

Spelregels en Richtlijnen voor Billboards en Breakbumpers Brand Partnerships Ad Alliance

Een sponsorvermelding op billboards en breakbumpers dient ter informatie van de kijkers. De kijker moet duidelijk worden gewezen op het bestaan van een sponsorovereenkomst.

Billboards worden aan het begin en/of aan het einde van een programma geplaatst. Breakbumpers worden aan het begin en/of einde van een programmaonderbrekend reclameblok geplaatst. Billboards en breakbumpers zijn géén commercials en vallen onder een ander regime dan commercials. Om misverstanden en onduidelijkheden over de invulling van billboards en breakbumpers te voorkomen raden we aan om onderstaande spelregels en richtlijnen in acht te nemen voordat productiekosten worden gemaakt. Ad Alliance B.V. (hierna te noemen: Ad Alliance) en de exploitanten van de Zenders en/of de Digitale platforms die door Ad Alliance commercieel worden vertegenwoordigd, hebben, met inachtneming van de geldende wet- en regelgeving, de volgende spelregels en richtlijnen opgesteld voor de desbetreffende Zenders en/of de Digitale platforms.

Spelregels

- A. In overleg tussen de sponsor en Ad Alliance wordt bepaald door wie het billboard en/of de breakbumper wordt geproduceerd. Indien de sponsor verantwoordelijk is voor de productie van het billboard en/of de breakbumper, zal zij ervoor zorgen dat het billboard en/of de breakbumper de uitstraling heeft die bij het programma en bij de betreffende Zender en/of de Digitale platform past.
- B. Het creatieve concept zal door Ad Alliance en de sponsor (eventueel in aanwezigheid van een reclamebureau van de sponsor) in onderling overleg worden bepaald.
- C. Het creatieve concept zal vooraf aan Ad Alliance schriftelijk ter goedkeuring worden voorgelegd. Het produceren van een billboard en/of breakbumper zonder dat sprake is van een vooraf schriftelijk goedgekeurd creatief concept is uitdrukkelijk voor eigen risico van de sponsor. Ad Alliance kan een billboard en/of breakbumper, waaraan zij geen schriftelijke goedkeuring heeft verleend, voor uitzending afwijzen. Afwijkingen op een goedgekeurd creatief concept dienen opnieuw ter schriftelijke goedkeuring te worden voorgelegd.
- D. De sponsor staat er voor in dat het billboard en/of de breakbumper niet in strijd is met de voor de sponsor geldende wet- en regelgeving, waaronder mede begrepen reclamecodes en/of andere gedragscodes op het gebied van reclame en sponsoring.
- E. Aan het feit dat een bepaald billboard en/of breakbumper in het verleden reeds door (een van) de Zenders en/of de Digitale platforms is uitgezonden kan op geen enkele wijze rechten worden ontleend.
- F. Billboards en/of breakbumpers moeten uiterlijk vijf werkdagen (vóór 12.00 uur) voor de eerste uitzending uitzendgereed en conform de "Delivery Specifications for Commercials and Billboards" bij Ad Alliance worden aangeleverd.
- G. De sponsor zal naast een "wordt-" en/of "werd-versie" van het billboard (afhankelijk van de positie van het billboard) tevens een "en-versie" van het billboard, zoals genoemd in richtlijn 2, aanleveren.
- H. De kosten voor de productie van het billboard en de breakbumper komen voor rekening van de sponsor.

Richtlijnen

1. Een billboard duurt maximaal vijf seconden (met uitzondering van het billboard bij RTL Weer Primetime en RTL Klok, welk billboard maximaal 10 seconden duurt) per sponsor. De totale duur van de opeenvolgende/geschakelde billboards (*flipboards*) bij een programma mag niet langer zijn dan 15 seconden.
2. Een billboard vermeldt de volgende mededeling:

- “dit programma (of *programma*) wordt/werd gesponsord door [*handelsnaam/statutaire naam/merk van de sponsor*]”.

of

- “dit programma (of *programma*) wordt/werd mede mogelijk gemaakt door [*handelsnaam/statutaire naam/merk van de sponsor*]”.

of

- “en [*handelsnaam/statutaire naam/merk van de sponsor*]”.

of

- “this program (or *name of program*) is/was sponsored by [*trade name/name given in the articles of association/trademark of sponsor*]”

of

- “and [*trade name/name given in the articles of association/trademark of sponsor*]”

Bovenstaande mededeling moet duidelijk hoorbaar worden uitgesproken, waarbij de mededeling tevens als tekst – mits duidelijk leesbaar¹ - mag worden getoond.

3. Het is toegestaan dat een billboard uitsluitend een of meerdere van de volgende onderdelen bevat:
 - a. een afbeelding van een product of dienst van de sponsor. Onder product wordt ook generieke producten en diensten of de verpakking van producten of onderdelen daarvan verstaan.
 - b. een afbeelding van de vestiging van de sponsor.
 - c. het tonen en/of noemen van de algemeen geldende pay-off van de sponsor.²
 - d. het tonen van een woord- en/of beeldmerk (logo) van de sponsor.
 - e. het tonen van de URL of één van de social media domeinen van de sponsor. Dit moet overeenstemmen met de vermelding van de sponsor onder richtlijn 2.
 - f. het tonen van een voor de branche voorgeschreven mededeling (zoals ‘Let op! Geld lenen kost geld’, ‘Geen 18, geen alcohol’, ‘Lees voor het kopen eerst de aanwijzingen op de verpakking’),

¹ Duidelijk leesbaar: minimale lettergrootte 22 en contrasterend ten opzichte van de overige onderdelen op het billboard.

² Voorbeeld: De pay-off in het kader van een actie/campagne (kortingsactie of de aankondiging van een uitverkoop) van de sponsor is niet toegestaan. Dit is niet de algemeen geldende pay-off, maar de pay-off rond deze specifieke campagne. Een pay-off mag niet aansporen tot koop/huur van producten/diensten van de sponsor.

- g. een afbeelding van een karakter(s) dat aan een commercial of advertentie is ontleend (mits niet wervend!).³
 - h. achtergrond muziek al dan niet aan een commercial of advertentie ontleend. BUMA-STEMRA rechten en overige rechten die hierop van toepassing zijn, zijn voor rekening en risico van de sponsor.
 - i. bovenstaande onderdelen mogen worden getoond met behulp van bewegende beelden.
4. Het is niet toegestaan dat een billboard één of meerdere van de volgende onderdelen bevat:
- a. het tonen of noemen van wervende of promotionele uitingen, waaronder begrepen de vermelding “nieuw” en verwijzingen naar acties/campagnes van de sponsor.⁴
 - b. het tonen of noemen van informatie over producten of diensten (zoals prijzen, aanbiedingen, usp's, releasedatums, verkoop- en distributiekkanalen).
 - c. beelden en/of fragmenten uit een commercial of advertentie, of daaraan gelijke beelden, indien daardoor het billboard onvoldoende onderscheidend is van de betreffende commercial of advertentie. Hiervan is in ieder geval sprake als het billboard naast deze beelden tevens muziek zoals genoemd in richtlijn 3 sub h bevat.
 - d. beelden en/of fragmenten uit het programma, of daaraan gelijke beelden, indien daardoor het billboard onvoldoende onderscheidend is van het betreffende programma.
 - e. overige visuele en auditieve elementen en toevoegingen.
5. De sponsor heeft de plicht om op verzoek van Ad Alliance haar reclamemateriaal (waaronder commercials, acties e.d.) aan Ad Alliance te tonen.
6. Deze richtlijnen gelden eveneens voor breakbumpers. In aanvulling op de mededeling van richtlijn 2 is toegestaan het noemen en/of tonen van de tekst : “Tot zo!” of “Welkom terug” of, na voorafgaande toestemming van Ad Alliance, een variatie daarop met hetzelfde doel en strekking (mits niet wervend!!).
7. Indien er meer dan één sponsor op een billboard wordt vermeld dienen de betreffende sponsors onderling en Ad Alliance overeenstemming hebben bereikt over de wijze waarop dit gebeurt. Richtlijn 3 is in dit geval niet zonder meer van toepassing, aangezien de kijker duidelijk moet worden gewezen op het bestaan van sponsorovereenkomsten.
8. Nieuws- en actualiteitenprogramma's mogen niet worden gesponsord.
9. De sponsor staat ervoor in dat al het door haar aangeleverde materiaal, zij het van auditieve, visuele of andere aard, niets inhoudt dat een schending vormt van enig aan een ander toekomend recht, waaronder mede begrepen auteursrecht of enig ander recht van intellectuele of industriële eigendom, en dat zij bevoegd is het materiaal te (doen) openbaren en/of te verveelvoudigen. De sponsor vrijwaart en stelt schadeloos voor alle kosten en schade, die voor Ad Alliance, de exploitanten van de Zenders en/of de Digitale platforms, haar opdrachtgever en/of de voor en/of met hen werkzame derden mochten ontstaan als gevolg van vorderingen van derden in verband met inbreuken of vermeende inbreuken op auteursrecht van deze derden dan wel andere aanspraken die derden ter zake van een openbaarmaking en/of verveelvoudiging van het aangeleverde materiaal of uit welke andere hoofde ook tegen Ad Alliance, de exploitanten van de Zenders en/of de Digitale platforms, haar opdrachtgever of de voor en/of met hen werkzame derden mochten instellen.

³ Voorbeeld: afbeeldingen van een karakter(s) behorende tot een kortingsactie of de aankondiging van een uitverkoop zijn niet toegestaan, aangezien dit te wervend is, ze kondigen namelijk de kortingsactie/uitverkoop aan.

⁴ Voorbeeld: uitingen met betrekking tot een kortingsactie of de aankondiging van een uitverkoop zijn niet toegestaan, aangezien zij te wervend zijn, ze kondigen namelijk deze kortingsactie/uitverkoop aan. Een pay-off mag niet aansporen tot koop/huur van producten/diensten van de sponsor.

1. GENERAL
2. SPECIFICATIONS FOR THE COMPUTER FILE
3. OTHER ASPECTS
4. SUBMISSION
5. CONTACT
6. QUICK REFERENCE GUIDE

1. GENERAL

This document covers the technical requirements for commercials and billboards commissioned in High Definition (HD) which are to be transmitted by RTL Netherlands B.V. RTL offer the option of electronic delivery by means of transferring computer files via the Internet, further described in section 3. A **submission always** consists of **two files**: the file containing image and audio data, and a file containing metadata. Next to this document, the General Terms and Conditions Ad Alliance and Sales Restrictions must be accepted by the supplier. If the requirements included in this document are not fulfilled RTL retains the right to refuse or adapt the received production.

2. SPECIFICATIONS FOR THE COMPUTER FILE

The content is packaged in an MXF file containing compressed image and audio data. The file must be delivered in MXF format using 'Operational Pattern 1a', which is specified in the following section.

2.1 References

A submission must at least comply with the following standards and recommendations:

- SMPTE 377M-2009 Material Exchange Format (MXF) – File Format Specification.
- SMPTE 378M-2004 Material Exchange Format (MXF) – Operational pattern 1A.
(Single Item, Single Package)
- SMPTE 379M-2010 Material Exchange Format (MXF) – MXF Generic Container.
- SMPTE 381M-2005 Material Exchange Format (MXF) – Mapping MPEG Streams into the MXF Generic Container.
- SMPTE 382M-2007 Material Exchange Format – Mapping AES3 and Broadcast Wave Audio into the MXF Generic Container.
- ITU-R BT.709-5-2004 Parameter values for the HDTV standards for production and international program exchange.
- ITU-R BT.1702-2005 Guidance for the reduction of photosensitive epileptic seizures caused by television.
- EBU R122-2007 Material Exchange Format Time Code Implementation.
- RDD 9-2009 MXF Interoperability Specification of Sony MPEG Long GOP Products.
- EBU R128-S1-2016 Loudness parameters for short-form content.

2.2 Video

2.2.1 Format

The frame-rate is 25 frames and 50 fields per second (1080i/25) with a resolution of 1920x1080. The video codec is MPEG-2 XDCAM HD 422 Long GOP 50 (50 Mbit/sec).

2.2.2 Aspect ratio

The primary format for the material is 16F16, filling a 16:9 screen vertically and horizontally without geometric mismatch. Sub-formats which can be viewed without distortion in 16F16 are permitted. The aspect ratio must be marked identically in MPEG essence, MXF metadata as well as the metadata file. In the case of the active picture ratio being 2.35:1 (21:9) or 1.85:1, the picture should be centred vertically between black bars in a 16:9 frame, filling the width of the frame with no geometric distortion.

2.2.3 Additional signals

Without explicit permission by the broadcaster, it is not permitted to add a watermark or other hidden signal to audio, image or other aspect of the file. Ancillary data enclosed in the horizontal or vertical blanking such as VITC is ignored.

2.2.4 Illegal colours

Illegal colours may not be present in the video signal. Video parameters must comply strictly with ITU R BT.709-5. Files which do not comply with this specification will be rejected.

2.2.5 Field dominance

A complete video frame must consist of an odd line field followed by an even line field. Cuts in material must happen on frame boundaries (between field 2 and field 1).

2.2.6 Time code

The file shall feature one continuous, ascending time code as defined according to the Time Code Track in the Material Package of the MXF file. The time code of the MPEG-2 GOP headers must also be continuous and shall correctly indicate the coded image sequence. Any VITC in the recording will be ignored. The time code in the metadata file includes start and stop and must be in agreement with the time code in the Material Package.

2.2.7 Picture quality

The picture must be well lit and reasonably but not artificially sharp. It needs to be free of excessive noise, grain and digital compression artefacts, flare, reflections, lens dirt, markings and obstructions, lens aberrations, black crushing and highlight compression. Hard clipping of highlights by legalisers shall not cause visible artefacts on screen. Movement needs to appear reasonably smooth and continuous and must not give rise to distortions or break-up to moving objects, or cause large changes in resolution. There shall be no noticeable horizontal or vertical aliasing, for example jagged lines and field or frame rate fluctuations. Colour rendition, especially skin tones, must be consistent throughout and be a realistic representation of the scene portrayed, unless it is altered as an editorially essential visual effect. There shall be no visible contouring, quantisation noise or artefacts caused by digital processing. Noticeable spurious signals or artefacts, for example streaking, ringing, smear, echoes, overshoots, moiré, hum or cross-talk shall not be visible. Electronically generated moving graphics and effects such as rollers, moves, wipes, fades and dissolves added to interlaced video in post-production must be generated as interlaced as well to prevent unacceptable judder.

2.2.8 Photosensitive epilepsy

Flickering or intermittent images and certain types of regular patterns can cause problems for some viewers who have photosensitive epilepsy. The supplier must take precautions according to guideline ITU-R BT.1702 to avoid the production of images that fall into this category.

2.3 Audio

2.3.1. Format

The coding of the audio channels is PCM 24 bit@48 kHz.

2.3.2 Channel layout

The submission must occur in one of the following layouts:

- Stereo audio in eight channels (four AES pairs, eight tracks)
 - 1 = Left Stereo (Lo/Lt)
 - 2 = Right Stereo (Ro/Rt)
 - 3 = Mute
 - 4 = Mute
 - 5 = Mute
 - 6 = Mute
 - 7 = Mute
 - 8 = Mute
- Stereo and multi-channel audio in eight channels (four AES pairs, eight tracks):
 - 1 = Left Stereo (Lo/Lt)
 - 2 = Right Stereo (Ro/Rt)
 - 3 = Left Front
 - 4 = Right Front
 - 5 = Centre
 - 6 = Low-Frequency Effects
 - 7 = Left Surround
 - 8 = Right Surround

2.3.3 Audio channel distribution aspects

Channels 1 and 2 form a stereo pair. In case of mono audio, the Left channel must be identical to the Right channel. In case of multi-channel recordings, these tracks are applied discretely in addition to the stereo tracks. Stereo program audio must be capable of mixing down to mono without causing any noticeable phase cancellation of essential audio information, dialogue in particular. Left and Right stereo can contain either a straightforward stereo mix (Lo/Ro) or a mix which is compatible with Dolby Surround/ProLogic and similar systems (Lt/Rt). The use of a Lo/Ro-mix is nevertheless strongly preferred.

Multi-channel mixes must be able to be down-mixed to stereo in Lo/Ro mode using standard mix parameters (-3 dB for both Centre and Surround) without causing annoying artefacts or listening fatigue. Dialogue jumping between Centre Only and Phantom Centre (Left/Right) must be avoided. The mix calibration must be identical for all channels, which means that 3 dB pre-correction of the surround channels for a movie theatre must be removed. It is strongly recommended to only make use of the LFE channel if the signal levels of the other channels, including the from multi-channel signal derived stereo down-mix, would otherwise lead to overloads. Material which has multi-channel audio must be issued the extra parameter 'MULTI_CHANNEL_AUDIO' in the metadata. All audio channels must be in sync.

2.3.4 Loudness level

The loudness level of the content must comply with EBU R128 and its supplement for short form content, based on the following specifications:

Program Loudness	-23.0 LUFS (± 0.5 LU)
Maximum True Peak Level	-1 dBTP
Maximum Momentary Loudness	No restriction
Maximum Short-Term Loudness	+5 LU
Maximum Loudness Range	No restriction

Limitations of the modulations are determined using the Maximum Short-Term Loudness parameter. Based on performance in practice, future versions of this delivery specification may be adjusted for options as well as permitted maximum values. The production company will be seriously blamed if mixing techniques are used or additional signals are added to the content which deliberately leads to considerable loudness differences between multi-channel audio and its derived down-mix or which leads to manipulation of the loudness measurement in general.

2.3.5 Low loudness level content

A production may consciously use low level audio, for example, in content that consists mainly or entirely of background sounds. This is a creative option which for this purpose is supported by the addition of the 'LOW_LOUDNESS_LEVEL' parameter in the metadata file. If the submitting party assigns this parameter the value TRUE, the ingest process accepts that material has a lower program loudness level than -23 LUFS.

2.3.6 Audio quality

Sound must be recorded with appropriately placed microphones, giving minimum background noise. The audio shall have no peak level clipping and be free of spurious signals such as clicks, hum and any other avoidable distortion. The sound needs to be consistently mixed and edited. Speech must be acquired and mixed so that it is clear and easy to understand while listening on the same comfortable listening level and must not be louder than the average speech level of programs. Loudness levels must be appropriate to the scene portrayed, suitable for domestic listening situations. The audio must not show dynamic and/or frequency response artefacts as a result of the action of noise reduction or low bit rate coding. The timing difference between sound and vision shall not cause any perceptible error.

3. OTHER ASPECTS

3.1 Length

The length in time of image and audio data must be identical to the content, and must be identical to the length recorded in the metadata file. In other words: there is no pre or post presentation containing a coloured bar, slate, or black. Any other versions of the content must be provided in a separate submission.

3.2 Specifications for the metadata file

Data about the commercial (the metadata) is recorded in an XML file. It must comply with the description and specifications listed in: <http://www.w3.org/TR/2000/REC-xml-20001006#doctype>. The structure of the XML file is indicated in the XML schematic file com_xml_spec_v9.xsd.

An example of a metadata XML file:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<COMMERCIAL_DETAILS>
<!-- title of the commercial -->
<TITLE>Mars Delight</TITLE>
<!-- name of the product -->
<PRODUCT>Mars</PRODUCT>
<!-- version of the commercial -->
<VERSION>1</VERSION>
<!-- name of the advertiser -->
<ADVERTISER>Proctor amp; Gamble</ADVERTISER>
<!-- length of the commercial in seconds -->
<LENGTH>30</LENGTH>
<!-- start time code of the commercial (HH:MM:SS:FF) -->
<TC_IN>00:00:00:00</TC_IN>
<!-- end time code of the commercial (HH:MM:SS:FF) -->
<TC_OUT>00:00:29:24</TC_OUT>
<!-- aspect ratio of the commercial -->
<ASPECT_RATIO>16F16</ASPECT_RATIO>
<!-- name of the advertising agency -->
<AGENCY>Acme</AGENCY>
<!-- name of the post production company -->
<PRODUCTION_COMPANY>United</PRODUCTION_COMPANY>
<COMMENTS>Any comments can be listed here. </COMMENTS>
<!-- e-mail addresses for confirmation receipt, up to 10 addresses, separated by ; -->
<E-MAIL_CONFIRMATION>youre-mail1@yourdomain.com;youre-mail2@yourdomain.com</E-MAIL_CONFIRMATION>
<!-- TRUE if this is a commercial in HD format, optional for SD indicating FALSE -->
<HD>TRUE</HD>
<!-- TRUE if this commercial includes multi-channel audio, optional for stereo indicating FALSE -->
<MULTI_CHANNEL_AUDIO>FALSE</MULTI_CHANNEL_AUDIO>
<!-- TRUE if the submitting party has consciously chosen audio at a low loudness level -->
<LOW_LOUDNESS_LEVEL>FALSE</LOW_LOUDNESS_LEVEL>
</COMMERCIAL_DETAILS>
```


3.3 File naming convention

The name of the MXF file and its related metadata file must be the identical, except for the file extension. The file name needs to be unique, representing the content and contains aspects such as the product name, version, as well as date of delivery (DD-MM-YYYY), separated by an underscore (_). File names must consist of the UTF-8 character set, using numbers (0-9), upper case letters (A-Z), lower case letters (a-z) and hyphens. Characters with diacritical marks such as é, è, ë or ö may not be used. Spaces are not permitted in file names and must be replaced by a hyphen (-). Text is not case sensitive. The maximum length of the entire file name is 100 characters. The (_) character is used exclusively as separator. The extension for the MXF file with the material must be "mxf". The extension for the related metadata file is "xml".

In the example listed above, the file name would be:

mars_mars-delight_30_version-1_14-02-2020_HD.mxf

mars_mars-delight_30_version-1_14-02-2020_HD.xml

4. SUBMISSION

The server to which computer files are submitted can be reached via the internet. The internet address of this server will be provided together with the access account information. The server uses the SSH File Transfer Protocol. Full support of this protocol, accessibility and proper functioning of the server cannot be guaranteed.

4.1 Procedure to request an access account

In order to gain access to broadcasters server, an account must be requested first at avs@rtl.nl. The request must include the reason for the application, the company name and the name, e-mail address and phone number of the contact person. An e-mail will be sent to the contact **within** three business days, which will include the following information for the access account:

- User name/Password;
- The address of the broadcast server.
- Expiration date of the access account

5. CONTACT

Audio Visuele Services

Tel: +31357113825

Email: avs@rtl.nl

6. QUICK REFERENCE GUIDE

Item	Value	Reference/remark
Container	MXF	SMPTE 377M-2009 SMPTE 379M-2010
Pattern Codec	OP1a MPEG-2 XDCAM HD 422 Long GOP 50	SMPTE 378M-2004 SMPTE 381M-2005
Time Code		EBU R122-2007
Video format	1080i25	ITU-R BT.709-5. Illegal colours may not be present.
Audio format	PCM 24 bit@48 kHz	SMPTE 382M-2007
Audio channel layout		
Stereo audio in eight channels (four AES pairs, eight tracks)	1 = Left Stereo (Lo/Lt) 2 = Right Stereo (Ro/Rt) 3 = Mute 4 = Mute 5 = Mute 6 = Mute 7 = Mute 8 = Mute	Channels 1 and 2 form a stereo pair. In case of mono audio, the Left channel must be identical to the Right channel. In case of multi-channel recordings, these tracks are applied discretely. Stereo program audio must be capable of mixing down to mono without causing any noticeable phase cancellation of essential audio information, dialogue in particular. The use of a straightforward stereo mix (Lo/Ro) is strongly preferred. All audio channels must be in sync.
Stereo and multi-channel audio in eight channels (four AES pairs, eight tracks)	1 = Left Stereo (Lo/Lt) 2 = Right Stereo (Ro/Rt) 3 = Left Front 4 = Right Front 5 = Centre 6 = LFE 7 = Left Surround 8 = Right Surround	
Program Loudness	-23 LUFS (± 0.5 LU)	EBU R128-S1
Maximum Signal Level	-1 dBTP	
Maximum Momentary Loudness	No restriction	
Maximum Short-Term Loudness	+5Lu	
Maximum Loudness Range	No restriction	