



Van toepassing vanaf 1 september 2008

Code inzake reclame voor motorrijtuigen, hun onderdelen en toebehoren

Voorwoord

Voor de toepassing van onderhavige code moet – behoudens specifiek anders vermeld - worden verstaan onder reclame, elke reclameboodschap in de zin van Art. 93 van de Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, met betrekking tot elk motorrijtuig en tot elk onderdeel of toebehoren om een dergelijke voertuig uit te rusten, ongeacht het juridisch of commercieel statuut van de verantwoordelijke adverteerder.

Vallen dus eveneens onder het begrip "reclame" of "reclameboodschap" o.m.:

- Advertenties, mededelingen of boodschappen in de geschreven pers;
 - Redactionele of andere artikels in contactbladen welke door de fabrikant, de importeur of een dealer aan de bestaande of potentiële cliënteel worden bezorgd;
 - Reclameboodschappen op radio en/of televisie of in de bioscoop;
 - Affiches en borden op of langs de openbare weg;
 - Boodschappen en mededelingen welke via multimediatechnieken worden verspreid.
- Deze lijst is niet uitputtend.

De invoerders die deze gedragscode ondertekenen beschouwen de code als een bijdrage vanwege de sector van de motorrijtuigen tot het actieve streven naar een betere veiligheid van alle weggebruikers en het beschermen van het leefmilieu. Binnen dit ook voor hen prioritaire perspectief erkennen zij dat de code niet restrictief doch extensief moet worden geïnterpreteerd, zodat ook niet expliciet vermelde reclametechnieken eveneens onder de code vallen.

1. Technische eigenschappen van de voertuigen en onderdelen of toebehoren.

Artikel 1

Reclame mag snelheid, in het bijzonder de topsnelheid, niet als argument gebruiken of haar verleidelijkheid suggereren. Hetzelfde geldt voor de kracht, het acceleratievermogen, de remkracht of elke andere eigenschap van een voertuig als zij verwijzen naar snelheid. Vermogen, maximumsnelheid, acceleratievermogen en andere meetgegevens betreffende het voertuig mogen wel opgenomen worden in de lijst met technische gegevens in presentatiebrochures of catalogi, alsook in persartikelen.

De verbintenis slaat op elk onderdeel van de reclameboodschap: tekst of gesproken boodschap, visuele uitdrukking (foto- of filmbeeld).

Reservekracht van de motoren of remmogelijkheden mogen derhalve niet worden aangehaald met de bedoeling tot snelheid aan te sporen, maar mogen wel worden voorgesteld als veiligheidselementen, dit om de zin voor verantwoordelijkheid bij de gebruikers aan te scherpen.

Artikel 2

Eigenschappen van voertuigen en onderdelen of toebehoren op het gebied van actieve en passieve veiligheid, mogen niet zo worden voorgesteld of uitgebeeld dat kan worden aangenomen dat de regels inzake voorzichtigheid en verkeersveiligheid mogen worden overtreden.

Artikel 3

Beelden van of zinspelingen op wedstrijden, rallyes, enz. zijn toegestaan op voorwaarde dat het gebruik ervan ondubbelzinnig is. Voertuigen en onderdelen of toebehoren moeten getoond worden zoals zij gebruikt en zichtbaar zijn tijdens de race. Er moet er uitdrukkelijk op worden gewezen dat gewone seriewagens niet ontworpen zijn om in het dagelijkse verkeer als wedstrijd- of rallyewagens te worden gebruikt.

2. Eerbied voor het milieu

Artikel 4

Reclame mag niet aansporen tot buitensporig gedrag dat schadelijk is voor het milieu.

Reclame mag een plaats, die duidelijk niet tot het wegennet behoort, afbeelden om eigenschappen van een voertuig, een onderdeel of een toebehoren voor te stellen of te beschrijven, op voorwaarde dat hetzij door de tekst, hetzij door het visueel:

- het privé-karakter van de plaats ondubbelzinnig naar voren komt, of dat
- de plaats duidelijk ontoegankelijk is voor gewone weggebruikers, of dat
- het voorgestelde gebruik op de aangegeven plaats duidelijk toegelaten is.

Artikel 5

De voor personenwagens wettelijk verplichte vermelding in drukwerken en op websites van de CO₂-uitstoot en het brandstofverbruik van het getoonde voertuig, de getoonde voertuigen of het getoonde voertuiggamma, voldoet aan de bepalingen van bijlage IV van het Koninklijk Besluit van 5 september 2001 en aan volgende vereisten.

Het gemiddelde brandstofverbruik en CO₂-uitstoot volgens de officiële testcyclus, worden weergegeven:

- horizontaal ten opzichte van de geschreven commerciële boodschap;
- onderaan het beeld en gescheiden van andere geschreven vermeldingen;
- in een lettertype dat goed leesbaar is en met een normale spatiëring;
- op een wijze dat de vermeldingen duidelijk contrasteren met de achtergrond;
- in een lettergrootte die minimaal overeenstemt met de kleinste lettergrootte van de verstrekte informatie in de reclameboodschap, met voor elk karakter (behoudens sub- of superscript en andere bijzondere lettertekens) volgende minima:

1) *Voor drukwerk in kranten, tijdschriften, folders, ...:*

- voor reclameformaten kleiner dan A5: 1,5mm
- voor reclameformaten vanaf A5: 3mm
- voor reclameformaten vanaf A3: 4mm
- voor reclameformaten vanaf A2: 5mm

- andere formaten: in verhouding tot de hierboven opgegeven normen.

2) *Voor affichage:*

- voor formaat A3: 5mm
- voor formaat A2: 7,5mm
- voor formaat A1: 10mm
- voor formaat 'abribus': 25mm
- voor affiches 10m²: 55mm
- voor affiches 16m²: 70mm
- voor affiches 20m²: 75mm
- voor affiches 36m²: 100mm
- andere formaten: in verhouding tot de hierboven opgegeven normen.

Voor websites gelden volgende bepalingen:

- De verbruiks- en CO₂-gegevens worden steeds vermeld op webpagina's die een overzicht geven van de gedetailleerde technische (motor)karakteristieken van het getoonde voertuig.
- Op de merkeigen website (of websites) is een overzichtspagina voorzien met een tabel (of vergelijkbare presentatievorm) waarop het geheel van de verbruiks- en CO₂-emissiegegevens van het voertuiggamma van het merk wordt weergegeven. Dit op een manier die vlot leesbaar en eenvoudig afdrukbaar is en die vergelijking tussen de verschillende versies en modellen vereenvoudigt.
- Vanop elke pagina van de merkeigen website kan op een eenvoudige manier worden doorgelinkt naar de overzichtstabel waarvan hierboven sprake is. Dit via een specifieke button, een menublade of een vergelijkbare manier van doorverwijzing.
- Op banners, IMU's, skyscrapers en andere soortgelijke advertentieformaten op andere dan de merkeigen website, worden de verbruiks- en CO₂ gegevens eveneens duidelijk leesbaar vermeld of wordt de mogelijkheid geboden rechtstreeks door te klikken naar een pagina waar deze vermeld staan en kunnen afgedrukt worden.

De CO₂- en verbruiksgegevens die worden weergegeven, zijn de waarden van het getoonde model in zijn getoonde versie (versie met manuele versnellingsbak / versie met automatische versnellingsbak / versie met benzinemotor / versie met dieselmotor / ...). Indien de reclame niet specifiek één bepaalde versie betreft maar een reeks van voertuigen van hetzelfde model of hetzelfde merk, dan worden beide uiterste waarden (minimum en maximum) vermeld van het gemiddelde verbruik en de gemiddelde CO₂-uitstoot volgens de officiële testcyclus van de reeks voertuigen waarop de reclamecampagne betrekking heeft.

3. Sociale verantwoordelijkheid

Artikel 6

Reclame mag in tekst, beeld of geluid geen gedrag beschrijven of weergeven op de openbare weg waarbij de verkeersregels of de veiligheidsvoorschriften worden overtreden. Zij mag ook niet tot zo'n gedrag aansporen.

Artikel 7

Elke voorstelling, beschrijving of verwijzing naar een agressief gedrag op de weg, ten aanzien van andere weggebruikers of zonder hen te respecteren, moet worden verbannen.

Artikel 8

Reclame mag onder geen enkele omstandigheid een voorzichtig rijgedrag of het gebruik van een onderdeel of toebehoren op denigrerende of kleinerende wijze voorstellen of suggereren.

Artikel 9

Elke informatie gebruikt in reclame m.b.t. de besturing van voertuigen of het gebruik van onderdelen of toebehoren, evenals de toepassing van de veiligheidsregels en het respect voor andere weggebruikers, moet positief worden voorgesteld.

Artikel 10

Kinderen worden in de reclameboodschap enkel gebruikt om een veiligheidsbevorderend gedrag aan te bevelen of om veiligheidsbeschermende of comfortkenmerken van het voertuig kenbaar te maken. Kinderen worden in geen geval in de reclameboodschap gebruikt om rechtstreeks of onrechtstreeks snelheid of "sportief" gedrag aan te bevelen.

Wanneer kinderen (of eender welke inzittende) worden afgebeeld in een motorrijtuig dragen zij steeds de wettelijk voorgeschreven veiligheidsuitrusting (gordel, aan de leeftijd aangepaste kinderzitjes, veiligheidskussens, enz ...), tenzij het ontegensprekelijk duidelijk is dat het voertuig niet aan het verkeer deelneemt .