



Notice sur la production de dispositifs de sponsoring

Le présent document est établi à titre informatif et n'est pas constitutif d'aucun engagement contractuel ou obligation de quelque sorte que ce soit.

- 3** Billboard/reminder
- 6** Insert
- 7** Bandes-annonces
- 8** Concours
- 9** Spécificités liées à la production de billboards météo
- 10** Spécificités liés à la production de billboards horloge
- 12** Extraits de la législation en vigueur relatives au parrainage en radio et télévision

Billboard/reminder

La citation du sponsor sous la forme de billboards avant et après l'émission indique au téléspectateur que l'émission est sponsorisée. Le billboard doit se rapporter à l'émission sponsorisée. Si l'émission est interrompue, un reminder (similaire au billboard) est diffusé avant et/ou après l'écran publicitaire.

Durée du billboard/reminder

1 sponsor : 8 sec. billboard, 4 sec. reminder
2 sponsors : 10 sec. billboard, 5 sec. reminder
3 sponsors : 12 sec. Billboard, 6 sec. reminder

Pour TSI, le reminder est de 8 secondes.

Ces durées sont fixes et les dispositifs ne peuvent être ni supérieurs, ni inférieurs à ces durées.

Formes de la citation du sponsor

Forme orale et/ou écrite

Identification

Nom de l'entreprise, logo de l'entreprise, nom ou marque d'un produit du sponsor.

Les éléments susmentionnés peuvent être séparés ou combinés. Par produit, on entend un bien ou un service du sponsor. Il est par ailleurs possible de compléter les éléments ci-dessus par l'adresse Internet du sponsor.

Les logos avec slogan intégré ne sont pas autorisés par la loi.

L'identification du sponsor peut aussi être accompagnée d'une référence sonore. Ce signal ne doit toutefois pas présenter d'arguments publicitaires, ni sur le sponsor, ni sur ses produits.

Secteur d'activité du sponsor

Lors de l'utilisation du nom ou du logo du sponsor, il est possible de signaler de façon brève et neutre le secteur d'activité de l'entreprise sponsor de l'émission si cela facilite l'identification.

Arguments publicitaires

Dans la citation du sponsor, les arguments publicitaires liés au sponsor ou à ses produits ne sont pas autorisés.

Par sa nature, le slogan est un argument publicitaire. De ce fait, il ne doit pas être utilisé dans le sponsoring, ce même si la marque est protégée.

On parle d'arguments publicitaires lorsque l'utilisation du produit est présentée avec mise en évidence des spécificités et des effets inhérents à l'utilisation.

Des spots publicitaires entiers ou partiels peuvent être utilisés uniquement si ils ne présentent pas d'arguments publicitaires ou d'attributs du sponsor ou de ses produits. Si le sponsor choisit cette variante, il convient de prendre au préalable contact avec publisuisse pour une vérification des images.

Contacts

La mention d'un moyen de contact dans la citation du sponsor est autorisée. Toutefois, un seul élément de l'adresse peut y figurer (N° de téléphone, N° de télécopie, adresse postale, adresse Internet ou courriel) afin d'éviter tout effet publicitaire. En vertu des dispositions de l'OFCOM (office fédéral de la communication), des éléments d'adresse différents dans les billboards placés au début et à la fin d'une même émission induisent un effet publicitaire et ne sont pas admis.

Référence à l'émission

Le billboard et/ou le reminder doit se référer au sujet de l'émission sponsorisée. Cette référence peut se faire par une mention verbale ou visuelle.

Lors de chaque citation du sponsor, le public doit être clairement informé qu'il s'agit bien d'un sponsoring.

Exemple:

- > L'émission X avec le sponsor X
- > L'émission X avec le soutien du sponsor X

L'intro et l'outro peuvent être différentes, mais les deux doivent faire référence à l'émission sponsorisée. La mention verbale dans l'outro ne peut pas se rapporter au programme de la chaîne dans son ensemble (exemple: «l'entreprise X vous souhaite encore une très belle soirée sur la TSR»). L'intro et l'outro ne doivent pas déclencher d'effet publicitaire.

Citations possibles dans l'outro:

- > Vous avez vu l'émission X avec le sponsor X
- > Cette émission a été sponsorisée par le sponsor X

Dispositions spéciales

Les références à d'autres médias ou à des indications territoriales liées au sponsor, ainsi que la mention d'engagements de tiers et d'autres activités de marketing du sponsor (disposition valable pour l'ensemble des dispositions de sponsoring), ne sont pas autorisées.

La conception du billboard et/ou du reminder doit être adaptée au contenu de l'émission et se référer à l'émission sponsorisée.

Incrustation «Sponsoring»

Dans le cas du billboard et/ou du reminder, il est nécessaire d'intégrer l'incrustation «Sponsoring».

SF

- > Position en haut à gauche.
- > Police Frutiger black 3/Font 23 813

TSR

- > Position en haut à gauche (bord cadre).
- > Police Arial/bold/Taille 2/Kern 4 (écartement)

TSI

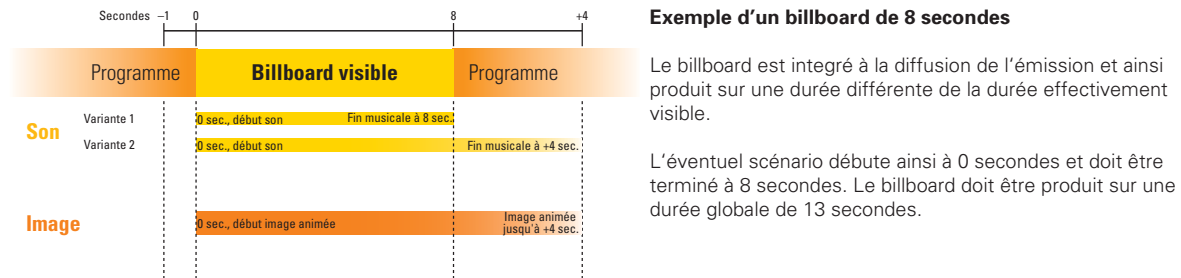
- > Position en haut à gauche.
- > Police Swiss ou Helvetica.



Le format du texte peut varier en fonction du format de diffusion (4:3 ou 16:9). La position et la taille de la police ci-dessus ont un caractère obligatoire.

Production

Le sponsor est responsable de la production du billboard et/ou du reminder et en supporte les frais.



Format de l'image

Avant la production du billboard et/ou du reminder, le sponsor s'assure du format de l'émission sponsorisée. Le billboard et/ou le reminder et l'émission doivent être produits dans le même format afin que la transition s'effectue le plus harmonieusement possible.

Format 4:3 ou 16:9.

SUISA

Le sponsor est tenu d'acquiescer tous les droits de propriété intellectuelle des œuvres utilisées. De plus, il s'acquiescera en particulier des droits d'auteur dits droits de reproduction pour les œuvres musicales utilisées qu'il paiera directement à SUISA.

SUISA Zürich
Bellariastrasse 82
Case postale 782
8038 Zurich
Tél. +41 (0)1 485 66 66
Fax. +41(0)1 482 43 33

SUISA Lausanne
Av. du Grammont 11 bis
1007 Lausanne
Tél. +41 (0)21 614 32 32
Fax. +41 (0)21 614 32 42

SUISA Lugano
Via Soldino 9
CH-6900 Lugano
Tél. +41 (0)91 950 08 28
Fax. +41 (0)91 950 08 29

Acceptation du storyboard

Avant de produire le billboard, le sponsor doit soumettre le storyboard en format pdf à publisuisse, au plus tard 8 semaines avant la première diffusion. publisuisse confirmera son accord dans les 10 jours ouvrables, au vu de la loi, du contenu et de la conception.

Acceptation du billboard

Le billboard produit sur la base du storyboard approuvé doit être soumis, au plus tard 3 semaines avant la première diffusion, à publisuisse, pour acceptation définitive. Le billboard est envoyé par mail, en format mpg. publisuisse donne son accord dans les 5 jours.

Livraison du matériel de diffusion

Le matériel de diffusion doit être livré au plus tard 3 semaines avant la première diffusion.

Format: BETACAM SP, Digital BETACAM ou MPEG IMX

Lieu de livraison TSR: TSR, Sponsoring, Case Postale 234, Quai Ernest-Ansermet 20, 1211 Genève 8

Lieu de livraison TSI : TSI, Sponsoring, Casella Postale, 6903 Lugano

Insert

Incrustation du logo du sponsor au cours de l'émission sponsorisée. Généralement, seules les retransmissions sportives permettent l'intégration d'inserts.

Formes

Inserts non animés (les signaux sonores ne sont pas possibles)

Outre les signes d'identification du sponsor, la mention «sponsor TV» est incrustée.

Identification

Possibilités de présentation: logo. Il est par ailleurs possible de compléter cette présence par un élément d'adresse.

Durée

Intégration du sponsor durant 4 secondes.

Fréquence

Elle dépend de la durée de l'émission. En règle générale: env. 15 minutes d'intervalle.

Remise du matériel

Livraison du logo ou du reminder du billboard auprès de publisuisse, 6 semaines avant la première diffusion de l'émission sponsorisée (format: jpg)

Production

La chaîne assure directement la production et en assume les frais, sauf disposition contraire du contrat.

Bandes-annonces

Diffusé avant l'émission, indépendamment du délai de diffusion, à des heures attrayantes, la bande-annonce fait référence à l'émission sponsorisée. Le logo du sponsor ou le reminder du billboard, assorti de la mention «sponsor TV», est intégré durant 4 secondes dans l'image fixe finale de la bande-annonce. La bande-annonce est partie intégrante du programme. Le contenu et la conception sont du ressort exclusif du programme.

Signes d'identification

Logo seul ou reminder du billboard.

Durée

Intégration du sponsor durant 4 secondes.

Fréquence

Aucune garantie de diffusion n'est donnée, sauf clause contraire incluse dans le contrat de sponsoring.

Remise du matériel

Livraison du logo ou du reminder du billboard auprès de publisuisse, 6 semaines avant la première diffusion de l'émission sponsorisée (format: jpg).

Production

La chaîne assure directement la production et en assume les frais, sauf disposition contraire du contrat.

Particularités

Pour la TSR et la TSI, outre l'incrustation du sponsor durant 4 secondes, une citation verbale du sponsor complète la présence.

Concours

Les concours comme éléments d'un sponsoring sont parties intégrantes du programme et ne sont pas appropriés à toutes les émissions. Il s'agit là d'une mesure destinée à fidéliser les téléspectateurs. La rédaction est seule à décider de la réalisation ou non d'un concours. La conception et la production d'une bande-annonce de concours sont du ressort de la chaîne.

Les points suivants sont valables pour les bandes-annonces de concours:

Identification

Logo seul (durée de l'incrustation: 4 secondes)

Citation des prix

La présentation des prix de concours sous forme publicitaire n'est pas autorisée. Pour rendre le public attentif à un prix, la chaîne cite exclusivement le sponsor, le type, la marque et la valeur du prix. D'autres informations ne sont pas autorisées.

Fréquence

La fréquence dépend de l'émission et est fixé dans le cadre du contrat de sponsoring.

Livraison

Livraison du logo ou du reminder du billboard auprès de publisuisse, 6 semaines avant la première diffusion de l'émission sponsorisée (format: jpg).

Remise du matériel photographique des prix de concours dans le même délai.

Production

La chaîne assure directement la production et en assume les frais, sauf disposition contraire du contrat.

Spécificités liées à la production de billboards météo

Intro

TimeCode 01:00	(coupure nette) 01:09
Intro billboard Image: début du billboard (9")	Image: logo météo
Son: début du billboard Avec fin musicale > Ajouter une plage sonore d'env. 4-5 frames, afin de pouvoir l'incruster dans le logo météo > Parallèlement au son, 4-5 frames d'écran plein blanc Sans fin musicale > Fin nette du son durant env. 1 seconde > Parallèlement au son, 4-5 frames d'écran plein blanc	Son: logo météo

Outro

	(coupure nette) 01:30	01:33, Durée environ +4 secondes
Image: logo météo	Image: outro billboard (3") Au préalable: 4-5 frames de fond blanc	Durée supplement Image animée. (sujet se poursuit sur env. +4 sec.)
Son: logo météo	Son: billboard Au préalable : -1 sec. de son	→ Terme de l'outro

> Le timecode de l'intro du billboard doit toujours débuter à la minute pleine (01:00, 02:00 etc.)

> Le timecode de l'outro du billboard doit toujours débuter à la demi-minute (01:30, 02:30 etc.)

> Format de diffusion: BETACAM SP, Digital BETACAM ou MPEG IMX

> Bande-son pour TSI (pour TSR et SF uniquement en stéréo):

TRACK 1&2 mono

TRACK 3&4 stéréo

Incrustation sponsoring

Dans le cas des billboards avant et après l'émission météo, l'incrustation «sponsoring» doit se faire comme suit:

Police

> TSR: Police Arial / bold / Taille 2 / Kern 4 (écartement)

> SF: Police Frutiger black 13 / Font 23 813

> TSI: Police Swiss ou Helvetica

Positionnement

> TSR: en haut à gauche

> SF: en haut à gauche

> TSI: en haut à gauche



Spécificités liés à la production de billboards horloge

La citation du sponsor sous forme de billboard indique au téléspectateur que l'émission, et dans ce cas précis l'horloge, est sponsorisée.

Durée du billboard Horloge

10 secondes produites dans une boucle de 2 minutes (sans interruption).

Incrustation «sponsoring»

Dans le cas du billboard Horloge, le sponsoring est signalé par l'incrustation «sponsoring». Cette incrustation est assurée par la chaîne directement (aucun frais à la charge du sponsor)

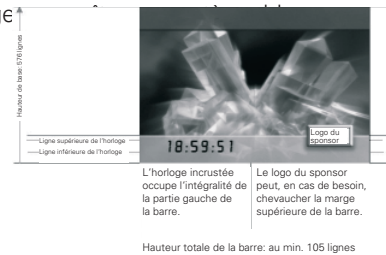
- > TSR : Police Arial / bold / Taille 2 / Kern 4 (écartement)
- > SF: Police Frutiger black 13 / Font 23 813
- > TSI: Swiss ou Helvetica

La position de l'incrustation est au libre choix de la chaîne et diffère suivant les régions linguistiques concernées.



Données techniques pour la production de la barre au bas de l'écran

En fonction de la couleur de fond de la barre située au bas de l'écran, l'horloge est noire.



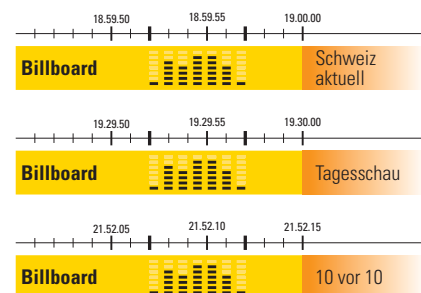
Voix off

- > La voix off est diffusée 8 secondes avant le début de l'émission depuis une bande-son séparée et dure max. 5 secondes. Cet enregistrement doit être livré sur minidisques séparé.

- > Ce complément doit être produit à part – séparément de la musique et des images.

Le texte diffusé en voix off ne doit pas se référer à l'émission d'information qui suit, ni comprendre d'argument à caractère publicitaire sur le bien ou le service du sponsor.

Dispositions relatives à la voix off



Remarques sur le contenu :

- > Les histoires avec une chute à la fin posent problème, car il n'est pas garanti que la séquence soit diffusée dans sa totalité. De ce fait, les histoires simples, sans structure dramaturgique et ainsi indépendantes de la durée du billboard sont préférables.
 - > Il est préférable que le degré d'abstraction soit élevé
 - > Plus il y a d'action et plus l'horloge se trouvera en arrière-plan
 - > Le téléspectateur ne doit pas avoir l'impression que le billboard de l'horloge est un spot publicitaire
 - > L'histoire devrait être au second plan; plus elle a fonction de remplissage (dans le sens d'un intermède) et moins cela posera de problème.
 - > Trop de logos ont aussi tendance à constituer un effet publicitaire inutile (logo dans la barre suffit)
-

Production

Le sponsor est en principe chargé de la production du billboard de sponsoring (frais à la charge du sponsor).

- > **Deux** BETACAM dans une boucle (2 minutes) doivent être livrés pour chaque sujet.
- > Si le billboard est diffusé simultanément sur SF 1 et SF zwei, **quatre** BETACAM doivent être livrées.
- > Si le billboard est diffusé à l'échelle nationale, il conviendra de livrer
deux ou quatre BETACAM pour SF
deux pour la TSI
deux pour la TSR.

Les formats suivants sont possibles: BETACAM SP, Digital BETACAM ou MPEG IMX

Informations complémentaires disponibles auprès de

publisuisse
Wengistrasse 1
Case Postale
8026 Zurich
Tél. 044 298 22 22

publisuisse
Tour TSR
Quai Ernest-Ansermet 20
Case Postale 37
1211 Genève 8
Tél. 022 705 14 14

publisuisse
Via San Gottardo 17
Case Postale
6908 Lugano
Tél. 091 966 77 55

Extraits de la législation en vigueur relative au parrainage en radio et télévision

Loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV), art. 19 Parrainage

- ¹ Sur demande, le diffuseur doit fournir tout renseignement relatif au parrainage.
- ² Lorsqu'une émission ou une série d'émissions est parrainée en tout ou en partie, le nom du parrain et, le cas échéant, les conditions qu'il a posées quant à la teneur de l'émission doivent être indiqués au début et à la fin de celle-ci.
- ³ Les émissions parrainées ne doivent pas inciter à passer des contrats portant sur les produits ou les services du parrain ou d'un tiers, en particulier en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services.
- ⁴ Ne peuvent être parrainées les émissions d'information, telles que les journaux télévisés et les magazines ainsi que les émissions et séries d'émissions se rapportant à l'exercice de droits politiques au niveau fédéral, cantonal et communal.
- ⁵ Les émissions ne peuvent être parrainées par des personnes physiques ou morales qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de produits ou la fourniture de services pour lesquels la publicité est interdite.
- ⁶ Le Conseil fédéral peut édicter des prescriptions supplémentaires sur le parrainage, dans la mesure où l'exécution de la présente loi l'exige.

Ordonnance fédérale sur la radio et la télévision (ORTV), art. 16 Parrainage

On entend par parrainage la participation d'une personne physique ou morale qui n'est pas engagée dans des activités en rapport avec la radiodiffusion ou la production d'oeuvres audiovisuelles au financement direct ou indirect d'une émission, afin de promouvoir le nom, la raison sociale ou l'image de marque de cette personne.

- ² Le diffuseur est seul responsable du contenu des émissions parrainées et de leur programmation.

Ordonnance fédérale sur la radio et la télévision (ORTV), art. 15 Publicité interdite

- ¹ Sont interdites:
 - a) la propagande religieuse et politique;
 - b) la publicité pour les boissons alcoolisées et le tabac;
 - c) la publicité pour les médicaments lorsque le droit applicable aux médicaments interdit la réclame publique;
 - d) la publicité mensongère ou fallacieuse, de même que celle qui présente un caractère de concurrence déloyale;
 - e) la publicité qui exploite la crédulité naturelle des enfants ou le manque d'expérience des adolescents, ou encore qui abuse de leur attachement;
 - f) la publicité subliminale.
- ² Est également interdite la publicité clandestine, en particulier l'utilisation contre rémunération de produits ou de services à des fins publicitaires lorsqu'elle a lieu hors de son cadre spécifique.

Les Directives de l'OFCOM en matière de parrainage sont accessibles sur www.ofcom.ch.

Cette liste est non exhaustive. Des renseignements complémentaires peuvent être obtenus auprès de publisuisse ou auprès de l'OFCOM, Division Radio et Télévision, www.ofcom.ch.
