

FEBIAC-code inzake reclame voor motorrijtuigen, hun onderdelen en toebehoren

Inleiding

Onder autoreclame moet worden verstaan elke reclame of reclameboodschap in de zin van artikel 1.8.13° van het Wetboek van economisch recht met betrekking tot elk motorrijtuig en tot elk onderdeel of toebehoren om een dergelijke voertuig uit te rusten, ongeacht het juridisch of commercieel statuut van de verantwoordelijke adverteerder.

Onder het begrip 'reclame' of 'reclameboodschap' vallen onder meer:

- Advertenties, mededelingen of boodschappen in de geschreven pers
- Redactionele of andere artikelen in publicaties, contactbladen en dergelijke die door de fabrikant, importeur of dealer aan bestaande of potentiële klanten worden gestuurd
- Reclameboodschappen op radio en televisie of in de bioscoop
- Affiches en borden op of langs de openbare weg
- Boodschappen of mededelingen die online worden verspreid

Deze lijst is niet exhaustief.

FEBIAC-leden

De FEBIAC-leden die de bepalingen van deze code onderschrijven, zijn van mening dat deze code ethische beginselen vaststelt die eerlijke concurrentie en consumentenbescherming waarborgen en die bijdragen om de veiligheid van de weggebruikers en de bescherming van het milieu te verbeteren.

Zij erkennen dat deze code niet restrictief maar ruim geïnterpreteerd moet worden, zodat ook reclametechnieken die hierboven niet uitdrukkelijk worden genoemd onder deze code vallen.

ICC-code

Reclame voor motorrijtuigen en onderdelen of toebehoren moet tevens in overeenstemming zijn met de algemene autodisciplinaire regels die vervat zijn in de ICC-Code voor reclame en marketingcommunicatie.

A. Technische eigenschappen van de voertuigen en onderdelen of toebehoren

Artikel 1

Reclame mag snelheid, in het bijzonder de topsnelheid, niet als argument gebruiken of haar verleidelijkheid suggereren. Hetzelfde geldt voor de kracht, het acceleratievermogen, de remkracht of elke andere eigenschap van een voertuig als zij verwijzen naar snelheid. Vermogen, maximumsnelheid, acceleratievermogen en andere meetgegevens betreffende het voertuig mogen wel opgenomen worden in de lijst met technische gegevens in presentatiebrochures of catalogi, alsook in persartikelen.

De verbintenis slaat op elk onderdeel van de reclameboodschap: tekst of gesproken boodschap, visuele uitdrukking (foto- of filmbeeld).

Reservekracht van de motoren of remmogelijkheden mogen derhalve niet worden aangehaald met de bedoeling tot snelheid aan te sporen, maar mogen wel worden voorgesteld als veiligheidselementen, dit om de zin voor verantwoordelijkheid bij de gebruikers aan te scherpen

Artikel 2

Eigenschappen van voertuigen en onderdelen of toebehoren op het gebied van actieve en passieve veiligheid mogen niet zo voorgesteld of uitgebeeld worden dat aangenomen kan worden dat de regels inzake voorzichtigheid en verkeersveiligheid overtreden mogen worden.

Artikel 3

Beelden van of zinspelingen op wedstrijden, rally's en dergelijke zijn toegestaan op voorwaarde dat het gebruik ervan ondubbelzinnig is. Voertuigen en onderdelen of toebehoren moeten getoond worden zoals zij gebruikt en zichtbaar zijn tijdens de race.

Er moet er uitdrukkelijk op worden gewezen dat gewone seriewagens niet ontworpen zijn om in het dagelijkse verkeer als wedstrijd- of rallywagens te worden gebruikt.

B. Eerbid voor het milieu

Artikel 4

Reclame mag niet aansporen tot buitensporig gedrag dat schadelijk is voor het milieu.

Reclame mag een plaats die duidelijk niet tot het wegennet behoort, afbeelden om eigenschappen van een voertuig, een onderdeel of een toebehoren voor te stellen of te beschrijven, op voorwaarde dat hetzij door de tekst, hetzij door het visueel:

- het privé-karakter van de plaats ondubbelzinnig naar voor komt, of dat
- de plaats duidelijk ontoegankelijk is voor gewone weggebruikers, of dat
- het voorgestelde gebruik op de aangegeven plaats duidelijk toegelaten is.

Artikel 5

De voor personenwagens wettelijk verplichte vermelding in drukwerken en op websites van het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot van het getoonde voertuig, de getoonde voertuigen of het getoonde voertuiggamma voldoet aan de bepalingen van bijlage IV van het Koninklijk Besluit van 5 september 2001 en aan volgende vereisten.

Het gemiddelde brandstofverbruik en de gemiddelde CO₂-uitstoot volgens de officiële testcyclus worden weergegeven:

- horizontaal ten opzichte van de geschreven commerciële boodschap;
- onderaan het beeld en gescheiden van andere geschreven vermeldingen;
- in een lettertype dat goed leesbaar is en met een normale spatiering;
- op een wijze dat de vermeldingen duidelijk contrasteren met de achtergrond;
- in een lettergrootte die minimaal overeenstemt met de kleinste lettergrootte van de verstrekte informatie in de reclameboodschap, met voor elk karakter (behoudens sub- of superscript en andere bijzondere lettertekens) de volgende minima:

- 1) Voor drukwerk in kranten, tijdschriften, folders,... :
 - voor reclameformaten kleiner dan A5: 1,5 mm
 - voor reclameformaten vanaf A5: 3 mm
 - voor reclameformaten vanaf A3: 4 mm
 - voor reclameformaten vanaf A2: 5 mm
 - andere formaten: in verhouding tot de bovengenoemde normen.
- 2) Voor affichage:
 - Voor formaat A3: 5 mm
 - Voor formaat A2: 7,5 mm
 - Voor formaat A1: 10 mm
 - voor formaat 'abribus': 25 mm
 - voor affiches van 10 m²: 55 mm
 - voor affiches van 16 m²: 70 mm
 - voor affiches van 20 m²: 75 mm
 - voor affiches van 36 m²: 100 mm
 - andere formaten: in verhouding tot de bovengenoemde normen.

Voor online communicatie (websites) gelden de volgende bepalingen:

- De verbruiks- en CO₂-gegevens worden steeds vermeld op webpagina's die een overzicht geven van de gedetailleerde technische (motor)karakteristieken van het getoonde voertuig.
- Op de merkeigen website (of websites) is een overzichtspagina voorzien met een tabel (of vergelijkbare presentatievorm) waarop het geheel van de verbruiks- en CO₂-emissiegegevens van het voertuiggamma van het merk wordt weergegeven. Dit op een manier die vlot leesbaar en eenvoudig afdrukbaar is en die vergelijking tussen de verschillende versies en modellen vereenvoudigt.
- Vanop elke pagina van de merkeigen website kan op een eenvoudige manier worden doorgeklikt naar de overzichtstabel waarvan hierboven sprake is. Dit via een specifieke button, een menublade of een vergelijkbare manier van doorverwijzing.
- Op banners, IMU's, skyscrapers en andere soortgelijke advertentieformaten op andere dan de merkeigen website, worden de verbruiks- en CO₂ gegevens eveneens duidelijk leesbaar vermeld of wordt de mogelijkheid geboden rechtstreeks door te klikken naar een pagina waar deze vermeld staan en kunnen afgedrukt worden.

De CO₂- en verbruiksgegevens die worden weergegeven, zijn de waarden van het getoonde model in zijn getoonde versie (versie met manuele versnellingsbak / versie met automatische versnellingsbak / versie met benzinemotor / versie met dieselmotor / ...).

Indien de reclame niet specifiek één bepaalde versie betreft, maar een reeks voertuigen van hetzelfde model of hetzelfde merk, dan moeten de uiterste waarden (minimum en maximum) vermeld worden van het gemiddelde verbruik en de gemiddelde CO₂-uitstoot volgens de officiële testcyclus die van toepassing is op de reeks voertuigen waarop de reclamecampagne betrekking heeft.

Hoewel dit niet wettelijk verplicht is, wordt in reclame voor 100% elektrische voertuigen (BEV) systematisch het elektriciteitsverbruik van deze voertuigen in de volgende vorm vermeld:

- Elektriciteitsverbruik in kWh/100 km (gecombineerde cyclus, WLTP)
- Eén waarde wanneer de reclame betrekking heeft op één model of de minimum- en maximumwaarden wanneer de reclame betrekking heeft op meerdere modellen

De CO₂-uitstoot moet vermeld worden in g CO₂/km.

Artikel 5 bis

Reclame mag geen slogans of absolute uitspraken bevatten die de consument kunnen misleiden ten aanzien van de kenmerken en eigenschappen van het voertuig met betrekking tot zijn effecten op het milieu, overeenkomstig de voorschriften van de ICC-Code.

Een slogan die aangeeft dat elementen van het voertuig bijdragen om de milieu-impact te beperken kan daarentegen van aard zijn om een aanvaardbare nuance aan te brengen, op voorwaarde dat dit verificerbaar is.

C. Sociale verantwoordelijkheid

Artikel 6

Reclame mag in tekst, beeld of geluid geen gedrag beschrijven of weergeven op de openbare weg waarbij de verkeersregels of de veiligheidsvoorschriften worden overtreden, tenzij 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 deze code. Reclame mag in geen geval tot dergelijk gedrag aansporen.

Artikel 7

Elke voorstelling, beschrijving of verwijzing naar een agressief gedrag op de weg, ten aanzien van andere weggebruikers of zonder hen te respecteren, moet worden verbannen.

Artikel 8

Reclame mag onder geen enkele omstandigheid een voorzichtig rijgedrag of het gebruik van een onderdeel of toebehoren op denigrerende of kleinerende wijze voorstellen of suggereren.

Artikel 9

Elke informatie gebruikt in reclame met betrekking tot de besturing van voertuigen of het gebruik van onderdelen of toebehoren, evenals de toepassing van de veiligheidsregels en het respect voor andere weggebruikers, moet positief worden voorgesteld.

Artikel 10

Kinderen mogen in een reclameboodschap figureren om een veiligheidsbevorderend gedrag aan te bevelen of om veiligheidsbeschermende of comfortkenmerken van het voertuig kenbaar te maken. Kinderen mogen eveneens in een reclameboodschap figureren binnen een familiale context.

Kinderen worden in geen geval in een reclameboodschap gebruikt om rechtstreeks of onrechtstreeks gevaarlijk of 'sportief' gedrag aan te bevelen. Wanneer kinderen (of eender welke inzittende) in een motorrijtuig worden afgebeeld, dragen zij steeds de wettelijk voorgeschreven veiligheidsuitrusting (gordel, aan de leeftijd aangepaste kinderzitjes, veiligheidskussens, enzovoort), tenzij het ontegensprekelijk duidelijk is dat het voertuig niet aan het verkeer deelneemt.