

Toelichting bij de wijzigingen aan de Febiac-code vanaf 15 mei 2014

1) Wijziging aan artikel 6 m.b.t. verkeersregels en veiligheidsvoorschriften

Aan deze bepaling wordt een uitzondering toegevoegd die in een beperkt aantal gevallen toelaat om te verwijzen naar een gedrag waarbij de verkeersregels of de veiligheidsvoorschriften worden overtreden. Dit kan met name enkel en alleen wanneer dit gebeurt binnen het raam van het promoten van eigenschappen van voertuigen en onderdelen of toebehoren op het gebied van actieve en passieve veiligheid conform artikel 2 van de Febiac-code.

Opgelet: Deze wijziging houdt uiteraard geen vrijgeleide in om ongelimiteerd te gaan verwijzen naar dergelijk gedrag in reclameboodschappen!

De reclame mag immers in geen geval tot dergelijk gedrag aansporen.

Bovendien dient de ingevoegde uitzondering strikt te worden geïnterpreteerd en zal de reclame uiteraard steeds in overeenstemming dienen te zijn met andere toepasselijke wettelijke en zelfdisciplinaire bepalingen, waaronder deze vervat in de Geconsolideerde ICC Code inzake reclame- en marketingcommunicatiepraktijken.

2) Wijziging aan artikel 10 m.b.t. het gebruik van kinderen in de reclame

Onder de oude versie van de Febiac-code konden kinderen slechts in één enkel geval in een reclameboodschap figureren – met name om een veiligheidsbevorderend gedrag aan te bevelen of om veiligheidsbeschermende of comfortkenmerken van het voertuig kenbaar te maken.

Hieraan wordt in de nieuwe versie van de Febiac-code toegevoegd dat kinderen eveneens in een reclameboodschap kunnen figureren binnen een familiale context.

Opgelet: Deze wijziging houdt uiteraard geen vrijgeleide in om ongelimiteerd kinderen te gaan inzetten in reclameboodschappen!

Kinderen worden immers in geen geval in een reclameboodschap gebruikt om rechtstreeks of onrechtstreeks gevaarlijk of "sportief" gedrag aan te bevelen.

Bovendien dient de aanpassing strikt te worden geïnterpreteerd en zal de reclame uiteraard steeds in overeenstemming dienen te zijn met andere toepasselijke wettelijke en zelfdisciplinaire bepalingen, waaronder deze vervat in de Geconsolideerde ICC Code inzake reclame- en marketingcommunicatiepraktijken.

3) Toevoeging aan het voorwoord

Het voorwoord wordt aangevuld met een expliciete verwijzing naar de basistekst inzake zelfregulering in de reclamesector:

“Er wordt aan herinnerd dat reclame voor motorrijtuigen, hun onderdelen en toebehoren tevens in overeenstemming dient te zijn met de algemene autodisciplinaire regels vervat in de Geconsolideerde ICC Code inzake reclame- en marketingcommunicatiepraktijken.”

Deze code kan u hier terugvinden: http://www.jep.be/media/icc_code_boekvorm.pdf.