



Belgium & Luxembourg

The Global Language of Business

Handleiding e-COUPON: best practices voor een conforme internetkortingsbon

Versie 4 - juni 2017



Document Summary

| Document Item | Current Value |
|------------------|--|
| Document Name | Handleiding e-COUPON: best practices voor een conforme internetkortingsbon |
| Document Date | Juni 2017 |
| Document Version | 4.0 |
| Document Issue | 1 |
| Document Status | Finaal |

Contributors

| Name | Organisation |
|--------------------|--------------------------|
| Romy Geerts | GS1 Belgium & Luxembourg |
| Karen Arkesteyn | GS1 Belgium & Luxembourg |
| Stefanie De Rocker | GS1 Belgium & Luxembourg |

Disclaimer

GS1 offers a technical accepted standard for the exchange of data and the delivery of barcodes. GS1 offers these services and all accompanying documents and guidelines “as is”, with no warranties of merchantability or fitness for a purpose or any other warranty. GS1 endeavours and uses all reasonable efforts to ensure that at all times a barcode that is correctly used and applied by a member, refers to the concerned product and its specifications.

It is for each user and member to ensure and verify that the delivered barcode is correctly used and applied for a legitimate purpose and to respect any intellectual property rights or other rights of third parties (or obtain the required authorizations or licences) in the implementation and use of the barcode or the specifications and data or records it want to use or to make available through the exchange platform and database.

GS1 disclaims all liability for any damages arising from use or misuse of this Standard, whether special, indirect, consequential, or compensatory damages, and including liability for infringement of any intellectual property rights, relating to use of information in or reliance upon this document. In no event will any GS1 be liable for any special, indirect or consequential damages (including but not limited to loss of actual or anticipated profits, loss of goodwill, loss of business, loss of revenue, loss of data) arising out of any use of technical standards, barcodes or other services offered by the GS1, regardless of whether such damages are based on tort, warranty, contract or any other legal theory, even if advised of the possibility of such damages. These limitations on liability will of course not be applicable in the case of proven gross negligence or wilful misconduct.

GS1 retains the right to make changes to this document at any time, without notice. GS1 makes no warranty for the use of this document and assumes no responsibility for any errors which may appear in the document. Each legitimate user or member should enquire when it seems fit, if updates or adaptations of the information/documents received are available and verify whether the recommendations are correct for use by the user or member and its purpose which is not to be investigated or controlled by GS1.

Inhoudstafel

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Algemene inleiding..... | 4 |
| 2 | Executive summary..... | 5 |
| 3 | Huidige marktcontext..... | 6 |
| 4 | Business vereisten voor internetkortingsbonnen..... | 7 |
| 5 | Standaarden voor internetkortingsbonnen..... | 8 |
| 5.1 | Vereiste basisvoorschriften..... | 8 |
| 5.1.1 | Functionele voorschriften..... | 8 |
| 5.1.2 | Technische voorschriften..... | 12 |
| 5.2 | Lay-out van de internetkortingsbon..... | 12 |
| 5.2.1 | Lay-out van een normale bon..... | 12 |
| 5.2.2 | Lay-out van een bon voor een gratis product..... | 15 |
| 6 | Rol en verantwoordelijkheden van betrokken partijen..... | 16 |
| 6.1 | GS1 Belgium & Luxembourg..... | 16 |
| 6.2 | Kortingsbonuitgevers (adverteerders/agentschap)..... | 16 |
| 6.3 | Clearing center..... | 16 |
| 6.4 | Technisch beheerder en uitgever van kortingsbonnen..... | 17 |
| 6.5 | Distributeur..... | 17 |
| 7 | Hoe kunnen bonuitgevers weigering van kortingsbonnen voorkomen?..... | 19 |
| 8 | Helpdesk voor internetkortingsbonnen..... | 20 |

1 Algemene inleiding

Deze handleiding heeft tot doel standaarden en “best practices” te definiëren voor het genereren en uitgeven van internetkortingbonnen teneinde de aanvaarding van deze bonnen aan de kassa te garanderen. Het is bestemd aan diegenen die online platformen om internetkortingbonnen te genereren aanbieden/ontwikkelen (bijvoorbeeld fabrikant of marketingbureau).

Onder de internetkortingbon wordt verstaan: de kortingsbon die door een consument thuis of elders van internet afgeprint wordt of die hij via e-mail kan ontvangen. Dit kunnen zowel fabrikantenbonnen (die kunnen ingediend worden bij om het even welke distributeur) als distributeur specifieke kortingsbonnen (enkel te gebruiken bij de betrokken distributeur) zijn. Deze bonnen moeten aangeboden worden in een “gecontroleerde” webomgeving. In dit document wordt de nadruk gelegd op fabrikantenbonnen. Distributeurs kunnen deze standaard ook gebruiken voor hun eigen bonnen, indien zij dat wensen, maar dit ligt niet meteen in de scope van dit document.

Internet en e-mail zijn zeer populaire media voor de verspreiding van kortingsbonnen, maar het frauderisico bij internetkortingbonnen ligt gevoelig hoger dan bij papieren bonnen, waardoor het risico bestaat dat deze sneller aan de kassa geweigerd worden. Ook slecht gededignde internetkortingbonnen en de wildgroei van verschillende formaten van kortingsbonnen kunnen een belemmering betekenen voor distributeurs, fabrikanten en consumenten.

Het is dan ook een noodzaak dat voor alle internetkortingbonnen voldaan wordt aan een aantal basisvoorschriften en er gebruik gemaakt wordt van een standaard design/ lay-out om deze barrières zo veel mogelijk weg te werken. Deze voorschriften en richtlijnen worden in deze handleiding uiteengezet.

De naleving van dit document is vrijwillig, GS1 staat immers voor open standaarden en best practices. Maar de validering van de internetkortingbon door de distributie is cruciaal voor de verdere ontwikkeling van deze “direct marketing tool”. De distributie dringt sterk aan op een strikte naleving van deze handleiding. Dit document werd opgesteld door GS1 Belgium & Luxembourg, in samenwerking met BABM en FEDIS.

Hebben meegewerkt aan deze handleiding:

| | | | |
|-------------------|----------------|-----------------------|------------------|
| BABM | COUPONSTAR | HIGHCO DATA BENELUX | SARA LEE |
| BEECLEVER.COM | DANONE | HIGHCO DIGITAL | UNILEVER BENELUX |
| BELGACOM SKYNET | DELHAIZE GROUP | HIWEDIA | VALASSIS |
| CARREFOUR BELGIUM | E-MAIL GARAGE | NESTLE BENELUX | WANABE |
| CITOBİ | FEDIS | NOLINK | |
| COLRUYT | FERRERO | PEPSICO INTERNATIONAL | |
| COMSTRAT | HENKEL | POGIO | |

2 Executive summary

Bij het verspreiden van kortingsbonnen moet rekening gehouden worden met vele uitdagingen zoals fraude, kopiëren van kortingsbonnen, manipulatie van de waarde en gegevens, print- en scankwaliteit en de aanvaarding door de distributeur. Een handleiding en “best practices” zijn meer dan nodig om van deze “direct marketing tool” een succes te maken voor alle betrokken partijen.

Deze handleiding gaat in op deze uitdagingen via concrete antwoorden en procedures. Alleen zo kan de internetkortingbon succesvol zijn. Enkele principes:

- Gebruik een technisch platform en printsoftware die de kortingsbon zelf niet op het scherm doen verschijnen.
- Zorg ervoor dat elke bon die door de individuele consument afgedrukt wordt steeds uniek geïdentificeerd is zodat de opvolging ervan mogelijk wordt.
- Gebruik de GS1 standaarden voor kortingsbonnen.
- Identificeer de consument op de bon om fraude te vermijden.
- Verzeker barcode en printkwaliteit, beperk de geldigheid en gebruik anti-kopieertechnieken.
- Zorg voor een standaardformaat en -lay-out zodat het kassapersoneel in één oogopslag een internetkortingbon kan herkennen.
- Maak degelijke afspraken met het clearing center.

3 Huidige marktcontext

Het wijdverspreid gebruik van internet, al dan niet mobiel, (met een penetratiegraad van 82%¹ in België) maakt het internet en e-mail zeer interessante tools voor adverteerders. Niet alleen zijn deze media sneller en meer kostenefficiënt, ze laten ook een gepersonaliseerde one-to-one communicatie met de consument toe, wat distributeurs en fabrikanten in staat stelt meer kennis te vergaren over de consument. Verder bieden internetkortingsbonnen ook voordelen voor de consument: zo kan hij zelf de bonnen selecteren die hij wenst, en printen op het tijdstip dat voor hem het beste uitkomt. Ook kan een grotere interactiviteit verkregen worden met de consument, wanneer de bonverdelers bijvoorbeeld een video of spelletje koppelt aan de kortingsbon.

Het verspreiden van internetkortingsbonnen is vandaag echter ook een uitdaging aangezien een internetkortingsbon – in vergelijking tot een papieren kortingsbon – gemakkelijker gekopieerd kan worden of bepaalde fraudegevoelige elementen op de bon gemanipuleerd kunnen worden. Ook werken internetkortingsbonnen een gemakkelijkere verspreiding in de hand naar niet geautoriseerde personen. Vermits het printen van de bon aan de consument overgelaten wordt, is bovendien het risico op een ondermaatse printkwaliteit groot. Juist omwille van het hogere frauderisico zijn distributeurs minder geneigd deze bonnen aan hun kassa's te aanvaarden. Standaarden voor internetkortingsbonnen kunnen ertoe bijdragen de aanvaarding van deze bonnen aan de kassa te verhogen en de terugbetaling aan de distributie steeds te garanderen.

Als neutrale standaardorganisatie, met evenwichtige en paritaire vertegenwoordiging van zowel distributeurs als fabrikanten, is GS1 Belgium & Luxembourg in de meest beschikte positie om voor de Belgische markt standaarden te definiëren en een handleiding voor internetkortingsbonnen uit werken, die door alle betrokken partijen kunnen nageleefd worden.

¹ Bron: http://economie.fgov.be/nl/consument/Internet/ICT_in_cijfers/

4 Business vereisten voor internetkortingsbonnen

Een aantal business vereisten werden geformuleerd waaraan de internetkortingsbonnen moeten voldoen:

- De standaarden voor internetkortingsbonnen moeten **zo dicht mogelijk aanleunen bij de gebruiken die voor de huidige papieren kortingsbonnen gelden**, dit om de bestaande manier van werken inzake kortingsbonnen voor alle betrokken partijen te respecteren. Idealiter zou de internetkortingsbon enkel mogen verschillen in de manier waarop hij verspreid wordt (digitaal/online).
- **Duidelijk en gemakkelijk te gebruiken door de consument**; dat er geen twijfel is bij de consument of de bon aan de kassa zal aanvaard worden. Met het opzetten van standaarden moeten zo veel mogelijk acceptatieproblemen kunnen uitgesloten worden. Bovendien moet de bon duidelijk en gemakkelijk af te drukken en te gebruiken zijn voor de consument.
- **Eenvoudig te implementeren voor de marketeer/het agentschap**;
 - dat een aantal minimum technische vereisten voorzien worden die veiligheid en personalisatie kunnen garanderen.
 - dat de kosten voor de implementatie minimaal blijven.
- **Veiligheidsgarantie tegen fraude**, dat wil zeggen dat eenzelfde niveau van veiligheid kan gegarandeerd worden als bij papieren kortingsbonnen.
- Het moet **eenvoudig zijn voor het kassapersoneel om de bon van de consument in ontvangst te nemen**, dat wil zeggen:
 - de kortingsbon moet gemakkelijk te herkennen zijn en er mag geen twijfel bestaan over fraude, veiligheid, ...
 - de kortingsbon moet gemakkelijk te scannen zijn.
 - voor de internetkortingsbon zal enkel één formaat geaccepteerd worden en het formaat moet toelaten de kortingsbon gemakkelijk op te bergen in de kassalade.

5 Standaard voor internetkortingsbonnen

Geen enkele technologiegedreven verspreidingsmethode is 100% veilig, zeker als de consument verantwoordelijk is voor het printen. Toch kunnen de risico's tot een minimum herleid worden, indien de volgende voorschriften en standaard lay-out voor de internetkortingsbon nageleefd worden.

5.1 Vereiste basisvoorschriften

Er zijn 2 niveaus van basisvoorschriften te onderscheiden: functionele voorschriften en technische voorschriften.

5.1.1 Functionele voorschriften

- **De consument moet zich persoonlijk registreren om bonnen te kunnen downloaden.**

De volgende registratiegegevens zijn verplicht: naam, voornaam, e-mail en adres. Telefoon (vast/mobiel) is een optioneel gegeven. Op de website (of in de e-mail) waar consumenten de kortingsbon downloaden, moet een privacy statement vermeld zijn zodat consumenten op de hoogte zijn dat hun persoonlijke data in een database bewaard worden en, mits hun toestemming, voor andere doeleinden kunnen gebruikt worden. Bij het doorsturen van een internetkortingsbon aan derden, bijvoorbeeld in geval internetkortingsbonnen verspreid via e-mail, moet een functionaliteit ingebouwd zijn waarbij deze derden eveneens gevraagd worden hun gegevens te registreren.

- **Personalisatie – print de naam van de consument op de bon.**

De naam en voornaam van de consument moet op de bon geprint worden in het daartoe voorziene veld (zie punt 5.2).

- **Geen visualisatie/toegang tot de eigenlijke kortingsbon en meer specifiek tot elementen zoals de barcodes, het GS1 Belgilux approved e-coupon logo, ... vóór het afdrucken van de bon.²**

De kortingsbon printsoftware mag bij het afdrukvoorbeeld van de internetkortingsbon nooit de kortingsbon voorstellen zoals deze er zal uitzien na afdruk ervan. Door de barcode, het GS1 Belgilux approved e-coupon logo en andere fraudegevoelige elementen op de bon, enkel zichtbaar te maken wanneer de bon afgeprint wordt, wordt namaak ervan door de consument bemoeilijkt.

- **De faciale waarde van de bon mag maximaal €3 bedragen.**

Door de faciale waarde laag te houden, wordt het fraude-risico aanzienlijk verkleind. Ook het kassapersoneel zal geïnformeerd worden dat internetkortingsbonnen maximaal €3 kunnen bedragen.

- **Maximale geldigheidsduur van 45 dagen.**

Een beperkte geldigheidsduur zorgt ervoor dat de consument slechts over een korte periode beschikt om bonnen te kunnen kopiëren of manipuleren. Deze geldigheidsduur gaat in vanaf het moment dat de bon geprint wordt en is maximaal 45 dagen geldig, tenzij de campagne voor dewelke de internetkortingsbonnen ter beschikking zijn eerder vervalst.

² Opgelet: indien de link naar de bon geopend wordt met Google Chrome in plaats van met Internet Explorer of Mozilla Firefox verschijnt de GS1 DataBar en het GS1 Belgilux approved e-coupon logo reeds op het scherm vóór afdruk en zijn de dimensies van de barcode te groot.

- Gebruik van een GS1 DataBar Expanded of Expanded Stacked barcode.

GS1 Databar Expanded



GS1 Databar Expanded Stacked



Elke kortingsbon moet worden voorzien van een GS1 DataBar, die volgende onderdelen bevat:

| GCN (Global Coupon Number) | | | | | | |
|----------------------------|--------------|-------------|-----------------|---------------|--------|-----------|
| AI* | GCP** | Bonnummer | Controle-cijfer | Serie-nummer | AI | Waarde |
| (255) | 7-11 cijfers | 1-5 cijfers | C | 1-12 cijfers | (390X) | 3 cijfers |
| DEEL 1 | | | | DEEL 2 | | |

* AI = Application Identifier

** GCP = Global Company Prefix

Het eerste deel van de GCN omvat het GS1 bedrijfsprefix (dat de uitgever van de bon uniek identificeert), gevolgd door de bonnummer, erna het controlecijfer en tenslotte het serienummer dat de ontvanger van de bon uniek identificeert. Deel 1 wordt geïntroduceerd aan de hand van Application Identifier (255). Het tweede deel van de GCN omvat de waarde van de bon (die niet groter mag zijn dan €3) die weergegeven wordt aan de hand van drie numerieke posities. Deel 2 wordt geïntroduceerd aan de hand van Application Identifier (390X) waarbij de X de plaats van het decimaal aanduidt. Kleine tip: plaats nooit betekenisloze nulletjes achter het zogenaamde decimaal (codeer bijvoorbeeld €0,5 als (3901)005 in plaats van (3902)050).

Via deze unieke barcodes en nummers is het mogelijk om elke bon te traceren en te linken aan een specifieke consument of computer. Fraude kan dan ten allen tijde nagegaan worden door reconciliatie van geclearde gegevens en de gegevens in de database van de adverteerder die de status van de geprinte bonnen bijhoudt (door samenwerking tussen het clearing center en de technische databasebeheerder van de bonuitgever). Wanneer een dubieuze bon gedetecteerd wordt, kan dan in het technische platform aangevinkt worden dat de computer van de consument in kwestie, die deze bonnen genereert, niet langer meer zal kunnen selecteren/printen.

- **Vermelding van gratis hotline/faxnummer op de bon door de bonuitgever.**

Bonuitgevers kunnen optioneel een gratis hotline/faxnummer of e-mailadres vermelden waar bongebruikers steeds met vragen of problemen over deze internetkortingsbon terechtkunnen.

- **Het aantal af te drukken exemplaren limiteren: beperkt aantal kortingsbonnen per promotie.**

Adverteerders moeten in staat zijn om het aantal af te drukken exemplaren op voorhand vast te leggen/ te limiteren per promotie. Eens de limiet bereikt is, kan de consument de gewenste kortingsbon niet langer selecteren en/of printen.

- **Het printen van meerdere kortingsbonnen per individu is mogelijk maar elke bon moet wel uniek identificeerbaar zijn.**

Elke bon die door de individuele consument afgedrukt wordt, moet steeds uniek geïdentificeerd zijn, zodat de opvolging ervan mogelijk is.

- **Blokkering van uitgifte vanaf het moment dat de geprogrammeerde limiet of geldigheidsdatum bereikt is.**

Dit is mogelijk door selectie van de verstreken/in-volume-gelimiteerde kortingsbon onmogelijk te maken, of door na de selectie ervan een volgend bericht te vermelden: “er zijn geen bonnen meer beschikbaar” of “de geldigheidsdatum van de promotie is verstreken”.

- **Detecteren en blokkeren van afdrukken die opgeslagen worden.**

De gebruikte printsoftware mag niet toelaten dat de consument kortingsbonnen kan bewaren in een bestand op zijn harde schijf, of manipulaties kan doorvoeren in grafische software zoals Photoshop, of nog de kortingsbon kan forwarden in bijlage van een e-mail naar niet-geautoriseerde ontvangers. Een consument die de kortingsbon probeert af te drukken vanuit een printerbestand, via image writer of andere, moet kunnen gedetecteerd en ontmoedigd worden in zijn verdere pogingen tot printen.

- **Garandeer printkwaliteit van de barcodes en de kortingsbon.**

Voor maximale aanvaarding aan de kassa is het belangrijk dat een maximale printkwaliteit van de barcodes, en van de kortingsbon in het algemeen, gegarandeerd wordt. De printsoftware moet aldus zo ingesteld zijn dat de kortingsbon op de printer van de consument steeds op de hoogst mogelijke DPI resolutie geprint wordt.

- **Gebruik anti-kopieer technieken en/of encryptie voor bepaalde fraudegevoelige elementen.**

Mogelijke technieken die kunnen gehanteerd worden zijn micro-rastering (tramage) van de controlegegevens op het ogenblik van afdruk, het gebruik van een niet-standaard lettertype voor o.a. de voorstelling van de faciale waarde.

- **Wijs de consument op zijn plicht inzake het rechtmatig gebruik van de kortingsbon door dit expliciet op de bon te vermelden.**

De volgende tekst wordt verplicht en integraal op de kortingsbon vermeld: *“Deze bon werd u persoonlijk toegekend. Elk onrechtmatig misbruik zoals: een kopij, een vervalsing, verspreiding via internet, aanbieding aan de kassa voor een andere aankoop, ... zal navolging krijgen. Slechts één bon per aangekocht product wordt aanvaard. Noch terugbetaling, noch inruiling, noch inwisseling tegen geld zijn toegelaten. Deze aanbieding is niet cumuleerbaar en is enkel geldig in België.³”*

- **Maximale faciale waarde van €3 voor internetkortingsbonnen voor een « gratis » product.**

Met kortingsbonnen voor “gratis” producten worden kortingsbonnen bedoeld die in plaats van een welbepaalde faciale waarde de vermelding gratis dragen en een de waarde ‘000’ dragen in de barcode na AI (3900). Het is niet toegelaten om een internetkortingsbon te creëren die een faciale waarde heeft die hoger is dan de waarde van het betreffende product. In dit geval zou het product ook gratis verkregen kunnen worden maar deze werkwijze zorgt voor problemen bij de verwerking aan de kassa. De variant « 1 + 1 gratis » wordt ook aanvaard. Echter, de waarde van het gratis aangeboden product mag niet hoger zijn dan €3.

- **Slechts 1 foto van het product wordt aanvaard op de bon.**

Teneinde de snelheid van het afprinten te optimaliseren, mag maar 1 foto van het product op de bon voorgesteld worden.

- **De term « Specimen » moet vermeld worden op de bon zolang deze niet afgedrukt wordt.**

Voor bonnen die nog in ontwerpfasen zijn of nog niet klaar voor verspreiding, wordt aanbevolen om de bewoording “Specimen” te vermelden.

- **“Approved e-coupon” logo van GS1 Belgium & Luxembourg op gedrukte bonnen die voldoen aan de standaarden uiteengezet in deze handleiding.**

Enkel wanneer de software gebruikt voor het creëren van internetkortingsbonnen voldoet aan de voorschriften en standaarden toegelicht in deze handleiding, mag dit logo gebruikt worden op de kortingsbon. Dit vereenvoudigt voor distributeurs de controle aan de kassa.

³ Aan te passen aan het land waarin de promotie geldig is; ofwel België, ofwel GH Luxemburg ofwel beide.

- **Uniforme lay-out.**

Zie verder punt 5.2.

- **Indien de bon niet nationaal aanvaard wordt, moet er vermeld worden welk(e) distributeur(s) deze aanvaarden.**

Vermelding van de distributeur(s) op de bon moet gebeuren in het daartoe voorziene veld (zie punt 5.2).

5.1.2 Technische voorschriften

- **Gebruik platform met nodige veiligheidsprocedures en meettools.**

Bonuitgevers moeten werken met een platform dat over de nodige veiligheidsprocedures en meettools beschikt om de voorschriften en richtlijnen in deze handleiding toe te passen.

- **Veiligheidsaudit door bonuitgevers voor het platform dat zij gebruiken.**

Om te garanderen dat het datacenter wel degelijk de handleiding toepast en op een correcte, veilige en vertrouwelijke manier gegevens verwerkt en opslaat, wordt een veiligheidsaudit aanbevolen. Technische uitgevers dienen zelf voor deze audit in te staan. Het kunnen voorleggen van een rapport van audit is vooral interessant naar adverteerders toe om hun een garantie te kunnen bieden inzake de veiligheid van data. Verder zullen bonuitgevers gevraagd worden aan te geven op welk(e) technisch(e) platform(en) ze beroep doen (zie annex A "Formulier e-coupons NLv2" als bijlage bij deze brochure). Bij de eerste ingebruikname van het platform zal GS1 Belgium & Luxembourg nagaan of de standaarden uiteengezet in dit document nageleefd worden.

5.2 Lay-out van de internetkortingsbon

Alle internetkortingsbonnen moeten een standaarddesign gebruiken teneinde het risico op fraude en een wildgroei aan formaten en lay-outs te vermijden. Er wordt hier een onderscheid gemaakt tussen de lay-out voor een normale internetkortingsbon en een internetkortingsbon voor een gratis product.

5.2.1 Lay-out van een normale bon

e-COUPON

0,55 €

Bij aankoop van een pakje Zoobidoo Ketchup 80g

Vorbehouden aan :
naam en voornaam

Geldig tot:
31/02/2018

ENKEL BIJ CARREFOUR

Bericht aan de consument: Niet cumuleerbaar met andere acties en enkel geldig bij de aankoop van het vermelde product. Elke vorm van fraude zal aanleiding geven tot een Mocht bij de bevoegde instanties. Enkel geldig in België.

Bericht aan de H.H. Handelaars: De bonnen dienen voor controle en terugbetaling teruggestuurd te worden naar ... (naam en adres van clearing center), en dit ten laatste op einddatum geldigheid bon + ... maanden.

INLICHTINGEN HOTLINE: Tel : ... - Fax : ...

GS1 Approved e-coupon
Belgilux

Nr. uitgever - Naam uitgever, (web)adres, ...

(255)540142100216424582(3902)055

- **Grootte en formaat**

De bon moet rechthoekig zijn en steeds hetzelfde formaat hebben om de validatie aan de kassa te vergemakkelijken. De voorziene afmetingen voor de internetkortingsbon zijn: 9 cm H x 15,5 cm L (standaard cash point formaat). De contouren van de bon moeten van een stippellijn voorzien zijn om aan te geven dat de bon moet uitgeknipt worden voor gebruik ervan. Voor de correcte afmetingen van de verschillende elementen op de internetkortingsbon verwijzen we naar de GS1 Belgilux standaard template voor de internetkortingsbon.

(Zie annex B « Template_ecoupon_NLv2.pdf » als bijlage bij deze brochure)

- **Merklogo en afbeelding van product**

Het logo van het merk en een afbeelding van het product moeten op het scherm in kleur voorgesteld zijn. De afbeelding van het merk en het product dienen als visuele herkenning voor het kassapersoneel om na te gaan of het product op de bon overeenstemt met de aankoop. Het is daarom van belang dat de afbeelding voldoende groot en duidelijk voorgesteld is.

- **Vermelding e-coupon**

De term “e-COUPON” moet in het wit in hoofdletters geprint worden, met de e vetgedrukt, in een zwart verticaal kader in de linkerkant bovenaan de bon.

- **Vervaldatum**

De bewoording “geldig tot:” gevolgd door de vervaldatum in formaat “dd/mm/jjjj” moet duidelijk leesbaar op de bon geprint zijn.

- **« Enkel bij (+ naam distributeur) » (optioneel)**

Enkel indien de bon niet nationaal aanvaard wordt, moet de naam van de distributeur vermeld worden voorafgegaan van de bewoording “ENKEL BIJ”.

- **Personalisatie**

Aangezien internetkortingsbonnen enkel gepersonaliseerd kunnen aangevraagd worden, moeten naam en voornaam van de houder op de bon weergegeven zijn in een kader rechtsboven.

- **Faciale waarde**

De faciale waarde moet vetter en in een groter lettertype gedrukt worden. Aangezien de faciale waarde een fraudegevoelig element is, wordt sterk aanbevolen om voor de voorstelling van deze waarde en/of de achtergrond (in het voorbeeld hierboven: blauw/grijs kader) encryptie of anti-kopieer technieken te gebruiken, zoals micro-rastering en een niet standaard lettertype.

- **Beschrijving van de promotie**

De beschrijving van de promotie moet duidelijk vermeld worden, direct onder de faciale waarde, eveneens in een groter lettertype. Gebruik de bewoording “bij aankoop van”. Verder moeten ook de productnaam, de aankoopvereiste(n), de hoeveelheid en, wanneer van toepassing, de grootte van het product duidelijk leesbaar op de bon vermeld zijn. Bonuitgevers moeten zeer complexe promoties vermijden. Consumenten en distributeurs verkiezen eenvoud.

- **Bericht aan de consument**

Gebruik verplicht het volgende bericht op de bon: “Deze bon werd u persoonlijk toegekend. Elk onrechtmatig misbruik zoals: een kopij, een vervalsing, verspreiding via internet, aanbieding aan de kassa voor een andere aankoop, ... zal navolging krijgen. Slechts één bon per aangekocht product wordt aanvaard. Noch terugbetaling, noch inruiling, noch inwisseling tegen geld zijn toegelaten. Deze aanbieding is niet cumuleerbaar en is enkel geldig in België.” Dit bericht moet onder de beschrijving van de promotie voorgesteld worden.

- **Bericht aan de HH. handelaars (optioneel)**

Doorgaans wordt ook een bericht aan de handelaars op de bon geplaatst. Gebruik de volgende tekst: “De bonnen moeten voor controle en terugbetaling teruggestuurd worden naar (naam en adres van het clearing center), en dit ten laatste op einddatum geldigheid bon ... maanden”.

- **Inlichtingen hotline (optioneel)**

INLICHTINGEN HOTLINE: tel/fax/eventueel e-mailadres van de bonuitgever wordt onder het bericht aan de consument (of onder het bericht aan de HH. handelaars als dit er staat) weergegeven.

- **« Approved e-coupon » logo GS1 Belgilux**

Het GS1 Belgilux logo ‘Approved e-coupon’ wordt op de kortingsbon weergegeven wanneer de bon gedesigned is volgens de standaard lay-out en voldoet aan de vereiste voorschriften voor het genereren en uitgeven van de bon. Dit logo komt links van de GS1 Databar.

- **GS1 DataBar Expanded of GS1 DataBar Expanded Stacked barcode**

Elke nieuwe promotie vereist een andere GS1 DataBar om het GCN en de waarde ervan voor te stellen. De GS1 DataBar barcode moet gedrukt worden op 100% vergrotingsfactor met zwarte strepen op een witte achtergrond. 100% vergrotingsfactor komt overeen met een X-dimensie gelijk aan 0,330 mm (d.i. de smalste streep van de barcode gelijk aan 0,330 mm). Verder moeten geen marges links en rechts gerespecteerd worden om de barcode te kunnen scannen. De cijfers onder de barcode moeten duidelijk leesbaar zijn.

- **Vermelding nummer van technische uitgever (+ optioneel de naam, website e.a.)**

Elke technische uitgever van internetkortingsbonnen, die door GS1 Belgilux goedgekeurd is, krijgt een nummer toegewezen, dat hij in dit veld dient voor te stellen. Dit nummer is vooral bedoeld voor clearing centers om de technische uitgever van de bon gemakkelijk te kunnen traceren. De naam van de technische bonuitgever, (web) adres, ... kunnen tevens vermeld worden in dit veld maar zijn optioneel.

BELANGRIJK: de achtergrond van de kortingsbon moet egaal wit zijn. Gebruik van kleurschakeringen, bedrukkingen of reliëfs in de achtergrond zijn niet toegestaan. Om een optimale leesbaarheid van de barcodes te garanderen aan de kassa is het verder ook raadzaam de consument te wijzen op het gebruik van wit of eventueel gerecycleerd papier bij het afprinten van de bon. Dit kan met een simpele boodschap gericht aan de consument op de website waar deze de bon downloadt.

5.2.2 Lay-out van een bon voor een gratis product

e-COUPON

GRATIS

Bij aankoop van een pakje Zoobidoo Ketchup 80g

Vorbehouden aan :
naam en voornaam

Geldig tot:
31/02/2018

**ENKEL BIJ
CARREFOUR**

Bericht aan de consument: Niet cumuleerbaar met andere acties en enkel geldig bij de aankoop van het vermelde product. Elke vorm van fraude zal aanleiding geven tot een klacht bij de bevoegde instanties. Enkel geldig in België.

Bericht aan de HH. Handelaars: De bonnen dienen voor controle en terugbetaling teruggestuurd te worden naar (naam en adres van clearing center), en dit ten laatste op einddatum geldigheid bon + ... maanden.

INLICHTINGEN HOTLINE : Tel : – Fax :

GS1 Approved e-coupon Belgilux

Nr. uitgever – Naam uitgever, (web)adres, ...

(255)542235647892312370(3900)000

Voor de internetkortingsbon voor gratis producten zijn alle bepalingen uit de voorgaande paragraaf van toepassing, met enkele specifieke aandachtspunten:

- De vermelding « gratis » vervangt de faciale waarde in cijfers.
- Het is zeer belangrijk om duidelijk te omschrijven op welk product de korting van toepassing is. Dit moet ook duidelijk voorgesteld worden aan de hand van een afbeelding.
- In de GS1 DataBar moet er na AI (3900) de waarde « 000 » gecodeerd worden.
- De vermelding voor een kortingsbon voor een gratis product is: “De waarde van deze e-coupon mag nooit meer dan €3 bedragen. Elke vorm van fraude zal aanleiding geven tot een klacht bij de bevoegde instanties. Enkel geldig in België.”⁴

4 Aan te passen aan het land waarin de promotie geldig is; ofwel België, ofwel GH Luxemburg ofwel beide.

6 Rol en verantwoordelijkheid van betrokken partijen

6.1 GS1 Belgium & Luxembourg

GS1 Belgium & Luxembourg VZW is een neutrale standaardorganisatie, die als missie heeft de implementatie van de GS1 standaarden en samenwerkingsconcepten te ondersteunen. Zij kent een evenwichtige vertegenwoordiging van zowel distributeurs als fabrikanten in haar Raad van Bestuur.

Rol en verantwoordelijkheid:

- Beheerder van de standaard. Bij eventuele evoluties in de standaard, zal GS1 Belgium & Luxembourg, mits goedkeuring van de betrokken partijen, de nodige wijzigingen aanbrengen.
- Bewaker van de standaard. GS1 Belgium & Luxembourg ziet erop toe dat alle partners die internetkortingsbonnen uitgeven de standaard naleven.
- Uitwerking van de handleiding die de standaarden en veiligheidsprocedures beschrijft voor de internetkortingsbon.
- Controle inzake conformiteit met de standaard (controle inzake leesbaarheid van de barcode, correcte lay-out, naleving van de technische en functionele vereisten).
- Helpdesk (zie punt 6)

6.2 Kortingsbonuitgevers (adverteerder/agentschap)

De kortingsbonuitgever kan de adverteerder zelf zijn indien het over een software applicatie beschikt – via zijn technische solution provider – om internetkortingsbonnen te genereren. De adverteerder kan deze taak ook uitbesteden aan een agentschap dat instaat voor de creatie van deze bonnen.

Rol en verantwoordelijkheid:

- De kortingsbonuitgever moet erop toezien dat de software applicatie die hij of zijn agentschap gebruikt de standaard implementeert en dat de productie databank voor kortingsbonnen hierop gealigneerd is.
- Beheer van een consumentendatabank met uitgegeven kortingsbonnen per campagne volgens de privacy wetgeving (mogelijks kan deze databank ook door de technische bonuitgever beheerd worden afhankelijk van bilaterale afspraken hieromtrent).
- Opzet van een hotline (optioneel).

6.3 Clearing center

Het clearing center staat in voor het ‘clearen’ van kortingsbonnen, inclusief internetkortingsbonnen.

Rol en verantwoordelijkheid:

- Acceptatie van internetkortingsbonnen die conform de standaard zijn.
- Clearing van internetkortingsbonnen.
- Maandelijks rapportering aan alle partijen omtrent de internetkortingsbonnen (aantal bonnen gecleared, fraudegevallen, enzovoort).

6.4 Technisch beheerder en uitgever van kortingsbonnen

De technische beheerder en uitgever van kortingsbonnen beschikt over een technisch platform waar alle gegevens over uitgegeven kortingsbonnen bewaard worden.

Rol en verantwoordelijkheid:

- Naleving van de standaard, zoals voorgeschreven in deze handleiding.
- Beheerder van het technisch platform.
- Beheer van een consumentendatabank met uitgegeven kortingsbonnen per campagne (indien niet beheerd door de adverteerder, zie 6.2). Van belang hierbij is dat de technische bonuitgever in geen enkel geval de consumentengegevens voor andere doeleinden mag gebruiken. De privacy wetgeving moet gerespecteerd worden.

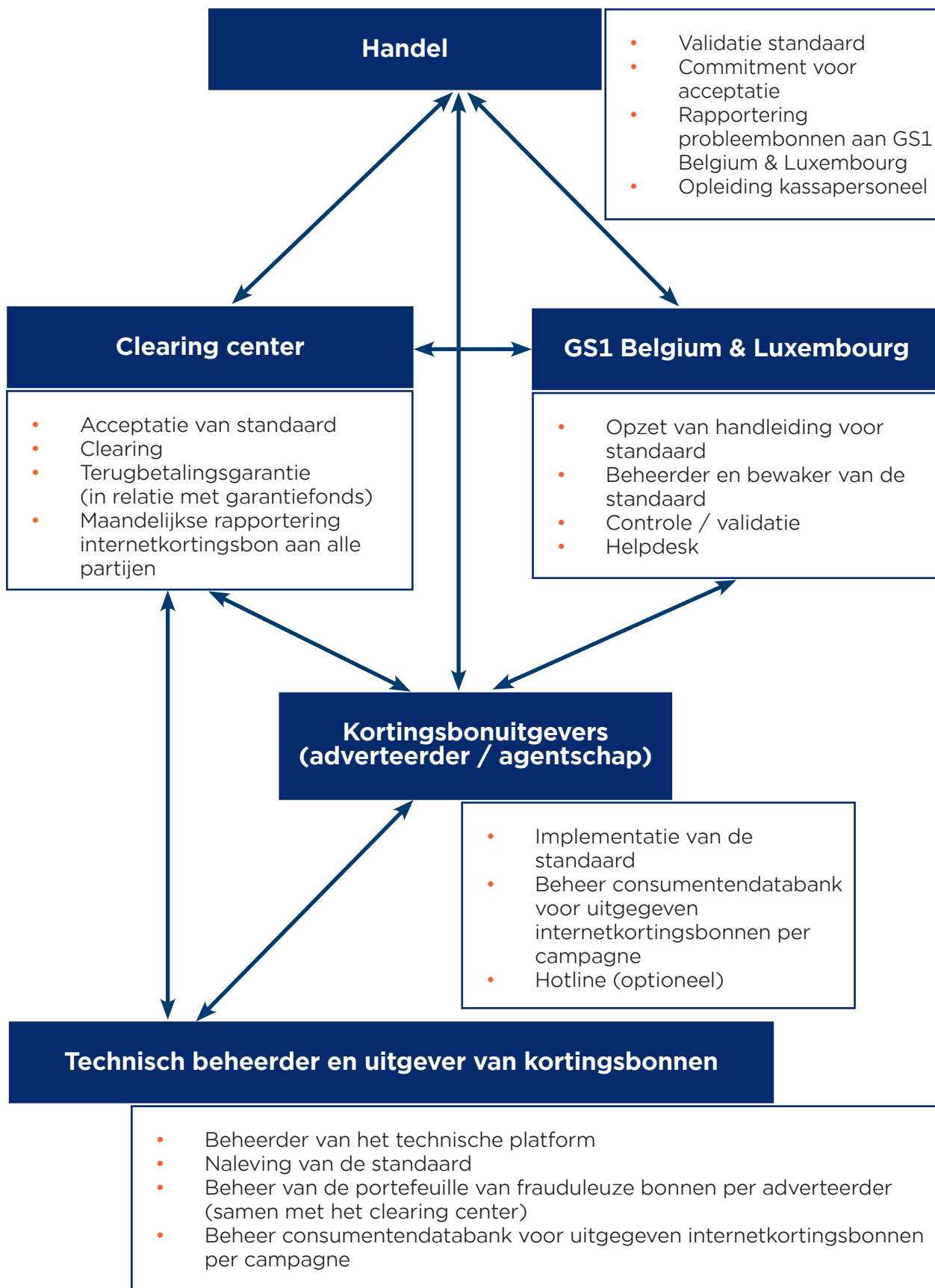
6.5 Distributeur

Distributeurs ontvangen de internetkortingbon aan de kassa.

Rol en verantwoordelijkheid:

- Aanvaarding van internetkortingbonnen aan de kassa.
- Rapportering van problematische internetkortingbonnen aan GS1 Belgium & Luxembourg.
- Opleiding van het kassapersoneel via GS1 Belgilux template (hoe ziet een goede internetkortingbon er uit).

Schema



7 Hoe kunnen bonuitgevers weigering van internetkortingsbonnen voorkomen?

Ook bij naleving van bovenvermelde standaarden zal er altijd een klein percentage van internetkortingsbonnen zijn dat niet geaccepteerd wordt aan de kassa. De meest voorkomende redenen voor distributeurs om bonnen te weigeren zijn:

- slechte printkwaliteit die de barcodes onleesbaar maken
- perceptie van het kassapersoneel dat deze bonnen niet voldoen aan de standaard
- de consument heeft de kortingsbon niet uitgeknipt uit de A4 pagina
- kassapersoneel herkent de kortingsbon promotie of het merk in kwestie niet
- de kortingsbon is wazig, uitvergroot of verkleind, verouderd of duidelijk gekopieerd

Om dit te vermijden, kunnen de volgende maatregelen genomen worden:

1. Maak gebruik van een internetkortingsbon verdeler/agentschap of softwareapplicatie die:

- de standaard, uiteengezet in deze handleiding, toepast.
- een proces ingebouwd heeft dat zowel aan clearing centers als aan distributeurs kennis geeft van toekomstige kortingsbon promoties.
- transparant is over de maatregelen/processen die ze hanteren om weigering van bonnen bij distributeurs te vermijden.

2. Om de consument eraan te herinneren dat hij de bon moet uitknippen, kan best:

- een simpele boodschap geplaatst worden op de website/of in de e-mail waarin men de consument erop wijst dat hij de bon moet uitknippen.
- of bij voldoende plaats op het A4 formaat kan de boodschap van het uitknippen van de bon in een tekst onder de kortingsbon weergegeven worden.

3. Houd controle over verdeelde/ingediende bonnen via uw internetkortingsbon verdeler en uw clearing center.

8 Helpdesk voor internetkortingsbonnen

Onze **GS1 helpdesk** helpt u verder met:

- Algemene vragen over het gebruik van bovenvermelde standaarden.
- Controles inzake de leesbaarheid van de barcodes.
- Controles inzake de conformiteit van uw internetkortingsbon ontwerp met de standaard.
- Algemene informatieverlening over bijvoorbeeld het bedrijf dat het kortingsbonnummer aangevraagd heeft of de correcte opbouw van het nummer (voorgesteld in de GS1 DataBar).
- Internetkortingsbonnen die problematisch zijn/niet aanvaard worden aan de kassa. GS1 Belgium & Luxembourg onderneemt in dit geval actie bij de kortingsbonuitgever.
- De toelating om het GS1 Belgilux logo te gebruiken.

U kan hiervoor terecht bij:

GS1 Belgium & Luxembourg

Koningsstraat 76, B1

1000 Bruxelles

Tel: 02/290.57.83

Fax: 02/217.43.47

Barcodes Support: Barcodes@gs1belu.org



Belgium & Luxembourg

The Global Language of Business

GS1 Belgium & Luxembourg

Koningsstraat - rue Royale 76 B1

1000 Brussel - Bruxelles

T: +32 2 290 57 83

E: barcodes@gs1belu.org