

# De gedragscode voor banken

Dit document bevat de uittreksels van de Gedragscode die betrekking hebben op reclame en door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame zullen worden toegepast. De volledige tekst van de Gedragscode kan worden verkregen bij de banken zelf en is terug te vinden op hun website en de website van Febelfin ([www.febelfin.be](http://www.febelfin.be) en [www.goedebankrelatie.be](http://www.goedebankrelatie.be)).

De Gedragscode voor banken werd opgesteld door Febelfin, de Belgische federatie van de financiële sector. In de code staan de engagementen uitgeschreven die de banken aangaan tegenover hun particuliere klanten (d.w.z. natuurlijke personen die handelen voor hun privébelangen).

De gedragscode vormt een minimumstandaard voor de banken en stelt een respectvolle houding ten opzichte van de klant centraal. Elke individuele bank kan voor haar klanten meer concrete of meer gedetailleerde kwaliteitsnormen vastleggen.

De dienstverlening van een bank is geregeld door een geheel van wetten, besluiten, reglementen en contracten.

De basisprincipes van de code zijn gebaseerd op de 'Code aangaande Reclame- en Marketingcommunicatiepraktijken', opgesteld door de Internationale Kamer van Koophandel. Verscheidene relevante bepalingen zijn daaruit overgenomen.

In de Code betekent 'u' de klant, 'wij' staat voor de bank waar u klant bent.

Elke bank onderschrijft deze code voor de diensten die ze aanbiedt en de regels die erop betrekking hebben.

## **Bij vragen en klachten:**

- 1) Zijn wij als uw bank uw eerste aanspreekpunt.
- 2) In tweede instantie kunt u zich met uw klacht wenden tot Ombudsfina, de ombudsman in financiële geschillen ([ombudsman@ombudsfina.be](mailto:ombudsman@ombudsfina.be)).
- 3) Voor vragen of klachten in verband met de door ons gevoerde reclame, kunt u zich wenden tot de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame ([info@jep.be](mailto:info@jep.be)).

## **Contactgegevens Febelfin**

Aarlenstraat 82B-1040 Brussel

T: +32 (0)2 507 68 11 - F: +32 (0)2 888 68 11

E: [info@febelfin.be](mailto:info@febelfin.be)

W: [www.febelfin.be](http://www.febelfin.be)

# Gedragsregels voor reclame en marketing gericht op jongeren

Niet al onze klanten zijn meerderjarig. Wij engageren er ons toe om minderjarigen te behandelen met respect voor hun leeftijd en ervaring en voorzien in een aan hen **aangepaste dienstverlening**. Wij gunnen hen de tijd om onze producten en diensten te leren kennen, willen hen hierbij op gepaste wijze bijstaan en groeien graag samen met hen mee.

Wanneer we producten of diensten voor jongeren commercialiseren, zorgen wij ervoor dat dit op een wettelijke, fatsoenlijke, eerlijke en oprechte wijze gebeurt.

In onze reclameboodschappen richten we ons **nooit rechtstreeks tot wie jonger is dan 12**.

## Sociale waarden

Onze reclame mag niet de indruk wekken dat het bezit of gebruik van een product of dienst een kind of jongere materiële, psychologische of sociale voordelen zal geven ten opzichte van andere jongeren, of dat het niet bezitten van het product of dienst het tegenovergestelde effect zal hebben.

Wij zullen via onze reclame de autoriteit, de verantwoordelijkheid, het oordeel of de voorkeuren van **ouders niet ondermijnen** en respect hebben voor algemeen aanvaarde sociale en culturele waarden.

Kinderen en jongeren zullen in onze reclameboodschappen niet rechtstreeks worden aangespoord om hun ouders of andere volwassenen te overtuigen om producten of diensten voor hen te kopen.

**Prijzen** worden niet zo voorgesteld dat ze kinderen en jongeren een onrealistisch beeld geven van de prijs of waarde van het product of de dienst, door die bijvoorbeeld te minimaliseren. Onze reclame suggereert ook niet dat het aangeprezen product of dienst binnen het onmiddellijke bereik van elk gezinsbudget ligt.

In onze reclame nemen we geen beweringen of visuele voorstellingen op die kinderen of jongeren mentale, morele of fysieke schade kunnen toebrengen. Kinderen en jongeren worden niet afgebeeld in onveilige situaties of bij het verrichten van handelingen die schadelijk kunnen zijn voor henzelf of voor anderen, en worden ook niet aangemoedigd om aan potentieel gevaarlijk gedrag of activiteiten deel te nemen.

Wanneer wij kinderen in onze reclame vragen om contact met ons te nemen, zullen wij hen steeds aansporen om eerst **toestemming** te krijgen van een ouder of een andere geschikte volwassene als er kosten, ook die van een communicatie, aan verbonden zijn.