



VIA

PITCHCODE

**VIJF UITGANGSPUNTEN VOOR
EEN PROFESSIONELE PITCH**

► UITGANGSPUNTEN

Elke pitch is natuurlijk anders. Pitchen vraagt veel tijd, energie en geld van alle betrokkenen. Met deze richtlijnen willen we de best mogelijke omstandigheden creëren voor zowel bureaus als opdrachtgevers. Het geeft opdrachtgevers richtlijnen voor een professionele aanpak van de pitch en het helpt bureaus om een zakelijke afweging te maken tussen kosten en de kans op succes.

1. DUIDELIJKE SCOPE

De opdrachtgever geeft bij de uitnodiging duidelijk aan of het een pitch voor een project of een meerjarige relatie betreft. Als het om een meerjarige relatie gaat wordt informatie gegeven over de aard en omvang van de relatie en het te verwachten budget. Bovendien is het belangrijk om te benoemen of het een creatieve, media -, strategische -, productionele of een combinatiepitch wordt.

2. HELDER PROCES

De opdrachtgever stelt al bij de uitnodiging een helder en transparant proces voor dat onderweg niet verandert. Daarnaast worden gelijke kansen garandeert voor alle deelnemers. Het is belangrijk voor bureaus om te weten welke andere bureaus mee doen (maximaal drie). Dit is mede bepalend voor de beslissing om zelf mee te doen. In de beschrijving komen naast de aard en omvang van de pitch ook briefing, deliverables, timing en presentatiemomenten aan de orde. Tevens wordt er inzicht gegeven in hoe de beoordelingscriteria en besluitvormingsprocedure er uit zien en wie daarbij betrokken zijn. Eisen en criteria zijn relevant en staan in verhouding tot de aard en de omvang van de opdracht.

3. REALISTISCHE VERGOEDING

Voor de verliezende bureaus worden de kosten (deels) gedekt door een pitch-vergoeding. Deze vergoeding wordt vooraf bekend gemaakt en is in verhouding met de gevraagde prestatie. Het winnende bureau ontvangt een realistische vergoeding voor het winnende concept/strategie/plan.

4. RESPECT VOOR AUTEURSRECHT

Het auteursrecht van de geleverde ideeën blijft eigendom van de verliezende bureaus, ook als er een pitchvergoeding wordt betaald. Voor het winnende bureau zijn de contractuele afspraken leidend.

5. VERTROUWELIJKHEID

Zowel bureaus als opdrachtgever gaan vertrouwelijk om met alle informatie die tijdens het pitchproces gedeeld wordt. Er worden duidelijke afspraken gemaakt ten aanzien van perscontacten.

Amsterdam, maart 2021