

# GUIDELINES SPONSORSKAP OCH KREATIVA LÖSNINGAR NENT TV



Följande information är gjord för våra kunder och deras reklambyråer. Detta som en hjälp för att utnyttja de många kreativa möjligheter som finns när man skall producera sponsekvenser/kreativa exponeringar eller upplägg för kunder på NENT TV.

Huvuddelen i våra Creative Sales Guidelines gäller sponsorskap. Hur man utformar de mer kreativa uppläggen är något som vårt eminenta säljteam hjälper dig med.

Sponsorskap är ett sätt för en annonsör att förknippas med ett specifikt program där kopplingen mellan produkt/tjänst och program är i fokus. Sponsorskap är till skillnad från reklamfilm en sekvens som är en länk mellan program och annonsör, där fokus ligger på kopplingen mellan annonsör och program, och inte på annonsörens produkt/tjänst.

Vi vill här lyfta fram de viktigaste punkterna som möjliggör en friare exponering genom Ofcom för NENT TV. Ta gärna del av informationen så att vi tillsammans kan hjälpas åt att utnyttja de många möjligheter som finns. Bland annat genom att rörligt kunna visa produkt och användningsområde.

## Innehåll

Innehåll .....	2
Sponsorskapsexponeringar .....	3
Möjligheter i Sponsorskap.....	5
Övriga Regler.....	6
GodkännandeProcedur .....	7
Kontakt och Leverans av Material .....	8

## NENT TV

Nent TV är licensierade i London, England. Varje kanal lyder därför under det engelska Ofcom regelverket, enligt sändarlandsprincipen. Ofcom har ett eget regelverk när det gäller sponsring.

De specifika reglerna finner ni på adressen:

<http://www.ofcom.org.uk/>

## Sponsorskapsexponeringar

### Billboard:

Den sekvens innan och efter programmet som visar tittaren att just denna produkt eller företag är presentatör. Programmet/sändningen sponsras av <Annonsör/produkt> samt en eventuell payoff eller en annan formulering som kopplar sponsorn till programmet.

Se avsnittet "*Möjligheter i sponsorskap*" för mer information.

**Längd:** 5-15 sek (före/efter programstart)

### Breakbumper:

Den sekvens som direkt är kopplad till de första sekunderna innan och efter programmets reklamavbrott. Breakbumpen är oftast en förkortad version av billboarden. Finns det en tydlig visuell koppling i sponsringen kan det räcka med att ha sponsringsmeddelandet i text. Viktigt är dock att texten skall vara klar och tydlig/läsbar och inte komma sekundärt till eventuell annan text.

**Längd:** 5-10 sek (före/efter varje reklambreak)

### Trailertails och logga i trailer

Ofta erhåller sponsorn möjlighet att finnas med på t.ex. kanalens egen reklam för programmet, dvs trailerna. I en 15-sekunders trailer har sponsorn möjlighet att finnas med sin logga i sista sekunderna av trailer. I en 30-sekunders trailer kan sponsorn lägga till 5 sekunder i slutet, i en så kallad trailertail, och där visa sin produkt i rörligt material eller med logotyp/produktförpackning.

Samma regler gäller här som för breakbumper, se ovan.

**Exponering av logo:** 1-2 sek

**Längd på tail:** 5 sek

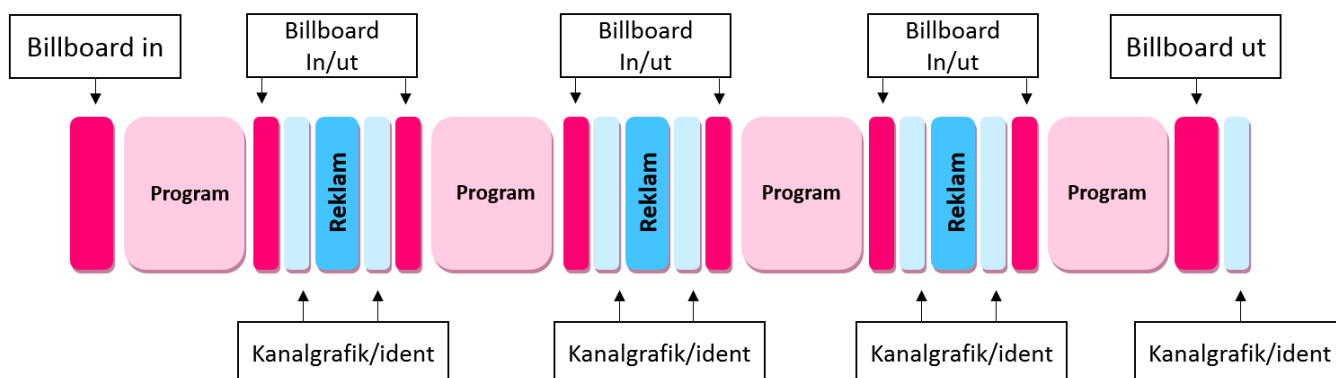
### Kanalsponsorskap

En annonsör kan för en period vara med och sponsra en hel kanal. Detta kan de göra genom kanalsgrafik, så kallade idents. Med andra ord: sponsorn får synas när kanalen identifieras.

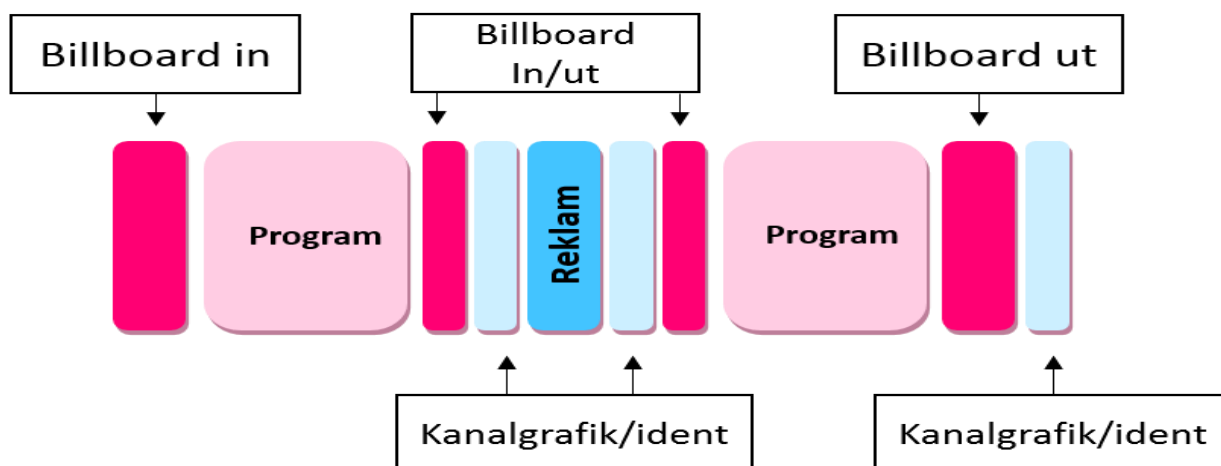
**Längd:** 10 sek

## Flödesschema för sponsexpoeringar NENT TV

Exempel 1: 1 timmes program med 3 st reklambreaks



Exempel 2: 30 minuters program med 1 st reklambreak



**Information:** Det förekommer 1 timmes program som endast har 2 st reklambreaks, då minskar antalet breakbumpers. När vi benämner Breakbumpers så förklarar man det lättast att peka i vilken riktning de ska, dvs Breakbumper 1 går UT ur programmet, Breakbumper 2 går IN i programmet, Breakbumper 3 går UT ur programmet, Breakbumper 4 går IN i programmet osv.

## Möjligheter i Sponsorskap

Man får använda sig av annonsörens/produktens payoff visuellt samt verbalt, så länge budskapet inte blir eller kan tolkas som ett reklambudskap. Ord som "ny smak", "billigast", "störst" osv kan därför inte användas. Däremot kan man ibland få in kundens budskap genom att sätta produktbeskrivningen som avsändare i sponsmeddelandet.

Exempelvis är "Programmet sponsras av den nya smaken jordgubb från Godisbolaget." ok att säga tillskillnad från "Programmet sponsras av Godisbolaget - nu med ny smak." Ju tydligare koppling det finns till programmet desto mer beskrivande payoff kan användas. Stäm av med din kontaktperson på NENT TV vid varje tillfälle ny payoff ska tas fram.

Man får inkludera www-adresser samt telefonnummer, så länge det är sekundärt. Hänvisningen får bara leda in till annonsörens/produktens egen sida eller verksamhet. Det får inte vara en direkt hänvisning till en butik eller användas som en uppmaning till köp.

Sponsorskapet får inte innehålla någon direkt uppmaning till att köpa eller hyra sponsorns varor eller tjänster. Det får däremot innehålla specifika beskrivningar av produkten så länge det blir sekundärt. Sponsorskapet får alltså inte gå in på detaljer om produkten, vilka konkurrensfördelar den har, eller pris på varan/tjänsten."

### Sponsmeddelanden

I sponsmeddelandet har du möjlighet att koppla ihop din produkt/kund med antingen program eller kanaler. Varje sponsfilm, oavsett typ och längd **måste** innehålla ett sponsmeddelande, detta antingen i text, sägning eller både och. Nedan syns exempel på olika typer av spons.

#### Exempel på Format/Programspons:

"Lyxfällan sponsras av..."

"Efterlyst presenteras i samarbete med..."

#### Exempel på RBS-spons:

"Programmet presenteras i samarbete med..."

"Underhållningen i samarbete med..."

"Den sprudlande underhållningen presenteras av..."

### Kanalsponsorskap

I ett kanalsponsorskap formulerar man sponsormeddelandet annorlunda. Här väver man in kanalen och sponsorn i kanalens eget manér. Exempel på vad man kan säga är:

"Underhållningen på TV3 presenteras i samarbete med..."

"Sportfebern på TV6 i samarbete med..."

"Höstkvällarna på TV8 presenteras av..."

#### Formatgrafik:

Formatgrafik är en typ av kanalsponsorskap där man istället för att generellt sponsra en kanal sponsras ett specifikt format eller specifikt tema på kanalen. Detta kan vara exempelvis ett sportevenemang, filmer, ett visst program etc. Exempel är:

"Fotbollen på TV6 presenteras i samarbete med..."

"Hollywoodkänslan på TV3 i samarbete med..."

"Höstens crimefrossa på TV8 presenteras av..."

### Logga i trailing

En logga i trailing får ha text i sig om detta ingår i loggan, så länge texten inte innehåller några reklambudskap. En logga i trailer ramar alltid in av NENT TV med ett ramverk där det står "Stolt sponsor".

## Övriga Regler

### Program som inte kan sponsras:

Nyheter - lokala, nationella och internationella.

### Annonsörer som ej kan sponsra:

Politiska partier/organisationer, som tex. Greenpeace och Amnesty, alla typer av tobaksbolag (även om det inte är en tobaksprodukt de sponsrar med), samt läkemedelsföretag med receptbelagda produkter (receptfria läkemedel är tillåtet).

### Restriktioner

#### Alkohol

Öl och vin-spons får endast visas efter kl. 17:00. Sponsorsekvenser med starksprit får endast visas efter kl. 21:00. Observera att dessa regler endast gäller TV3 samt TV6. Dessa restriktioner finns inte på TV8 och TV10 dock gäller NA18 för TV8 och TV10 och där går alkohol först efter kl. 9:00 på morgonen.

Alkoholannonsörer behöver ha en disclaimer text "Drick med måtta" alt "Drink responsibly"

#### Betting och Lottery

I betting, gaming, lottery eller bingosponsorsekvenser måste åldersgräns inkluderas samt adressen [www.spelinstitutet.se](http://www.spelinstitutet.se) alt [www.slutaspela.se](http://www.slutaspela.se) eller om de har någon annan stödlinje som de vill använda.

Betting/Lottery har även restriktion NA18.

Spel- och bettingannonsörer behöver alltid ha en disclaimer med hänvisning till stödlinje och åldersgräns, regler och villkor behövs ej då inga erbjudanden är tillåtna i sponsorskap.

### Med vissa produkter följer nedan restriktioner:

#### NAK

Not around kids, sponsorn får inte läggas i program som riktar sig mot barn.

#### NA16

Not around 16, sponsorn får inte läggas i program som riktar sig till en publik under 16 år.

TV3 06:30-09:00 samt i program som t.ex. Simpsons, Family Guy och barnprogram

TV6 06:30-09:30 samt i program som t.ex. Simpsons, Family Guy och barnprogram

#### NA18

Not around 18, sponsorn får inte läggas i program som riktar sig till en publik under 18 år.

TV3 06:30-09:00 samt i program som t.ex. Simpsons, Family Guy och barnprogram

TV6 06:30-09:30 samt i program som t.ex. Simpsons, Family Guy och barnprogram

#### HFSS

High in Fat, Salt and Sugar: Produkter som godis, läsk, chips, pizza osv får en NA16 restriktion.

**OBS! För alltid en dialog med din NENT kontakt om eventuella restriktioner.**

# GodkännandeProcedur

NENT TV har följande godkännandeprocedur:

## 1) Storyboard skickas in för godkännande.

Det är viktigt att du informerar din kontaktperson om att du har skickat storyboard. Storyboard skall innehålla både den visuellt kreativa historien samt alla repliker och eventuella texter, likaså information som syns i ev. packshot.

## 2) NENT TV godkänner storyboard (såvida det inte strider mot Ofcoms regelverk).

Om det inte blir godkänt återkommer vi med en rekommendation på hur det kan förändras för att bli godkänt. Räkna med ca tre dagar för ett godkännande. Om det ändras i storyboard efter rekommendationer från oss krävs ett nytt godkännande innan ni går in i produktion. Det är bra med filmklipp som går att spela upp i VLC eller Quick Time för att visa grunderna i utkastet.

## 3) Skicka in en filmfil för ett slutgodkännande

Gör detta med innan materialet mastras. Detta för att fånga upp eventuella detaljer som fortfarande inte är godkända eller om det tillkommit något nytt.

## 4) Uppladdning

Det slutliga materialet laddar därefter annonsören upp via Adtoox/IMD/Adstream och skickar filmkoderna till planeraren senast 5 arbetsdagar innan kampanjstart. Se tekniska specifikationer på respektive uppladdningstjänst hemsida eller på [www.nentgroup.se/tv/ladda-ner/tv-tekniskspecifikation/](http://www.nentgroup.se/tv/ladda-ner/tv-tekniskspecifikation/).

Skulle uppladdning av någon anledning bli försenad är det viktigt att er planerare får information om detta.

## 5) Ofcom

Då Ofcom är ett regelverk finns det utrymme för att tolka reglerna på olika sätt och NENT TV friskriver sig från ansvar i det fall Ofcom gör en bedömning som skiljer sig från NENT TVs bedömning.

NENT TV bär inte kostnaden för ändringar i materialet efter ett eventuellt inkommet klagomål från Ofcom. Ändringar p.g.a. klagomål från Ofcom kan komma att ske när kampanjen pågår. Ofcom har möjlighet att göra en annan tolkning än kanalerna ifråga. Om det färdiga materialet skiljer sig från ursprungligt godkänt storyboard, och inte uppfyller kraven från Ofcoms regelverk, förbehåller NENT TV sig rätten att avvisa materialet tills de nödvändiga justeringarna har gjorts.



## Kontakt och Leverans av Material

### Storyboard för RBS-spons

För frågor kring storyboard, utformning och sägningar för vanlig RBS-spons till TV, kontakta [Frej.Alengard@nentgroup.com](mailto:Frej.Alengard@nentgroup.com)

### Storyboard för Programsporsring och Kanalsponsorskap

För frågor kring storyboard, utformning, sägningar och material för vanlig programspecifik-sponsring samt kanalsponsorskap, kontakta [Frej.Alengard@nentgroup.com](mailto:Frej.Alengard@nentgroup.com) eller [Malin.Andersson@nentgroup.com](mailto:Malin.Andersson@nentgroup.com)

### Logga/Produktförpackning och Tails

Loggan / produktförpackning ska skickas i EPS format, frilagd. Räkna med 3 veckor för bearbetning av loggan till trailer.

Leverans av tail på programtrailers ska vara 5 sekunder full HD och okomprimerad (ProRes HQ eller dyligt).

Både Logga/produktförpackning samt tail-filmen ska skickas till [Malin.Andersson@nentgroup.com](mailto:Malin.Andersson@nentgroup.com)

### Filmkoder och bokning ska skickas till respektive planerare:

TV-sponsring: [Frej.Alengard@nentgroup.com](mailto:Frej.Alengard@nentgroup.com)

Viafree-sponsring: [online@nentgroup.com](mailto:online@nentgroup.com)