

**CODE VOOR ETHISCHE EN
VERANTWOORDE RECLAME**
van de Nationale Loterij



INHOUDSTAFEL

1. INTRODUCTIE	P.3
2. DE BASISREGELS	P.4
3. ALGEMENE BEPALINGEN	P.5
4. DE WAARDEN	P.6
5. BEPALINGEN VOOR DE LOTERIJSPELEN	P.7
6. BEPALINGEN VOOR DE SPORTWEDDENSCHAPPEN	P.10
7. BEPALINGEN VOOR DE KANSSPELEN	P.14
8. TOEPASSINGSVELD	P.17
9. DEFINITIES.....	P.18

1. INTRODUCTIE

De Code voor ethische en verantwoorde reclame van de Nationale Loterij legt een referentiekader vast voor reclamecampagnes en promotieactiviteiten ter bevordering van de verkoop van loterijspelen, sportwedenschappen en andere kansspelen. De tekst bevat de gedragscode die de Nationale Loterij belooft te volgen en ook door haar partners gerespecteerd wil zien. De verbintenissen in deze code hebben betrekking op de creatie, realisatie en verspreiding van boodschappen en de uitwerking van acties die loterijspelen, sportwedenschappen en andere kansspelen bij een publiek van volwassen gebruikers bekendmaken, uitleggen en promoten.

Centraal in deze Code staat de bescherming van de speler. De bepalingen van de Code zijn nauw verbonden aan het verantwoord spelbeleid van de Nationale Loterij en is een wezenlijk deel van het kanaliseringbeleid waarin de Wet voorziet. Daarnaast legt de Nationale Loterij zichzelf ook spellimieten op, voert ze systematische controles uit in de verkooppunten (mystery shopping) en streeft ze er voortdurend naar om verantwoorde spelen op de markt te brengen. Ter toepassing van het recentste wetenschappelijk onderzoek voorziet de Code in een gedifferentieerde benadering van loterijspelen en kansspelen wegens het verschillend verslavingsrisico waaraan de speler mogelijks wordt blootgesteld bij het ene of het andere soort spel.

La Loterie Nationale est en faveur de la promotion active d'un jeu à faible risque de dépendance n'encourageant pas les conduites de jeu excessif : celle-ci devrait être centrale dans une politique de jeu sur le marché des jeux de hasard.

De Nationale Loterij is voorstander van actieve promotie van spelen met een laag verslavingsrisico, die niet aanzetten tot buitensporig gokgedrag. Dit soort beleid zou centraal moeten staan in een kansspelbeleid.

Het risico op verslaving aan een spel is afhankelijk van een aantal parameters zoals:

- de mate waarin het spelresultaat al dan niet onmiddellijk gekend is;
- de aan- of afwezigheid van sociale controle;
- de aan- of afwezigheid van andere spelers (mogelijke groepsdruk);
- de ingezette bedragen;
- de frequentie van het evenement, de repetitiviteit van een spel;
- de veronderstelde "behendigheidseisen" gesteld aan de speler;
- het uitbetalingspercentage;
- het fenomeen van de bijna bereikte winst;
- de illusie van controle;
- de uitbetalingswijze (fiches, baar geld);

- informatie betreffende de verstreken speltijd, de bestede bedragen, de winstkans;
- ...

De Nationale Loterij zal consequent rekening houden met deze parameters in het kader van de promotie die ze voor haar producten voert.

Om die redenen is de Nationale Loterij zeer voorzichtig met het aanbod van kansspelen en ziet ze bewust af van het aanbieden van online casinospelen.

Wat de gokverslaving betreft, kan het kansspelaanbod opgedeeld worden in verschillende categorieën, afhankelijk van deze parameters. Aan het ene uiterste bevindt zich het aanbod aan trekkingspelen in de detailhandel gaande over de sportwedenschappen tot het andere uiterste, waar zich de online casinospelen bevinden.

De Nationale Loterij draagt er zorg voor haar reclamestrategie aan te passen aan de kenmerken van elk spel en zal zo gewenst dat spel uit het aanbod halen.

2. DE BASISREGELS

Elke vorm van marketingcommunicatie moet zich houden aan de wetgeving en de zelfregulerende codes en regels die de marketingactiviteit in het algemeen regelen¹.

Bovendien verbindt de Nationale Loterij zich ertoe de gedragscode van de Direct Marketing en de Direct e-mail Marketing sectoren na te leven. Zo moet voorafgaand toestemming gevraagd worden aan de geadresseerden bij een Direct e-mail Marketing- campagne. Deze verplichting geldt enkel voor elektronische communicatie..

De Nationale Loterij verbindt zich ertoe om de nodige middelen in te zetten teneinde een beveiligde omgeving te garanderen bij gebruik van de diensten van de informatiemaatschappij (internet, mobilfoon, interactieve televisie, enz.).

De Nationale Loterij verbindt zich ertoe de sportsponsoringsregels van European Lotteries² na te leven om belangenconflicten te voorkomen in het kader van een specifieke relatie met een sportclub. Wat sportsponsoringscontracten betreft, onthoudt de Nationale Loterij zich ervan tussen te komen in beslissingen/sportverbanden of andere beslissingen die van invloed kunnen zijn op een sportresultaat. De Nationale Loterij neemt alle maatregelen die nodig zijn om de strijd aan te binden tegen manipulatie van sportevenementen en verbindt zich ertoe alle onregelmatigheden waarvan ze kennis heeft te melden aan de Kansspelcommissie.

¹ Zie met name: "Advertising and Marketing Communication Practice, Consolidated ICC Code" van de Internationale Kamer van Koophandel (ICC) www.iccwbo.org.

² Zie de website : <https://www.european-lotteries.org/el-code-conduct#Declaration>

3. ALGEMENE BEPALINGEN

Reclame en promotie worden ingezet om het wettelijk aanbod van loterijspelen, sportwedenschappen en andere kansspelen bekend te maken bij een breed publiek. De Nationale Loterij moet ervoor zorgen dat de spelers die willen spelen dit binnen een wettelijk en eerlijk circuit kunnen doen.

Reclame voor loterijspelen, sportwedenschappen en andere kansspelen is gebaseerd op een verantwoord spelbeleid, dat spelers informeert, buitensporige speelzucht voorkomt en minderjarigen beschermt.

- De reclame moet in overeenstemming zijn met de wetgeving (o.m. consumentenbescherming, bescherming van de persoonlijke levenssfeer, enz.);
- De reclame moet ethisch en sociaal verantwoord zijn;
- De reclame mag niet denigrerend zijn;
- De reclame moet voldoende en juiste informatie overbrengen, zodat de consumenten hun keuze met kennis van zaken kunnen maken;
- De reclame mag zich niet richten tot kwetsbare groepen;
- De reclame voor (sport)wedenschappen moet de integriteit van de sport respecteren;
- De reclame voor (sport)wedenschappen overbrengen, zodat de consumenten hun keuze met kennis van zaken kunnen maken.

De Nationale Loterij verschaft speelplezier door ontspannende spelen aan te bieden. Plezier, ontspanning en dromen zijn de fundamentele waarden die in elk van de door de Nationale Loterij verdeelde spelen terug te vinden zijn. De waarden van de Nationale Loterij moeten ook weerspiegeld worden in haar sociaal engagement.

De Nationale Loterij verbindt zich ertoe om in haar commerciële communicatie ten aanzien van de spelers een strikte scheiding aan te brengen tussen haar loterijactiviteiten enerzijds en haar wedenschappenactiviteiten anderzijds en, in voorkomend geval de kansspelen zoals bedoeld in het derde deel van de code.

Ter uitvoering van haar kanaliseringplicht verbindt de Nationale Loterij zich ertoe ervoor te zorgen dat haar commerciële communicatie er altijd op gericht is de consumenten toe te leiden tot spelen die, volgens de huidige stand van de kennis, een laag verslavingsrisico vertegenwoordigen.

4. DE WAARDEN

De Nationale Loterij verbindt zich ertoe in al haar communicatie-, reclame- en promotieactiviteiten de volgende 3 waarden te respecteren:

WAARDE 1

Respect voor het individu, voor de sport en voor de gangbare morele waarden die door de meerderheid van het publiek aanvaard worden.

WAARDE 2

Armoede en ellende, tegenspoed, elke vorm van segregatie, vreemdelingenhaat, discriminatie en uitsluiting zullen niet getoond of gesuggereerd worden.

WAARDE 3

De positieve waarden die door de producten van de Nationale Loterij worden overgebracht en de positionering van haar merken: Dromen, suspense, ontspanning, toegankelijkheid en spelplezier.

5. BEPALINGEN VOOR DE LOTERIJSPELEN

ARTIKEL I.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen de integriteit en de geloofwaardigheid van de Nationale Loterij niet in diskrediet brengen.

ARTIKEL II.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen de winstkansen niet overdrijven.

ARTIKEL III.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

ARTIKEL IV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen gegevens over winst of winstkansen vermelden die niet gecontroleerd kunnen worden en die niet in overeenstemming zijn met het lotenplan van het spel in kwestie.

ARTIKEL V.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat al of niet winnen afhankelijk zou zijn van andere factoren dan toeval, noch dat kennis van het spel de mogelijkheid zou bieden het spel te beïnvloeden.

ARTIKEL VI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen personen die loterijspelen kopen niet ophemelen, noch kritiek uitoefenen op degenen die niet spelen. Op het gedrag van de speler en de niet-speler mag geen invloed uitgeoefend worden die van aard is bij de niet-speler een gevoel van uitsluiting in de hand te werken.

ARTIKEL VII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat alle deelnemers grote bedragen zullen winnen.

ARTIKEL VIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een oplossing biedt voor financiële en persoonlijke problemen.

ARTIKEL IX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een alternatief vormt voor werken en sparen.

ARTIKEL X.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat spelen een manier is om facturen en schulden te betalen.

ARTIKEL XI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen het spelen niet in die mate aanmoedigen dat het de beroepsituatie of familiale en sociale relaties van de consumenten in gevaar zou kunnen brengen.

ARTIKEL XII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen discriminatie op basis van etnische kenmerken, nationaliteit, godsdienst, geslacht of leeftijd uitdragen, in welke vorm dan ook.

ARTIKEL XIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet inspelen op de kwetsbaarheid van personen met financiële moeilijkheden of munt slaan uit hun financiële moeilijkheden.

ARTIKEL XIV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen minderjarigen niet aanzetten tot spelen of laten uitschijnen dat minderjarigen mogen spelen, en zich niet richten tot minderjarigen of in reclame personen opvoeren die minderjarig zijn of lijken te zijn en die deelnemen aan een loterijspel.

ARTIKEL XV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet verschijnen in media of reclamedragers waarvan geweten is dat ze zich uitsluitend richten tot minderjarigen.

ARTIKEL XVI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen promotie maken voor leningen die kunnen worden aangegaan met de bedoeling te spelen noch zich aansluiten bij reclameboodschappen voor dergelijke leningen.

ARTIKEL XVII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen het volgende niet opvoeren of in beeld brengen:

- *situaties waarin personen deelnemen aan een loterijspel en tegelijk alcoholische dranken en/of tabak gebruiken;*
- *verboden vormen van spelen, wedenschappen, loterijen of wedstrijden;*
- *inhoud met een gewelddadig karakter of die aanzet tot geweld, thema's met vernederende seksuele connotatie of illegale gedragingen.*

ARTIKEL XVIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen geen identiteit, adres en andere gegevens over de spelers en hun familie verspreiden (met inbegrip van hun foto's of andere visuele opnamen), zonder de schriftelijke toestemming van de betrokken winnaars. Het voorwerp van hun toestemming moet nauwkeurig vermeld staan in de geschreven overeenkomst die vooraf zal zijn gegeven en de winnaars moeten de mogelijkheid hebben hun toestemming in te trekken. Het intrekken van een dergelijke toestemming moet gerespecteerd worden, voor zover dit redelijkerwijs mogelijk is.

ARTIKEL XIX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat deelnemen aan loterijspelen die goede doelen ondersteunen een alternatief is voor privégiften aan deze goede doelen, omdat beide elkaar aanvullen.

ARTIKEL XX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor loterijspelen van de Nationale Loterij mogen niet aan de spelers worden toegestuurd wanneer ze bij inschrijving hiertoe niet expliciet hun toestemming hebben gegeven.

6. BEPALINGEN VOOR DE SPORTWEDDENSCHAPPEN

ARTIKEL I.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen de integriteit en de geloofwaardigheid van de Nationale Loterij niet in diskrediet brengen.

ARTIKEL II.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen de winstkansen niet overdrijven.

ARTIKEL III.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

ARTIKEL IV.

De reclame, mededelingen of promotieacties betreffende de sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen geen melding maken van gegevens betreffende de winsten of de winstkansen die niet realistisch zijn en die niet overeenstemmen met de regels van het betrokken spel.

ARTIKEL V.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat al of niet winnen afhankelijk zou zijn van andere factoren dan toeval, noch dat kennis van het spel de mogelijkheid zou bieden het spel te beïnvloeden.

ARTIKEL VI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen personen ophemelen die deelnemen aan sportweddenschappen, noch kritiek uitoefenen op degenen die er niet aan deelnemen. Op het gedrag van de speler en de niet-speler mag geen invloed uitgeoefend worden die van aard is bij de niet-speler een gevoel van uitsluiting in de hand te werken.

ARTIKEL VII

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat alle deelnemers grote bedragen zullen winnen.

ARTIKEL VIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportweddenschappen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een oplossing biedt voor financiële en persoonlijke problemen.

ARTIKEL IX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een alternatief vormt voor werken en sparen.

ARTIKEL X.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat spelen een manier is om facturen en schulden te betalen.

ARTIKEL XI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen het spelen niet in die mate aanmoedigen dat het de beroepssituatie of familiale en sociale relaties van de consumenten in gevaar zou kunnen brengen.

ARTIKEL XII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen discriminatie op basis van etnische kenmerken, nationaliteit, godsdienst, geslacht of leeftijd uitdragen, in welke vorm dan ook.

ARTIKEL XIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet inspelen op de kwetsbaarheid van personen met financiële moeilijkheden of munt slaan uit hun financiële moeilijkheden.

ARTIKEL XIV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen minderjarigen niet aanzetten tot spelen of laten uitschijnen dat minderjarigen mogen spelen, en zich niet richten tot minderjarigen of in reclame personen opvoeren die minderjarig zijn of lijken te zijn en die deelnemen aan een sportwedenschap.

ARTIKEL XV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet verschijnen in media of reamedragers waarvan geweten is dat ze zich uitsluitend richten tot minderjarigen.

ARTIKEL XVI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen promotie maken voor leningen die kunnen worden aangegaan met de bedoeling te spelen noch zich aansluiten bij reclameboodschappen voor dergelijke leningen.

ARTIKEL XVII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen het volgende niet opvoeren of in beeld brengen:

- *situaties waarin personen deelnemen aan een sportwedenschap en tegelijk alcoholische dranken en/of tabak gebruiken;*
- *verboden vormen van spelen, wedenschappen, loterijen of wedstrijden;*
- *inhoud met een gewelddadig karakter of die aanzet tot geweld, thema's met vernederende seksuele connotatie of illegale gedragingen.*

ARTIKEL XVIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen identiteit, adres en andere gegevens over de spelers en hun familie verspreiden (met inbegrip van hun foto's of andere visuele opnamen), zonder de schriftelijke toestemming van de betrokken winnaars.

Het voorwerp van hun toestemming moet nauwkeurig vermeld staan in de geschreven overeenkomst die vooraf zal zijn gegeven en de winnaars moeten de mogelijkheid hebben hun toestemming in te trekken. Het intrekken van een dergelijke toestemming moet gerespecteerd worden, voor zover dit redelijkerwijs mogelijk is.

ARTIKEL XIX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat deelnemen aan sportwedenschappen die goede doelen ondersteunen een alternatief is voor privégiften aan deze goede doelen, omdat beide elkaar aanvullen.

ARTIKEL XX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet aan de spelers worden toegestuurd indien ze bij inschrijving hiertoe niet expliciet hun toestemming hebben gegeven.

ARTIKEL XXI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen minderjarigen er niet toe aanzetten hun ouders of andere personen te overhalen om deel te nemen aan de wedenschappen of aan het kansspel waarvoor reclame wordt gemaakt.

ARTIKEL XXII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen sportlui of sportclubs vertonen die deelnemen aan wedenschappen of kansspelen.

ARTIKEL XXIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen gebruik maken van de beelden, logo's, portretten, aanwijzingen of vermeldingen m.b.t. de evenementen waarop gewed wordt zonder toestemming van de rechthebbenden.

ARTIKEL XXIV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet worden uitgezonden in een tijdspanne van 15 minuten voor en 15 minuten na een televisie-uitzending die zich hoofdzakelijk tot een minderjarig publiek richt.

ARTIKEL XXV

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet voor 20 uur worden uitgezonden via lineaire audiovisuele mediadiensten. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen tijdens, net voor en net na sportwedstrijden vormen een uitzondering op deze regel tenzij het gaat om wedstrijden waaraan alleen minderjarigen deelnemen.

ARTIKEL XXVI.

In reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen mag geen gebruik gemaakt worden van tekeningen of marketingtechnieken die verwijzen naar personages die bijzonder populair of in de mode zijn bij minderjarigen en evenmin tekeningen of marketingtechnieken die beelden of uitingen bevatten die essentieel zijn in de minderjarigencultuur.

ARTIKEL XXVII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen gratis speldeelnames in enigerlei vorm aanbieden, behalve indien er geen spelherhaling wordt geëist alvorens er vrij over beschikt kan worden. De gebruiksvoorwaarden ervan moeten transparant zijn voor de speler.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen bonussen aanbieden behalve indien er geen spelherhaling wordt geëist alvorens er vrij over beschikt kan worden. In dit geval moeten de gebruiksvoorwaarden ervan transparant zijn voor de speler en mag het bedrag van de bonus die op de spelersrekening wordt gecrediteerd, niet hoger zijn dan 10 euro.

ARTIKEL XXVIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen niet in de mogelijkheid voorzien rechtstreeks (zonder voorafgaande registratie), vertrekkend vanuit een elektronische aankondiging (banner op een website, in-app reclame) aan weddenschappen en/of kansspelen deel te nemen of rechtstreeks speelcredits aan te kopen.

ARTIKEL XXIX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedenschappen van de Nationale Loterij mogen geen belemmering vormen voor de speler om gemakkelijk toegang te krijgen tot de algemene voorwaarden van de site en tot de bepalingen op het vlak van verantwoord spel ("one mouse click away").

7. BEPALINGEN VOOR DE KANSSPELEN

Reclame, communicatie of elke andere promotieactiviteit voor kansspelen zoals met name casinospelen en poker is verboden elders dan op de vergunde website zelf waarop de kansspelen effectief uitgebaat.

ARTIKEL I.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen de integriteit en de geloofwaardigheid van de Nationale Loterij niet in diskrediet brengen.

ARTIKEL II.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen de winstkansen niet overdrijven.

ARTIKEL III.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

ARTIKEL IV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen gegevens over winst of winstkansen vermelden die niet gecontroleerd kunnen worden en die niet in overeenstemming zijn met het lotenplan van het spel in kwestie.

ARTIKEL V.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat al of niet winnen afhankelijk zou zijn van andere factoren dan toeval, noch dat kennis van het spel de mogelijkheid zou bieden het spel te beïnvloeden.

ARTIKEL VI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen personen die kansspelen kopen niet ophemelen, noch kritiek uitoefenen op degenen die niet spelen. Op het gedrag van de speler en de niet-speler mag geen invloed uitgeoefend worden die van aard is bij de niet-speler een gevoel van uitsluiting in de hand te werken.

ARTIKEL VII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat alle deelnemers grote bedragen zullen winnen.

ARTIKEL VIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een oplossing biedt voor financiële en persoonlijke problemen.

ARTIKEL IX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat het spel een alternatief vormt voor werken en sparen.

ARTIKEL X.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet suggereren dat spelen een manier is om facturen en schulden te betalen.

ARTIKEL XI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen het spelen niet in die mate aanmoedigen dat het de beroepssituatie of familiale en sociale relaties van de consumenten in gevaar zou kunnen brengen.

ARTIKEL XII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen discriminatie op basis van etnische kenmerken, nationaliteit, godsdienst, geslacht of leeftijd uitdragen, in welke vorm dan ook.

ARTIKEL XIII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet inspelen op de kwetsbaarheid van personen met financiële moeilijkheden of munt slaan uit hun financiële moeilijkheden.

ARTIKEL XIV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen minderjarigen niet aanzetten tot spelen of laten uitschijnen dat minderjarigen mogen spelen, en zich niet richten tot minderjarigen of in reclame personen opvoeren die minderjarig zijn of lijken te zijn en die deelnemen aan een kansspel.

ARTIKEL XV.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet verschijnen in media of reclaimedragers waarvan geweten is dat ze zich uitsluitend richten tot minderjarigen.

ARTIKEL XVI

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor sportwedstrijden van de Nationale Loterij mogen geen promotie maken voor leningen die kunnen worden aangegaan met de bedoeling te spelen noch zich aansluiten bij reclameboodschappen voor dergelijke leningen.

ARTIKEL XVII

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen het volgende niet opvoeren of in beeld brengen:

- situaties waarin personen deelnemen aan een loterijspel en tegelijk alcoholische dranken en/of tabak gebruiken;
- verboden vormen van spelen, weddenschappen, loterijen of wedstrijden;
- inhoud met een gewelddadig karakter of die aanzet tot geweld, thema's met vernederende seksuele connotatie of illegale gedragingen.

ARTIKEL XVIII

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen identiteit, adres en andere gegevens over de spelers en hun familie verspreiden (met inbegrip van hun foto's of andere visuele opnamen), zonder de schriftelijke toestemming van de betrokken winnaars. Het voorwerp van hun toestemming moet nauwkeurig vermeld staan in de geschreven overeenkomst die vooraf zal zijn gegeven en de winnaars moeten de mogelijkheid hebben hun toestemming in te trekken. Het intrekken van een dergelijke toestemming moet gerespecteerd worden, voor zover dit redelijkerwijs mogelijk is.

ARTIKEL XIX.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet de indruk wekken dat deelnemen aan kansspelen die goede doelen ondersteunen een alternatief is voor privégiften aan deze goede doelen, omdat beide elkaar aanvullen.

ARTIKEL XX

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen waardebond in enigerlei vorm voor deelname aan een spel aanbieden, behalve indien er geen spelherhaling wordt geëist alvorens er vrij te kunnen over beschikken. De gebruiksvoorwaarden ervan moeten transparant zijn voor de speler.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen bonussen aanbieden behalve indien er geen spelherhaling wordt geëist alvorens er vrij te kunnen over beschikken. In dit geval moeten de gebruiksvoorwaarden ervan transparant zijn voor de speler en mag het bedrag van de bonus die op de spelersrekening wordt gecrediteerd, niet hoger zijn dan 10 euro.

ARTIKEL XXI.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen niet in de mogelijkheid voorzien rechtstreeks (zonder voorafgaande registratie), vertrekkend vanuit een elektronische aankondiging (banner op een website, in-app reclame) aan weddenschappen en/of kansspelen deel te nemen of rechtstreeks speelcredits aan te kopen.

ARTIKEL XXII.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen van de Nationale Loterij mogen geen belemmering vormen voor de speler om gemakkelijk toegang te krijgen tot de algemene voorwaarden van de site en tot de bepalingen op het vlak van verantwoord spel ("one mouse click away").

8. TOEPASSINGSVELD

Deze Code is van toepassing:

Intern :

- op alle werknemers van de Nationale Loterij die betrokken zijn bij de uitwerking van een ontwerp van reclame- en/of promotieactie;

Extern:

- op alle dienstverleners die van de Nationale Loterij de opdracht hebben gekregen om reclame- en/of promotieboodschappen en -activiteiten uit te denken, te ontwikkelen en te realiseren (in de eerste plaats de reclamebureaus, promotiebureaus, productiehuisen) en om acties in en buiten de media uit te denken en de overeenkomstige reclameruimte te kopen (met name de mediabureaus en reclameregies);
- op alle begunstigden van sponsoring- en subsidiecontracten, alsook op hun leveranciers van goederen en diensten.

De Nationale Loterij behoudt zich het recht voor om bij het afsluiten van sponsorover-eenkomsten een clausule op te nemen met betrekking tot het naleven van deze Code voor ethische en verantwoorde reclame. De Nationale Loterij kan dan onmiddellijk elke overeenkomst waarin de tegenpartij deze Code niet naleeft, verbreken.

Ook aan de begunstigden van subsidies van de Nationale Loterij zal worden gevraagd om onderhavige Code voor ethische en verantwoorde reclame na te leven.

De Nationale Loterij verbindt zich ertoe om haar partners te informeren over de noodzaak deze Code na te leven.

9. DEFINITIES

LOTERIJSPELEN

Met loterij wordt bedoeld: alle aan het publiek aangeboden handelingen die een bepaalde winst kunnen opleveren die enkel bepaald wordt door het lot/het toeval. Een loterijspel is een geldspel dat prijzen uitdeelt aan een door het lot gekozen groep winnaars die een bepaalde begininzet hebben betaald.

TREKKINGSSPELEN

Een trekkingsspel is een loterij waarbij de loten toegekend worden op basis van de resultaten van een lottrekking.

KRASPELEN

Een kraspel is een loterij met biljetten waarvan de prijzen uitsluitend verdeeld worden op basis van de vermelding op het biljet en volgens een door het toeval vooraf bepaalde verspreiding zonder lottrekking. Die vermelding zit verborgen onder een af te krassen ondoorzichtige kraslaag.

LOTENPLAN

Met lotenplan wordt bedoeld: de voor elk spel vastgelegde winstverdeling.

SPORTWEDDENSCHAPPEN

Onder weddenschap of pronostiek wordt verstaan het voorspellen door een speler van een resultaat van een sportevenement.

KANSSPELEN

De kansspelen die zijn toegelaten in de kansspelinrichtingen van klasse I en II volgens de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen.

BONUS

Elk financieel voordeel dat door de operator aan de speler wordt toegekend om het spelaanbod aantrekkelijker te maken of hem er kennis mee te laten maken.

SPELVERSLAVING

Mensen kunnen een sterke verslaving aan geldspelen ontwikkelen, ook wel 'spelver-slaving' genoemd. De verslaafde kent dan een ziekelijke en oncontroleerbare drang om geld in te zetten. Kenmerken van verslaving zijn de onweerstaanbare behoefte om iets te doen of om een bepaalde stof tot zich te nemen, en de drang om de frequentie of dosis op te voeren om het effect te behouden of het gemis te vermijden (onbehagen, angst).



OMDAT SPELEN LEUK MOET BLIJVEN
KEN UW LIMIETEN

Nationale Loterij nv van publiek recht
Belliardstraat 25 - 33 - 1040 Brussel
T. +32 2 238 45 11 - F. +32 2 238 46 70

www.nationale-loterij.be
www.ken-uw-limieten.be
www.lotto.be
www.euromillions.be

V.U., J. Haek, Belliardstraat 25-33, 1040 Brussel.