

Code voor ethische en verantwoorde reclame van de Nationale Loterij



Nationale Loterij
samen creëren we kansen

De Code voor ethische en verantwoorde reclame van de Nationale Loterij legt een referentiekader vast voor reclamecampagnes en promotieactiviteiten ter bevordering van de verkoop van loterijspelen. De tekst bevat de gedragscode die de Nationale Loterij belooft te volgen en ook door haar partners gerespecteerd wil zien. De verbintenissen in deze code hebben betrekking op de creatie, realisatie en verspreiding van boodschappen en de uitwerking van acties die loterijspelen bij een publiek van volwassen gebruikers bekendmaken, uitleggen en promoten.

INHOUDSTAFEL

1. Basisregels.....	p.3
2. Algemene bepalingen.....	p.4
3. Specifieke bepalingen.....	p.5
4. Toepassing.....	p.8
5. Definities.....	p.9

1. BASISREGELS

Elke vorm van marketingcommunicatie moet zich houden aan de wetgeving en de zelfregulerende codes en regels die de marketingactiviteit in het algemeen regelen*.

Bovendien verbindt de Nationale Loterij zich ertoe de gedragscode van de Direct Marketing en de Direct e-mail Marketing sectoren na te leven. Zo moet voorafgaand toestemming gevraagd worden aan de geadresseerden bij een Direct e-mail Marketing-campagne. Deze verplichting geldt enkel voor elektronische communicatie en niet voor communicatie via post.

De Nationale Loterij verbindt zich er ten slotte toe om de nodige middelen in te zetten teneinde een beveiligde omgeving te garanderen bij gebruik van de diensten van de informatiemaatschappij (internet, mobilfoon, interactieve televisie, enz.).

* Zie onder meer: "Advertising and Marketing Communication Practice, Consolidated ICC Code (ICC - International Chamber of Commerce)". www.iccwbo.org.

2. ALGEMENE BEPALINGEN

Reclame en promotie worden ingezet om het wettelijk aanbod van loterijspelen bekend te maken bij een breed publiek. De Nationale Loterij moet ervoor zorgen dat de spelers die willen spelen dit binnen een wettelijk en eerlijk circuit kunnen doen.

Reclame voor loterijspelen moet gebaseerd zijn op een verantwoord spelbeleid, dat spelers informeert, buitensporige speelzucht voorkomt en minderjarigen beschermt.

- De reclame moet in overeenstemming zijn met de wetgeving;
- De reclame moet sociaal verantwoord zijn;
- De reclame mag niet denigrerend zijn;
- De reclame moet voldoende en juiste informatie overbrengen, zodat de gebruiker met kennis van zaken zijn of haar keuze kan maken.

De Nationale Loterij verschaft speelplezier door ontspannende spelen aan te bieden. Plezier, ontspanning en dromen zijn de fundamentele waarden die in elk van de door de Nationale Loterij verdeelde spelen terug te vinden zijn.

De positieve waarden van de Nationale Loterij moeten echter ook weerspiegeld worden in haar sociaal engagement.

DE WAARDEN

De Nationale Loterij verbindt zich ertoe in al haar communicatie-; reclame- en promotieactiviteiten de volgende 3 waarden te respecteren:

WAARDE 1

Respect voor het individu en voor de gangbare morele waarden die door de meerderheid van het publiek aanvaard worden.

WAARDE 2

Armoede en ellende, tegenspoed, elke vorm van segregatie, vreemdelingenhaat, discriminatie en uitsluiting zullen niet getoond of gesuggereerd worden.

WAARDE 3

Dromen, spanning, ontspanning en toegankelijkheid worden de kernwaarden van de communicatie, overeenkomstig de positionering van de merken.

3. SPECIFIEKE BEPALINGEN

ARTIKEL I.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen de integriteit en de geloofwaardigheid van de Nationale Loterij niet in diskrediet brengen.

ARTIKEL II.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen de winstkansen niet overdrijven.

ARTIKEL III.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

ARTIKEL IV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen gegevens over winst of winstkansen vermelden die niet gecontroleerd kunnen worden en die niet in overeenstemming zijn met het lotenplan van het spel in kwestie.

ARTIKEL V.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat al of niet winnen afhankelijk zou zijn van andere factoren dan toeval, noch dat kennis van het spel de mogelijkheid zou bieden het spel te beïnvloeden.

ARTIKEL VI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen personen die loterijspelen kopen niet ophemelen, noch kritiek uitoefenen op degenen die niet spelen. Ze mogen geen invloed uitoefenen op het gedrag van de speler en de niet-speler die een gevoel van uitsluiting van de niet-speler in de hand zou werken.

ARTIKEL VII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat alle deelnemers grote bedragen zullen winnen.

ARTIKEL VIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een oplossing vormt voor financiële en persoonlijke problemen.

ARTIKEL IX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een alternatief vormt voor werken en sparen.

ARTIKEL X.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat spelen een manier is om facturen en schulden te betalen.

ARTIKEL XI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen het spelen niet in die mate aanmoedigen dat het de beroepssituatie of familiale en sociale relaties van de gebruikers in gevaar zou kunnen brengen.

ARTIKEL XII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen discriminatie op basis van etnische kenmerken, nationaliteit, godsdienst, geslacht of leeftijd uitdragen, in welke vorm dan ook.

ARTIKEL XIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet inspelen op de kwetsbaarheid van personen met financiële moeilijkheden of munt slaan uit hun financiële moeilijkheden.

ARTIKEL XIV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen minderjarigen niet aanzetten tot spelen of laten uitschijnen dat minderjarigen mogen meespelen, en zich niet richten tot minderjarigen of in reclame spelers opvoeren die minderjarig zijn of lijken en die deelnemen aan een loterijspel.

ARTIKEL XV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet verschijnen in media of reclamedragers die zich uitsluitend tot minderjarigen richten.

ARTIKEL XVI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet aanzetten tot het aangaan van leningen met de bedoeling te spelen, noch zich aansluiten bij reclameboodschappen voor dergelijke leningen.

ARTIKEL XVII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen het volgende niet opvoeren of in beeld brengen:

- situaties waarin personen deelnemen aan een loterijspel en tegelijk alcoholische dranken en/of tabak gebruiken;
- verboden vormen van spelen, weddenschappen, loterijen of wedstrijden;
- inhoud met een gewelddadig karakter of die aanzet tot geweld, thema's met vernederende seksuele connotatie of illegale gedragingen.

ARTIKEL XVIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen namen, adressen en andere gegevens over de spelers en hun gezin verspreiden (met inbegrip van hun foto's of andere visuele opnamen), zonder de schriftelijke toestemming van de betrokken spelers. De draagwijdte van die toestemming moet nauwkeurig in de geschreven overeenkomst vermeld staan en de winnaars moeten de mogelijkheid hebben hun toestemming in te trekken. Het intrekken van een dergelijke toestemming moet gerespecteerd worden, voor zover redelijkerwijze mogelijk is.

ARTIKEL XIX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat deelnemen aan loterijspelen die goede doelen ondersteunen een alternatief is voor privé-giften aan deze goede doelen, omdat beide elkaar aanvullen.

4. TOEPASSING

DOMEIN VAN TOEPASSING

De betreffende Code is van toepassing voor alle ondernemingen die loterijspelen organiseren op Belgisch grondgebied, met uitzondering van tombola's, kansspelen en weddenschappen op sportwedstrijden en op paardenraces.

WIJZE VAN TOEPASSING

Concreet moet deze Code worden toegepast door onderstaande personen en ondernemingen en in het bijzonder:

Binnen de Nationale Loterij:

- door alle werknemers van de Nationale Loterij en door al wie betrokken is bij de uitwerking van een project voor een reclame- en/of promotieactie;

Buiten de Nationale Loterij:

- door alle dienstverleners die van de Nationale Loterij de opdracht hebben gekregen om reclame- en/of promotieboodschappen en activiteiten te ontwerpen, te ontwikkelen en uit te voeren (in de eerste plaats reclamebureaus, promotiebureaus, productiehuizen) en om acties in en buiten de media te ontwerpen en de desbetreffende reclameruimte te kopen (met name mediabureaus en reclameregies);
- door alle begunstigden van sponsoring- en subsidiecontracten, alsook hun leveranciers van goederen en diensten.

De Nationale Loterij behoudt zich het recht voor om bij het afsluiten van sponsorovereenkomsten een clause op te nemen met betrekking tot het naleven van deze Code voor ethische en verantwoorde reclame. De Nationale Loterij kan dan onmiddellijk elke overeenkomst waarin de tegenpartij deze Code niet naleeft, verbreken.

Ook aan de begunstigden van subsidies van de Nationale Loterij zal worden gevraagd om onderhavige Code voor ethische en verantwoorde reclame na te leven.

Deze Code is goedgekeurd door de Raad van Bestuur van de Raad voor de Reclame vzw. Overeenkomstig zijn reglement kan de Jury voor Ethische Praktijken in de Reclame (JEP) dus toezien op de correcte toepassing ervan.

Deze Code werd gepubliceerd op de website van de JEP (www.jep.be). De Raad voor de Reclame v.z.w. zal aan zijn aangesloten organisaties vragen om hun leden hiervan op de hoogte te brengen.

De Nationale Loterij engageert zich om haar partners te informeren over de noodzaak tot het respecteren van deze Code.

5. DEFINITIES

LOTERIJSPELEN

Met loterij wordt bedoeld: alle aan het publiek aangeboden handelingen die een bepaalde winst kunnen opleveren die enkel bepaald wordt door het lot/het toeval.

Een loterijspel is een geldspel dat prijzen uitdeelt aan een door het lot gekozen groep winnaars die een bepaalde begininzet hebben betaald.

TREKKINGSSPEL

Een trekkingsspel is een loterij waarbij de loten toegekend worden op basis van de resultaten van een lottrekking.

KRASPELEN

Een krasspel is een loterij met biljetten waarvan de prijzen uitsluitend verdeeld worden op basis van de vermelding op het biljet en volgens een door het toeval vooraf bepaalde verspreiding zonder lottrekking. Die vermelding zit verborgen onder een af te krassen ondoorzichtige kraslaag.

LOTENPLAN

Met lotenplan wordt bedoeld: de voor elk spel vastgelegde winstverdeling.

SPELVERSLAVING

Mensen kunnen een sterke verslaving aan geldspelen ontwikkelen, ook wel ‘spelverslaving’ genoemd. De verslaafde kent dan een ziekelijke en oncontroleerbare drang om geld in te zetten. Kenmerken van verslaving zijn de onweerstaanbare behoefte om iets te doen of om een bepaalde stof tot zich te nemen, en de drang om de frequentie of dosis op te voeren om het effect te behouden of het gemis te vermijden (onbehagen, angst).



OMDAT SPELEN LEUK MOET BLIJVEN
KEN UW LIMIETEN

Nationale Loterij nv van publiek recht - Belliardstraat 25 - 33 - 1040 Brussel

T. +32 2 238 45 11 - F +32 2 238 46 70

www.nationale-loterij.be

www.ken-uw-limieten.be

www.nationale-loterij.be

www.lotto.be

www.euromillions.be

V.U., I. Pittevijs, Belliardstraat 25-33, 1040 Brussel.