

Reclamecode nu ook voor social media

11-12-2013 08:56

Noodzaak

De afgelopen maanden was er een levendige discussie over de noodzaak tot een Reclamecode Social Media. Dat reclame herkenbaar moet zijn staat immers al in artikel 11 van de Nederlandse Reclame Code. Diana Janssen, directeur DDMA zegt hierop: "Voor juristen zijn de regels misschien gesneden koek, maar de consument en onze marketeers weten vaak niet wat dit concreet voor hen betekent. We zien met enige regelmaat voorbeelden van blogs, posts of tweets die niet aan de algemene regels voldoen. Mensen worden beloofd om een bericht door te plaatsen. Dit is reclame en dus moet je dat aan je lezers duidelijk maken." Diverse stakeholders, waaronder brancheverenigingen als BVA en Thuiswinkel.org, zijn betrokken geweest bij de totstandkoming van de nieuwe regels. Janssen: "Samen met de adverteerders en de e-commerce sector zetten we een standaard voor verantwoorde reclame op social media."

Misleiding aangepakt

In de Code staat onder meer dat indien een adverteerder iemand voordeel biedt voor het verspreiden van reclame via social media én dit voordeel de geloofwaardigheid van de betreffende uiting beïnvloedt, de relatie tussen de adverteerder en de consument die de uiting verspreid duidelijk moet zijn. Dit betekent dat wanneer bijvoorbeeld een consument of een BN'er een vergoeding (in euro's of in natura) krijgt om een nieuw product te reviewen, hij dit moet melden. Bijvoorbeeld door te zeggen 'ik kreeg deze tablet gratis om hem te testen'. Daarnaast zegt de Code dat een adverteerder uitingen op eigen (social) media niet dusdanig mag wijzigen zodat er een misleidend beeld ontstaat. "Een adverteerder mag op een eigen forum niet zomaar alle negatieve reacties verwijderen, dat is misleidend", aldus Janssen.

Inwerkingtreding

De Code wordt onderdeel van de Nederlandse Reclame Code waardoor hij bindend is voor alle adverteerders. Indien een adverteerder de regels niet naleeft, kan een klacht worden ingediend bij de Reclame Code Commissie. De Code treedt 1 januari 2014 in werking.