

Implementatienota – Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken (“Alcoholconvenant”) (v. 9 oktober 2024)

Toepassing van de bepalingen inzake het verbod op bepaalde reclames binnen een perimeter van 150 m rond scholen voortvloeiend uit de zelfregulering (Alcoholconvenant) voor het (Digital) Out of Home ((D)OOH) medium.

1. Definitie van de betrokken onderwijsinstellingen

1.1. Referentiebron – Referentielijst

Om een uniforme en objectieve toepassing te garanderen, hanteren we **één unieke referentiebron**: de lijst van de onderwijsinstellingen die gepubliceerd wordt op de officiële website van **Eurostat**.

Alleen onderwijsinstellingen in strikte zin worden in aanmerking genomen, namelijk kleuter-, lager en secundair onderwijs (lager secundair en hoger secundair), waarvan het doelpubliek voornamelijk bestaat uit kinderen jonger dan 18 jaar.

De onderwijsinstellingen van de Eurostat-niveaus 4 tot 8, overeenkomend met onderwijsinstellingen van hoger onderwijs, worden uitgesloten van het toepassingsgebied.

De Eurostat-lijst is beschikbaar via:

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/gisco/geodata/basic-services#Education>

De (D)OOH mediaregies (hierna tevens genoemd “Association d’Exploitants d’Affichage “of nog “AEA”) hebben drie acties ondernomen om de kwaliteit en betrouwbaarheid van deze Eurostat-lijst verder te verbeteren:

1. Het verwijderen van instellingen die niet binnen het toepassingsgebied vallen: met name de niveaus 4 tot 8 (hoger onderwijs) en instellingen die niet tot onderwijs in strikte zin behoren.
2. Dupliceren van scholen met meerdere adressen of officiële nummers.
3. Het systematisch opnieuw geocoderen van alle adressen in de lijst verkregen in stap 2.

De aldus verkregen lijst wordt de “**Referentielijst**” genoemd. Deze vormt de basis voor het berekenen van uitsluitingen en maakt integraal deel uit van deze nota.

2. Methodologie voor uitsluitingsberekeningen

2.1. 150m-radius – referentiepunt

De afstandsberoeeningen worden uitgevoerd volgens een uniforme, gestandaardiseerde en niet-discriminerende methode, gebaseerd op een vaste perimeter.

De afstandsberoeening gebeurt op basis van **een straal van 150 meter in vogelvlucht**, gemeten vanaf de adressen van elke onderwijsinstelling die in de Referentielijst voorkomt.

De meting gebeurt op basis van geografische coördinaten afkomstig van **Google Maps**.

3. Actualisatie van gegevens en uitgesloten reclamedragers

3.1. Update van de inventaris uitgesloten OOH- reclamedragers

De (D)OOH mediaregies engageren zich om de lijst van uitgesloten reclamedragers voortdurend up-to-date te houden, met name in geval van:

- wijzigingen of verplaatsingen van bestaande reclamedragers,
- toevoeging van nieuwe reclamedragers door middel van openbare aanbestedingen of netwerkuitbreidingen,
- identificatie — op basis van een JEP-beslissing of elke andere melding die steunt op objectief verifieerbare elementen — van reclamedragers die aanvankelijk niet uitgesloten waren, maar niet-conform blijken met de zelfregulering.

3.2. Update van de lijst van onderwijsinstellingen

Evoluties met betrekking tot scholen (verhuizingen, nieuwe scholen, sluitingen) worden twee keer per jaar gecontroleerd:

- één keer in januari,
- één keer in juli,

op basis van de op dat moment geldende Eurostat-bron.

Deze frequentie wordt proportioneel geacht, aangezien de meeste evoluties plaatsvinden tijdens schoolvakanties.

3.3. Delen van de lijsten met uitgesloten reclamedragers

In het kader van transparantie engageren de (D)OOH mediaregies zich om de lijst met uitgesloten reclamedragers beschikbaar te stellen. Dit betreft alle reclamedragers die zich binnen een straal van 150 meter bevinden van de adressen van de onderwijsinstellingen die in de referentielijst staan.

Deze lijst vermeldt minimaal de interne code van de reclamedrager en de bijbehorende geografische coördinaten.

4. Toepassingsgebied

Voor de toepassing van het verbod op bepaalde reclames binnen een perimeter van 150 m rond scholen worden volgende reclamedragers in aanmerking genomen:

Alle niet-zaakgebonden immobiele/vaste reclamedragers zoals reclameborden, reclametotems, affiches, reclamezuilen of dragers in bushokjes die zich op het publiek domein in een buitenomgeving bevinden.

Zijn uitdrukkelijk uitgesloten uit het toepassingsgebied van het verbod op bepaalde reclames binnen een perimeter van 150 m rond scholen:

- Zaakgebonden reclame (hieronder wordt verstaan: reclame die rechtstreeks verbonden is aan de handelszaak of onderneming op die locatie en betrekking heeft op de eigen activiteiten, producten of diensten van die zaak, aangebracht aan of bij de zaak zelf);
- Reclamedragers op voertuigen tenzij die onmiskenbaar op die locatie geplaatst zijn met de bedoeling om daar reclame te maken;
- Reclamedragers op private terreinen/private gebouwen, behalve wanneer deze zichtbaar zijn vanaf de openbare weg én geplaatst werden op initiatief van een onderneming of professionele verkoper;
- Reclame op indoor-displays (zoals in winkelcentra, luchthavens, stations, sportinfrastructuur).

5. Voorafgaande informatie en verantwoordelijkheid van de adverteerder

Het is de verantwoordelijkheid van de adverteerder om, hetzij rechtstreeks, hetzij via het agentschap of via zijn gemandateerde aankopers, bij de campagneaanvraag aan de (D)OOH mediaregies duidelijk en expliciet te vermelden of de te verspreiden reclame onderworpen is aan het verbod. In geval van twijfel, of wanneer de bepalingen van de zelfregulering geen ondubbelzinnige conclusie toelaten, dient de adverteerder vooraf advies te vragen bij de beroepsverenigingen die hem vertegenwoordigen en/of bij de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP), vóór enige verspreiding van de campagne.

Niettegenstaande de bepalingen van bovenstaande alinea verbinden alle partijen die betrokken zijn bij de uitvoering van de campagnes (adverteerders, agentschappen, (D)OOH mediaregies, retailers, programmatic DOOH platformen, enz.) zich ertoe om, elk op hun niveau en binnen de grenzen van wat redelijkerwijze van hen kan worden verwacht, alle redelijke en passende inspanningen te leveren om de naleving van het verbod op bepaalde reclame binnen de perimeter rond scholen te bevorderen.

Deze inspanningen kunnen onder meer bestaan uit het gebruik van een tool voor conformiteitscontrole (hyperlink naar een model van conformiteitschecklist, waarvan het gebruik sterk wordt aanbevolen als “good practice”) en/of het opnemen van duidelijke contractuele bepalingen in de samenwerkingsovereenkomsten, waarin de verdeling van de verantwoordelijkheden tussen de betrokken partijen wordt vastgelegd.

6. Transparantie, opvolging en continue verbetering

De (D)OOH mediaregies engageren zich om de noodzakelijke bewijsstukken te bewaren die toelaten de toepassing van de zelfreguleringsregels aan te tonen, binnen de grenzen van de gegevens die effectief onder hun controle vallen.

Een contactpunt is voorzien om elke interpretatie- of implementatiemoeilijkheid te melden:

- Bauer Media Outdoor Belgium — bauermediaoutdoor.be
- JCDecaux — jcdecaux-belux.com
- Belgian Posters — belgianposters.be

In geval van moeilijkheden of een vastgesteld incident engageren de (D)OOH mediaregies zich om de situatie zo spoedig mogelijk te onderzoeken en te behandelen, overeenkomstig hun toepasselijke algemene verkoopvoorwaarden en binnen het kader van een middelenverbintenis.