



# KINDEREN EN RECLAME: HET SAMENSPEL VAN WETGEVING EN ZELFREGULERING

*Valerie Verdoodt, Ingrid Lambrecht,  
Eva Lievens, Peggy Valcke*

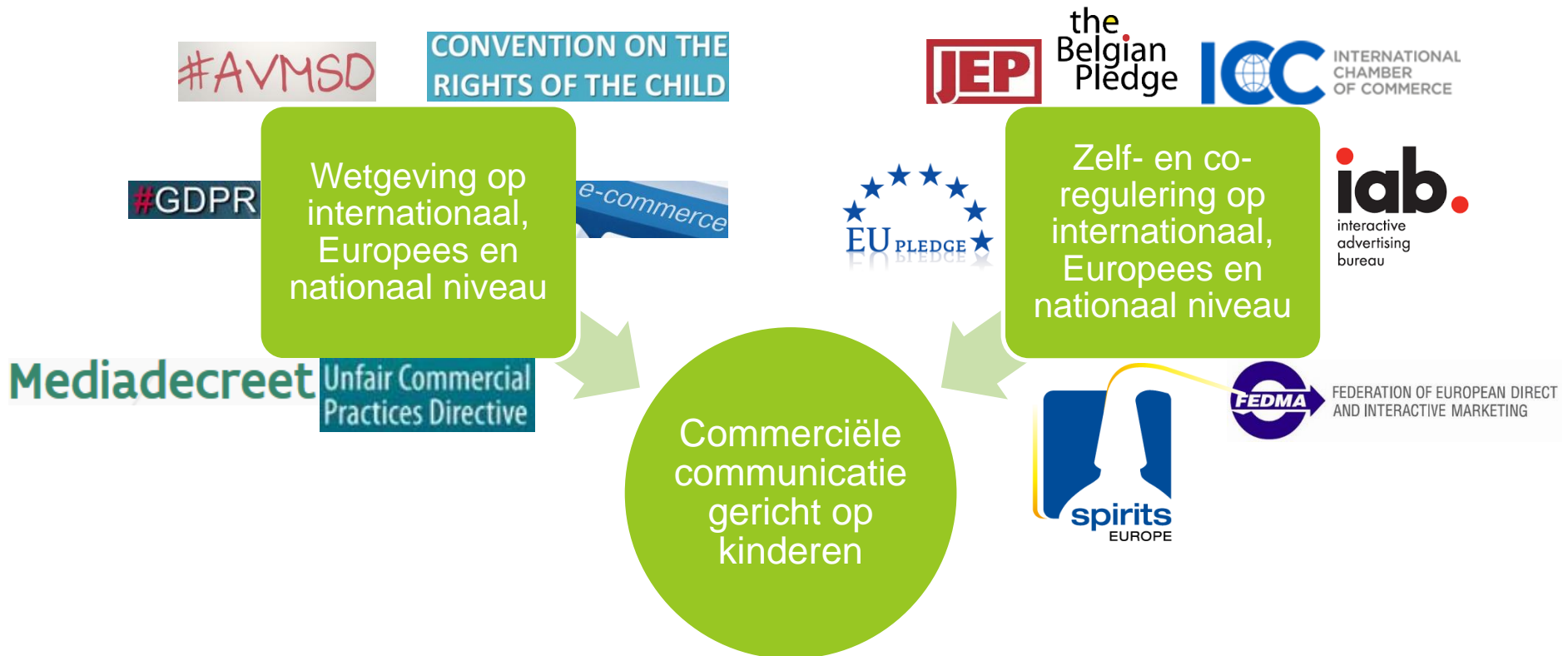


# HET SAMENSPEL VAN WETGEVING EN ZELFREGULERING

---

Mapping van het regelgevende kader inzake  
commerciële communicatie gericht op kinderen

# Commerciële communicatie en kinderen: het regelgevend kader




# Commerciële communicatie en kinderen: het regelgevend kader

## Belangrijke regels en verplichtingen voor adverteerders

→ *bv. herkenbaarheidsbeginsel, regels inzake inhoud, bescherming van persoonsgegevens, etc.*

## Verschillende regels voor verschillende formats

1. Alle reclameformats
2. Traditionele formats (televisie en on-demand)
3. Nieuwe formats (advergames, banners, social media, apps etc).
4. Gepersonaliseerde reclame (online behavioural ads)

Klachten (in BE): o.m. 

# Het samenspel van wetgeving en zelf- en co-regulering

Mapping and analysis of the current legal framework of commercial communication aimed at minors

A research report in the framework of the AdEJ SBO project

Mapping and analysis of the current self- and co-regulatory framework of commercial communication aimed at minors

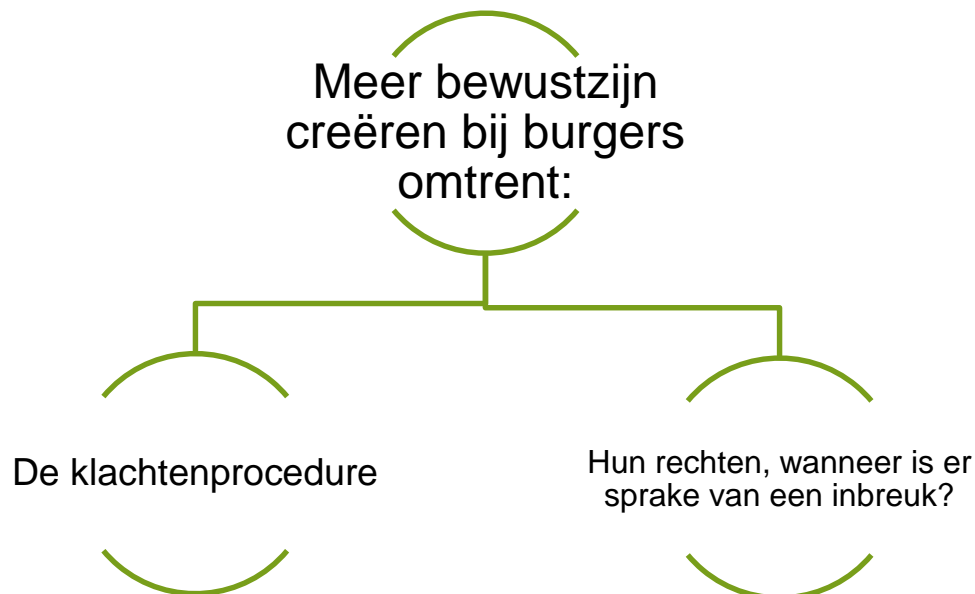
A research report in the framework of the O&O SBO project



## Conclusies obv de mapping:

1. Een uitgebreid regelgevend kader, maar dit betekent niet dat kinderen automatisch empowered of beschermd zijn!
  - Regels zijn vaak abstract en vaag geformuleerd (“herkenbaar”)
  - Onzekerheid wat betreft definities
2. Tot nu toe weinig zaken ivm nieuwe vormen van reclame en minderjarigen
  - Onzekere oorzaak
  - Resultaat: minder praktische richtlijnen voor adverteerders

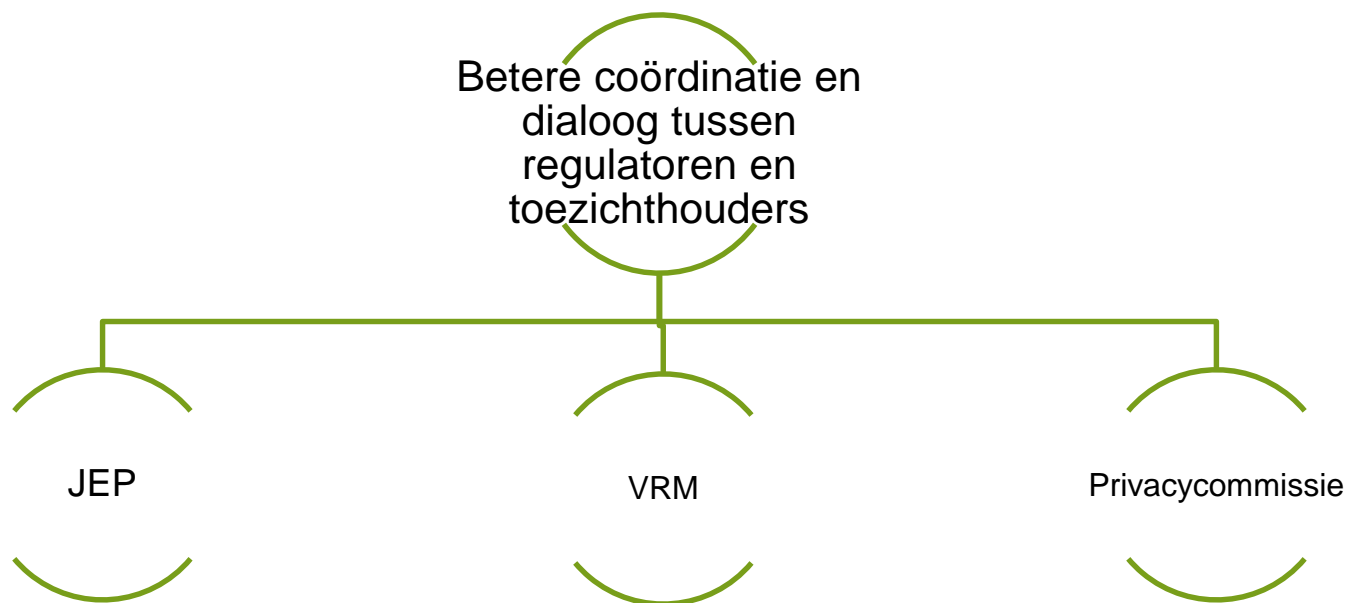
# Eerste aanbevelingen



Ontwikkeling van juridische vademecums voor

- ouders,
- kinderen,
- adverteerders

# Eerste aanbevelingen



- ✓ Meer concrete richtlijnen en gezamenlijke aanbevelingen voor adverteerders.
- ✓ Verduidelijking van de toepassing van de regels op nieuwe reclameformats.

# Eerste aanbevelingen

Meer empirisch onderzoek nodig naar het effect van reclamecues op minderjarigen om eventuele aanbevelingen te kunnen doen ivm opname in wetgevend en/of zelfregulerend kader


- ✓ Empirisch onderzoek naar effect/techniek/vormgeving
- ✓ Onderzoek naar de mogelijke implementatie in het regelgevend kader





 Pages/AdLitSBO

 @AdLitSBO

 info@AdLit.be

[www.AdLit.be](http://www.AdLit.be)

