

	RECLAME	SPONSORING		
	(televisiereclame:) de door een overheidsbedrijf of particuliere onderneming tegen vergoeding of soortgelijke betaling uitgezonden boodschap - in welke vorm ook - in verband met de uitoefening van enige commerciële, industriële of ambachtelijke activiteit of van een vrij beroep met het oog op de bevordering van de levering van goederen of diensten tegen betaling, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen	elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezighoudt met televisie-omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, aan de financiering van televisieprogramma's met het doel zijn naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven	definitie	richtlijn 89/552/EEG art. 1, sub c) en e) = referentiekader
0	de door een overheidsbedrijf of particuliere onderneming tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel ten behoeve van zelfpromotie uitgezonden boodschap - in welke vorm ook - in verband met de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een vrij beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen	elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezig houdt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, aan de financiering van programma's met het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven	definitie	art. 2, 15° en 16° Mediadecreet
1	(indien het niet om zelfpromotie gaat:) tegen betaling of soortgelijke vergoeding (<i>dus: algemene inkomst voor de omroep</i>)	in ruil voor een bijdrage aan de financiering van het programma, waarmee de sponsoring verbonden is (<i>dus: bijdrage aan het specifieke budget van het gesponsorde programma</i>)	inbreng	cf. definities
2	bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen	naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid geven (<i>dus: goodwill creëren voor de sponsor</i>)	doel	cf. definities
3	<i>boodschap</i> - in welke vorm ook - in verband met de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een vrij beroep	<i>sponsorvermelding</i> : "Het is de bedoeling dat sponsorboodschappen beperkt blijven tot een vermelding, en dat dit geen audiovisuele reclamespots worden" (Vlaams Parlement, Stuk 1021 (2006-2007) - Nr. 1, blz. 7)	vorm	art. 2, 15°, en art. 106, eerste lid, van het Mediadecreet

4	(in principe) geen reclame in de programma's, maar gegroepeerd in blokken tussen de programma's	de sponsorvermelding maakt deel uit van het programma zelf, en dient met name opgenomen te zijn aan het begin en/of het einde ervan	plaats	art. 101, §1, en art. 106, eerste lid, van het Mediadecreet
5		gesponsorde programma's moeten duidelijk als zodanig gekenmerkt worden door vermelding van naam en/of logo van de sponsor + sponsorvermelding moet een duidelijke verwijzing naar het gesponsorde programma bevatten ("Deze verwijzing kan onder meer blijken uit een auditieve en/of visuele vermelding dat het om een gesponsord programma gaat, maar eveneens uit een inhoudelijke link tussen de sponsorvermelding en het programma": Vlaams Parlement, Stuk 1218 (2006-2007) - Nr. 4, blz. 3)	verplichting	art. 106, eerste en tweede lid, van het mediadecreet
6		gesponsorde televisieprogramma's mogen niet aansporen tot aankoop of huur van producten of diensten van de sponsor of van derden, in het bijzonder door specifieke aanprijzingen van die producten of diensten ("Het onderscheidend criterium is (...) de boodschap, en niet de vorm, van de sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor voldoet (...) omdat deze niet aanzet tot consumptie" + "Daarnaast zijn ook imago-ondersteunende slogans van de sponsor of van zijn producten of diensten toegestaan in de sponsorvermelding": Vlaams Parlement, Stuk 1218 (2006-2007) - Nr. 4, blz. 2-3) <i>(dus: een sponsorvermelding mag geen specifieke promotionele elementen bevatten, zoals elementen die aanzetten tot consumptie of refereren aan kwaliteit of doeltreffendheid van het product of de dienst)</i>	verbod	art. 109, eerste lid, 2°, van het mediadecreet

7		<i>VRT-telvisie:</i> uitsluitend de naam van de sponsor, de handelsnaam, het logo, het product, de naam van het product, de dienst of de naam van de dienst ("De limitatieve opsomming van de elementen (...) sluit geenszins uit dat die elementen op een creatieve wijze in een scenariële context worden geplaatst": Vlaams Parlement, Stuk 1218 (2006-2007) - Nr. 4, blz. 3) + klank- en/of beeldherkenningstekens, van of verbonden aan de sponsor zijn toegestaan, evenals imago-ondersteunende slogans van de sponsor of zijn producten of diensten	beperkingen/ mogelijkheden qua inhoud	art. 97, §1, derde lid, van het mediadecreet
8		<i>VRT-telvisie:</i> mag geanimeerd zijn (d.w.z. "kan bestaan uit een auditieve, een visueel bewegende en/of een audiovisuele boodschap": Vlaams Parlement, Stuk 1218 (2006-2007) - Nr. 4, blz. 3)	mogelijkheden qua vorm	art. 97, §1, derde lid, van het mediadecreet
10		<i>VRT-telvisie:</i> 5 seconden per sponsor en 10 seconden in totaal	beperkingen qua duur	art. 97, §1, derde lid, van het mediadecreet
11		<i>VRT-telvisie:</i> niet 5 minuten voor en na kinderprogramma's	beperkingen qua plaats	art. 97, §1, derde lid, van het mediadecreet
opm				
1	Art. 106, laatste lid, van het Mediadecreet: een aankondigingspot zelf kan niet gesponsord worden, wel een programma.			