

Bijlage 2

Relevantie artikelen uit de Reclame Code inzake minderjarigen

ALGEMEEN

Artikel 10

Reclame dient duidelijk als zodanig herkenbaar te zijn, door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins, mede gelet op het publiek waarvoor zij is bestemd.

Reclame op televisie dient door optische en/of akoestische middelen duidelijk gescheiden te zijn van de rest van het programma-aanbod.

Wat betreft reclame in (jeugd)bladen met een bereik van meer dan 25% bij kinderen tot en met 11 jaar dient boven iedere reclame (inclusief de zogenaamde advertorial) het woord advertentie in 12 punts letters te worden gezet.

Het gebruik van subliminale technieken in audio-visuele reclame is verboden.

Ook is het gebruik van elementen uit een etherprogramma in reclame op radio en televisie verboden indien redelijkerwijs moet worden aangenomen dat daardoor kijkers of luisteraars worden misleid of in verwarring gebracht.

Het in reclame op radio en televisie optreden van personen die krachtens hun deelname aan etherprogramma's geacht kunnen worden gezag respectievelijk vertrouwen te hebben bij bepaalde publieksgroepen is verboden.

Artikel 13.1

Reclame die kennelijk geheel of gedeeltelijk tot kinderen – d.w.z. minderjarigen tot 12 jaar – wordt gericht, mag niets in woord, geluid of beeld bevatten waardoor kinderen op enigerlei wijze worden misleid over de mogelijkheid en eigenschappen van het aangeboden product.

Artikel 13.2

Reclame op televisie mag minderjarigen geen morele of fysieke schade berokkenen en moet daarom voor hun bescherming voldoen aan de volgende criteria:

- a. zij mag minderjarigen niet tot de aankoop van een bepaald product aanzetten door te profiteren van hun onervarenheid of hun goedgelovigheid;
- b. zij mag minderjarigen er niet rechtstreeks toe aanzetten hun ouders of anderen te overreden tot de aankoop van producten waarvoor reclame wordt gemaakt
- c. zij mag niet profiteren van het speciale vertrouwen dat minderjarigen hebben in ouders, leerkrachten of anderen;
- d. zij mag minderjarigen niet zonder reden in gevaarlijke situaties tonen.

Artikel 13.3

Telewinkelen moet aan de in 13.2 genoemde eisen voldoen en mag daarenboven minderjarigen er niet toe aanzetten overeenkomsten te sluiten voor het kopen of huren van producten.

RECLAMECODE VOOR ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN

Artikel 14

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet in het bijzonder gericht zijn op minderjarigen. Dit geldt voor alle media en in bioscopen en zalen en bij voorstellingen en evenementen.

Artikel 15

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen publiek bereiken dat volgens algemeen in de markt geaccepteerd bereiksonderzoek voor meer dan vijftwintig procent (25%) bestaat uit minderjarigen.

Voor bioscopen en evenementen gelden de bezoekerijfers als maat voor het bereik.

Artikel 16

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet worden uitgezonden op radio en televisie direct voorafgaand aan, tijdens, of direct volgend op programma's die volgens algemeen in de markt geaccepteerde luister- of kijkcijfers voor meer dan vijfentwintig procent (25%) worden gehoord respectievelijk bekeken door minderjarigen.

Artikel 20

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen personen tonen jonger dan 25 jaar die alcoholhoudende drank drinken of die tot het drinken van alcoholhoudende drank aanzetten.

Artikel 21

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen gebruik maken van illustraties, cartoons, symbolen of idolen bedoeld om in het bijzonder minderjarigen te bereiken.

RECLAMECODE CASINOSPELEN EN KANSSPELAUTOMATEN

Artikel 6.1

In reclame-uitingen moet grote zorgvuldigheid en terughoudendheid worden betracht ten opzichte van kwetsbare groepen, met name minderjarigen. Reclame mag niet specifiek op minderjarigen gericht zijn.

Artikel 6.2

In reclame mogen geen minderjarigen worden afgebeeld.

Artikel 7.4

Radio- of televisieprogramma's geheel of hoofdzakelijk gericht op minderjarigen mogen door Holland Casino en haar vestigingen en de exploitanten van kansspelautomaten niet worden gesponsord.

Artikel 8

Er zal geen reclame worden gemaakt door middel van en rondom specifiek op minderjarigen gerichte media, dan wel delen van deze media (inserts, bijlagen, speciale (radio- en tv-) programma's, bioscoopfilms etc.).