

D. Reclame voor kinderfeesten (Sinterklaas, Kerstmis, Pasen) (2000)

De Raad voor het Verbruik, adviserende instelling samengesteld uit leden die de consumentenorganisaties vertegenwoordigen en uit leden die de organisaties van de productie, de distributie en de middenstand vertegenwoordigen, heeft in een advies van 27 juni 2000 aanbevelingen opgesteld die de reclameperiodes voor de kinderfeesten vastleggen.

AANBEVELINGEN

1. Geen voorbarige reclames of promoties.

Aan de beroepsmensen wordt dringend gevraagd van geen promotie- of reclamecampagnes aan te wenden als bepaald in punt 2 vóór 1 november, vóór de feesten van Sinterklaas en Kerstmis, noch vóór een periode van zes weken voorafgaand aan het paasfeest.

De promoties waarbij gebruik wordt gemaakt van de fysieke aanwezigheid van de kerstman beginnen niet vóór 1 december.

2. Bedoelde promoties en reclames.

Worden beoogd :

- a) de promoties waarbij op initiatief van een verkoper of van een groep van verkopers gebruik wordt gemaakt van de fysieke aanwezigheid van Sinterklaas, van de kerstman, en van de paashaas;
- b) reclames die met affiches bekendgemaakt worden buiten de inrichting, reclames in folders, in de pers, in de audiovisuele media en in e-mails :
 - die duidelijk zijn bestemd voor kinderen uit de kleuterschool of uit het lager onderwijs;
 - die rechtstreeks verwijzen naar de feesten van Sinterklaas, van Kerstmis en van Pasen;
 - niet door de kinderen gevraagd.

Zijn niet betrokken : de producten zelf en het promotiemateriaal in de verkooppunten zelf alsmede de Internetsites.