

Directive contenu des écrans de sponsoring | Eén & Canvas



Vous trouverez ci-dessous les directives qui s'appliquent à vos écrans de sponsoring d'émissions à la VRT-Télévision. Ces directives, promulguées dans le cadre des décrets flamands sur les médias, sont rigoureusement contrôlées par le Vlaamse Regulator voor de Media (VRM).

Le contenu des écrans de sponsoring

Quels sont les éléments obligatoires?

Les spots de sponsoring diffusés à la VRT-Télé-vision doivent obligatoirement contenir les éléments suivants:

- le nom et/ou le logo de la marque
- le texte 'Met dank aan', pendant toute la durée du billboard
- une référence claire à l'émission ou à l'événement sponsorisé

Cette référence peut se composer d'une mention auditive et/ou visuelle relative au fait qu'il s'agit d'une émission ou événement sponsorisé. Concrètement, il suffit d'établir, dans le contenu de l'écran, un lien entre l'émission ou l'événement sponsorisé et votre écran de sponsoring. Autrement dit, l'écran de sponsoring doit indiquer clairement à quelle émission ou événement sponsorisé il se rapporte.

Quels sont les éléments facultatifs?

Par ailleurs, les spots de sponsoring peuvent contenir les éléments suivants:

- raison sociale
- produit
- nom du produit
- service
- nom du service
- signatures sonores ou visuelles
- slogans visant à **soutenir l'image du sponsor** ou de ses produits/services

Quels sont les éléments interdits?

Sont interdits: tous les éléments commerciaux qui ne figurent pas dans la liste ci-avant, tels que le numéro de téléphone ou l'adresse du sponsor, ou la référence à la librairie ou au cinéma, ou à la date de sortie ou de parution, etc.

Parrainage de programmes télé VRT

Comment faire référence à l'émission?

Les billboards de sponsoring ne peuvent porter atteinte à l'identité visuelle de la marque. Autrement dit, ils ne peuvent emprunter des éléments visuels propres à l'émission sponsorisée ou à la chaîne, tels que:

- le logo
- les couleurs
- la typographie
- un visuel propre à la chaîne ou à l'émission (tels que les boules de Eén, les cadres du générique de Thuis, etc.)
- le portrait ou la voix des personnages (acteurs, présentateurs...)

Une référence visuelle à l'émission ou à son contenu est autorisée, mais pour autant que cette référence ne porte pas atteinte au look and feel fondamental de l'émission.

Quelques exemples de références qui sont autorisés:

- Sponsoring de Blokken: un jeu de Tetris dont les briques sont des boîtes de soupe (Royco)
- Sponsoring de 1000 zonnen: la chaise qui a été intégrée dans une bouteille d'eau (Vittel)
- Sponsoring de la Météo: un thermomètre qui indique la température de lavage (Persil)

En revanche, ce qui ne serait pas autorisé, ce serait le billboard d'une voiture qui tire le logo Sporza en remorque.

En cas de doute, la direction de la VRT doit être consultée durant la phase du story-board.

Quelles sont les signatures sonores ou visuelles qui sont autorisées?

Par 'signature' sonore ou visuelle, on entend le signe d'identification typique du sponsor, tel que la petite voiture blanche et rouge de Vanden Borre, le double gong auditif de BMW, etc.

Quels sont les slogans visant à soutenir l'image qui sont ou ne sont pas autorisés?

Sont autorisés, les slogans spécifiques liés au sponsor ou à ses produits/services, à la condition expresse que leur finalité soit de soutenir l'image. **Ils ne peuvent en aucune manière contenir des éléments promotionnels**, tels que des éléments qui incitent à la consommation ou qui font référence à la qualité ou à l'efficacité du produit.

En guise de directive, retenons que le slogan visant à soutenir l'image ne peut:

- Mentionner des ingrédients ou composants du produit lorsque ces composants sont l'argument de vente du produit, tel qu'utilisé dans les spots publicitaires pour le produit (par exemple, pas de 'aux Omega 3', 'au Bifidus actif'...)
- Mentionner une quelconque date de sortie, disponibilité, parution ou autre (par exemple, pas de 'nouveau', 'dès maintenant dans les salles', 'dès maintenant en librairie'...)
- Mentionner un effet, impact ou conséquence de l'utilisation du produit (par exemple, pas de 'vous aide à être plus résistant'...)

Parrainage de programmes télé VRT

Quelques exemples à titre d'illustration

Les slogans suivants sont **AUTORISES**:

- De Standaard, onverantwoord interessant
- Electrabel, het is jouw energie
- Een Thomas Cook-vakantie, wedden dat je wil blijven?

Les slogans suivants sont **INTERDITS**:

- Een stralende huid met Lux Glowing Touch-douchegel (efficacité produit)
- 1000 garnalen, ik zal mijn Omega 3 wel uit Vitelma Progress halen (mentionner des ingrédients)
- Twee weken Actimel challenge en we verwachten opklaringen van je weerstand (efficacité produit)
- Mooie opklaringen, dankzij de nieuwe Philadelphia, met zalm (élément promotionnel)

La forme des écrans de sponsoring

Les animations sont autorisées, avec interprétation au sens large: la mention peut se composer d'un message auditif, visuel mobile et/ou audiovisuel.

La durée des écrans de sponsoring

Le script des écrans de sponsoring, qu'ils soient animés ou non, **doit impérativement être soumis à la Var pour accord préalable. La durée maximale des écrans de sponsoring est de 5 secondes.**