

Deontologische code reclamevoering

Deontologische code voor het voeren van reclame door derden op de roerende en onroerende goederen van De Lijn

De Lijn kan op haar voertuigen¹, onroerende goederen en andere dragers² reclame voeren voor derden.

Het voeren van reclame gebeurt:

- in overeenstemming met de statuten, alle wettelijke en decretale bepalingen³ inzake het voeren van reclame, in het bijzonder ook het Exploitatie- en Tarievenbesluit en het protocol tussen De Vlaamse Vervoermaatschappij De Lijn en Lijncom nv;
- en mits rekening te houden met onderstaande bepalingen.

Inhoudelijk

- Er wordt geen reclame gevoerd voor:
 - diensten of producten die ingaan tegen de belangen van het duurzaam vervoer⁴, De Lijn of haar reizigers.
 - politieke partijen, verenigingen met een filosofische of godsdienstige achtergrond of vakbonden. De Lijn is als drager politiek, filosofisch en godsdienstig neutraal.
 - boodschappen, diensten of producten waarvan de oorsprong en/of de bedoeling dubieus zijn.
 - campagnes die niet conform de regelgeving van de JEP zijn. Indien er twijfel bestaat over een campagne en de conformiteit met de regelgeving van de JEP, kan een pre-advies aangevraagd worden.
 - geneesmiddelen (verboden zoals bepaald in het Koninklijk besluit betreffende de voorlichting en de reclame inzake geneesmiddelen voor menselijk gebruik van 7 APRIL 1995, art 1-5).
 - Voor online kansspelen (verboden zoals bepaald in het Koninklijk besluit betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen) en fysieke gokkantoren.
- Alcoholreclame is toegestaan wanneer deze in overeenstemming is met de bestaande reglementering inzake alcoholreclame en [het convenant](#) zoals onder meer gepubliceerd op de website van de JEP.

¹ Zowel aan de buitenzijde als binnenin.

² Op digitale schermen, folders, busboekjes, zetels van bussen, aan trampalen, op afrastering van haltes, ...

³ Europese, federale en Vlaamse wetgeving. Mogelijks kunnen deze aangevuld worden met gemeentelijke reglementering.

⁴ Ook reclame die bv. ingaat tegen de belangen van andere openbaarvervoerbedrijven of duurzame vervoermiddelen.

- Voor voedingssupplementen dient voldaan te zijn aan de huidige reglementering zoals onder meer bepaald in de Verordening (EG) nr. 1924/2006 van het Europees Parlement en de Raad van 20 december 2006 inzake voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen.
- Vergelijkende reclame is toegelaten, conform de wettelijke bepalingen.
- Reclame op éénzelfde drager voor concurrerende producten en/of diensten is mogelijk.
- Lijncom zal geen publiciteit aanbrenge van politieke en/of levensbeschouwelijke aard, tenzij met voorafgaande schriftelijke toestemming van De Lijn en onverminderd het feit dat aan Lijncom bepaalde Projectdiensten kunnen worden opgedragen in het kader van eventuele aan De Lijn opgedragen initiatieven van maatschappelijk nut.
- De Lijn kan alle publiciteit weren, die haar strijdig zou lijken met de wet, de openbare orde of de goede zeden of die het openbaar vervoer zou schaden of de smaak van het publiek vanuit esthetisch en ethisch standpunt zou kunnen kwetsen.
- Lijncom vraagt en adviseert aan al haar potentiële klanten om de basisinhoud van hun boodschap in het Nederlands op te stellen, maar wordt geacht om zich te schikken naar het grondwettelijk recht. Lijncom heeft de mogelijkheid om campagnes op basis van boodschap/inhoud te weigeren mits motivering ten gronde.

Vormelijk

- Reclameboodschappen mogen niet domineren op de missie van het openbaar vervoer, namelijk reizigers op een optimale en klantvriendelijke wijze vervoeren.
Reclameboodschappen mogen daarom
 - de informatie die aan de klanten wordt gegeven (lijnfilm⁵, bestemming, andere reisinformatie, ...) nooit hinderen of verbergen;
 - de normale dienstuitvoering van het openbaar vervoer nooit hinderen;
 - de veiligheid van de reizigers, de chauffeur of van andere weggebruikers nooit in gevaar brengen.
- de reclamevoering moet op het voertuig passen in overeenstemming met de technische fiches van elk type voertuig.

Bij de reclamevoering moet de Nederlandse taal de voertaal zijn, met uitzondering van de merknamen. Met merknamen worden, naast de eigenlijke merknamen zelf gelijkgesteld:

- de aan die merknamen verbonden en (inter)nationaal gebruikte onderschriften en webadressen;
- titels van films, evenementen, festivals, concerten en andere cultuuruitingen.

Functioneel gebruik van een andere taal in campagnes die aanzetten tot het leren van de Nederlandse taal wordt eveneens aanvaard.

In de toeristische centra wordt het taalgebruik in de reclamevoering afgestemd op het taalgebruik in bestuurszaken.

⁵ In het bijzonder aandacht besteden aan het vrijhouden van de lijnfilm op de achterruit.