

Richtlijn inhoud van schermvermeldingen | Eén & Canvas



Var en VRT geven je graag onderstaande richtlijnen mee om je sponsorvermeldingen vlekkeloos op antenne te kunnen brengen. Deze richtlijnen vloeien voort uit de Vlaamse mediadecreten en worden strikt gecontroleerd door de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM).

De inhoud van sponsor-vermeldingen

Welke elementen zijn verplicht?

Sponsorvermeldingen op VRT-televisie moeten verplicht volgende elementen bevatten:

- Naam en/of logo van het merk;
- 'Met dank aan' tijdens de volledige duur van de schermvermelding;
- Duidelijke verwijzing naar het gesponsorde programma of evenement

Deze verwijzing kan bestaan uit een auditieve en/of visuele vermelding dat het om een gesponsord programma/evenement gaat. Concreet volstaat het dat je een **inhoudelijke link** legt tussen het gesponsorde programma of evenement en je sponsorvermelding. Er moet dus duidelijk blijken bij welk programma of evenement de vermelding hoort.

Welke elementen mogen toegevoegd worden?

Daarnaast mogen de sponsorvermeldingen nog de volgende elementen bevatten:

- handelsnaam
- product
- naam van het product
- dienst
- naam van de dienst
- klank en/of beeldherkenningstekens
- **imago-ondersteunende** slogans van de sponsor of zijn producten of diensten

Welke elementen mag je niet vermelden?

Alle commerciële elementen die niet in de lijst hierboven staan zijn verboden: bijvoorbeeld het telefoonnummer of het adres van de sponsor, evenmin een verwijzing naar de boekhandel, bioscoop, tijdstip van verschijnen, enz..

VRT-tv Programmasponsoring

Op welke manier kan er verwezen worden naar het programma?

De sponsorbillboards mogen niet raken aan de visuele merkidentiteit: ze mogen dus geen gebruik maken van die visuele elementen die eigen zijn aan het gesponsorde programma of het net, zoals :

- logo
- kleuren
- typografie
- grafiek eigen aan het net of het programma
- portret en stem van de personages (acteurs, presentatoren...)

Een visuele verwijzing naar het programma of de programma-inhoud kan, zolang die niet raakt aan de basis-look and feel van het programma.

Wat kan bijvoorbeeld:

- Bij Blokken: dozen soep die naar beneden vallen zoals het Tetris-spel (Royco)
- Bij 1000 zonnen: de stoel die in een fles water wordt verwerkt (Vittel)
- Bij Het Weer: een thermometer verschijnt in beeld om de temperatuur aan te duiden voor het wassen (Persil)

Een billboard waarin een rijdende auto het Sporza-logo als aanhangwagen meetrekt, kan dus niet.

In geval van twijfel zal de VRT-directie in de fase van storyboard geconsulteerd worden.

Welke klank- en beeldherkenningstekens mag je gebruiken?

Onder klank- en beeldherkenningstekens worden de typische herkenningstekens van de sponsor verstaan, zoals het rood-witte autootje van Vanden Borre, de auditieve dubbele gongslag van BMW, enz.

Welke imago-ondersteunende slogans zijn al dan niet toegelaten?

Toegelaten zijn de specifieke slagzinnen verbonden aan de sponsor of zijn producten of diensten, maar zij mogen enkel imago-ondersteunend zijn. **Ze mogen geen promotionele elementen bevatten**, zoals elementen die aanzetten tot consumptie of die refereren naar de kwaliteit of doeltreffendheid van het product.

Als richtlijn geven we mee dat de imago-ondersteunende slogan:

- Geen bestanddelen of ingrediënten van het product mag vermelden, indien deze bestanddelen net het verkoopsargument van het product zijn, zoals naar voren komt in de echte reclamespots van dit product. Dus bijvoorbeeld niet: “met Omega 3, met actieve bifidus”
- Niet mag verwijzen naar wanneer ze uitgekomen zijn of uitkomen. Dus bijvoorbeeld niet: “nieuw, nu in de bioscoop, nu in uw boekhandel”
- Niets mag meegeven van het effect dat je zou kunnen hebben door het gebruik van het product, of de dienst. Dus bijvoorbeeld niet: “goed voor je weerstand”, enz.

VRT-tv Programmasponsoring

Enkele voorbeelden die je op weg kunnen helpen:

Volgende slogans kunnen **wel**:

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

Volgende slogans kunnen dan weer **niet**:

- Een stralende huid met Lux Glowing Touch-douchegel (doeltreffendheid product)
- 1000 garnalen, ik zal mijn Omega 3 wel uit Vitelma Progress halen (belang voor gezondheid owv verwijzing naar Omega 3 bestanddeel)
- twee weken Actimel challenge en we verwachten opklaringen van je weerstand (doeltreffendheid voor de gezondheid)
- Mooie opklaringen, dankzij de nieuwe Philadelphia, met zalm (nieuw = promotioneel element)

De vorm van sponsorvermeldingen

Animatie is wel toegelaten en wordt ruim geïnterpreteerd: de vermelding mag bestaan uit een auditieve, visueel bewegende en/of audiovisuele boodschap.

De duur van sponsorvermeldingen

Het scenario van de al dan niet geanimeerde schermvermeldingen dient **vooraf steeds ter goedkeuring aan Var** voorgelegd te worden. Een sponsorvermelding mag **maximum 5 seconden** duren.