

CONDITIONS PUBLICITE NON-SPOT EN TELEVISION CONTENU « BILLBOARD » RTBF & AB

QUE DOIT COMPORTER UN BILLBOARD :

Un billboard doit comporter clairement, visuellement et/ou de manière sonore, **le nom, le logo ou un autre symbole reconnaissable de l'annonceur** (nom du sponsor, logo, produit, service...)

Le billboard doit comporter la phrase « **Votre programme avec** », durant toute la durée du billboard, aux emplacements et dans la dimension prévue par RMB (calque disponible sur demande à traffic@rmb.be)

QUE PEUT COMPORTER UN BILLBOARD :

- Un lien visuel et/ou sonore avec le programme sponsorisé est souhaité (accroît l'impact de la campagne non-spot)
- Une présence visuelle et/ou sonore du Baseline de l'annonceur
- Un visuel produit/service en situation
- Le site Internet général de l'annonceur ou du produit en question
- Une mention visuelle de « NEW » « NOUVEAU » « NOUVEAUTE » (non sonore)
- Une mention visuelle des Awards décernés à la marque ou au produit

QU'EST-CE QUI N'EST PAS ENVISAGEABLE POUR UN BILLBOARD :

- Pas de citation de marque autre que celle du sponsor, ni de co-branding
- Pas d'incitation à l'achat ou à la location de produits ou services du sponsor ou de tiers, en particulier en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services
- Pas de mention du prix
- Pas de mentions de prix, ni d'éléments promotionnels comme des réductions, des promotions...
- Le consommateur ne peut être incité à l'achat/la consommation
- Pas de formulation persuasive ou impérative
- Pas de superlatifs
- Pas de numéros de téléphone, d'adresses, de points de distribution, d'heures d'ouverture, de journées portes ouvertes, d'URL promotionnels
- Pas de référence à la disponibilité du produit (Exception pour les distributeurs de films : mention visuelle, non sonore, de « bientôt dans les salles » et de « maintenant dans les salles » (pas de date précise)
- Pas de référence à la qualité ou à l'efficacité du produit/service
- Pas de mention des ingrédients
- Pas de référence à un concours

Ces conditions ne sont pas exhaustives. Un storyboard doit toujours être présenté à RMB pour approbation dans le cadre des dispositions légales et des directives internes de RMB.

Base : Décret SMA (Services de Médias Audiovisuels – section 4) et les conditions NSA Non-Spot Advertising RMB