

Code brievenbus reclame, huissampling en direct response advertising (CBR)

ALGEMENE BEPALINGEN

Artikel 1

Deze Code verstaat onder:

a. Brievenbusreclame:

elke reclame die, geadresseerd of ongeadresseerd, via brievenbus of postbus wordt verspreid en geen geïntegreerd deel uitmaakt van een ander medium, zoals kranten en tijdschriften.

b. Huissampling:

het geadresseerd of aan huis verspreiden van goederen of monsters van goederen zonder dat daarvoor enige tegenprestatie wordt verlangd.

c. Direct response advertising:

elke reclame waarin de aangeboden goederen, diensten of informatie rechtstreeks van de aanbieder door middel van een schriftelijke, elektronische of telefonische reactie verkregen kunnen worden.

d. Opdrachtgever:

hij die ter bevordering van de verkoop van zijn goederen of diensten of tot het propageren van zijn denkbelden brievenbusreclame, huissampling of direct response advertising doet uitgaan.

e. Verspreider:

hij die al dan niet in opdracht brievenbusreclame, of direct response- of sampling-materiaal verspreidt of laat verspreiden.

f. Duurtransacties:

een transactie met betrekking tot een reeks van goederen en/of diensten, waarvan de leverings- en afnameverplichting in de tijd is gespreid.

Artikel 2

De opdrachtgever dient zich in brievenbusreclame, huissampling en direct response advertising zodanig te identificeren, dat hij gemakkelijk kenbaar en daadwerkelijk bereikbaar is voor de ontvanger. Naam en adres van de opdrachtgever dienen in het aanbod voor te komen, waarbij niet kan worden volstaan met de vermelding van het postbusnummer.

INHOUD EN AFWIKKELING VAN HET AANBOD

Artikel 3

De aangeboden goederen en/of diensten dienen duidelijk en waarheidsgetrouw te worden afgebeeld en/of beschreven.

Artikel 4

Elk aanbod dient een korte, eenvoudig geformuleerde samenvatting te bevatten van de rechten en verplichtingen, die aan de aanvaarding van het aanbod zijn verbonden in het bijzonder wat betreft de contantprijs, de kosten en condities van het betalen in termijnen, de eventuele verzendkosten en overige condities, zoals al dan niet vrijblijvend op zicht zodat de ontvanger precies kan weten wat wordt aangeboden en wat zijn rechten en verplichtingen zijn indien hij op het aanbod ingaat.

Artikel 5

Ten aanzien van waardecoupons, voordeelcoupons en waardezegels geldt dat het voordeel of de reductie voor de ontvanger, gemakkelijk kenbaar en door hem verifieerbaar moet zijn, dat de geldigheidsduur aangegeven dient te worden alsmede eventuele andere beperkingen.

Artikel 6

De opdrachtgever verplicht zich bij ontvangst beschadigde premies of goederen terug te nemen en door nieuwe te vervangen.

ONGEVRAAGDE TOEZENDING

Artikel 7

Verboden is ongevraagde toezending van goederen:

- a. waarvoor de ontvanger naar gesteld of gesuggereerd wordt verplicht zou zijn te betalen, tenzij hij de goederen weigert of terugzendt;
- b. waarbij de ontvanger de indruk krijgt verplicht te zijn de goederen te accepteren.

RETOURRECHT

Artikel 8

De aanduiding "vrijblijvend op zicht" of "niet goed, geld terug" en soortgelijke aanduidingen verplichten de opdrachtgever geretourneerde goederen zonder restrictie te accepteren binnen de in het aanbod genoemde termijn.

Artikel 9

De ontvanger is gerechtigd naar aanleiding van direct response advertising, brievenbusreclame of huissampling bestelde goederen binnen zeven dagen, of zoveel later als in het aanbod is bepaald, behoorlijk terug te zenden zonder enige andere verplichting zijnerzijds, tenzij het aanbod uitdrukkelijk anders luidt.

Artikel 10

Bij retourzending van goederen in de gevallen genoemd in de artikelen 8 en 9 zullen eventueel reeds ontvangen bedragen door de opdrachtgever binnen 30 dagen na terugontvangst van de goederen worden terugbetaald.

DUURTRANSACTIE

Artikel 11

De ontvanger is gerechtigd een door hem aangegane duurtransactie tussentijds te ontbinden indien het geleverde niet aan zijn gerechtvaardigde verwachtingen voldoet, zulks met inachtneming van de daartoe eventueel overeengekomen beëindigingsregels.

VERSPREIDING EN AFLEVERING

Artikel 12

De verspreider is verplicht erop toe te zien dat (on)geadresseerd verspreid reclamemateriaal de ontvanger ordelijk bereikt, met inachtneming van artikel 14.

Artikel 13

Dit artikel is met ingang van 1 april 1993 vervallen.

Artikel 14

Indien een ontvanger schriftelijk heeft medegedeeld geen geadresseerde reclame te willen ontvangen dient de opdrachtgever ervoor te zorgen dat deze wens zo spoedig mogelijk, maar in ieder geval binnen een termijn van drie maanden na ontvangst van het verzoek, zonder restrictie ingewilligd wordt.

Artikel 15

Monsters van goederen dienen veilig verpakt aan de ontvanger te worden afgeleverd. De verantwoordelijkheid voor het verspreiden van monsters blijft bij de opdrachtgever.

Artikel 16

Monster- en ander materiaal, dat bij in- of uitwendig gebruik ervan gevaar kan opleveren voor de lichamelijke gezondheid, dient door de verspreider uitsluitend persoonlijk aan volwassenen te worden overhandigd.

Artikel 17

Dit artikel maakt met ingang van 1 januari 2006 deel uit van de Kinder- en jeugdreclamecode

Artikel 18

Medewerkers van een verspreider dienen bij het verspreiden van reclamemateriaal desgevraagd te kunnen aantonen voor welke verspreider zij werken.

Deze code is in werking getreden op 1 april 1993.