

Geachte heer, mevrouw,

Wij hebben begrepen dat volgende week een voorstel tot wijziging van de Afvalstoffenverordening Rotterdam 2009 in (een commissie van) de Gemeenteraad wordt besproken.

Omdat dit voorstel raakt aan een onderwerp (verspreiding van reclaimedrukwerk) dat ook reeds is geregeld door zelfregulering via de Stichting Reclame Code (SRC), breng ik u mede namens Otto van der Harst, directeur SRC, bijgaande reactie onder de aandacht.

Met vriendelijke groet,



Fiona Vening

Compliance, Copy Advies en Training

**Volg Stichting Reclame Code ook op
[LinkedIn](#), [Twitter](#) en [Facebook](#)**

Buitenveldertselaan 106 | 1081 AB Amsterdam

E compliance@reclamecode.nl

T 020 301 33 90 M 06 227 59 623

www.reclamecode.nl

www.checksrc.nl



Dit e-mail bericht, inclusief bijlage(n), kan vertrouwelijke informatie bevatten. Indien dit bericht niet voor u bestemd is, verzoeken wij u de inhoud daarvan op geen enkele wijze te gebruiken of te openbaren en direct contact met ons op te nemen. Stichting Reclame Code heeft bij het versturen van dit bericht de grootst mogelijke zorgvuldigheid in acht genomen. Desondanks dient u zelf de bijlage(n) te controleren op mogelijke virussen. Stichting Reclame Code aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor schade door of als gevolg van de informatie uit dit bericht.

Reactie n.a.v. voorstel wijziging Afvalstoffenverordening Rotterdam 2009

De Stichting Reclame Code (SRC) bevordert al meer dan 55 jaar dat er op verantwoorde wijze reclame wordt gemaakt en verspreid via zelfregulering. Zo is er de **Code Verspreiding Ongeadresseerd Reclamedrukwerk (Code VOR)** die consumenten de mogelijkheid biedt om een NEE/NEE- of NEE/JA-sticker op hun brievenbus te plakken om ongewenste ongeadresseerde folders en flyers of huis-aan-huisbladen tegen te gaan. Voor geadresseerde reclame is er de **Code voor het gebruik van Postfilter**, die consumenten de mogelijkheid biedt om via inschrijving in het Postfilter ongewenste geadresseerde reclame tegen te gaan. Deze codes hebben als doel consumenten zelf de keuze te geven over de ontvangst van reclame in hun brievenbus. Consumenten die van mening zijn dat een adverteerder/verspreider in strijd met deze codes heeft gehandeld, kunnen een melding doen bij de betreffende adverteerder/verspreider en als dit niet tot een bevredigende oplossing leidt, kan de zaak worden voorgelegd aan de **onafhankelijke Reclame Code Commissie**. De uitspraken van de Reclame Code Commissie worden in het kader van transparantie online gepubliceerd en worden in 97% van de gevallen waarin een overtreding is geconstateerd, opgevolgd.

De SRC is zich ervan bewust dat meerdere gemeentes in aanvulling op deze reclamecodes de afgelopen vier jaar een eigen regeling hebben geïntroduceerd voor ongeadresseerd reclamedrukwerk, die uitgaat van een opt-in regime (ofwel een Ja-sticker). Hoewel wij begrijpen dat individuele gemeentes de wens hebben om een eigen invulling te geven aan het regime voor de verspreiding van reclame, willen wij bij deze wijzen op het belang van **eenduidigheid en helderheid** voor zowel de consument in het algemeen en de bewoners uit de gemeente Rotterdam in het bijzonder, als voor adverteerders en verspreiders die de regels moeten naleven. Sinds verschillende gemeentes eigen regelingen zijn gaan invoeren, waarbij is gekozen voor definities die afwijken van de sinds jaar en dag bestaande reclamecodes, constateren wij een toename van vragen en zorgen over de ontvangst van ongewenste reclame in de brievenbus. Vanwege de verschillende definities, begrijpen zowel verspreiders als consumenten vaak niet goed meer wat nu wel en niet mag, welke van de bestaande regelingen precies van toepassing is, en waarom die regelingen verschillend zijn.

De SRC heeft begrepen dat de gemeente Rotterdam voornemens is de regeling met betrekking tot ongewenst reclamedrukwerk (opgenomen in de Afvalstoffenverordening Rotterdam 2009) aan te passen en daarbij te kiezen voor een nieuwe definitie van ongeadresseerd reclamedrukwerk, die afwijkt van de definitie uit de tevens toepasselijke reclamecode. Zoals geschetst is de Code VOR van toepassing op **ongeadresseerd** reclamedrukwerk: dit zijn dus folders en huis-aan-huisbladen zonder vermelding van een adres. Op het moment dat er wel een adres is vermeld, is het niet meer ongeadresseerd, en valt het buiten deze code. Dat wil echter niet zeggen dat **geadresseerd** reclamedrukwerk (waaronder ook de vermelding 'Aan de bewoners van dit adres' valt) onbeperkt mag worden verspreid. Ook hier gelden de nodige restricties. Elke consument kan zich gratis inschrijven bij het Postfilter, en op die manier aangeven geen geadresseerd reclamedrukwerk in zijn brievenbus te willen. Adverteerders zijn verplicht om op hun geadresseerde reclamedrukwerk consumenten te wijzen op het Postfilter. Als de gemeente Rotterdam echter in een regeling voor ongeadresseerde reclame een definitie wenst op te nemen die geen rekening

...voor verantwoorde reclame



houdt met de breed gedragen bestaande reclamecodes, zal dit in de praktijk mogelijk tot (nog meer) verwarring en onzekerheid leiden.

De SRC steunt het streven naar het op verantwoorde wijze verspreiden van reclame. Daarbij begrijpt de SRC dat het de bevoegdheid van de gemeenteraad is om tot wijzigingen van een verordening te komen en dat zelfregulering niet boven een gemeentelijke verordening staat. Zelfregulering is echter bij uitstek wel een middel om in aanvulling op nationale en lokale wet- en regelgeving verantwoorde reclame te bevorderen, een laagdrempelig loket te bieden aan consumenten en een gelijk speelveld voor adverteerders te creëren. In dat kader is eenduidigheid en het voorkomen van misverstanden bij zowel consument als verspreider in het belang van alle partijen. De SRC onderstreept dan ook het belang van heldere regels die rekening houden met bestaande reclamecodes en die op groot draagvlak kunnen rekenen bij de partijen die de regels moeten uitvoeren, zodat de consument effectief beschermd kan worden en het consumentenvertrouwen in reclame behouden kan worden.

Voor vragen kan contact worden opgenomen met Otto van der Harst (directeur) of Fiona Vening (compliance officer) van de Stichting Reclame Code via 020 – 301 33 97 of compliance@reclamecode.nl.