

ALCOHOL RECLAME IN DE SPORT

Om te komen tot een duidelijke afstemming betreffende alcoholreclame in de sport is onderstaand een uiteenzetting van de mogelijkheden en (vooral) de onmogelijkheden. Het betreft een tweetal kanalen t.w.

1. Het reglement voor de wielersport
2. De Nederlandse regelgeving vanuit de Stichting Reclamecode

Ook de NOCNSF geeft aan zich te houden aan de regels van de Stichting Reclamecode. Het geeft uitsluitend de weergave van alcoholreclame. Tabaksreclame is volgens UCI/KNWU artikel 1.2.030 bis zonder meer uitgesloten van alle reclameactiviteiten binnen de sport.

Uit UCI artikel 1.2.030 bis:

Met inachtneming van de van toepassing zijnde wetgeving, mag geen merk van tabaks producten, sterke drank, pornografische producten of andere producten die het beeld van UCI of de wielersport sport in algemene zin worden gebruikt en welke direct of indirect de licentiehouders, UCI ploeg, nationale of internationale competitie zou kunnen beschadigen.

Zoals bepaald in het onderhavige artikel, betreft het drank met een inhoud in alcohol van 15% of meer.

De KNWU heeft verder geen reglementaire aanvulling of uitzondering en bepaalt zich v.w.b. hetgeen is toegestaan of niet is toegestaan tot de nationale regelgeving zoals in de eerste zin van artikel 1.2.030 bis staat vermeld.

De nationale regelgeving (Stichting Reclamecode) op het gebied van sportsponsoring heeft geen onderscheid in zwak alcoholisch of sterkedrank. Met andere woorden geen beperking in percentage. Hierin is artikel 1.2.030 bis dan weer bepalend t.w. tot en met een maximum van 14 % (zwak alcoholisch). Dit is een algemene internationale regel binnen de wielersport. Dit laatste uitsluitend wanneer alcoholreclame volgens de nationale regels is toegestaan.

Uittreksel Uit: Stichting Reclamecode

Artikel 10 – Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag zich niet specifiek richten tot minderjarigen. Meer in het bijzonder zijn de uitingen als omschreven in de toelichting bij artikel 10 niet toegestaan.

Toelichting artikel 10

Verboden reclame-uitingen in het kader van artikel 10 van de RvA zijn in ieder geval (deze opsomming is niet limitatief):

- uitingen waarbij gebruik wordt gemaakt van tieneridolen;
- uitingen/acties waarbij gebruik wordt gemaakt van promotionele items (zoals poppetjes, knuffels, speelgoedauto's, spelletjes, stickers, buttons, voetbalplaatjes, strandspeelgoed of school gerelateerde artikelen) voor zover deze specifiek gericht zijn op minderjarigen;
- gratis te downloaden muziek, die specifiek gericht is op tieners;
- uitingen die gebruik maken van muziek die specifiek gericht is op tieners;
- uitingen die gebruik maken van jongerentaal;
- uitingen die gebruik maken van situaties die refereren aan tienergedrag: puberen, tienerverliefdheid, schoolfeesten, examens;
- uitingen waarin sinterklaas of kerstman worden afgebeeld voor zover deze specifiek gericht zijn op minderjarigen;
- uitingen die gebruik maken van vormgeving die op het moment van gebruik populair is onder minderjarigen.

Artikel 11 – Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen personen tonen die jonger zijn of evident jonger lijken dan 18 jaar.

Voor reclame-uitingen waarbij gebruik wordt gemaakt van geësceneerde situaties met scripts en modellen die door of in opdracht van de adverteerder worden ingehuurd, geldt dat er geen personen die jonger zijn of evident jonger lijken dan 25 jaar getoond mogen worden.

Artikel 16 - Evenementen: openbare orde

Reclame voor alcoholhoudende drank in het kader van evenementen is niet toegestaan, indien redelijkerwijs moet worden vermoed dat daardoor verstoring van de openbare orde en/of verstoring van het betreffende evenement in de hand wordt gewerkt.

Artikel 17 - Evenementen: risico op lichamelijk letsel

Reclame voor alcoholhoudende drank in het kader van evenementen is niet toegestaan, indien redelijkerwijs te verwachten valt dat daardoor risico ontstaat op lichamelijk letsel voor deelnemers en/of toeschouwers.

Artikel 19 - Sport- en evenementsponsoring

lid 1

Het verbinden van een merknaam van een alcoholhoudende drank aan een evenement is toegestaan.

lid 2

Het is toegestaan om de sponsoring op fysieke dragers te tonen in het kader van evenementen, mits wordt voldaan aan artikel 10, 16, 17, 21 en 30.

lid 3

Het is toegestaan om via fysieke dragers te adverteren in het kader van evenementen, mits wordt voldaan aan artikelen 10, 16, 17, 21 en 30.

lid 4

Ten aanzien van de inhoud van de reclame-uitingen die gebruikt worden in lid 1 t/m 3 geldt dat in geval van sport- en evenementsponsoring alle regels van deze Code van toepassing zijn.

Artikel 21 - Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank in welke vorm dan ook mag geen publiek bereiken dat voor meer dan vijftwintig procent (25%) bestaat uit minderjarigen. Het bereik wordt vastgesteld over een representatieve meetperiode die wordt bepaald aan de hand van de concrete omstandigheden van het geval (o.a. de locatie, het medium, impact, proportionaliteit) en met behulp van zo objectief mogelijke bereikcijfers.

Voor reclame-uitingen geldt als maatstaf voor de vaststelling van het bereik het algemeen in de markt geaccepteerd bereikonderzoek en, indien niet voorhanden, ander deugdelijk en representatief bewijs.

Voor evenementen gelden de bezoekercijfers als maat voor het bereik. De bewijslast ter zake van het bereik rust op de adverteerder, die zich daarbij moet baseren op algemene in de markt geaccepteerde kijk- of luistercijfers of ander deugdelijk en representatief bewijs. Voor websites en hun sub pagina's moet het gebruikersprofiel aannemelijk worden gemaakt.

Artikel 21 is niet van toepassing op reclame-uitingen die deel uitmaken van het reguliere straatbeeld en op incidentele situaties waarop de adverteerder geen invloed heeft. Onder regulier straatbeeld wordt verstaan al die situaties die men redelijkerwijs kan verwachten in het straatbeeld en die ook conform deze Code zijn toegestaan, zoals bijvoorbeeld lichtbakken met aanduidingen van de merken die men daar tapt of schenkt aan de gevel van cafés en/of restaurants en reclames in abri's. Incidentele situaties zijn situaties die een eenmalig karakter hebben, zoals bijvoorbeeld de intocht van sinterklaas in een deel van een stads- of dorpscentrum, maar ook bijvoorbeeld de situatie dat een promotieteam zich verplaatst van de ene horecagelegenheid naar de andere zonder actief reclame te maken en toevallig een groep minderjarigen tegenkomt.

Toelichting artikel 21

Meer in het bijzonder worden als uitingen die deel uitmaken van het reguliere straatbeeld beschouwd (niet limitatief) uitingen waarbij de merknaam en/of logo voorkomt op o.a. viltjes, tap knop, parasols, vlaggen, kleding barman/vrouw en spandoeken die je in redelijkheid bij een uitgiftepunt of mobiele tap tijdens evenementen of braderieën mag verwachten ter identificatie van het product en merk.

Artikel 30 - Sport

lid 1

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet gevoerd worden op een individuele sporter of sportploeg.

lid 2

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet gevoerd worden op vervoermiddelen en/of attributen die door de sporter of sportploeg gebruikt worden bij actieve sportbeoefening.

lid 3

Het is niet toegestaan om sporters die internationaal op het hoogste senioreniveau (EK's, WK's en Olympische Spelen) actief sport uitoefenen door of namens de adverteerder in te huren voor radio-, bioscoop- en televisiecommercials en printuitingen waarbij gebruikt wordt gemaakt van geënceneerde situaties met scripts. Ook is het niet toegestaan om dergelijke sporters op verpakkingen en etiketten af te beelden.

lid 4

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet actieve sportbeoefening op verpakkingen van alcoholhoudende drank afbeelden.

lid 5

Het is toegestaan om actieve sportbeoefening in reclame-uitingen uit te beelden, maar uitsluitend om de context uit te beelden van het vieren van de prestatie na afloop.

Gemakshalve is met vorenstaande opsomming een beperking van alcohol reclame binnen de sport weergegeven. Voor de complete tekst van de reclamecode wordt verwezen naar:

<https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=264%20&deel=2>