pour AB de min 10%.

# Growth Bonus

La Growth Bonus est accordée en fonction de la croissance d'investissement réalisée par l'annonceur en 2022 versus le budget net facturé 2021.



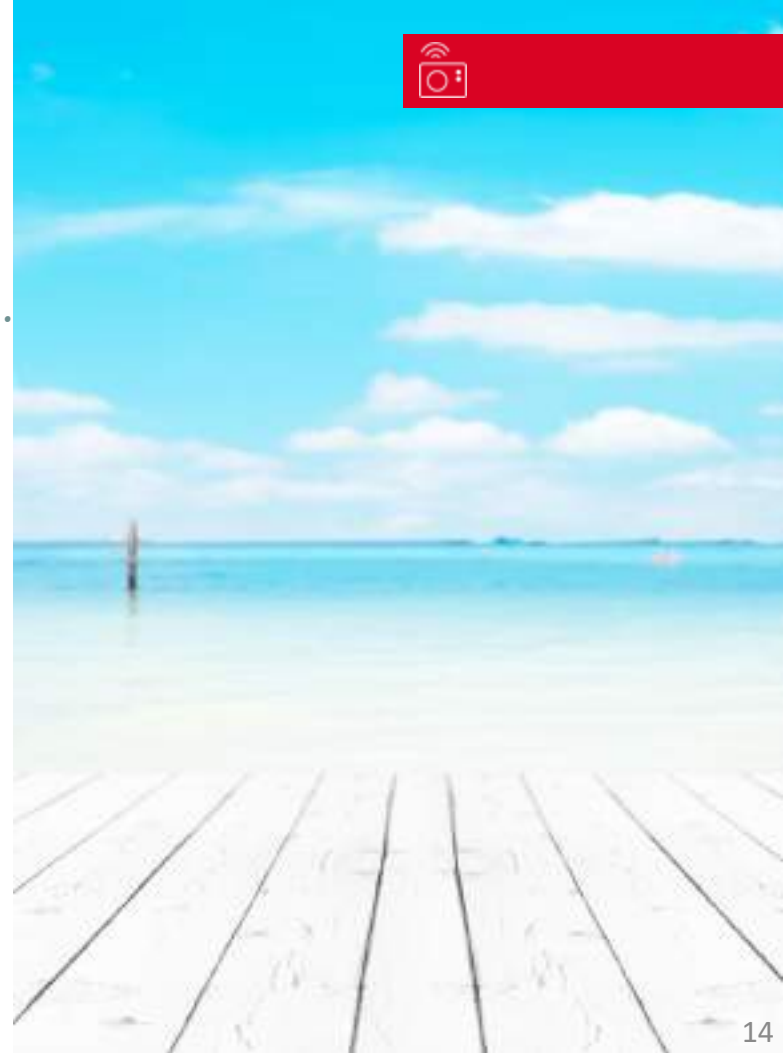
Supports	Budget/croissance	5-15%	15-25%	25 à 50%	+50%
	25K à 125K	1%	1.5%	2%	3%
	125K à 325K	2%	2.5%	3%	4%
	325K à 525K	3%	3.5%	4%	5%
	525K et +	4%	4.5%	5%	6%
	10K à 25K	3%	5%	7%	11%
	25K à 60K	5%	7%	9%	13%
	60K à 100K	8%	10%	13%	16%
	100K et +	11%	13%	16%	19%
	1K à 2.5K	3%	7%	9%	11%
	2.5K à 5K	7%	9%	11%	13%
	5K à 7.5K	9%	11%	13%	16%
	10K et +	13%	16%	19%	21%

# Summer Bonus

## + 25% de crédit d'espace

sur l'investissement net consenti entre le 1/07 et le 31/08.  
Les conditions d'été sont octroyées dès le 1<sup>er</sup>€ net investi\*.

*\* Après déduction des remises confraternelles  
ou de campagne non-commerciale si d'application.*



# Primes sectorielles



Remises confraternelles

Mentions légales obligatoires (Radio)

Remarkable Reward

Green Bonus

Remises « Non-commerciales »

# Remises confraternelles



## -15% de dégressif

applicables pour les annonceurs de l'industrie du disque, du film, de la presse, des éditions y compris musicales, vidéos et DVD bénéficient d'un dégressif

- Appliqués sur le tarif brut avant déduction des conditions commerciales
- Abattement non cumulable avec les remises accordées aux annonceurs de publicité non commerciale ou de campagnes caritatives, philanthropiques et grandes causes

# Mentions légales obligatoires



Secondes offertes à concurrence de

- **10 secondes** pour les médicaments
- **5 secondes** pour les autres secteurs



# Remarkable Reward



- S'applique aux produits ayant reçu une distinction officielle (nationale ou Internationale) dans leur secteur d'activité en 2022.
- Ne s'applique pas à des récompenses émanant d'initiatives privées ou de média, ni aux prix créatifs, marketing ou média, ni aux prix liés aux personnalités.
- Octroi de 5 secondes si présence du tag lié à la distinction officielle dans le spot TV ou Radio

## EXEMPLES DE DISTINCTIONS CONCERNÉES PAR CE REWARD (NON-EXHAUSTIVE)

AUTOMOBILE Voiture de l'année – Car of the year ([www.caroftheyear.org](http://www.caroftheyear.org))

ASSURANCE Decavi ([www.decavi.be](http://www.decavi.be))

FMCG Produit de l'année ([www.poybenelux.be/fr/](http://www.poybenelux.be/fr/))

ONLINE SHOPPING La meilleure e-boutique belge (<http://awards.becommerce.be/fr>)

ENERGIE Prix belge de l'Energie et de l'Environnement ([www.eeaward.be](http://www.eeaward.be))

COMMERCE EQUITABLE ET DURABLE Be Fair and be Sustainable Awards ([www.befair.be/fr](http://www.befair.be/fr))

# Green Bonus



Tout annonceur faisant mention dans son spot d'un message éco-responsable bénéficiera d'un CE de 10% qui sera appliqué sur la 1ère campagne de l'année, on top des conditions engagement non cumulable avec la PNC.

***Ce CE sera octroyé pour autant que le message représente au mini 50% de la durée du spot.***



# Remises campagnes non-commerciales\*

Pour les campagnes caritatives ou humanitaires	-50%
Pour les campagnes d'informations des gouvernements ou des ministères 10 – 15 pp	-30%
Pour des campagnes d'Associations collectives	-30%
Pour des campagnes d'Office du Tourisme (pas accès à La Trois)	-30%

Majoration si ces campagnes sont signées par un sponsor (+15%) ou par plusieurs sponsors (+30 %)



\*ces conditions ne sont pas d'application sur nos formats digitaux



# Majorations



# Majorations



Majoration sectorielle

Positions préférentielles

Citations

Duo-spot

Co-branding

Train de spot

Spot gamme

Spot + packshot

Majoration targeting (Digital)

Majoration devices (Digital)

## Majoration sectorielle

*Pas d'exclusivité sectorielle dans les écrans pour les secteurs :*

- des distributeurs de films, de disques, de vidéos, de DVD et des éditions
- Pour le secteur automobile, l'exclusivité sectorielle est limitée aux segments tels que définis par la Febiac avec un max de 2 marques auto. Et ce, quelle que soit la période de l'année.
- Pour les parfums, l'exclusivité sectorielle est limitée à la cible à laquelle s'adresse le parfum: homme ou femme

*Majoration sectorielle de + 10% pour tout annonceur désirant bloquer l'accès à un écran publicitaire pour une catégorie de produit différente de celle dont il relève. Majoration d'application par catégorie d'exclusion et sous réserve d'acceptation de RMB*

*Dans cette année particulière, RMB se réserve le droit de supprimer l'exclusivité sectorielle pour un secteur, pour une durée déterminée afin de répondre à la demande des annonceurs.*

## Positions préférentielles (1, 2, 8, 9)

Emplacement spécifique dans un écran entre les positions 1... 9 : +25%

Emplacement aléatoire entre les positions 1,2... 8,9 dans un écran : +20%

Autre contrainte d'emplacement dans l'écran (hors 1, 2, 8, 9) : +10%

## Duo Spot

Il s'agit d'une communication pour un produit unique déclinée en deux (voire trois) parties (avec un teasing et/ou un rappel) dans le même écran. La durée des deux parties peut être différente.

*Indice : addition du coefficient de durée de chaque message diffusé dans le même écran.*





## Citation de marque

Présence visuelle et/ou sonore non argumentée et sans mise en situation

- Limitée à 20% de la durée du spot avec un maximum de 5 secondes
- 1 citation d'un autre annonceur : 15%
- 2 citations ou + (maximum 4) d'un autre annonceur : 20%

## Citation promotionnelle

- 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, donc comme un co-branding.
- S'il s'agit d'un autre type de promotion, les conditions tarifaires des citations de marques sont d'application



## Citation pour des services de streaming video et audio

Les citations pour les services d'OTT et de streaming vidéo et audio\* de type Netflix, Spotify, Deezer, Youtube (pour sa fonction streaming uniquement) dans les spots commerciaux seront acceptées moyennant paiement de citation de marque de

- +30% sur la RTBF
- +15% sur tous les autres partenaires média
- Les campagnes dédiées aux services d'OTT et de streaming video et audio ne sont pas acceptées sur la RTBF, le co-branding avec ces marques non plus.

*La RTBF se réserve le droit de refuser tout spot incitant à consommer d'autres plateformes que les siennes*

## Citation pour des applications externes

Concernant les spots renvoyant les téléspectateurs vers des applications\* de type « Shazam », RMB ne comptera pas de citation de marque mais placera les spots en dernière position dans l'écran et appliquera une majoration pour position préférentielle (+20%).

Ceci est valable sur les chaînes de la RTBF, AB3, ABXplore, LN24 et NRJ Hits TV.



# Co-branding



## Majoration : 25%

- Présence sonore argumentée et/ou mise en situation
- A partir de 20 % et + de la durée du spot, 5'' ou plus
- Max 2 produits d'un même annonceur ou de 2 annonceurs différents

En cas de dépassement du nombre d'annonceurs, RMB se réserve le droit d'appliquer une majoration pouvant aller jusqu'à 100%.

**Les codes concurrences des différents produits présents doivent être ajoutés à la campagne.**

# Train de spots

Il s'agit de la livraison d'un seul matériel composé de 2 ou plusieurs spots d'un même annonceur, de mêmes marques/secteurs ou de marques/secteurs différents : majoration de 25%

# Spot Gamme

Présence visuelle et/ou sonore argumentée et/ou mise en situation dans un même spot de plusieurs produits différents d'une même marque d'un même annonceur

**Max 50% du spot**

**+ de 2 produits**

- Sans argumentation : **0%**
- Avec argumentation : **20%**

Les secteurs voitures et grande distribution ne sont pas concernés par cette majoration

# Spot + Packshot

Présence visuelle et/ou sonore d'un ou plusieurs produits simultanément d'une même marque

Max 20% de la durée du spot, max 5'

**1 produit ou +**

- Sans argumentation : **0%**
- 1 produit avec argumentation : **10%**
- 2 produits ou plus avec argumentation : **20%**

Packshot avec la présence d'une autre marque ou de plus de 5'' est considéré comme un co-branding



Impression

7,811

5.05%

Avg. daily viewers

945

120,000

May 15

# Politique et conditions tarifaires



# Indices de saisonnalité



Indices mensuels C/GRP (campagnes TV classiques)

janv	fevr	mars	avril	mai	juin	juillet	Août*	sept	oct	nov	Dec*
80	85	120	120	120	92	55	52 / 76*	120	123	123	115 / 75*

\* Août : du 1<sup>er</sup> au 21 août et du 22 au 31 août

Décembre : du 1<sup>er</sup> au 18 décembre et du 19 au 31 décembre

# Indices de durée






	5"	6"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"	90"	120"	180"
	35%	-	50%	70%	85%	95%	100%	115%	130%	145%	160%	170%	180%	280%	360%	540%
	50%	50%	60%	70%	80%	95%	100%	115%	130%	145%	160%	170%	180%	270%		



# Objectifs C/GRP théoriques moyens annuels

(base 30", hors sport, 2-26H)



	PRA 18-54	725€
	PRA 18-54	630€
	PRA 18-54	665€
	PRA 18-54	495€
	25-54 GS 1-4	920€


## C/GRP annuel RTBF sport

SPORTS	PRA 18-54
WC 2022	850 €
Foot Diabes (Hors CM/Euro)	920€
Autres sports	570€




Conditions d'accès

# Conditions d'accès

Publicité commerciale autorisée pour	RTBF radio – TV - digital		NRJ Radio, AB Group, LN24, DH radio, IPM, Sellbranch
Médicaments enregistrés (loi du 25/3/1964)	oui	non	oui
Désinfectants & antiseptiques (AR 06/5/1992)	non	non	non
Produits dérivés du glyphosate	non	non	non
Stupéfiants & soporifiques (AR 31/12/1930)	non	non	non
Tabac (AR 20/12/1982) et produits dérivés	non	non	Non
Alcool > 20°	non	non	oui
Armes	non	non	non
Jouets imitant les armes à feu ou incitant à la violence	non	non	non
Agences matrimoniales & Co	non	non	oui
Poker en ligne et casino en ligne	non	non	non
Paris sportif en ligne (avec mention Play Safe)	oui (1)	non	oui
Casino physique, établissements de paris sportifs, jeux automatiques ou arcade	oui	non	oui
Propagande politique, philosophique ou religieuse	non	non	non

(1) Diffusion après 20h, à raison de 1 spot par écran et avant 20h, autour des directs sportifs, dans les écrans avant et après le démarrage effectif de la compétition

# Conditions d'accès

Publicité commerciale autorisée pour	RTBF radio – TV - digital		NRJ Radio, AB Group, LN24, DH radio, IPM, Sellbranch
Confiseries	oui (1)	non	oui
Boissons sucrées / produits alimentaires manufacturés	oui (2)	non	oui
Véhicules motorisés	oui (3)	non	oui (3)
Référence à une émission d'un des supports	non	non	non
Utilisation des voix et de l'image des membres de la chaîne/support	non	non	non

(1) Si apparition pendant 5" du logo d'une brosse à dents

(2) Intégration dans spot TV et Auvio (pre- et mid-roll):

- Fruits : « pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour »
- Sport : « pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière »
- Graisse : « pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé »
- Grignotage : « pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas »

La tournante entre les 4 mentions doit être assurée par l'annonceur soit pour un même spot (=4 versions du spot), soit sur plusieurs spots ou sur des campagnes successives.

(3) Si respect du code FEBIAC sur la publicité automobile





# Offre Commerciale sponsoring

Dégressifs quantitatifs

# Dégressifs quantitatifs Météo & Heavies

## SEMAINES CONSÉCUTIVES

2 semaines	3 semaines	4 semaines
- 10 %	- 15 %	- 20 %

## SEMAINES NON CONSÉCUTIVES

2 semaines	3 semaines	4 semaines
- 5 %	- 10 %	- 15 %

\* Dégressifs valables uniquement à l'achat d'un même produit et dans le cadre d'une réservation simultanée

Offre sous réserve de modification

