



**BAGO**

Belgian Association  
of Gaming Operators

**CONVENANT VOOR ETHISCHE  
EN VERANTWOORDE RECLAME  
VOOR EN MARKETING VAN  
KANSSPELEN**

Kansspelen zijn onlosmakelijk verbonden met onze samenleving. Het merendeel van de verbruikers gaat daar op een verantwoorde manier mee om.

Overmatig gokken kan echter ook schadelijk zijn voor het individu en kan negatieve externe gevolgen hebben voor de samenleving als geheel.

De 6 grootste operatoren binnen de sector nemen dan ook hun verantwoordelijkheid op en ondernemen acties ter bescherming van de spelers. Door ondertekening van onderhavig convenant, zullen deze 6 legale operatoren alles in het werk stellen om de nodige stappen te ondernemen om problematisch gokgedrag tegen te gaan.

Reclame en sponsoring zijn belangrijke instrumenten voor de vergunde kansspeloperatoren die hun marktpositie wensen te ontwikkelen, hun productinformatie wensen te verstrekken en de cultuur van hun producten wensen te ondersteunen. De kanspelsector moet dan ook op een verantwoorde manier met dit instrument omgaan. Sociaal verantwoorde reclamevoering is het streefdoel.

Het is belangrijk om aan de legale operatoren de mogelijkheid voor te behouden op actieve wijze reclame te voeren zodat de burger zich niet tot het illegale kanspelaanbod wendt dat, door de natuur zelf van het communicatienetwerk, gemakkelijk toegankelijk blijft en agressieve reclame blijft voeren. Deze illegale sites zijn louter uit op winstbejag en kennen geen ethische grenzen.

Het Convenant voor ethische en verantwoorde reclame voor en marketing van kansspelen legt een referentiekader vast voor reclamecampagnes en promotieactiviteiten ter bevordering van de deelname aan kansspelen en weddenschappen. De tekst bevat de gedragscode die de door de Kansspelcommissie vergunde kansspeloperatoren, en ondertekenaars van onderhavig Convenant, beloven te volgen. De verbintenissen in deze code hebben betrekking op de creatie, realisatie en verspreiding van boodschappen en de uitwerking van acties die kansspelen en weddenschappen bij een volwassen publiek bekendmaken, uitleggen en promoten.

Huidig Convenant is een aanvulling op de toepasselijke reglementering.

Huidig Convenant voor ethische en verantwoorde reclame voor en marketing van kansspelen is gesloten tussen volgende partijen:

- NAPOLEON GAMES (de heer Tom De Clercq) ;
- GOLDEN PALACE (de heer Massimo Menegalli) ;
- LADBROKES (de heer Alexis Murphy) ;
- ARDENT GROUP (de heer Emmanuel Mewissen) ;
- UNIBET (de heer Dennis Mariën) ;
- BETFIRST (de heer François le Hodey).

De Partijen bij dit Convenant nemen het op zich om dit Convenant door te geven in hun respectievelijke sectoren<sup>1</sup>.

De ondertekenaars van dit Convenant zijn vragende partij om de Raad voor de Reclame vzw actief te betrekken bij de uitvoering van dit Convenant en de verificatie van de naleving ervan toe te vertrouwen aan de Jury voor Ethische Praktijken (JEP) inzake Reclame.

---

<sup>1</sup> De Partijen zullen deze overeenkomst van bij de aanvang van hun commerciële relatie en in hun respectieve sectoren uitdrukkelijk laten ondertekenen door de reclamebureaus, public relations agentschappen, productiebedrijven, importeurs, de zaakvoerders van kansspelinrichtingen, festival organisatoren, hun zaakvoerders, hun personeel, de agenten en consultants en al diegenen die, namens hun leden, reclame maken voor kansspelen of promotionele activiteiten ondernemen die hierop betrekking hebben.



## INHOUDSTAFEL

1. DEFINITIES
2. BASISREGELS
3. ALGEMENE BEPALINGEN
4. SPECIFIEKE BEPALINGEN
5. TOEPASSING

## 1. DEFINITIES

### RECLAME :

Elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft een merk, product of dienst bekend te maken, ongeacht de plaats of de gebruikte communicatiemiddelen.

### PROMOTIEACTIVITEITEN :

De activiteiten ter promotie van het vergunde aanbod, met inbegrip van de sponsoring. Iedere activiteit zonder winst oogmerk is uitgesloten. Een promotieactiviteit kan slechts geldig zijn gedurende een bepaalde tijd (begin- en einddatum) of op een bepaald product aangeboden door het merk, wat het derhalve uitzonderlijk en specifiek maakt.

### KANSSPELEN :

Elk spel of weddenschap, waarbij een ingebrachte inzet van om het even welke aard, hetzij het verlies van de inzet door minstens één van de spelers of wedders, hetzij een winst van om het even welke aard voor minstens één van de spelers, wedders of inrichters van het spel of de weddenschap tot gevolg heeft en waarbij toeval een zelfs bijkomstig element is in het spelverloop, de aanduiding van de winnaar of de bepaling van de winstgrootte.

De drie elementen inzet, winst of verlies en toeval moeten cumulatief aanwezig zijn om te kunnen spreken van een kansspel in de zin van artikel 2 van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers. De definitie van kansspelen dekt een ruime lading.

### SPONSORING :

Activiteit van een sponsor, natuurlijke persoon of vennootschap, die een manifestatie, een sport- of cultureel evenement – of een van zijn deelnemers – financiert met een publicitair oogmerk.

### SPELVERSLAVING :

Het gedrag waarbij een persoon een ziekelijke of oncontroleerbare drang om geld in te zetten vertoont. Kenmerken van verslaving zijn de onweerstaanbare behoefte om iets te doen of om een bepaalde stof tot zich te nemen, en de drang om de frequentie of dosis op te voeren om het effect te behouden of het gemis te vermijden (onbehagen, angst). Pathologisch gokken is een echte ziekte die in 1982 werd erkend door de Wereld Gezondheidsorganisatie (WGO).

### BONUS :

Wat er bij een bedrag bij komt, een resultaat (een winst); aanvulling, verbetering. Bedrag aangeboden om één of meerdere activiteiten van de operatoren te leren kennen.

### LINEAIRE AUDIOVISUELE OMROEPDIENST :

Een door de omroeporganisatie geboden omroepdienst voor het gelijktijdig bekijken van audiovisuele programma's op basis van een programmaschema<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Richtlijn SMA 2010/13/EU

## 2. BASISREGELS

Elke vorm van marketingcommunicatie moet zich houden aan de regelgeving van de kansspelen en de zelfregulerende codes en regels die de marketingactiviteiten in het algemeen regelen<sup>3</sup>.

De Partijen verbinden zich ertoe de gedragscode van de Direct Marketing en de Direct e-mail Marketing sectoren na te leven. Zo moet voorgaand toestemming gevraagd worden aan de geadresseerden bij een Direct e-mail Marketingcampagne.

### ALGEMENE BEPALINGEN

De Belgische wetgever door een legaal kansspelaanbod gekozen voor een kanalisatiepolitiek. De speler kan op deze manier deelnemen aan kansspelen in een veilige en zekere omgeving die strikt gecontroleerd wordt.

Reclame en promotie worden ingezet om het wettelijk aanbod van kansspelen of weddenschappen bekend te maken bij een breed publiek. De Partijen moeten ervoor zorgen dat de spelers die willen deelnemen aan kansspelen dit binnen een wettelijk en gereguleerd circuit kunnen doen dat voldoende garanties biedt op gebied van bescherming van de spelers.

Reclame voor kansspelen moet gebaseerd zijn op een verantwoord spelbeleid, dat spelers informeert, buitensporige speelzucht voorkomt en minderjarigen beschermt:

- De reclame moet in overeenstemming zijn met de regelgeving van de kansspelen;
- De reclame voor kansspelen mag enkel gebeuren door de door de Belgische Kansspelcommissie vergunde operatoren;
- De reclame mag niet misleidend zijn;
- De reclame moet sociaal verantwoord zijn;
- De reclame mag niet denigrerend zijn;
- De reclame moet voldoende en juiste informatie overbrengen, zodat de gebruiker met kennis van zaken zijn of haar keuze kan maken;
- De reclame mag niet suggereren dat grote winst verzekerd is;

---

<sup>3</sup> Zie ondermeer:

- “Advertising and Marketing Communication Practice, Consolidated ICC Code (ICC – International Chamber of Commerce)” – [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)<sup>3</sup>
- Aanbeveling n°02/2013 du 30 januari 2013 (Privacycommissie) – Betreft : direct marketing en bescherming van persoonsgegevens (CO-AR-2012-007).

### 3. SPECIFIEKE BEPALINGEN

- I. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen zekerheid van grote winsten voorspiegelen.
- II. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen kansspelverslaving niet bagatelliseren en mogen niet aanzetten tot overmatige of onwettige deelname aan kansspelen.
- III. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen gegevens over winst of verlies vermelden die niet in overeenstemming zijn met de werkelijkheid of met de wettelijke bepalingen.
- IV. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mag gebeuren via spelen waarbij deelname gratis is, op voorwaarde dat het winstpercentage van deze gratis spelen overeen stemt met het reëel winstpercentage van de betalende variant van het spel.
- V. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mag geen betrekking hebben op bonussen waarvan het bedrag 500 euro overstijgt. Indien de bonus gebonden is aan doorspeelvoorwaarden, moet de reclame dit vermelden. Het moet voor consument mogelijk zijn gemakkelijk toegang te krijgen tot de bonusvoorwaarden.
- VI. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen spelers niet aanzetten om gemaakte verliezen uit kansspelen te recupereren via een nieuwe deelname.
- VII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet de indruk wekken dat de uitkomst van het spel louter een kwestie is van behendigheid of kennis.
- VIII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen kritiek uitoefenen op degenen die niet of matig spelen. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen een andere ontspanning niet denigreren ten voordele van de deelname aan een kansspel.
- IX. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet suggereren dat deelnemers onrealistische bedragen zullen winnen.
- X. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet de indruk wekken dat het spel een alternatief vormt voor werken en sparen.

- XI. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet de indruk wekken dat het spel een alternatief vormt voor financiële en persoonlijke problemen.
- XII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet suggereren dat de deelname aan een kansspel een manier is om facturen en schulden te betalen.
- XIII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen misbruik maken van de kwetsbaarheid van personen met financiële moeilijkheden of munt slaan uit hun financiële moeilijkheden.
- XIV. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen wettelijk verboden discriminatie toepassen, in welke vorm dan ook.
- XV. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet actief gevoerd worden in gezondheidsinstellingen en instellingen specifiek gericht op minderjarigen.
- XVI. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen nooit minderjarigen als doelpubliek hebben.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen minderjarigen niet aanzetten tot spelen of laten uitschijnen dat minderjarigen mogen deelnemen aan kansspelen. In reclame mogen geen minderjarige acteurs optreden die lijken deel te nemen aan een kansspel.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen de deelname aan kansspelen niet voorstellen als een teken van volwassenheid en het niet-deelnemen als een teken van onvolwassenheid.

- XVII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet verschijnen in media of reclamedragers die zich uitsluitend tot minderjarigen richten.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen gebruik maken van tekeningen of marketingtechnieken die verwijzen naar personages die in het bijzonder populair of in de mode zijn bij minderjarigen alsook van tekeningen of marketingtechnieken waarin beelden of beweringen voorkomen die uitsluitend behoren tot de cultuur van minderjarigen.



Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen minderjarigen er niet toe aanzetten hun ouders of anderen te overreden tot deelname aan het kansspel waarvoor reclame wordt gemaakt.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen zijn verboden gedurende een periode die begint 15 minuten voor en eindigt 15 minuten na een uitzending gericht op een publiek dat hoofdzakelijk bestaat uit minderjarigen.

Een uitzondering zijn reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen onmiddellijk voor, tijdens of onmiddellijk na met sport verbonden uitzendingen, behalve als deze uitzendingen uitsluitend uit minderjarige deelnemers bestaan.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen zijn verboden tijdens de vertoning in een bioscoop van een film die uitsluitend gericht is op een publiek dat bestaat uit minderjarigen.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen via lineaire audiovisuele omroepdiensten mogen niet worden uitgezonden voor 20 uur. Een uitzondering zijn reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen onmiddellijk voor, tijdens of onmiddellijk na met sport verbonden uitzendingen, behalve als deze uitzendingen uitsluitend uit minderjarige deelnemers bestaan.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen in de sociale media mogen niet gericht zijn op minderjarige gebruikers.

Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen in de sociale media mogen uitsluitend zichtbaar zijn voor personen ouder dan 18 jaar indien de sociale media deze optie voorziet.

- XVIII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen niet gericht zijn op de door de Kansspelwet uitgesloten categorieën van spelers.
- XIX. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen moeten in de mate van het mogelijke de leeftijdsrestrictie kenbaar maken die van toepassing is op de betrokken kanspelsite.
- XX. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen via advertenties in digitale vorm (zoals in-app reclame of website banners) mogen geen mogelijkheid voorzien voor een rechtstreekse deelname aan een kansspel via die digitale advertentie of voor een rechtstreekse aankoop van speelkrediet voor kansspelen, zonder voorafgaandelijke registratie op de website van de operator.
- XXI. Het bestaan van de algemene voorwaarden (terms and conditions) mag niet

misleidend aanwezig zijn in de originele advertentie; deze moeten op de gehele website door de speler gemakkelijk consulteerbaar zijn.

Het gebruik van een bonus verbonden aan voorwaarden moet in alle transparantie gebeuren, de speler moet toegang hebben tot de toepasselijke bonusvoorwaarden, zonder dit te vragen, en moet de mogelijkheid hebben deze te weigeren.

- XXII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen het volgende niet opvoeren of in beeld brengen:
- Verboden vormen van kansspelen of weddenschappen
  - Illegale gedragingen
- XXIII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen mogen geen namen, adressen en andere gegevens over spelers en hun familie verspreiden (met inbegrip van hun foto's of andere visuele opnamen), zonder de schriftelijke toestemming van de betrokken spelers. De draagwijdte van die toestemming moet nauwkeurig in de geschreven overeenkomst vermeld staan en de spelers moeten de mogelijkheid hebben hun toestemming in te trekken. Het intrekken van een dergelijke toestemming moet gerespecteerd worden, voor zover dit redelijkerwijze mogelijk is.
- XXIV. Spelers moeten bij hun registratie op een kansspelsite actief aanvinken dat zij via gerichte e-mail reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen wensen te ontvangen.
- XXV. Spelers moeten de mogelijkheid hebben om zich gemakkelijk uit te schrijven voor reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen per gerichte e-mail.
- XXVI. Spelers moeten op elke internetpagina van de operator de mogelijkheid hebben om in één klik de site van de Kansspelcommissie te bezoeken zodat zij zich kunnen laten uitschrijven.
- XXVII. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen moeten steeds een overeengekomen preventieslogan vermelden. Reclame, communicatie en promotieactiviteiten voor kansspelen moeten bovendien steeds een voor spelers herkenbaar preventiepictogram bevatten.

## 4. TOEPASSING

### DOMEIN VAN TOEPASSING

Het betreffende Convenant is van toepassing voor alle vergunde ondernemingen die kansspelen organiseren op het Belgisch grondgebied, met uitzondering van vergunninghouders van maximaal 2 bingotoestellen in drankgelegenheden.

### WIJZE VAN TOEPASSING

Concreet moet dit Convenant worden toegepast door onderstaande personen en ondernemingen en in het bijzonder:

- door de Partijen
- door alle vergunde kansspeloperatoren en door al wie betrokken is bij de uitwerking van een project voor een reclame- en/of promotieactie voor kansspelen.

Alle dienstverleners die van de vergunde kansspeloperatoren de opdracht hebben gekregen om reclame- en/of promotieboodschappen en activiteiten te ontwerpen, te ontwikkelen en uit te voeren (in de eerste plaats reclamebureaus, promotiebureaus en productiehuizen) en om acties in en buiten de media te ontwerpen en de betreffende reclameruimte te kopen (met name mediabureaus en reclameregies) zullen dit Convenant actief ondertekenen eens zij een verbintenis aangaan met één van de Partijen.

De ondertekenaars van dit Convenant verbinden er zich toe om contact op te nemen met de Raad voor de Reclame vzw, om de Raad actief te betrekken bij de uitvoering van dit Convenant en de verificatie van de naleving ervan toe te vertrouwen aan de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP), overeenkomstig de bepalingen van zijn reglement. Alle rechtspersonen of natuurlijke personen die geen commercieel belang nastreven zouden zodoende klacht kunnen indienen bij de JEP wegens overtreding van bepalingen van dit Convenant.



**BAGO**

Belgian Association  
of Gaming Operators

Gedaan te Brussel, op 20 oktober 2016, in evenveel originele exemplaren dan er Partijen zijn, waarvan iedere Partij erkent één exemplaar te hebben ontvangen.

Voor de ondertekenende partijen,



Voor NAPOLEON GAMES,  
De heer Tom De Clercq  
CEO

[tom.declercq@napoleongames.be](mailto:tom.declercq@napoleongames.be)

**Ladbrokes.be**  
SPORT / POKER / CASINO

Voor LADBROKES,  
De heer Alexis Murphy  
Gedelegeerd bestuurder

[alexis.murphy@ladbrokes.be](mailto:alexis.murphy@ladbrokes.be)



Voor GOLDEN PALACE GROUP,  
De heer Massimo Menegalli  
CEO

[massimo.menegalli@gaa.be](mailto:massimo.menegalli@gaa.be)



Voor ARDENT GROUP,  
De heer Emmanuel Mewissen  
CEO

[e.mewissen@ardent-group.com](mailto:e.mewissen@ardent-group.com)



Voor UNIBET,  
De heer Dennis Mariën  
Country Manager Belgium  
[dennis.marien@unibet.be](mailto:dennis.marien@unibet.be)



Voor SAGEVAS,  
De heer François le Hodey  
CEO  
[francois.lehodey@ipmgroup.be](mailto:francois.lehodey@ipmgroup.be)