



PRODUCTSCHAP WIJN

Aan belanghebbenden

Circulairnummer 11.122

Den Haag, 12 oktober 2011

Onderwerp: **Vernieuwde Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken**

Geachte heer, mevrouw,

De vernieuwde Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken treedt in de loop van oktober 2011 in werking, na goedkeuring door de Stichting Reclame Code. Nieuw in de Code is een artikel over digitale marketing en social media. Verder is de nieuwe definitie van reclame van de Nederlandse Reclame Code overgenomen. Tevens zijn er specificaties voor het toepassen van het logo en de slogan voor banners op internet opgenomen. Bij de code treft u ook een aangepaste handleiding met de achtergrond van het artikel en voorbeelden aan. Dit om u te helpen om de code op de juiste manier toe te passen.

Overgangstermijnen

Voor de artikelen 11, 15, 21, 29 en de toevoeging aan Art. 32 over banners op internet geldt een overgangperiode van 3 maanden. Deze artikelen treden op 7 januari 2012 in werking. Voor Art. 24 geldt een overgangstermijn van 6 maanden. Dit artikel treedt op 7 maart 2012 in werking.

Wat zijn de belangrijkste wijzigingen?

Art. 7 is verscherpt met een toelichting waarin staat wat wel en niet mag ten aanzien van de combinatie alcohol en werkgerelateerde situaties.

Art. 10 is uitgebreid met het promotionele item voetbalplaatjes en reclame-uitingen met sinterklaas of kerstman die specifiek gericht zijn op minderjarigen.

Art. 11 is geredigeerd, zodat duidelijk wordt dat de leeftijdsgrens voor 25 jaar van toepassing is voor alle reclame-uitingen waarbij gebruikt wordt gemaakt van geënceneerde situaties met scripts en modellen.

Art. 13 is verscherpt, zodat premiums tijdens een horecapromotie niet aan minderjarigen aangeboden mogen worden.

Art. 15 is toegevoegd zodat reclame geen enkele associatie heeft met illegale drugs.

Art. 20 is uitgebreid en waarbij gespecificeerd wordt dat ook voor boodschappenpakketten en prijzen bij wedstrijden en/of acties geldt dat geen alcoholhoudende drank mag worden weggegeven.

Art. 21 is specifiek geworden ten aanzien van het vaststellen van de bereikcijfers bij evenementen.

Art. 24 is een nieuw artikel over digitale marketing en bevat extra voorwaarden waaraan reclame-uitingen in de vorm van digitale marketing aan moeten voldoen.

Art. 29 is specifiek geworden ten aanzien van wat wel en niet mag bij de combinatie van alcohol en sportgerelateerde situaties.

De nieuwe Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken kunt u [hier](#) downloaden en bekijken. De vernieuwde Reclamecode kunt u tevens downloaden van de website van het Productschap Wijn, www.wijn.nl, tabblad: importeren/producen, onderwerp: wetgeving EU en nationaal.

Met vriendelijke groet,

Productschap Wijn

Link naar Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken: <http://alcoholcode.nl/actueel>