

Nederlandse en EU wetten en regels voor reclame

In Nederland en de EU zijn er talrijke wetten en organisaties die zich richten op de richtlijnen en voorwaarden waaraan advertenties moeten voldoen. Deze regels worden voortdurend aangescherpt, met steeds meer nadruk op online vormen van adverteren.

In deze bijlage bieden we een beknopte uitleg over de belangrijkste richtlijnen en voorwaarden die van toepassing zijn in Nederland en de EU.

Let op: dit overzicht is niet uitputtend. Controleer daarom altijd of de informatie actueel en volledig is op het moment van gebruik.

-
- Nederlandse Reclame Code (NRC):
 - De Geneesmiddelenwet
 - Gezondheidsclaims voor voedingsmiddelen
 - De Warenwet
 - Wet Oneerlijke Handelspraktijken (WOHP)

De Nederlandse Reclame Code (NRC):

Hier is een overzicht van de **algemene regels en specifieke codes** die van toepassing zijn op reclame in Nederland, gebaseerd op de **Nederlandse Reclame Code (NRC)**:

Algemene regels (voor alle soorten reclame)

1. **Herkenbaarheid:**
 - Reclame moet duidelijk herkenbaar zijn als zodanig.
 - Misleidende vormen zoals verborgen reclame of native advertising zonder aanduiding (bijv. "Advertorial") zijn niet toegestaan.
2. **Eerlijke informatie:**
 - Reclame mag niet misleidend zijn over prijzen, kenmerken, voordelen of beperkingen van een product of dienst.
 - Claims moeten waarheidsgetrouw en controleerbaar zijn.
3. **Sociale verantwoordelijkheid:**
 - Reclame mag niet aanzetten tot geweld, discriminatie, of andere maatschappelijk onaanvaardbare gedragingen.
 - Kwetsbare groepen zoals kinderen mogen niet worden misleid of onder druk worden gezet.
4. **Bescherming van privacy:**
 - Gebruik van persoonsgegevens in reclame (bijvoorbeeld gepersonaliseerde advertenties) moet voldoen aan de AVG.
5. **Toestemming:**
 - Ongevraagde reclame (spam) via e-mail, telefoon of andere elektronische kanalen is verboden zonder expliciete toestemming van de ontvanger.

Specifieke codes

De NRC bevat naast algemene regels een aantal **bijzondere reclamecodes** die van toepassing zijn op specifieke sectoren of onderwerpen:

1. **Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken (RVA):**
 - Geen reclame gericht op minderjarigen.
 - Geen associatie met beter presteren of gezondheid.
2. **Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RVV):**
 - Claims over gezondheidsvoordelen moeten wetenschappelijk onderbouwd zijn.
 - Geen misleiding over ingrediënten, portiegroottes, of calorieën.

3. **Reclamecode Social Media & Influencer Marketing:**
 - Reclame via influencers moet duidelijk herkenbaar zijn (#ad, #spon).
 - Samenwerkingen moeten transparant worden vermeld.
4. **Reclamecode voor Kansspelen:**
 - Alleen toegestaan voor vergunninghouders van de Kansspelautoriteit.
 - Geen reclame gericht op kwetsbare groepen (bijv. jongeren of gokverslaafden).
5. **Reclamecode voor Kinder- en Jeugdreclame (RKC):**
 - Geen gebruik van angst of druk bij kinderen.
 - Geen reclame voor ongezonde producten gericht op kinderen onder 12 jaar.
6. **Reclamecode voor Geneesmiddelen (RMG):**
 - Alleen toegestane reclame voor vrij verkrijgbare geneesmiddelen.
 - Claims moeten voldoen aan de eisen van de Geneesmiddelenwet.
7. **Reclamecode voor Milieuclaims (RMC):**
 - Milieuclaims moeten controleerbaar zijn.
 - Geen vage termen zoals "*milieuvriendelijk*" zonder specificatie.
8. **Reclamecode voor Tabaksproducten:**
 - Reclame voor tabak en soortgelijke producten (bijv. e-sigaretten) is verboden.
9. **Reclamecode voor E-mail (RCM):**
 - Reclame per e-mail mag alleen met toestemming.
 - Afmeldmogelijkheid moet altijd aanwezig zijn.

Handhaving

De **Stichting Reclame Code (SRC)** houdt toezicht op naleving van de NRC. Klachten over reclame-uitingen kunnen worden ingediend bij de Reclame Code Commissie.

Ga voor meer informatie over de SRC naar <https://www.reclamecode.nl/>

De Nederlandse en EU Geneesmiddelenwet

De **Geneesmiddelenwet** in Nederland bevat aanvullende regels die specifiek betrekking hebben op reclame voor geneesmiddelen. Deze regels vullen de Nederlandse Reclame Code (NRC) aan en zorgen ervoor dat geneesmiddelenreclame eerlijk, transparant en veilig is. Hier zijn de belangrijkste bepalingen uit de Geneesmiddelenwet:

1. Vrij verkrijgbare geneesmiddelen

Voor geneesmiddelen die zonder recept verkrijgbaar zijn (OTC-geneesmiddelen) gelden de volgende regels:

- **Eerlijke en waarheidsgetrouwe informatie:**
 - Reclame mag geen onjuiste of misleidende claims bevatten over de werking of veiligheid van het geneesmiddel.
 - Alle claims moeten wetenschappelijk onderbouwd en controleerbaar zijn.
- **Duidelijke waarschuwingen:**
 - Reclame moet altijd vermelden: *"Lees voor gebruik de bijsluiter"*.
 - Er mogen geen gezondheidsclaims worden gedaan die overdreven resultaten beloven.
- **Geen medische professionals in reclame:**
 - Het gebruik van dokters, apothekers, of andere professionals om het product aan te bevelen is niet toegestaan.
- **Toegankelijkheid:**
 - Reclame mag niet suggereren dat het geneesmiddel zonder risico's is of dat het gebruik ervan een doktersbezoek overbodig maakt.

2. Receptplichtige geneesmiddelen

Voor geneesmiddelen die alleen op recept verkrijgbaar zijn, gelden striktere regels:

- **Reclame gericht aan consumenten is verboden:**
 - Alleen professionele zorgverleners (zoals artsen en apothekers) mogen informatie ontvangen over receptplichtige geneesmiddelen.
- **Uitzondering voor openbare informatie:**
 - Voorlichting over een ziekte of aandoening mag wel, maar de naam van het receptplichtige geneesmiddel mag daarbij niet worden genoemd.

3. Specifieke beperkingen in reclame

- **Vergelijkende reclame:**
 - Geneesmiddelenreclame mag geen directe vergelijking maken met andere geneesmiddelen.
- **Geen misleiding over behandeling:**
 - Reclame mag niet suggereren dat het gebruik van een geneesmiddel zonder meer leidt tot herstel of dat er geen bijwerkingen zijn.
- **Geen overdrijving van ziektebeelden:**
 - Reclame mag geen angst oproepen of de ernst van een ziekte overdrijven om verkoop te stimuleren.

4. Goedkeuring en toezicht

- **Centrale Commissie Beoordeling Reclame Geneesmiddelen (CCBR):**
 - Reclame-uitingen voor geneesmiddelen moeten vaak vooraf worden goedgekeurd door de CCBR.
- **Inspectie Gezondheidszorg en Jeugd (IGJ):**
 - De IGJ houdt toezicht op naleving van de Geneesmiddelenwet. Bij overtredingen kunnen boetes worden opgelegd of reclamecampagnes worden verboden.

5. EU-richtlijnen

De Geneesmiddelenwet is gebaseerd op EU-regelgeving (Richtlijn 2001/83/EG), wat betekent dat vergelijkbare regels gelden in andere EU-landen. Hierdoor worden uniforme normen gehanteerd voor geneesmiddelenreclame binnen de Europese interne markt.

Belang voor reclame op websites

Als je geneesmiddelen wilt promoten via een website:

- Controleer of het product receptplichtig is (geen reclame aan consumenten).
- Zorg dat alle claims controleerbaar zijn en geen overdreven resultaten beloven.
- Voeg verplichte waarschuwingen toe, zoals: *"Lees voor gebruik de bijsluiter"*.

Gezondheidsclaims voor voedingsmiddelen

Gezondheidsclaims voor voedingsmiddelen moeten voldoen aan strikte regels volgens de **EU-verordening (EG) nr. 1924/2006** betreffende voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen. Hier is een overzicht van de belangrijkste eisen:

Wat is een gezondheidsclaim?

Een gezondheidsclaim is elke bewering die aangeeft, suggereert of impliceert dat er een verband is tussen een voedingsmiddel of een bestanddeel daarvan en de gezondheid. Voorbeelden:

- "Dit product ondersteunt de hartfunctie."
- "Calcium draagt bij aan de instandhouding van sterke botten."

Eisen voor gezondheidsclaims

1. **Wetenschappelijke onderbouwing:**
 - Elke gezondheidsclaim moet gebaseerd zijn op algemeen aanvaarde wetenschappelijke gegevens.
 - De claim moet worden goedgekeurd door de **Europese Autoriteit voor Voedselveiligheid (EFSA)** voordat deze mag worden gebruikt.
2. **Toelating van claims:**
 - Alleen gezondheidsclaims die zijn opgenomen in de EU-lijst van goedgekeurde claims mogen worden gebruikt.
 - Niet-goedgekeurde of afgewezen claims mogen niet worden gebruikt, ook niet in aangepaste vorm.
3. **Geen misleiding:**
 - Claims mogen consumenten niet misleiden over de eigenschappen, samenstelling of voordelen van een product.
 - Geen overdreven of absolute beweringen zoals "dit product geneest ziekte X."
4. **Volledige context:**
 - Claims moeten begrijpelijk zijn voor de gemiddelde consument.
 - De voorwaarden voor het beoogde effect (zoals de benodigde consumptiehoeveelheid) moeten duidelijk worden vermeld.
5. **Gebruik van etiketten:**
 - Gezondheidsclaims moeten vergezeld gaan van:

- Een verklaring over het belang van een gevarieerd en evenwichtig dieet.
- De hoeveelheid van het voedingsmiddel die nodig is om het beoogde effect te bereiken.

Soorten claims

1. Voedingsclaims:

- Geven aan dat een product bepaalde voedingsstoffen bevat, zoals: *"Rijk aan vezels"* of *"Vetarm"*.
- Deze claims zijn alleen toegestaan als het product voldoet aan specifieke drempelwaarden die in de verordening zijn vastgesteld.

2. Functionele gezondheidsclaims:

- Claims die een effect beschrijven van een voedingsstof op de normale functie van het lichaam, zoals: *"Vitamine C draagt bij aan een normaal immuunsysteem."*

3. Risicoverminderingsclaims:

- Claims die suggereren dat een product het risico op een ziekte kan verminderen, zoals: *"Plantaardige sterolen kunnen het cholesterolgehalte verlagen, wat een risicofactor is voor hart- en vaatziekten."*
- Deze claims vereisen extra wetenschappelijk bewijs en een expliciete toelating door de EFSA.

4. Claims over de ontwikkeling van kinderen:

- Specifieke claims over de groei en ontwikkeling van kinderen moeten voldoen aan extra strenge eisen.

Voorwaarden voor gebruik

1. Goedkeuring door EFSA:

- De Europese Autoriteit voor Voedselveiligheid (EFSA) beoordeelt of een gezondheidsclaim wetenschappelijk is onderbouwd.
- Goedgekeurde claims worden opgenomen in het EU-register van voedings- en gezondheidsclaims.

2. Geen impliciete medische claims:

- Het is verboden om voedingsmiddelen te promoten als geneesmiddel of te suggereren dat het een ziekte kan genezen.

3. Verantwoordelijkheid van fabrikanten:

- De producent moet bewijzen dat het product voldoet aan de gestelde eisen.

- Controle en handhaving liggen bij nationale autoriteiten, zoals de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA).

Sancties bij overtreding

- Niet-naleving van de regels kan leiden tot:
 - Verwijdering van het product van de markt.
 - Boetes door toezichthouders, zoals de NVWA.
 - Imagoschade voor het merk.

EU-register van claims

De Europese Commissie onderhoudt een openbaar register van alle goedgekeurde en afgewezen gezondheidsclaims. Dit register biedt:

- Een lijst van toegestane claims met specifieke voorwaarden voor gebruik.
- Een overzicht van afgewezen claims en de redenen daarvoor.

Je kunt het register raadplegen via: [EU Register of Nutrition and Health Claims](#)

Praktische tips

1. Controleer of jouw gezondheidsclaim voorkomt in het EU-register.
2. Zorg dat al je productinformatie en marketingmaterialen voldoen aan de wetgeving.
3. Raadpleeg een voedingsdeskundige of juridisch adviseur als je twijfelt over de toelaatbaarheid van een claim.

De Warenwet

De **Warenwet** speelt een belangrijke rol bij reclame voor producten die onder deze wet vallen, zoals voedsel, cosmetica, en huishoudelijke artikelen. De Warenwet stelt eisen aan de veiligheid, kwaliteit en presentatie van producten, en daarmee ook aan de reclame ervoor. Hier zijn de belangrijkste aspecten:

1. Wat regelt de Warenwet?

De Warenwet is bedoeld om consumenten te beschermen tegen onveilige en misleidende producten. De wet stelt regels voor:

- **Veiligheid van producten:** Geen gevaar voor de gezondheid of veiligheid van consumenten.
- **Etikettering en reclame:** Correcte, duidelijke en niet-misleidende informatie over producten.
- **Verkoopverboden:** Het is verboden om gevaarlijke of onjuiste producten te verkopen.

2. Regels voor reclame onder de Warenwet

De Warenwet vereist dat reclame eerlijk, waarheidsgetrouw en volledig is. Hier zijn de belangrijkste regels:

a) Geen misleiding

- Reclame mag geen onjuiste of overdreven informatie bevatten over:
 - Samenstelling, herkomst of producteigenschappen.
 - Gevolgen van het gebruik (bijvoorbeeld gezondheidsclaims).
 - Voordelen in vergelijking met andere producten.

b) Correcte claims

- Claims over productkenmerken, zoals "biologisch" of "suikervrij," moeten aantoonbaar kloppen.

- Reclame mag geen medische claims bevatten tenzij het een geneesmiddel is dat aan strikte regels voldoet.

c) Etikettering en presentatie

- Etiketten moeten alle verplichte informatie bevatten, zoals ingrediënten, voedingswaarden, allergenen en herkomst.
- Reclame mag niet suggereren dat een product eigenschappen heeft die het niet bezit.

3. Specifieke aandachtspunten per productcategorie

a) Voedingsmiddelen

- Reclame voor voedingsmiddelen moet voldoen aan de **Verordening (EU) nr. 1169/2011** inzake voedselinformatie:
 - Allergenen moeten duidelijk worden vermeld.
 - Gezondheidsclaims zijn alleen toegestaan als ze voldoen aan de EU-regelgeving (zoals eerder besproken).

b) Cosmetica

- Claims zoals "hypoallergeen" of "natuurlijk" moeten wetenschappelijk onderbouwd zijn.
- Reclame mag niet suggereren dat een product geneeskrachtige eigenschappen heeft, tenzij het een geregistreerd geneesmiddel is.

c) Kinderproducten

- Reclame voor baby- en kindervoeding mag niet suggereren dat het een betere keuze is dan borstvoeding.
- Strengere eisen gelden voor etikettering en gezondheidsclaims.

4. Controle en handhaving

- **Toeziachter:** De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) controleert naleving van de Warenwet.
- **Sancties bij overtreding:**

- Waarschuwingen.
- Boetes, afhankelijk van de ernst van de overtreding.
- Verbod op verdere verkoop van een product of terugroepacties.

5. Overlap met andere regelgeving

De Warenwet werkt samen met andere wetten en regels, zoals:

- De **Nederlandse Reclame Code (NRC)**: Voor algemene reclame-eisen.
- De **Geneesmiddelenwet**: Voor producten die als geneesmiddel worden gepresenteerd.
- De **Wet Oneerlijke Handelspraktijken**: Voor bescherming tegen misleidende reclame.

6. Praktische tips voor reclame onder de Warenwet

1. **Controleer claims:**
 - Zorg dat alle productclaims waarheidsgetrouw en onderbouwd zijn.
2. **Gebruik wetenschappelijk bewijs:**
 - Met name voor voedings- en gezondheidsclaims.
3. **Wees volledig en transparant:**
 - Zorg dat etiketten en advertenties alle vereiste informatie bevatten.
4. **Raadpleeg de NVWA:**
 - Gebruik hun richtlijnen om ervoor te zorgen dat je reclame aan de Warenwet voldoet.

Voorbeeld: Reclamefouten en gevolgen

Een fabrikant van vruchtensap beweerde: *"100% natuurlijk zonder toegevoegde suikers."* Bij controle bleek dat er toch suikers waren toegevoegd. Dit leidde tot een waarschuwing en een boete van de NVWA wegens misleidende reclame.

Wet Oneerlijke Handelspraktijken (WOHP)

Hier is een beknopt overzicht van hoe de **Wet Oneerlijke Handelspraktijken (WOHP)** specifiek betrekking heeft op reclame:

1. Misleidende reclame

Reclame mag consumenten niet misleiden over:

- **Producteigenschappen:**
 - Geen valse claims over kwaliteit, functionaliteit of voordelen.
 - Geen nepkeurmerken of certificeringen.
- **Prijs:**
 - Geen fictieve kortingen ("van-voor"-acties die niet kloppen).
 - Alle kosten (inclusief btw en toeslagen) moeten duidelijk zijn.
- **Beschikbaarheid:**
 - Niet suggereren dat een product beperkt beschikbaar is, tenzij dat waar is.

2. Agressieve reclame

Reclame mag consumenten niet onder druk zetten door:

- **Dwang of intimidatie:**
 - Bijvoorbeeld dreigen met negatieve gevolgen als een consument niet koopt.
- **Overmatige sociale druk:**
 - Zoals reclame die gebruikmaakt van schuldgevoelens of kinderen die hun ouders beïnvloeden.

3. Transparantie

- Reclame moet waarheidsgetrouw en duidelijk herkenbaar zijn als reclame.
- Geen verborgen reclame (bijvoorbeeld in de vorm van artikelen of social media posts zonder duidelijke aanduiding, zoals #ad of gesponsord).

4. Bijzondere aandacht voor online reclame

- **Verborgten kosten:**
 - In online advertenties moeten alle bijkomende kosten direct zichtbaar zijn.
- **Cookies en tracking:**
 - Gepersonaliseerde advertenties mogen alleen met expliciete toestemming van de consument.

Handhaving

- **Toezicht:** De **Autoriteit Consument & Markt (ACM)** controleert op naleving.
- **Sancties:** Boetes tot €900.000 of 1% van de jaaromzet.

Praktische tips voor reclame

1. Zorg dat alle claims in advertenties kloppen en aantoonbaar zijn.
2. Gebruik duidelijke prijsinformatie, inclusief alle bijkomende kosten.
3. Vermijd overdrijving of manipulatieve technieken, zoals het wekken van valse urgentie.