

CODE VERSPREIDING RECLAME VIA E-MAIL (CODE E-MAIL)

1 Algemene bepalingen

- 1.1 Deze Code is van toepassing op het toezenden van reclame via e-mail.
- 1.2 In deze Code wordt verstaan onder:
- a reclame via e-mail: het per e-mail in het openbaar aanprijzen van goederen, diensten of denkbeelden, alsmede het vragen van diensten;
 - b adverteerder: degene die reclame via e-mail doet uitgaan;
 - c verspreider: degene die al dan niet in naam van de adverteerder reclame via e-mail verspreidt of laat verspreiden. Onder verspreider wordt niet verstaan de aanbieder van te gebruiken netwerken of diensten voor elektronische communicatie, voor zover handelend in deze functie;
 - d: geadresseerde: de persoon tot wie reclame via e-mail is gericht.
- 1.3 De adverteerder dient zich ervan te vergewissen dat de geadresseerde van reclame via e-mail daarvoor toestemming heeft gegeven, dan wel als klant van de adverteerder reeds een gelijkaardig product heeft besteld.
- 1.4 De inhoud van de reclame via e-mail dient te voldoen aan de algemene regels voor reclame en bij verkoop op afstand in het bijzonder aan de wettelijke regels met betrekking tot verkoop op afstand.

2 Identiteit en herkenbaarheid

- 2.1 Reclame via e-mail moet duidelijk als zodanig herkenbaar zijn. Herkenbaarheid moet zitten in de combinatie van adresregel en onderwerp.
- 2.2 De adverteerder dient zich zodanig te identificeren dat hij gemakkelijk en daadwerkelijk bereikbaar is voor de geadresseerde. Tenminste bedrijfsnaam -waarbij een pseudoniem niet volstaat-, e-mailadres, postadres en/of telefoonnummer dienen in de e-mail vermeld te worden.

3 Grootte

- 3.1 Het bericht dat de reclame via e-mail bevat, mag maximaal een grootte hebben van 50 Kb, tenzij adverteerder c.q. verspreider en geadresseerde anders zijn overeengekomen. Indien er (gecomprimeerde) bestanden worden meegezonden, dient de grootte van deze bestanden (in uitgevouwen vorm) in de e-mail vermeld te worden.
- 3.2 Indien de reclame via e-mail verwijst naar een website waar een bestand opgehaald kan worden, dient de grootte van het op te halen bestand te worden vermeld.
- 3.3 Meegezonden bestanden en of scripts moeten virusvrij zijn en mogen op geen enkele wijze schade berokkenen aan de ontvanger. De samensteller van de mail blijft volledig verantwoordelijk voor alle schade die voortvloeit uit, en direct in verband gebracht kan worden met, deze schade veroorzakende mail. Uitvoerbare bestanden mogen niet worden meegestuurd.

4 Verzamelen van e-mail adressen

- 4.1 Bij verzamelen van e-mail adressen op de website van adverteerder dient op het ogenblik dat een bezoeker zijn e-mailadres achterlaat op de website, deze duidelijk geïnformeerd te worden waarvoor zijn e-mailadres zal worden gebruikt.
- 4.2 De bezoeker kan alleen vooraf, door middel van een actieve handeling, aangeven of hij reclame via e-mail wenst te ontvangen. De eerste volzin van dit artikel is niet van toepassing indien:
 - a. het e-mailadres wordt verkregen in het kader van het leveren van producten, diensten en/of het doen van donaties, én;
 - b. het e-mailadres door de adverteerder wordt gebruikt voor communicatie voor eigen commerciële, ideële of charitatieve doeleinden met betrekking tot vergelijkbare producten, diensten of verzoeken tot donaties, én;
 - c. de bezoeker bij het verstrekken van zijn e-mailadres de in artikel 5 lid 1 omschreven mogelijkheid tot het doen van verzet is geboden. Indien bij adverteerder de intentie bestaat een e-mailadres (tevens) aan derden te verstrekken, dient de bezoeker hiervoor apart zijn toestemming te geven.

Voorts dient in aanvulling op artikel 2.2 in elk bericht verstuurd door derden, naast de identiteit van de derde adverteerder zelf, ook de identiteit van de verstrekker aan de derde adverteerder en indien van toepassing, de identiteit van de tussenpersoon te worden vermeld.

- 4.4 Bij het verzamelen van e-mail adressen anders dan via de website dient aan de houder van het e-mailadres op dezelfde wijze als in artikel 4.1, 4.2 en 4.3 informatie gegeven te worden over wat er met het adres gebeurt en toestemming gevraagd te worden voor het verstrekken van het e-mailadres aan derden.
- 4.5 Het gebruik van e-mail adressen is slechts toegestaan wanneer de geadresseerde daarvoor voorafgaand toestemming heeft verleend, conform bovenstaande artikelen.

5 Recht van verzet

- 5.1 Het verzamelen van e-mailadressen, zonder dat de geadresseerde de mogelijkheid van verzet tegen toezending van reclame via e-mail heeft, is niet toegestaan.
- 5.2 De geadresseerde dient zich telkens eenvoudig en door middel van een hyperlink af te kunnen melden, hetzij voor verdere reclame van de adverteerder, hetzij voor verdere reclame van de verzamelaar van het adres. Dit recht van verzet dient op eenvoudige, duidelijke en liefst uniforme wijze mogelijk gemaakt te worden. De (derde) adverteerder draagt er zorg voor dat het verzoek op deze wijze gedaan onverwijld en vervolgens kosteloos wordt ingewilligd.

6 Klachten en toezicht

- 6.1 Een ieder die meent in strijd met deze Code reclame via e-mail heeft ontvangen, kan hierover schriftelijk en/of via een elektronisch klachtenformulier per e-mail (www.reclamecode.nl) een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie, conform de statuten en het reglement van de Stichting Reclame Code.
- 6.2 Indien een belangenorganisatie vijf of meer klachten over dezelfde e-mailmarketingcampagne ontvangt, kan deze organisatie namens de klagers rechtstreeks een klacht indienen bij de Stichting Reclame Code, overeenkomstig de statuten en reglementen van deze Stichting. De klacht moet uiterlijk binnen vier weken na de emailmarketingcampagne worden ingediend, tenzij de organisatie aannemelijk maakt dat dat redelijkerwijze niet van haar verlangd kan worden.
- 6.3 Het klaagschrift dient naast de n.a.w. (naam, adres woonplaats)-gegevens van klager ook kopieën van de e-mail(s) te bevatten waarop de klacht is gebaseerd.
- 6.4 In dat geval wordt ervan uitgegaan dat zowel de adverteerder als de verspreider partij in de procedure zijn zoals bedoeld in artikel 7.1.
- 6.5 De Reclame Code Commissie c.q. het College van Beroep kan bij een toewijzing van een klacht aangeven of de overtreding van de Code te wijten is aan de adverteerder en/of de verspreider.

7 Evaluatie en inwerkingtreding

- 7.1 Gezien de snelle ontwikkelingen dient deze Code jaarlijks geëvalueerd te worden door partijen die deze Code hebben ingebracht en de Stichting Reclame Code.
- 7.2 Deze Code treedt in werking op 15 juni 2004.