

COMMERCIEËLE POLITIEK 2017

DE PERSGROEP ADVERTISING



INHOUD

PASSIE VOOR ONZE LEZERS	3
Premium producten	3
PASSIE VOOR ONZE ADVERTEERDERS	4
Ontdekken	4
Sectorgebonden premies	5
Voorwaarden	5
GEDEELDE PASSIE	6
Engagementen	6
Merkcitatie/Cobranding	7
Voorkeursplaatsingen	7
Technische toeslagen	8
Research	9
Creatieve consults	10
CORRECT PARTNERSHIP	11
Boekingen campagne	11
Aanvragen campagne	11
Optiepolitiek	11
Voorrangsregels creatieve formules	11
Deadline materiaal	12
Een campagne wijzigen	12
Een campagne annuleren	12
Bewijsnummers	12
Campagnerapport voor digitaal	12
Klachten & compensaties	13
Wanneer wordt een compensatie toegekend?	13
Hoe kan een compensatie opgenomen worden?	13
Wanneer wordt een compensatie niet toegekend?	13
Coverpolitiek magazines	14
Data	14
Ongeldige traffic en Adfraud	15
Bereik de Persgroep Advertising = real eye balls	15
Meetverschillen = we trust DFP	15
dPA Commercial Policy	15
ALGEMENE VERKOOPSVORWAARDEN	15

IN ALLES WAT WE DOEN LIGT ONZE **FOCUS OP DE BEHOEFTE** VAN ONZE LEZERS ÉN DE OBJECTIEVEN VAN ONZE ADVERTEERDERS. DIE TWEE ELEMENTEN TELKENS WEER VERENIGEN, DAAR GAAN WE VOOR. WANT AAN HET EIND VAN DE RIT TELT MAAR ÉÉN DING: ONZE KLANT EN ZIJN MERK EEN STERKE IMPACT BEZORGEN, ONDERBOUWD MET **HELDERE RESULTATEN**. DAARBIJ GAAN WE BEHOEDZAAM OM MET ONZE PRODUCTEN UIT RESPECT VOOR ONZE LEZER. NOEM HET GERUST **PASSIE, VOOR LEZER EN ADVERTEERDER**.

PASSIE VOOR ONZE LEZERS

Daarom hebben we een reeks van **premium producten** bepaald. Deze verschijnen **maximum een aantal keer per periode** en onze klanten met een engagement genieten voorrangregels op deze premium producten.

PREMIUM PRODUCTEN

Hieronder vind je een lijst van onze schaarste of premium producten. Deze producten zijn **beperkt in aantal of in tijd**. Bovendien genieten klanten met een **engagement en NP's voorrang** op deze premium producten.

KRANTEN

- halve wrap: 1 per maand
- pano's: 1 per maand
- inlassingen weekendkrant
- inlassingen op pagina's 3, 5 en 7

MAGAZINES

- Covers
- Creatieve formules
- Prima Posta

DIGITAAL

- Homepage TakeOver: 2 per week*
- Interstitials/overlayer: 1 per week
- Native advertising

Premium producten zijn niet beschikbaar via Real Time Bidding.

*Met uitzondering van piekperiodes rond het autosalon en de eindejaarsfeesten

PASSIE VOOR ONZE ADVERTEERDERS



WIJ GAAN OP ZOEK NAAR **DE JUISTE OPLOSSINGEN OM JOUW OBJECTIEVEN TE REALISEREN**. EN DAARBIJ KIJKEN WIJ CONSTANT UIT NAAR **INNOVERENDE, CREATIEVE OPLOSSINGEN**. OPLOSSINGEN **OP MAAT**. JOUW CAMPAGNE BIJ ONS LEVERT NIET ALLEEN RESULTATEN OP, MAAR OOK **KENNIS WAAROP JE VERDER KUNT BOUWEN**. DAG NA DAG MONITOREN WE DE PRESTATIES VAN JE CAMPAGNE EN NA AFLOOP VERTALEN WE DE **RESPONS IN HELDERE CIJFERS** DANKZIJ ONZE MEDIA-EXPERTISE MET CONCRETE MEETINSTRUMENTEN EN BENCHMARKS. IN DAT KADER BIEDT DPA VERSCHILLENDE OPTIES AAN OM SPECIFIEKE CAMPAGNES OP DE BESTE MANIER UIT TE WERKEN.

ONTDEKKEN

Zin om het eens anders aan te pakken? Ontdek **nieuwe mogelijkheden bij dPA**.

WELKOM & NIEUW PRODUCT

Adverteerders of merken die het afgelopen kalenderjaar niet actief waren bij dPA ontvangen **15% korting op de ratecard**.

SECTORGEBONDEN PREMIES

Sector	Print	Display (CPM)	Video
Overheid*	25%	30%	15%
Cultuur	30%	30%	30%
NGO	50%	50%	25%
Top topical voorspelbaar**	25%	25%	12,5%
Top Topical onvoorspelbaar	50%	50%	25%

* enkel voor overheden zonder commerciële affiniteit

** voorspelbare Top Topicals zijn deze die in de [top topicalkalender van Newsworks](#) opgelijst staan

VOORWAARDEN

- Kortingen en premies zijn op basis van getekende campagne order.
- Kortingen & premies zijn nooit cumuleerbaar met andere premies, kortingen of pakketformules.
- Kortingen en premies zijn niet geldig op sponsoring- en ruilovereenkomsten
- Kortingen en premies zijn niet geldig op creatieve formules, premium plaatsingen of targeting.
- Kortingen en premies zijn enkel geldig bij een minimuminvestering van € 5.000.
- Programmatic deals vallen buiten deze voorwaarden.





SAMEN HEBBEN WE EEN GEDEELDE PASSIE: OP EEN ZO GOED MOGELIJKE MANIER EEN ZO GROOT MOGELIJK PUBLIEK BEREIKEN. ONZE FILOSOFIE? ÉÉN PLUS ÉÉN IS DRIE – OF VIER. WANT EFFECTIEVE CAMPAGNES VERTREKKEN VANUIT RUIME INZICHTEN. DAAROM WERKEN WE NAUW SAMEN MET ANDERE AFDELINGEN BINNEN ONZE GROEP. WIJ VERKOPEN DAN WEL ADVERTENTIERUIMTE, MAAR DOEN VEEL MEER DAN DAT: WE GAAN OP ZOEK NAAR DE JUISTE OPLOSSINGEN OM JOUW OBJECTIEVEN TE REALISEREN. JOUW OBJECTIEVEN ZIJN DE ONZE. EEN CAMPAGNE IS **TEAMWORK**: JOUW PARTNERS ZIJN DE ONZE.

GEDEELDE PASSIE

ENGAGEMENTEN

Voordelen van een **jaardeal**? We zoeken als partners samen naar **oplossingen** en **evalueren** je campagnes i.s.m. onze researchafdeling.

NIET RESPECTEREN ENGAGEMENT

Indien de adverteerder zijn engagement niet respecteert voor het einde van de overeengekomen periode, wordt een percentage van het te investeren bedrag gefactureerd volgens onderstaand schema:

% onder engagement	% te factureren
<10%	5%
11% -20%	15%
21% - 50%	65%
>51%	100%

MERKCITATIE/COBRANDING

Elke advertentie moet exclusief betrekking hebben op één merk, handelsnaam, product, dienst of bedrijf. Op aanvraag mogen ook andere adverteerders opgenomen worden in de advertentie en zal hiervoor een **prijsverhoging** worden aangerekend.

- +15% bij vermelding eerste merk
- +25% vanaf 2^{de} merkcitatie

Niet van toepassing op adverteerders uit de retailsector en productgamma van hetzelfde merk binnen dezelfde sector.

VOORKEURSPLAATSINGEN

Voor bepaalde posities in onze mediamerken is de vraag groter dan het aanbod. Vandaar hanteren wij enkele **schaarstemodellen**. Hieronder een overzicht.

KRANTEN

PREMIUM PLAATSING KRANTEN

Pagina 1	tarief x 5
Pagina 3	tarief x 2
Pagina 4-5	+50%
Premium nieuwskatern	+20%
Laatste pagina katern	+20%
Vereiste opeenvolgende pagina's	+25%
Financiële pagina's	+20%
Weekendeditie	+50% DM en +30% HLN

MAGAZINES

Bij dPA hebben we zowel maandbladen als weekbladen in de aanbieding.

PREMIUM PLAATSING MAGAZINES (incl. HUMAN & Luxe DMM)	WEEKBLADEN	MAANDBLADEN
Prima posta	+25%	+30%
Secunda Posta	+20%	+25%
Rechterpagina	+15%	+15%
Vereiste plaatsing	+15%	+15%
Eerste helft	+15%	+15%
combinatie speciale plaatsing	+25%	+25%
Cover 2	+25%	+35%
Cover 3	+15%	+15%
Cover 4	+50%	+50%

TECHNISCHE TOESLAGEN

KRANTEN & MAGAZINES

Voor sommige producten gelden **enkele technische kosten**. Een gedetailleerd overzicht vind je op onze website:

- [Voor kranten](#) (technische kosten bij opmaak door dPP)
- [Voor magazines](#) (technische kosten bij opmaak door dPP)

Partner fees en kortingen/premies zijn niet van toepassing op technische kosten. Technische kosten tellen niet mee in engagementen.

DIGITAAL

Large formats

- Expandable: +30%
- Addon Wallpaper (bij 3AD): +50%
- Large Overlayer (800x600): +30%

Targeting en Capping

Voor addons op targeting en capping verwijzen we naar de ratecard die je vindt op www.persgroepadvertising.be.

Er wordt geen korting of partner fee gegeven op targeting producten

Rich media kosten

- Rich media kosten voor Promobox, Traffic Booster, 2^{de} Half page op homepage en 3AD in RON worden **door de adverteerder betaald**.
- Rich media - gebruik voor video, games, data capturing en andere concepten om user interaction te meten, worden **gratis aangeboden** via volgende tools: Mediamind, AdForm en Weborama.



ALLEEN MAAR BUIKGEVOEL IS ZELDEN VOLDOENDE OM STEVIG CAMPAGNE TE VOEREN. DE **JUISTE DATA** ZIJN EEN BETERE BASIS. DAAR VOEGEN WE ONZE **MEDIAEXPERTISE** AAN TOE, ONLINE EN OFFLINE, MET CONCRETE MEETINSTRUMENTEN EN BENCHMARKS. DAG NA DAG MONITOREN WE DE PRESTATIES. EN NA DE CAMPAGNE VERTALEN WE DE RESPONS IN HELDERE CIJFERS. ZO LEVERT EEN CAMPAGNE JE NIET ALLEEN RESULTATEN OP, MAAR OOK **KENNIS WAAROP JE VERDER KUNT BOUWEN.**

ONTDEK DE TARIEVEN
VAN DE ONDERZOEKEN
WAAROP JE BEROEP KAN
DOEN BIJ DPA.





CREATIEVE CONSULTS

Brandtales is de **creatieve cel** binnen de Persgroep Advertising. Een katalysator voor **verrassende crossmediale communicatie-ideeën** waarbij de kracht van content optimaal benut wordt.

Bij een **creatief consult** van Brandtales wordt een project management fee aangerekend van **€3.000**.

Daarin zitten inbegrepen:

- creatief consult + voorstel op maat
- project management (met maximaal 2 correctierondes)
 - zijn er na die correctierondes nog aanpassingen nodig, dan worden bijkomende Project Management kosten doorgefactureerd aan €75/uur.

CORRECT PARTNERSHIP



EEN GOEDE SAMENWERKING IS GEBASEERD OP EEN **TRANSPARANTE, DUIDELIJKE EN CORRECTE ONGANG TUSSEN DE PARTNERS**. DAAROM GEVEN WE GRAAG HET VOLLEDIGE BOEKINGS- EN RESERVATIEPROCES WEER MET DAARIN **DUIDELIJKE TERMIJNEN EN DEADLINES** VOOR EEN VLOTTE SAMENWERKING EN EEN SUCCESVOL PARTNERSHIP. DPA ZET HAAR BESTE MIDDELEN IN OM ERVOOR TE ZORGEN DAT DE CAMPAGNE ZAL UITGEVOERD WORDEN OP DE WIJZE VOORZIEN IN DE BESTELBON.

BOEKINGEN CAMPAGNE

AANVRAGEN CAMPAGNE

De regel : **“First in, First served”**. Je kan op elk ogenblik een advertentie reserveren. Hou daarbij steeds rekening met de beschikbaarheid van ons product en respecteer de reservatiedeadlines zoals op de site vermeld. **Een boeking is pas geldig als we een getekende bestelbon - volledig ingevuld - ontvangen hebben**, inclusief de contactgegevens van de contactpersoon voor het materiaal.

OPTIEPOLITIEK

Opties moeten **ten laatste 3 werkdagen voor reservatiedeadline bevestigd** worden. ([zie website](#)) Voor onze online producten kunnen opties genomen worden tot een maximum van de beschikbare ruimte.

Een getekende bon voor één van onze producten waarop al een optie genomen werd, geeft de eerste optienemer de tijd om zijn optie te bevestigen. De termijn hiervoor is 48u bij magazines en 24u bij kranten en online. Indien de optie niet bevestigd wordt, kan de bestelling doorgaan. Wordt een optie niet tijdig bevestigd dan kan dPA geen garantie van verschijnings- of startdatum, noch (voorkeur)plaatsing meer geven.

Uitzonderingen:

- Bij onvoorspelbare Top Topicals is flexibiliteit mogelijk (bevestiging mogelijk tot dag voor verschijning, 12u 's middags)

DEADLINE MATERIAAL

Deadlines voor levering materiaal zijn als volgt bepaald:

- **KRANTEN:** 2 werkdagen voor verschijning in de dagkrant. Voor alle bijlagen geldt een langere termijn ([zie website](#) voor specifieke deadlines)
- **MAGAZINES EN SPECIALS:**
specifieke deadlines per magazine/special (zie kalenders op de website)
 - [Specials](#)
 - Magazines per titel:
 - [Dag Allemaal](#)
 - [Story](#)
 - [TeVeBlad](#)
 - [TV Familie](#)
 - [Goed Gevoel](#)
 - [Humo](#)
 - [DM Magazine](#)
 - [NINA](#)
- **CREATIEVE FORMULES:** zie website (per titel vind je onder de tab 'aanleverspecificaties' meer info over de speciale formules die mogelijk zijn bij die titel). Bijvoorbeeld bij [Dag Allemaal](#).
- **DIGITAAL**
3 werkdagen voor verschijning

Bij het niet respecteren van de deadlines, worden verschijningsdatum/startdatum en voorkeurplaatsing niet meer gegarandeerd. Mogelijk zal je campagne bijgevolg later of niet opgestart worden. Dit kan zonder voorafgaande verwittiging.

EEN CAMPAGNE WIJZIGEN

Wijzigingen van campagneperiode kunnen tot **3 werkdagen** voor deadline reservatie. Wijzigingen van producttype/formaat of speciale plaatsingen kan enkel mits akkoord van de dPA Account Manager en dat ten laatste 3 werkdagen voor deadline reservatie.

EEN CAMPAGNE ANNULEREN

- **Tussen de 4 - 2 weken** voor deadline reservatie wordt **50%** van het budget gefactureerd.
- **Binnen de 2 weken** voor deadline reservatie wordt **100%** van het budget gefactureerd.

Premium plaatsingen en creatieve formules kunnen niet geannuleerd worden. Dezelfde annulatievoorwaarden gelden voor magazines, kranten en digitaal.

BEWIJSNUMMERS

Wij leveren altijd **gratis een digitaal bewijsnummer** van de titel waarin de advertentie verschenen is.

CAMPAGNERAPPORT VOOR DIGITAAL

Na afloop van een campagne bezorgen wij je altijd een **digitaal rapport** van de campagne. (bron: adserver dPA)

WANNEER WORDT EEN COMPENSATIE TOEGEKEND?

- **Geboekte inlassing niet verschenen**

Indien de oorzaak van het niet verschijnen bij de Persgroep Publishing ligt, doet dPA er alles aan om de verschijning zo snel mogelijk te laten doorgaan. **De maximale compensatie die kan gevraagd worden, is het kosteloos herplaatsen van de bedoelde advertentie.** Indien de campagne afgelopen is, mag 2 X de waarde van de inlassing gebruikt worden bij een volgende campagne van dezelfde adverteerder binnen hetzelfde kalenderjaar.

- **Geboekte inlassing niet correct verschenen**

Indien de oorzaak van het niet correct verschijnen bij dPP ligt, zal dPA een commerciële geste doen om dit te compenseren. De maximumvergoeding die kan worden gevorderd voor slechte druk of vergissingen, is het **kosteloos herplaatsen van de bedoelde advertentie** (volgens de oorspronkelijke afspraken inzake plaatsing, formaat, e.d.). Voor inserts, outserts of opgekleefde formules is de maximale compensatie het niet aanrekenen van het asielrecht.

- **Underdelivery (digitaal) : Wanneer kan een compensatie worden toegekend ?**

Indien het geboekte aantal impressies, clicks of views niet behaald worden tijdens de vooropgestelde periode, en de oorzaak hiervan ligt bij dPA, dan zal dPA er alles aan doen om de campagne zo snel mogelijk uit te leveren d.m.v. verlenging. Campagnes met een UD lager dan 10% worden automatisch verlengd. Bij campagnes met een UD hoger dan 10% zal compensatie in overleg met de adverteerder gebeuren. Indien er geen flexibiliteit is voor de campagneperiode, dan kan het resterende volume impressies of clicks vrij opgenomen worden voor hetzelfde merk met hetzelfde formaat op dezelfde positie binnen dezelfde titel en hetzelfde kalenderjaar. De adserver van dPA is de maatstaf voor het aantal uitgeleverde impressies. Een discrepantie van 10% (of 5% IAB UK) met andere adservers is mogelijk en wordt niet in rekening gebracht van de UD. dPA voorziet een compensatie van 20% bovenop het geboekte aantal impressies.

HOE KAN EEN COMPENSATIE OPGENOMEN WORDEN?

Een compensatie moet **in dezelfde titel en in hetzelfde formaat** voor hetzelfde merk opgenomen worden binnen het lopende kalenderjaar. Compensaties krijgen nooit voorrang op geboekte inlassingen.

WANNEER WORDT EEN COMPENSATIE NIET TOEGEKEND?

Er kan op geen enkele manier aanspraak gemaakt worden op een compensatie als:

- een optie niet tijdig bevestigd werd
- de deadline voor levering materiaal niet nageleefd werd
- niet de juiste toeslag betaald werd voor een voorkeurplaatsing
- er geen officiële bestelbon getekend werd
- de bestelbon dubbelzinnig of onduidelijk is
- een inlassing niet of niet correct verschenen is door overmacht of door een fout die niet kan verhaald worden op dPP

COVERPOLITIEK MAGAZINES

Voor de reservatie van **magazinecovers** geldt de regel **'First in, First served'**. Echter: wanneer een creatieve formule gereserveerd wordt, heeft deze voorrang op de gewone regels voor de toekenning van covers.

DATA

Adverteerders hebben de **toestemming** om via cookies, scripts of op andere wijze uitsluitend de volgende **anonieme metadata te verzamelen**:

- hoe vaak de advertentie is bekeken (views) en
- het aantal clicks met de volgende additionele gegevens:
 - gebruikte schermresolutie
 - gebruikte browser
 - gebruikt besturingssysteem,
 - welk deel van de advertentie is bekeken.

Met uitzondering van de verzameling van de hiervoor opgesomde metadata, is het **uitdrukkelijk NIET toegestaan** om via cookies, scripts of op welke andere wijze ook **informatie te verzamelen, informatie op te slaan in of toegang te verkrijgen tot de randapparatuur van gebruikers** van de websites of apps van de Persgroep Publishing.

Het is – zonder voorafgaande toestemming van de Persgroep Publishing – ook **niet toegestaan om:**

- informatie te verzamelen met het oog op retargeting, audience targeting en behavioral targeting
- informatie te vergaren over het gedrag van gebruikers op de websites of apps van de Persgroep Publishing.

ONGELDIGE TRAFFIC EN ADFRAUD

DE PERSGROEP PUBLISHING = BRAND SAFE:

- 97% van de traffic op sites van de Persgroep Publishing is **geldig** (MOAT test 2016).
- 100% human traffic is technisch onmogelijk.
- de Persgroep Publishing is bijgevolg een **veilige partner**.

BEREIK DE PERSGROEP ADVERTISING = REAL EYE-BALLS

- De Persgroep Advertising werkt met **DFP** (adserver). DFP analyseert zelf clicks en impressies om **enkel geldige traffic te garanderen**. (traffic door normaal gebruik, en niet door verdachte processen of bots).
- Het algoritme van Google DFP moet bijgevolg vermijden dat campagnes terechtkomen bij ongedige traffic.

MEETVERSCHILLEN = WE TRUST DFP

- Adverteerders die meten via DCM (ook een Google product) baseren zich op een ander algoritme met hetzelfde doel als dat van DFP. Volgens Google zijn meetverschillen van ongeveer 2% normaal.
- Adverteerders die meten via Adform, Sizmek zullen om de gelijkaardige reden als hiervoor vermeld verschillen opmeten en die verschillen kunnen groot zijn.
- Meetverschillen kunnen voorkomen doordat partijen op andere momenten meten.
- Let op: Tags toevoegen zorgt voor een verhoogd verschil in meting. Er wordt dan gere-direct, en dat op zich zorgt voor discrepanties.

DPA COMMERCIAL POLICY:

- Meetverschillen zijn geen reden tot compensatie. De Persgroep Advertising baseert zich op algemene resultaten van MOAT en DFP.
- Omdat 100% human traffic technisch niet mogelijk is en buiten onze controle om gebeurt, compenseren wij niet op basis van Adfraud metingen.

ALGEMENE VERKOOPSVORWAARDEN

De algemene voorwaarden vind je [HIER](#) terug.