

Convenant Veilig Uitgaan in Zevenaar 2018-2019

Overeengekomen door:

- Samenwerkende horecaondernemers Zevenaar, georganiseerd in Koninklijk Horeca Nederland, afdeling Zevenaar
- Politie Oost- Nederland, Basisteam Rivierenland- Oost
- Gemeente Zevenaar

Vastgesteld op 3 april 2018



1. Definities

- 1.1 *Horecabedrijf:* de voor het publiek toegankelijke, besloten ruimte waarin bedrijfsmatig of in een omvang alsof zij bedrijfsmatig was logies wordt verstrekt of dranken worden geschonken of rookwaren of spijsen voor directe consumptie worden bereid of verstrekt. Onder een horecabedrijf worden in ieder geval verstaan: een hotel, restaurant, café, cafetaria, snackbar, discotheek of daaraan verwante inrichting. Onder het horecabedrijf is tevens begrepen het aan het horecabedrijf van gemeentewege vergunde terras.
- 1.2 *Horecaondernemer:* de exploitant van een horecabedrijf gelegen in het centrum van Zevenaar als bedoeld in 1.1, die dit convenant Veilig uitgaan in Zevenaar heeft ondertekend.
- 1.3 *Politie:* het politiedistrict Gelderland-Midden, basisteam Rivierenland Oost.
- 1.4 *Gemeente:* gemeente Zevenaar.
- 1.5 *Openbaar ministerie:* het openbaar ministerie van het arrondissementsparket Arnhem.
- 1.6 *Centrum:* Het centrum van Zevenaar zoals opgenomen in artikel 1:1 onder j van de Algemene Plaatselijke Verordening 2018 gemeente Zevenaar. Het gaat om de volgende straten: Didamsestraat, Kerkstraat, Markt, Marktstraat, Schoolstraat, Weverstraat, Wittenburgstraat.
- 1.7 *Convenant:* convenant Veilig uitgaan in Zevenaar 2018 -2019

2. Sluitingstijden

- 2.1 De burgemeester van Zevenaar heeft ten aanzien van de sluitingstijden voor horecabedrijven beleidsregels vastgelegd in het 'onthefingenbeleid sluitingsuren horecabedrijven', vastgesteld op 25 april 2000. Op basis van deze beleidsregels geldt voor de horecaondernemer voor dat bedrijf van vrijdagavond op zaterdagnacht en van zaterdagavond op zondagnacht en vijf specifiek benoemde (feest-)dagen een aangepaste sluitingstijd van 03.00 uur.
- De vijf (feest-)dagen zijn:
- Koningsnacht
 - De nacht voor Hemelvaart
 - De nacht van Eerste Paasdag op Tweede Paasdag
 - De nacht van Eerste Pinksterdag op Tweede Pinksterdag
 - De nacht van Eerste Kerstdag op Tweede Kerstdag

- 2.2 De horecaondernemer, gevestigd in het centrum van Zevenaar, dient voorafgaand aan de ondertekening van dit convenant schriftelijk aan te geven of hij voor dat bedrijf in aanmerking wenst te komen voor een ontheffing als bedoeld in 2.1.
De burgemeester kan als gevolg van het ontheffingenbeleid de ontheffing weigeren in het belang van de openbare orde.
Indien de horecaondernemer geen ontheffing heeft of niet heeft aangevraagd gelden voor zijn bedrijf de sluitingstijden (regulier 02.00 uur) als opgenomen in artikel 2:29 lid 1 van de Algemene Plaatselijke Verordening 2018 gemeente Zevenaar. In dat geval is het bepaalde in 2.5 tot en met 2.8 van dit convenant niet van toepassing.
- 2.3 De in 2.2 beschreven keuze voor de horecaondernemer, wordt in beginsel gemaakt voor de gehele looptijd van het convenant.
- 2.4 Bij de ondertekening van dit convenant wordt onderscheid gemaakt tussen:
- o horecaondernemers die in aanmerking komen voor een ontheffing van de sluitingstijden;
 - o horecaondernemers die een dergelijke ontheffing niet wensen c.q. daarvoor niet in aanmerking komen.
- 2.5 De horecaondernemer, die een ontheffing als bedoeld in artikel 2.1 heeft, treft tussen 02:00 uur en 03:00 uur personele en/of technische maatregelen om te kunnen garanderen dat het publiek een veilige en gecontroleerde uitloop heeft.
- 2.6 Indien de horecaondernemer gebruik maakt van een (horeca)portier c.q. particuliere beveiligingsorganisatie, dient deze persoon c.q. organisatie te voldoen aan het gestelde in de Wet Particuliere Beveiligingsorganisaties en Recherchebureaus. Dit houdt onder andere in dat de (horeca)portier in het bezit moet zijn van het daartoe verplichte diploma en dat de particuliere beveiligingsorganisatie moet beschikken over een daartoe strekkende vergunning van de minister.
- 2.7 Het in 2.5 en 2.6 gestelde geldt niet voor horecabedrijven die zich in hoofdzaak bezighouden met het bereiden en verstrekken van spijzen (zogenaamde droge horeca) onder de voorwaarden dat daarin tussen 01.00 uur en 02.00 uur alleen alcoholhoudende drank tegelijk met maaltijden wordt verstrekt en dat tussen 02.00 uur en 03.00 uur in het geheel geen alcoholhoudende drank wordt geschonken, of anderszins wordt verstrekt.
- 2.8 Op maandag tot en met vrijdag is het horecabedrijf tussen 02.00 uur en 06.00 uur gesloten en bevinden er zich geen bezoekers in het bedrijf. Op zaterdagen en zondagen is het horecabedrijf tussen 03.00 uur en 06.00 uur gesloten en bevinden er zich geen bezoekers in het bedrijf.
- 2.9 De horecaondernemer maakt de bezoekers van zijn horecabedrijf vanaf een half uur voor sluitingstijd attent op de aanstaande sluiting door het geluidsniveau geleidelijk te verminderen en het verlichtingsniveau te verhogen.
- 2.10 De horecaondernemer, niet zijnde de droge horeca als bedoeld in artikel 2.7, verstrekt vanaf een kwartier voorafgaand aan de sluitingstijd geen consumpties meer. Voor de in artikel 2.7 bedoelde droge horeca geldt dat na 02.30 uur geen bestellingen meer worden aangenomen. Vanaf 02.30 uur worden bestellingen afgewerkt, zodat om uiterlijk 03.00 uur de laatste klant/bezoeker het bedoelde droge horecabedrijf verlaat.

- 2.11 De politie zal nadrukkelijk toezien op de naleving van de sluitingstijden in alle horecabedrijven. Dit geldt dus zowel voor horecabedrijven, die deelnemen aan convenant als die niet deelnemen aan het convenant.
- 2.12 Op het tijdstip van 01.00 uur dient het terras van het horecabedrijf te worden gesloten en opgeruimd en met kettingen worden vastgelegd, zodat het niet meer kan worden gebruikt, e.e.a. conform het vastgestelde terrassenbeleid en de verleende terrasvergunning.
- 2.13 Bij de wisseling van zomertijd naar wintertijd en v.v. dienen de volgende sluitingstijd te worden aangehouden, het gaat hierbij om de tijd waarop de dag begint:
 - o van wintertijd naar zomertijd (laatste volle weekend van maart): 03.00 uur;
 - o van zomertijd naar wintertijd (laatste volle weekend van oktober): 03.00 uur wintertijd.

3. Afval

- 3.1 De horecaondernemer dient er zorg voor te dragen dat zijn terras en de openbare weg in de directe nabijheid van zijn horecabedrijf steeds een verzorgde aanblik biedt.
- 3.2 Indien een horecaondernemer verzuimt de rommel rond of van zijn horecabedrijf op te ruimen, kan hij hierop door of namens collega's, politie of gemeente worden aangesproken.
- 3.3 De horecaondernemer draagt er zorg voor dat (veeg)afval niet in het riool terechtkomt, door dit langs andere weg af te voeren.

4. Vandalisme

- 4.1 Horecaondernemers stellen hun toiletfaciliteiten naar redelijkheid ter beschikking aan een ieder die daar gebruik van wenst te maken. Klanten die in de inrichting aanwezig zijn kunnen uiteraard wel gebruik maken van de toiletfaciliteiten.
- 4.2 De horecaondernemer zal indien er sprake is van diefstal, vernieling of van overige strafbare feiten t.a.v. het horecabedrijf of aanwezigen, waarvan de dader bekend is, hiervan aangifte doen bij de politie. Indien er geen dader bekend is, wordt het voorval gemeld bij de politie.
- 4.3 De politie mag, indien nodig, de horecaondernemer voorzien van NAW-gegevens om in rechte van belangen op te kunnen komen of voor het verhalen van de schade. Basis hiervoor is art 4:2 lid 1 onder N Besluit politiegegevens.

5. Alcohol en toepassing Drank en Horeca wet- en regelgeving

- 5.1 De horecaondernemers zien er strikt op toe dat er geen alcoholhoudende dranken buiten het horecabedrijf worden gebracht.
- 5.2 De horecaondernemer ziet er op toe dat aan een klant die duidelijk onder invloed van alcoholhoudende drank verkeert geen alcoholhoudende dranken meer worden verstrekt.

- 5.3 De horecaondernemer ziet toe dat aan een klant die de 18-jarige leeftijd nog niet heeft bereikt geen alcoholische drank wordt verstrekt. De nieuwe DHW verbiedt jongeren onder de 18 jaar om alcoholhoudende drank bij zich te hebben op voor publiek toegankelijke plaatsen (waaronder ook horecabedrijven vallen). De gemeente heeft de bevoegdheid om handhavend op te treden en deze jongeren te beboeten.
- 5.4 Het centrum van Zevenaar als opgenomen in artikel 1:1 onder j van de Algemene Plaatselijke Verordening 2018 gemeente Zevenaar, verbiedt het in bezit hebben van geopende flessen of te drinken op straat.

6. Glasoverlast

- 6.1 De gemeente neemt de bovenstaande glasbepaling (5.4) op in de Algemene Plaatselijke Verordening.
- 6.2 De gemeente maakt tijdig van te voren bekend bij welke evenementen het gebruik van glas verboden is.
- 6.3 De gemeente draagt de verantwoording en de politie ziet toe op naleving van het verbod op het gebruik van glas. Bij een evenement is de organisator verantwoordelijk voor de toezicht op het evenemententerrein.
- 6.4 De horecaondernemer ziet er op toe dat gasten geen glazen of flessen mee naar buiten nemen dan wel deze vanaf het terras mee op straat nemen.
- 6.5 De horecaondernemer ziet er voortdurende op toe dat er geen glaswerk in de directe omgeving van het horecabedrijf wordt achtergelaten
- 6.6 De horecaondernemer maakt door middel van huisregels bekend wanneer het gebruik van glas op het terras en buiten de horeca-inrichting niet wordt toegestaan.
- 6.7 De horecaondernemer spreekt klanten die zich niet aan deze regel houden, in het kader van het naleven van de 'huisregels' daar op aan.
- 6.8 De horecaondernemers plaatst de bakken met afvalglas zodanig dat zij voor onbevoegden onbereikbaar zijn.

7. Geluidsoverlast

- 7.1 De horecaondernemer neemt zodanige geluidswerende maatregelen dat het geluidsniveau beneden het toegestane geluidsniveau blijft. Indien hij verwacht dat dit geluidsniveau zal worden overschreden, zal hij twee weken hiervoor een kennisgeving bij de gemeente indienen op basis van de 12 dagenregeling horecageluid.
- 7.2 De ondernemer is er verantwoordelijk voor, dat de toegangsdeuren tijdens het spelen van muziek consequent weer worden gesloten bij komende en gaande bezoekers. Dit geldt ook voor de zaterdag als de terrassen ingericht zijn.

8. Huis- en gedragsregels

- 8.1 Binnen alle deelnemende horecabedrijven geldt een eensluitend huis- en gedragsreglement. Dit reglement is vastgelegd in de huisregels. Deze zijn als bijlage bij dit convenant gevoegd (bijlage 1).

- 8.2 Een horecabedrijf waar de huis- en gedragsregels gelden zijn van buiten als zodanig herkenbaar aan een aan de gevel van het bedrijf bevestigd bordje.
- 8.3 Een horecabedrijf waar de huis en gedragsregels gelden, legt in de huisregels de mogelijkheid vast om de toegang van bezoekers te weren die deel uit maken van groepen die 'colors' (clubkleuren) dragen.
- 8.4 De horecaondernemer zal een persoon die in het bezit is van een wapen of een voorwerp dat als zodanig kan worden gebruikt de toegang weigeren dan wel uit zijn inrichting verwijderen en hierover in contact treden met de politie.
- 8.5 De horecaondernemer zal een persoon die in het bezit is van of onder invloed is van drugs de toegang tot het horecabedrijf ontzeggen.
- 8.6 De horecaondernemer treedt bij de constatering dat in zijn horecabedrijf drugs worden of zijn gebruikt of in drugs wordt of is gehandeld in contact met de politie. Dit gebeurt eveneens als handel in of gebruik van drugs in de directe omgeving van het horecabedrijf wordt geconstateerd.

9. Ordehandhaving

- 9.1 De politie zal op de vrijdagavond en -nacht zoveel mogelijk kort voor, tijdens en na de sluiting van de horecabedrijven zichtbaar aanwezig zijn in de nabije omgeving van de horecabedrijven. Deze politie is via de horecatelefoon direct bereikbaar.
De horecaondernemers dragen zorg voor een ordentelijk verloop van de uitstroom van bezoekers van hun horecabedrijf en zien toe op de naleving van de rust en orde op de openbare weg in de nabijheid van hun bedrijf.
- 9.2 De horecaondernemer maakt met andere horecaondernemers en de politie afspraken over een onderling waarschuwing- en informatiesysteem en komt deze afspraken stipt na.
- 9.3 De gemeente en de politie geven gevolg aan de beleidsregel verblijfsontzeggingen op basis van artikel 2:55 van de Algemene Plaatselijke Verordening.
- 9.4 De politie verleent, indien noodzakelijk, ondersteuning bij het opstellen en het uitreiken van een brief in het kader van de procedure betreffende de verblijfsontzegging.
- 9.5 De politie ziet toe op naleving van de gemaakte afspraken en zal een algemene terugkoppeling verzorgen omtrent de horeca aan de burgemeester.

10. Communicatie

- 10.1 Alle partners dienen er voor te zorgen dat zij een goede communicatie hebben met hun achterban en daarmee in te nemen standpunten afstemmen.
- 10.2 Alle convenant-partners hebben periodiek rechtstreeks contact over de voortgang van de uitvoering van het convenant. Daartoe zullen vertegenwoordigers van de horecaondernemers, Koninklijke Horeca Nederland, omwonenden, de politie en de gemeente, gedurende de looptijd van het convenant tenminste tweemaal in een werkgroep bijeenkomen. Bij de eind evaluatie zal waar mogelijk de burgemeester of diens vervanger aanwezig zijn.

- 10.3 De horecaondernemer als ook de overige partners van het convenant dragen er zorg voor dat het personeel dat werkzaam is voor hen of in hun opdracht, kennis draagt van de inhoud van dit convenant en daarnaar handelen.

11. Looptijd convenant

- 11.1 De looptijd van dit convenant is twee jaar (tot en met 31/12/2019), te rekenen vanaf 1 april 2018 (na ondertekening van het convenant).

12. Evaluatie

- 12.1 De werking van het convenant zal aan het eind van elk jaar door de in 10.2 genoemde werkgroep worden geëvalueerd. Tussentijds kan er ook bij elkaar gekomen worden om de voortgang te bewaken.
- 12.2 De bevindingen van de werkgroep worden toegezonden aan alle ondertekenaars van het convenant.
- 12.3 Nieuwe horeca ondernemers worden door de gemeente in kennis gesteld van dit convenant bij het aanvragen van een vergunning.

13. Wijziging convenant

- 13.1 De inhoud van dit convenant dan wel een of meerdere delen daarvan kan niet worden gewijzigd dan nadat alle convenant-partners hebben aangegeven met een voorgestelde wijziging te kunnen instemmen.

14. Sancties

- 14.1 Alle partners kunnen elkaar aanspreken op de nakoming van hetgeen in het convenant is overeengekomen.
- 14.2 De burgemeester heeft de bevoegdheid om, indien de latere sluitingstijd tot herhaaldelijke en langdurige verstoring van de openbare orde en veiligheid leidt, alle ontheffingen of één of meerdere ontheffingen in te trekken.
- 14.3 De burgemeester heeft de bevoegdheid om, indien een deelnemer aan het convenant zich niet aan de sluitingstijd van 03.00 uur houdt, de ontheffing voor het betreffende horecabedrijf in te trekken of daaraan nadere voorwaarden te verbinden.

15. Beëindiging convenant

- 15.1 Alle deelnemers zijn gerechtigd, onder opgaaf van redenen en met inachtneming van een opzegtermijn van 1 maand, zich uit dit convenant terug te trekken. Dit dient echter te geschieden na afloop van de looptijd van het convenant (tussentijdse opzegging is niet mogelijk)
- 15.2 Door opzegging van het convenant verliest een convenant-partner al zijn in het convenant genoemde rechten en plichten, voor zover de wet zich daar niet tegen verzet.

16. Ondertekening

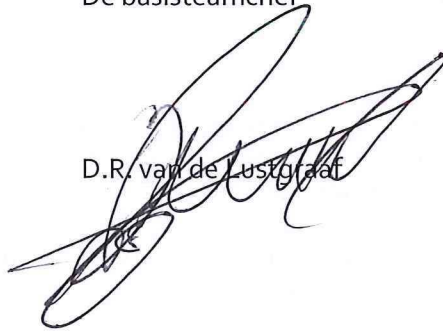
Aldus opgemaakt en, al dan niet bij afzonderlijke verklaring, ondertekend op 3 april 2018 te Zevenaar.

Gemeente Zevenaar
de burgemeester,



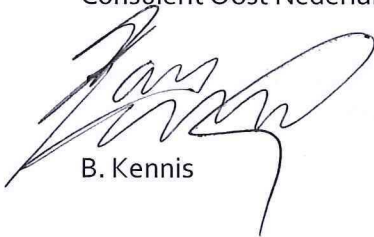
Mr. P. Schadd – de Boer

Politie Basisteam Rivierenland Oost
De basisteamchef



D.R. van de Lustgraaf

Koninklijk Horeca Nederland
Consulent Oost Nederland,



B. Kennis

Horeca inrichtingen (zie bijgevoegde deelnamelijst)

Bijlage 1: Huisregels

WELKOM! Onze huisregels:

De huis- en gedragsregels zijn regels van goed fatsoen. U bent verplicht zich aan deze regels te houden.

Dit heeft tot doel de Zevenaarse binnenstad gezellig, leefbaar en veilig te houden voor iedereen die daar gebruik van maakt.

1. Volg aanwijzingen van het personeel op
2. Toegangscontrole met legitimatie mogelijk
3. Wij verkopen geen alcohol en tabak aan personen beneden de leeftijd die de wet voorschrijft
4. Geen wapens of drugs
5. Geen ongewenste intimiteiten
6. Geen agressie of racisme
7. Geen hinderlijk gedrag
8. Kleed u correct
9. Geen groepskenmerkende negatief sfeerbepalende kleding
10. Geen eigen consumpties
11. Glaswerk moet binnen blijven
12. Geen overlast voor de burens

Overtreding kan leiden tot verwijdering uit het horecabedrijf of een ontzegging van de toegang tot dit horecabedrijf en collega-horecabedrijven gedurende minimaal twee maanden.



Reclamecode voor alcoholhoudende dranken (RVA) 2014

ALGEMENE BEPALINGEN

Toepassingsgebied

De Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken (RvA) is van toepassing op reclame voor alcoholhoudende drank en voor niet-alcoholhoudende drank, voor zover deze wordt aangeprezen om te worden gebruikt in combinatie met alcoholhoudende drank. Deze Code is van toepassing op alle specifiek voor Nederland bestemde reclame.

Begripsbepalingen

Deze Code verstaat onder:

Actiereclame-uiting: een reclame-uiting voor een alcoholhoudende drank waarbij de aanprijzing in overwegende mate betrekking heeft op de voorwaarden ten aanzien van verstrekking aan de consument, zoals prijs, duur van de actieperiode etc.;

Actieve internet marketing: reclame die actief door de adverteerder of geheel of deels ten behoeve van deze wordt verspreid of mogelijk gemaakt op en/of via internet.

Onder actieve internetmarketing wordt onder meer verstaan:

- het actief via internet verzenden van reclame door de adverteerder aan geselecteerde ontvangers
- reclame op of via een internetplatform, waaronder een social media platform, door de adverteerder, alsook reclame door een derde geheel of deels ten behoeve van de adverteerder, voor zover het gaat om een internetplatform waarbij de adverteerder in enige mate het tonen dan wel de inhoud van de uiting kan bepalen of beïnvloeden.

Alcoholhoudende drank: de drank die bij een temperatuur van twintig graden Celsius voor meer dan een half volumeprocent (0,5%) uit alcohol bestaat;

De branche: het deel van het bedrijfsleven dat is betrokken bij de productie, de import, de distributie, de verkoop en de verstrekking van alcoholhoudende drank;

Horecapromoties: promoties in horecagelegenheden of op evenementen of partijen, waarbij een promotieteam (al dan niet gekleed in de look & feel van het merk) in opdracht van een producent of importeur het aanwezige publiek in staat stelt kennis te maken met één van de merkproducten van de producent of importeur;

Jongerenzender: een zender waarvan meer dan 25% van het totale kijk- en luisterpubliek bestaat uit minderjarigen. Voor de vaststelling van het percentage minderjarigen in het kijk- en luisterpubliek wordt uitgegaan van het gewogen gemiddelde van de kijk- of luistercijfers, afgezet tegen het gehele programma-aanbod van een zender. Het percentage dient te worden gemeten via algemeen in de markt geaccepteerd kijk- en luisteronderzoek. Jaarlijks wordt door de branche vastgesteld, op basis van onderzoek door een onafhankelijk bureau, welke omroepen zijn aan te merken als jongerenzender;

Merchandising: artikelen voorzien van de merknaam en/of het beeldmerk van een alcoholhoudende drank die een consument tegen betaling via het retailkanaal of lid van de branche kan verkrijgen;

Minderjarigen: personen beneden de leeftijd van 18 jaar;

Onder de dop actie: een actie georganiseerd door de adverteerder waarbij consumenten door het openen van een niet hersluitbare verpakking (flessen met kroonkurken, blikken) wincodes of vergelijkbare codes in hun bezit krijgen, waarmee ze kunnen meedingen naar het winnen van prijzen

Premium: een cadeauartikel voorzien van de merknaam en/of het beeldmerk van een alcoholhoudende drank dat de consument ontvangt bij aankoop van alcoholhoudende drank in het retail- of horecakanal of dat hij ontvangt in het kader van een horecapromotie;

Printuitingen: reclame in kranten, magazines, tijdschriften, affiches, flyers en posters waaronder billboards, swanks, abri's en mupi's) waarin een alcoholhoudende drank, merk of producent centraal staat;

Product placement: het tegen betaling of soortgelijke vergoeding opnemen van of het verwijzen naar een product, dienst of (beeld)merk binnen het kader van een programma, of met een programma overeenkomend onderdeel van het media-aanbod;

Reclame voor alcoholhoudende drank: iedere openbare en/of systematische directe dan wel indirecte aanprijzing van alcoholhoudende drank en van niet-alcoholhoudende drank voor zover deze wordt aangeprezen om te worden gebruikt in combinatie met alcoholhoudende dranken door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve van deze, al dan niet met behulp van derden. Onder reclame wordt mede verstaan diensten;

Sampling: de gelegenheid waarbij, op het initiatief van een lid van de branche, conform de daartoe opgestelde voorwaarden, zoals beschreven in de toelichting bij artikel 27, een alcoholhoudende drank gratis aangeboden wordt aan de consument voor consumptie ter plaatse op een beurs, tijdens een horeca- of evenementpromotie of op een andere locatie die voldoet aan de daarvoor geldende wettelijke eisen;

Sponsoring: financiële ondersteuning door een lid van de branche;

Thematische reclame-uiting: een reclame-uiting niet zijnde een actiereclame-uiting voor een alcoholhoudende drank waarbij de aanprijzing in overwegende mate gestalte krijgt door middel van producteigenschappen, imago, sfeer en gewenste consumptieomgeving;

Vakbeurs: een gelegenheid waarbij in een Business-to-Business (B2B) setting alcoholhoudende drank onder de aandacht gebracht wordt van in overwegende mate professionele verstrekkers door een lid van de branche.

ALGEMEEN

Artikel 1 - Hoeveelheid

Aangezien onverantwoorde consumptie van alcoholhoudende drank problemen met zich mee kan brengen, is terughoudendheid in alle reclame voor deze drank geboden. Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen overmatige of anderszins onverantwoorde consumptie tonen, suggereren of stimuleren.

Artikel 2 - Onthouding

Reclame voor alcoholhoudende drank mag onthouding van alcoholconsumptie of matige alcoholconsumptie niet op een negatieve manier uitbeelden, noch mag reclame voor alcoholhoudende drank zich afzetten tegen enige niet-alcoholhoudende drank.

Artikel 3 - Alcoholhoudend karakter

lid 1: Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen verwarring wekken over het alcoholhoudende karakter en het alcoholpercentage van de drank.

lid 2: Reclame voor een alcoholhoudende drank, met inbegrip van de merknaam, de soortnaam en de verpakking, mag niet de indruk wekken dat er sprake is van frisdrank, limonade of andere niet-alcoholhoudende drank.

Artikel 4 - Alcoholpercentage

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet suggereren dat de hoogte van het alcoholpercentage op zich een positieve eigenschap is. Ook mag niet worden gesuggereerd dat risico's verdwijnen naarmate het alcoholpercentage lager is.

Artikel 5 - Goede smaak en/of fatsoen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet in strijd zijn met de goede smaak, het fatsoen, of afbreuk doen aan de menselijke waardigheid en integriteit.

CLAIMS

Artikel 6 - Claims

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet:

lid 1: wijzen op de ontremmende werking van alcoholhoudende drank, zoals het verminderen of verdwijnen van angstgevoelens en innerlijke of sociale conflicten.

lid 2: verwijzen naar mogelijke voor de gezondheid gunstige effecten van het nuttigen van alcoholhoudende drank.

lid 3: suggereren dat consumptie van alcoholhoudende drank lichamelijke of geestelijke prestaties verbetert.

lid 4: suggereren dat consumptie van alcoholhoudende drank de sportprestatie positief beïnvloedt.

Artikel 7 - Beroepsuitoefening

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet suggereren dat consumptie van alcoholhoudende drank de beroepsuitoefening positief beïnvloedt.

Artikel 8 - Sociaal en/of seksueel succes

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet de indruk wekken dat er een causaal verband is tussen de consumptie van alcoholhoudende drank en het hebben van sociaal en seksueel succes. Die indruk dat dit causale verband bestaat kan ook ontstaan door middel van de suggestie dat alcohol wordt geconsumeerd zonder dat de alcohol(consumptie) daadwerkelijk in beeld komt.

Meer in het bijzonder zijn de uitingen als omschreven in de toelichting bij artikel 8 niet toegestaan (deze opsomming is niet limitatief).

NB: het tonen van één of meer personen die (reeds) seksueel of sociaal succesvol zijn, is op zich niet in strijd met artikel 8 RvA.

KWETSBARE GROEPEN

Artikel 9 - Zwangere vrouwen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet in het bijzonder gericht zijn op zwangere vrouwen.

Artikel 10 - Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag zich niet specifiek richten tot minderjarigen. Meer in het bijzonder zijn de uitingen als omschreven in de toelichting bij artikel 10 niet toegestaan.

Artikel 11 - Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen personen tonen die jonger zijn of evident jonger lijken dan 18 jaar. Voor reclame-uitingen waarbij gebruik wordt gemaakt van geënceneerde situaties met scripts en modellen die door of in opdracht van de adverteerder worden ingehuurd, geldt dat er geen personen die jonger zijn of evident jonger lijken dan 25 jaar getoond mogen worden.

Artikel 12 - Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet suggereren dat de consumptie van alcoholhoudende drank een teken van volwassenheid is en onthouding van alcoholconsumptie een teken van onvolwassenheid.

Artikel 13 - Minderjarigen

Het (doen) aanbieden van premiums aan minderjarigen tijdens horecapromoties is niet toegestaan.

RISICOVOLLE SITUATIES

Artikel 14 - Risicovol gedrag

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen situaties weergeven die aanzetten tot risicovol, gewelddadig of agressief gedrag of dat gedrag aanmoedigen.

Artikel 15 - Drugs

Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen enkele acceptatie van, associatie met, of verwijzing naar illegale drugs tonen.

Artikel 16 - Evenementen: openbare orde

Reclame voor alcoholhoudende drank in het kader van evenementen is niet toegestaan, indien redelijkerwijs moet worden vermoed dat daardoor verstoring van de openbare orde en/of verstoring van het betreffende evenement in de hand wordt gewerkt.

Artikel 17 - Evenementen: risico op lichamelijk letsel

Reclame voor alcoholhoudende drank in het kader van evenementen is niet toegestaan, indien redelijkerwijs te verwachten valt dat daardoor risico ontstaat op lichamelijk letsel voor deelnemers en/of toeschouwers.

Artikel 18 - Verkeer

lid 1: Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen verband leggen tussen consumptie van alcoholhoudende drank en actieve verkeersdeelname met welk vervoermiddel dan ook.

lid 2: Wanneer op een vervoermiddel een aanprijzing voor alcoholhoudende drank getoond wordt, dient het vervoermiddel ook een duidelijk leesbare waarschuwing tegen actieve verkeersdeelname na consumptie van alcohol te tonen. Uitgezonderd zijn vervoermiddelen die gebruikt worden voor het vervoer van alcoholhoudende drank, zoals vrachtwagens, voertuigen van de tapwacht en horeca technische service.

SPECIFIEKE VORMEN

Artikel 19 - Sport- en evenementsponsoring

lid 1: Het verbinden van een merknaam van een alcoholhoudende drank aan een evenement is toegestaan.

lid 2: Het is toegestaan om de sponsoring op fysieke dragers te tonen in het kader van evenementen, mits wordt voldaan aan artikel 10, 16, 17, 21 en 30.

lid 3: Het is toegestaan om via fysieke dragers te adverteren in het kader van evenementen, mits wordt voldaan aan artikelen 10, 16, 17, 21 en 30.

lid 4: Ten aanzien van de inhoud van de reclame-uitingen die gebruikt worden in lid 1 t/m 3 geldt dat in geval van sport- en evenementensponsoring alle regels van deze Code van toepassing zijn.

Artikel 20 - Gratis verstrekken

lid 1: Behoudens bij proeverijen in slijterijen of sampling tijdens horecapromoties is reclame waarbij alcoholhoudende drank door een lid van de branche of met actieve medewerking van een lid van de branche gratis of tegen minder dan de helft van de normale verkoopprijs van de alcoholhoudende drank aan particulieren wordt aangeboden niet toegestaan.

lid 2: De waarde van een aangeboden premium mag niet meer zijn dan de helft van de totale waarde van het gekochte product inclusief het aangeschafte premium.

DRAGER (MEDIUM)

Artikel 21 - Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank in welke vorm dan ook mag geen publiek bereiken dat voor meer dan vijftientwintig procent (25%) bestaat uit minderjarigen. Het bereik wordt vastgesteld over een representatieve meetperiode die wordt bepaald aan de hand van de concrete omstandigheden van het geval (o.a. de locatie, het medium, impact, proportionaliteit) en met behulp van zo objectief mogelijke bereikcijfers.

Voor reclame-uitingen geldt als maatstaf voor de vaststelling van het bereik het algemeen in de markt geaccepteerd bereikonderzoek en, indien niet voorhanden, ander deugdelijk en representatief bewijs.

Voor evenementen gelden de bezoekercijfers als maat voor het bereik. De bewijslast ter zake van het bereik rust op de adverteerder, die zich daarbij moet baseren op algemene in de markt geaccepteerde kijk- of luistercijfers of ander deugdelijk en representatief bewijs. Voor websites en hun subpagina's moet het gebruikersprofiel aannemelijk worden gemaakt.

Artikel 21 is niet van toepassing op reclame-uitingen die deel uitmaken van het reguliere straatbeeld en op incidentele situaties waarop de adverteerder geen invloed heeft. Onder regulier straatbeeld wordt verstaan al die situaties die men redelijkerwijs kan verwachten in het straatbeeld en die ook conform deze Code zijn toegestaan, zoals bijvoorbeeld lichtbakken met aanduidingen van de merken die men daar tapt of schenkt aan de gevel van cafés en/of restaurants en reclames inabri's. Incidentele situaties zijn situaties die een eenmalig karakter hebben, zoals bijvoorbeeld de intocht van sinterklaas in een deel van een stads- of dorpscentrum, maar ook bijvoorbeeld de situatie dat een promotieteam zich verplaatst van de ene horecagelegenheid naar de andere zonder actief reclame te maken en toevallig een groep minderjarigen tegenkomt.

Artikel 22 - Minderjarigen

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet worden uitgezonden op radio en televisie direct voorafgaand aan, tijdens, of direct volgend op programma's die volgens algemeen in de markt geaccepteerde luister- of kijkcijfers voor meer dan vijftientwintig procent (25%) worden gehoord respectievelijk bekeken door minderjarigen.

Artikel 23 - Minderjarigen

lid 1: Op jongerenzenders mag geen reclame voor alcoholhoudende drank worden gemaakt.

lid 2: In tijdschriften die zich specifiek richten op minderjarigen mag geen reclame voor alcoholhoudende drank worden gemaakt.

lid 3: Op websites die zich specifiek richten op minderjarigen mag geen reclame voor alcoholhoudende drank worden gemaakt.

OVERIGE MEDIA

Artikel 24 – Actieve internet marketing

lid 1 - Aanvullende werking:

In aanvulling op hetgeen in de Nederlandse Reclame Code is bepaald, geldt voor actieve internet marketing het bepaalde in dit artikel.

lid 2 - Leeftijdvermelding in beeldreclame via internet:

In reclame afkomstig van de adverteerder die geheel of gedeeltelijk bestaat uit al dan niet bewegend beeld en die bedoeld is voor verspreiding via internet, al dan niet door de adverteerder, dient in het beeld de educatieve slogan, zoals genoemd in artikel 34 lid 2, duidelijk te zijn vermeld.

lid 3 - Uitingen op internet platform onder controle van de adverteerder:

a) Reclame geplaatst op een internet platform waarover de adverteerder enige mate van controle heeft, moet voldoen aan de Nederlandse Reclame Code ongeacht wie de reclame plaatst.

b) Indien een ander dan de adverteerder reclame plaatst op voornoemd internet platform, moet:

- de adverteerder zich – naast lid 3 sub a – ook ervan hebben vergewist dat degene die de reclame wil

plaatsen tenminste 18 jaar is, hetzij;

- deze persoon hebben verklaard dat hij tenminste 18 jaar is.

c) Bij het ontbreken van een verklaring sub lid 3b 2de bullet en/of bij twijfel of de persoon tenminste 18 jaar is, draagt de adverteerder ervoor zorg dat deze persoon geen uitingen kan plaatsen. Indien bij een internet platform geen selectie of toegangscontrole mogelijk is, dient de adverteerder op een duidelijk waarneembare plek te vermelden dat de inhoud van en het plaatsen op dat internet platform uitsluitend bestemd is voor personen van 18 jaar en ouder.

lid 4 - Uitingen verspreid door de adverteerder:

Bij actieve internet marketing waarbij de ontvanger kan worden geselecteerd zoals bij, maar niet beperkt tot, reclame via e-mail, posts op een social media account van een ander dan de adverteerder of direct marketing op basis van digitale profielen die aan een cookie zijn gekoppeld, moet:

a) als effectief selectie criterium een minimumleeftijd van 18 jaar worden gehanteerd, dan wel een ander zodanig selectie criterium waaruit deze minimumleeftijd volgt, hetzij;

b) de ontvanger hebben verklaard dat hij tenminste 18 jaar is.

c) Bij het ontbreken van een verklaring sub 4b draagt de adverteerder er zorg voor dat niet meer dan 25% minderjarigen wordt bereikt zoals in artikel 21 is bepaald.

lid 5:

Voorafgaand aan het maken van reclame door de adverteerder die bestaat uit het plaatsen van of het reageren op een uiting op een social media account van een ander dan de adverteerder, moet de adverteerder zich ervan hebben vergewist dat de eigenaar van dit social media account tenminste 18 jaar is. Indien dit niet is gebleken of niet mogelijk is, is het plaatsen van een boodschap niet toegestaan.

Artikel 25 - Websites

Bij websites waarvan de merknaam of handelsnaam van de alcoholhoudende drank deel uitmaakt van de domeinnaam, moet op de homepage of voorafgaand aan de eerste pagina van de website die bezocht wordt, aan de bezoekers van de website gevraagd worden, middels een agecheck, of zij 18 jaar of ouder zijn. De agecheck moet minimaal bestaan uit het invullen dan wel aanklikken van de geboortedatum (dag/maand/jaar) van de bezoeker. Toegang tot de website (of subpagina indien de bezoeker daar rechtstreeks terechtkomt) mag alleen verschaft worden wanneer door de bezoeker wordt aangegeven dat deze op het moment van de agecheck meerderjarig is.

Artikel 26 - Horecapromoties

lid 1: Het aanprijzen van alcoholhoudende drank door horeca-promotieteams mag niet zijn gericht op minderjarigen. Deze wijze van aanprijzing is niet toegestaan op plaatsen waar het publiek op dat moment voor meer dan vijftientig procent (25%) bestaat uit minderjarigen.

lid 2: Tijdens horecapromoties is het niet toegestaan alcoholhoudende drank gratis aan te bieden.

lid 3: Tijdens horecapromoties is het niet toegestaan om alcoholhoudende drank te verkopen tegen minder dan de helft van de normale verkoopprijs. Bovendien mag er per promotie niet meer dan één consumptie per klant met korting aangeboden worden.

lid 4: Tijdens horecapromoties is het toegestaan om een sampling te organiseren.

lid 5: Horecapromoties worden uitgevoerd door personen van 18 jaar of ouder.

Artikel 27 - Proeven in slijterij

lid 1: Het proeven van alcoholhoudende drank in een slijterij is toegestaan conform artikel 13 van de Drank- en Horecawet. Naast de wettelijke voorwaarden gelden de hierna vermelde voorwaarden uit lid 2 en 3.

lid 2: Het is promotieteams uitdrukkelijk verboden om in een slijterij de consument te laten proeven.

lid 3: Promotieteams, desgewenst gekleed in de look & feel van het alcoholmerk, mogen – indien de desbetreffende slijter hier toestemming voor verleend – aanwezig zijn in een slijterij om productinformatie te geven en het proeven onder de aandacht te brengen. Deze promoties worden uitgevoerd door personen van 18 jaar of ouder.

Artikel 28 - Outdoorreclame en bioscoopreclame

lid 1: Reclame voor alcoholhoudende drank is niet toegestaan op billboards, swanks, Abri's en Mupi's die zijn geplaatst in het zicht van ontwenningssklinieken of onderwijsinstellingen die in meerderheid door minderjarigen worden bezocht, noch wanneer deze zijn geplaatst langs snelwegen of langs overige wegen buiten de bebouwde kom.

lid 2: Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet worden vertoond in bioscoopzalen voorafgaand aan kinderfilms, in het Nederlands nagesynchroniseerde familiefilms en films die vertoond worden in de kindermatinee of in schoolvoorstellingen. Voor overige films geldt dat daarbij slechts alcoholreclame mag worden vertoond als het publiek voor niet meer dan 25% uit minderjarigen bestaat.

Artikel 29 - Expositie en Rondleiding

Het bezoeken van een expositie of rondleiding in een brouwerij/distilleerderij/wijnbouwbedrijf is niet toegestaan aan personen onder de 18 jaar, behalve indien:

1. zij tijdens het bezoek in gezelschap zijn van een volwassene;
2. de expositie of rondleiding in overwegende mate gericht is op het productieproces en/of het vakmanschap en/of de verbondenheid met een stad of streek en waarin dus in minder overwegende mate de aanprijzing van alcoholhoudende drank centraal staat;
3. het ter plaatse consumeren van alcoholhoudende drank dient altijd in een fysiek van de expositieruimte of rondleidingruimte afgescheiden gedeelte plaats te vinden, met uitzondering van het in kleine hoeveelheden en bij wijze van uitleg laten proeven van tussen- en/of eindproducten van het brouw-/distillatie-/gistingsproces. Alle van toepassing zijnde wetten en regels, waaronder in het bijzonder die van de leeftijdsgrenzen voor het verstrekken van alcoholhoudende drank, dienen te worden nageleefd.

SPECIFIEKE VORMEN

Artikel 30 - Sport

lid 1: Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet gevoerd worden op een individuele sporter of sportploeg.

lid 2: Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet gevoerd worden op vervoermiddelen en/of attributen die door de sporter of sportploeg gebruikt worden bij actieve sportbeoefening.

lid 3: Het is niet toegestaan om sporters die internationaal op het hoogste senioreniveau (EK's, WK's en Olympische Spelen) actief sport uitoefenen door of namens de adverteerder in te huren voor radio-, bioscoop- en televisiecommercials en printuitingen waarbij gebruikt wordt gemaakt van geënceneerde situaties met scripts. Ook is het niet toegestaan om dergelijke sporters op verpakkingen en etiketten af te beelden.

lid 4: Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet actieve sportbeoefening op verpakkingen van alcoholhoudende drank afbeelden.

lid 5: Het is toegestaan om actieve sportbeoefening in reclame-uitingen uit te beelden, maar uitsluitend om de context uit te beelden van het vieren van de prestatie na afloop.

Artikel 31 - Vakbeurzen

Tijdens een vakbeurs is het toegestaan voor exposanten om afnemers kennis te laten maken met hun producten. Hiervoor gelden niet de in de toelichting bij artikel 26 genoemde voorwaarden.

Artikel 32 - Tapinstallaties

Het is de leden van de branche niet toegestaan gratis of tegen een symbolische vergoeding professionele tapinstallaties ter beschikking te stellen bij manifestaties, evenementen en festiviteiten.

EDUCATIEVE SLOGAN

Artikel 33 - Educatieve slogan

lid 1: Voor reclame voor alcoholhoudende drank die wordt uitgezonden op televisie, in bioscopen, theaters en besloten tv-circuits geldt dat iedere uiting in ieder geval dient te zijn voorzien van de in het tweede lid vermelde – duidelijk leesbare – educatieve slogan.

lid 2: Iedere reclame voor alcoholhoudende drank dient een educatieve slogan 'Geen 18, geen alcohol' te tonen. Deze slogan kan gebruikt worden in combinatie met 'Geniet, maar drink met mate'.

lid 3: Voor alle printreclame alsmede voor commercials voor alcoholhoudende drank op websites en social network sites geldt dat iedere uiting in ieder geval dient te zijn voorzien van de educatieve slogan 'Geen 18, geen alcohol' zoals genoemd in lid 2. Uitgezonderd zijn uitingen die afgebeeld worden op internet die niet langer onderdeel uitmaken van een actuele campagne.

Voor actiereclame in het detailhandelskanaal kan een andere dan de in lid 2 genoemde educatieve slogan wordt gebruikt. Vóór het eerste gebruik van een andere slogan dient toestemming te worden verkregen van de Code Contact Persoon van de detailhandel en STIVA.

lid 4: Alle reclame-uitingen voor alcoholhoudende dranken in bannervorm dienen in ieder geval te zijn voorzien van de educatieve slogan 'Geen 18, geen alcohol' zoals genoemd in lid 2. Dit geldt niet voor banners gelijk aan of kleiner dan 120 pixels breed en 60 pixels hoog.

lid 5: Voor alle in dit artikel genoemde vormen van reclame zijn in de toelichting bij dit artikel richtlijnen voor het tonen van de educatieve slogan, opgenomen.

Printuitingen

Type uitingen

De eisen voor het gebruik van de educatieve slogan 'Geen 18, geen alcohol' en 'Geniet, maar drink met mate' gelden voor de volgende printuitingen: reclame in kranten, magazines, tijdschriften, affiches, flyers en posters (waaronder billboards, swanks, abri's en mupi's) waarin een alcoholhoudende drank, merk of producent centraal staat.

Lettertipe slogan

Arial Cursief

Formaat slogan

Afhankelijk van formaat uiting (breedte x hoogte).

Bij papierformaat tot A5 geldt dat de hoofdregel getoond dient te worden in vergelijkbare grootte als de bodytekst van de uiting. Bij groter papierformaat gelden de volgende eisen voor tekengrootte van de slogan:

- A5 (210 x 148 mm): tekengrootte 9
- A4 (210 x 297 mm): tekengrootte 12
- A3 (420 x 297 mm): tekengrootte 16
- A2 (420 x 594 mm): tekengrootte 20
- A1 (841 x 594 mm): tekengrootte 24
- A0 (841 x 1189 mm): tekengrootte 30
- Abri/Mupi (1160 x 1710 mm): tekengrootte 150

Bij afwijkende papierformaten groter dan A4 wordt de tekengrootte van de slogan bepaald door te kijken welke papiermaat het dichtst in de buurt komt van de hierboven genoemde standaard formaten.

Positie slogan

De slogan dient voldoende geïsoleerd ten opzichte van de opgemaakte bodytekst en horizontaal geplaatst te worden, zodat deze voldoende aandacht trekt.

Opmaak slogan

De slogan dient duidelijk onderscheidend te zijn van de achtergrondkleur waarbij zoveel mogelijk gebruik gemaakt dient te worden van positief (zwart) of negatief (wit).

Televisie-, bioscoop- en internetcommercials

Slogan

Lettertype slogan
Arial Cursief

Lettergrootte slogan

Bij een beeldverhouding van 16:9, de standaard breedbeeldverhouding, dient de educatieve slogan in tekengrootte 26 getoond te worden.

Duur slogan

De slogan dient minimaal 5 seconden in beeld te zijn. Ook in tag-ons en tag-forwards dient de educatieve slogan 5 seconden getoond te worden. Indien de tag-on of tag-forward korter is dan 5 seconden dient de slogan de gehele duur van de uiting in beeld te zijn.

Positie slogan

De slogan dient horizontaal onderin beeld in de 'title save area' (of 'tekstsafe') van het beeld getoond te worden.

Opmaak slogan

De slogan dient duidelijk onderscheidend te zijn van de achtergrondkleur waarbij zoveel mogelijk gebruik gemaakt dient te worden van positief (zwart) of negatief (wit).

Timing slogan

De slogan dient niet gelijktijdig met een pack-shot, disclaimer of pay-off in beeld gebracht te worden. Verder dient de slogan voldoende geïsoleerd ten opzichte van de opgemaakte bodytekst geplaatst te worden, zodat deze voldoende aandacht trekt.

Banners op internet

Type uitingen

De eisen voor het gebruik van de educatieve slogan 'Geen 18, geen alcohol' en 'Geniet, maar drink met mate' gelden voor alle typen banners. Dit geldt niet voor banners gelijk aan of kleiner dan 120 pixels breed en 60 pixels hoog.

Lettertype slogan
Arial Cursief

Formaat slogan
Tekengrootte 11

Positie slogan

De slogan dient voldoende geïsoleerd ten opzichte van de opgemaakte bodytekst en horizontaal geplaatst te worden, zodat deze voldoende aandacht trekt.

Opmaak slogan

De slogan dient duidelijk onderscheidend te zijn van de achtergrondkleur waarbij zoveel mogelijk gebruik gemaakt dient te worden van positief (zwart) of negatief (wit).

Indien een verpakking van alcoholhoudende drank volgens een in kracht van gewijsde gegane uitspraak van de Stichting Reclame Code in strijd is bevonden met de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken, zal STIVA de onderstaande opeenvolgende acties ondernemen:

- 1) Contact zoeken met producent
- 2) Contact zoeken met importeur (indien van toepassing)
- 3) Indien binnen 3 maanden geen gevolg wordt gegeven aan de uitspraak kan STIVA een zgn. 'retail alert' geven. Dit betekent dat STIVA aan de relevante brancheorganisaties van supermarkten, slijters en horeca een waarschuwing geeft dat betreffende verpakking in strijd is met de RvA.

Inwerkingtreding

Deze code is per 1 januari 2014 in werking.

