



Reclamecode voor voedingsmiddelen & sportsponsoring

Samen sporten is leuk én gezond. Sponsoring kan dat voor veel mensen mogelijk maken. Sponsoring van een sportclub kan bijvoorbeeld helpen de contributie laag te houden. En sponsoring van een sportevenement kan ervoor zorgen dat sporters tegen weinig of geen kosten kunnen deelnemen, of dat de kosten van het evenement laag blijven. Maar sponsoring is wel gebonden aan regels. Deze brochure maakt je wegwijs in die regels.

Als je je sportclub of sportevenement wilt laten sponsoren door een aanbieder van voedingsmiddelen, gelden er regels vanuit de [Reclamecode voor Voedingsmiddelen](#). Met name als het gaat om sponsoring van jeugdteams of een sportevenement voor kinderen. Deze informatie van NOC*NSF en FNLI is bedoeld om iedereen die betrokken is bij sportsponsoring – sportmarketeers, sportclubs, gemeentes en mogelijke sponsoren – te laten zien wat niet mag, maar vooral wat er wel mogelijk is.

Aanbieder voedingsmiddelen

Onder een aanbieder van voedingsmiddelen verstaan we:

- * supermarkten, bijvoorbeeld AH, Jumbo of Lidl
- * de lokale middenstand, zoals de bakker, groenteman, lokaal restaurant of snackbar
- * horeca-aanbieders, bijvoorbeeld McDonalds, La Place of Subway
- * voedingsmiddelenfabrikanten, zoals Unilever, Nestle of Arla
- * en voedingsmiddelenmerken, bijvoorbeeld Coca-Cola, Ola of Campina

Het is belangrijk om je aan deze regels te houden met als doel gezondheid voor alle kinderen. Houd je je er niet aan, dan is het heel goed mogelijk dat er een klacht wordt ingediend bij de Reclame Code Commissie met negatieve publiciteit voor zowel het betrokken bedrijf als ook de betrokken sportvereniging.

NOC*NSF

NOC*NSF is de sportkoepel en een faciliterende organisatie die mede zorg draagt voor een gezond en sterk Nederland. We onderhouden hiervoor volop relaties met andere organisaties waarbij we de belangen van de Nederlandse sport en de sporters steeds voorop laten staan.

FNLI

De FNLI – Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie – is de koepelorganisatie en belangenbehartiger voor de verwerkende en importerende voedingsmiddelenindustrie.

Wegwijs in de regels

Volg onderstaand schema om er achter te komen wat kan en mag volgens de Reclamecode voor voedingsmiddelen als het gaat om sponsoring van een sportevenement. Voor sponsoring van een sportclub gelden in grote lijnen dezelfde regels. Het uitgangspunt is dan de groep jongste sporters. Zijn er kinderen onder de 7 jaar aanwezig? Dan gelden de regels voor kinderen jonger dan 7 jaar. Zijn alle jeugdteams 7 jaar of ouder, maar jonger dan 13 jaar? Dan gelden de regels voor kinderen tussen de 7 en 13 jaar.

Sportevenement

Hieronder verstaan we eenmalige of speciale sportactiviteiten zoals bijvoorbeeld een hardloophwedstrijd, voetbaltoernooi, sponsorloop, jeugdkamp of andere uitjes die een sportvereniging organiseert.



Sponsoring van een sportevenement door een aanbieder van voedingsmiddelen

Vindt het sportevenement plaats op het terrein van een basisschool of kinderopvang?





Erkende instantie

Erkende instanties zijn actief op het terrein van gezondheid, voeding en/of beweging. Voorbeelden zijn het ministerie van VWS en het Voedingscentrum. Gaat het om producten die in de Schijf van vijf zijn opgenomen, dan zou dit geen probleem moeten zijn.

Voedingskundige criteria

Er mag geen reclame worden gemaakt voor producten met (te) veel energie, zout, suiker en verzadigd vet. Alle voedingskundige criteria vindt u in deze [lijst](#), de bijbehorende lijst met portiegroottes voor producten vindt u [hier](#).

bedrijfsnaam of logo. Ouders mogen wel op de hoogte worden gebracht van deze sponsoring door middel van bijvoorbeeld een e-mail.

- * zichtbare sponsoring door een supermarkt kan ook zonder goedkeuring als het gaat om non-food, zoals stiften of notitieblokjes of als de nadruk ligt op het totale assortiment.
- * het uitdelen van voedingsmiddelen (sampling) kan als het product niet herkenbaar is: je mag niet zien dat het afkomstig is van een bepaald merk of bedrijf.
- * het uitdelen van herkenbare producten kan alleen als het product goedgekeurd is door een erkende instantie.
- * het uitdelen van herkenbare producten kan alleen als het product goedgekeurd is door een erkende instantie [pop-up].

Nee, het gaat om kinderen tussen de 7 en 13 jaar en ouder (inclusief volwassenen)

Dan zijn dit de belangrijkste regels:

- * Niet-zichtbare sponsoring is toegestaan. Bijvoorbeeld in de vorm van een geldbedrag waarbij geen vermelding of vertoning is van een product, merknaam, bedrijfsnaam of logo. Ouders mogen wel op de hoogte worden gebracht van deze sponsoring door middel van bijvoorbeeld een e-mail.
- * Zichtbare sponsoring – billboards, banners of shirtsponsoring – door een aanbieder van voedingsmiddelen kan als er goedkeuring is van een erkende instantie



of als het voldoet aan de voedingskundige criteria van de reclamecode.

Reclame maken kan dan voor:

- a. een product-merk combinatie die voldoet aan deze voedingskundige criteria.
 - b. een merk waarvan alle producten voldoen aan deze voedingskundige criteria.
 - c. een bedrijf waarvan de naam heel algemeen is of alleen linkt naar een product dat voldoet aan de voedingskundige criteria. Linkt een bedrijfsnaam naar een product dat niet voldoet aan de criteria dan mag het niet.
- * zichtbare sponsoring door een supermarkt kan ook zonder deze voorwaarden als het gaat om non-food of het totale assortiment.
 - * het uitdelen van voedingsmiddelen (sampling) kan als het product niet herkenbaar is: je mag niet zien dat het afkomstig is van een bepaald merk of bedrijf.
 - * het uitdelen van herkenbare producten kan onder voorwaarden:
 - a. als het product wordt goedgekeurd door een erkende instantie.
 - b. als het product voldoet aan de voedingskundige criteria. Een eenvoudige checklist vindt je [hier](#). Bij twijfel kun je contact opnemen met de FNLI via info@fnli.nl.



4 Voorbeelden

- a. **Een voetbalvereniging organiseert een voetbaltoernooi voor 9- t/m 12-jarigen. Een bekend ijsmerk wil wel sponsoren. In ruil voor het plaatsen van een banner krijgen de kinderen een waterijsje na afloop. Het ijsmerk maakt niet alleen waterijsjes maar ook roomijs. Mag deze vorm van sponsoring?**

Antwoord

- a. Het is een toernooi voor kinderen vanaf 9 jaar, de regels voor 7- t/m 12-jarigen gelden dus. Dat betekent dat er een waterijsje met verpakking mag worden uitgedeeld als dat waterijsje voldoet aan de voedingskundige criteria. Als het waterijsje niet voldoet aan de voedingskundige criteria mag het alleen worden uitgedeeld zonder verpakking én alleen wanneer het ijsje geen zodanig unieke vorm heeft dat het naar een specifiek merk linkt. Het ijsmerk alleen mag niet op de banner worden getoond omdat het ijsmerk verschillende producten heeft die niet allemaal voldoen aan de voedingskundige criteria. Een banner van het ijsmerk samen met een waterijsje dat wel aan de voedingskundige criteria voldoet mag wél.

- b. **Er wordt een sporttoernooi georganiseerd voor basisschoolleerlingen uit een wijk op het sportveld van één van de scholen. De plaatselijke supermarkt geeft aan T-shirts te willen sponsoren. In ruil daarvoor komt de naam van de supermarkt op het T-shirt. De supermarkt wil ook graag met een stand en banner bij het sportveld van de school staan én de kinderen een goodie bag meegeven, met daarin een sporttijdschrift, sportdrink en mueslireep. Mag dit?**

Antwoord

- b. Het sporttoernooi vindt plaats op het sportveld van de school, daarom gelden de regels voor kinderen jonger dan 7 jaar. De naam van de supermarkt mag op het T-shirt en op de banner, omdat dit niet verwijst naar specifieke voedingsmiddelen. De goodie bag mag niet, er mag geen zichtbare reclame worden gemaakt voor voedingsmiddelen bij kinderen jonger dan 7 jaar. Als de inhoud van de goodie bag ondersteund wordt door een erkende instantie, bijvoorbeeld het Voedingscentrum, dan zou het wel mogen, denk dan aan een goodie bag met een sporttijdschrift, een bidon water en een stuk fruit.

- c. **Een tennisclub heeft contact met een fastfoodketen om zich te laten sponsoren. Deze fastfoodketen wil dat wel doen en wil graag billboards langs het tennisveld plaatsen. De tennisclub heeft een grote groep jonge leden vanaf 6 jaar. Mag de tennisclub deze billboards neerzetten?**

Antwoord

- c. De sportclub heeft jeugdleden en de jongste leden zijn jonger dan 7 jaar. Dan gelden de regels voor kinderen jonger dan 7 jaar tenzij kan worden aangetoond dat die groep kleiner is dan 25% van het ledenaantal en dat het gemiddelde publiek voor minder dan 25% uit die leeftijdscategorie bestaat. Zichtbare sponsoring is in dat geval alleen toegestaan als er goedkeuring is van een erkende instantie, zoals het Voedingscentrum. Een fastfoodketen zal niet goedgekeurd worden behalve indien er sprake

is van de twee 'tenzij' condities. De club kan beter op zoek naar sponsoring door bijvoorbeeld een supermarkt of een producent van niet aan voedingsmiddelen gekoppelde producten.

- d. **Een zwemvereniging organiseert jaarlijks voor haar jeugdafdeling een zomerkamp. Dat er tijdens het kamp gezwommen gaat worden, spreekt voor zich. Er worden natuurlijk ook andere activiteiten georganiseerd, zoals een dropping, een excursie naar een dierentuin en toneelspelen. Om de kosten voor de ouders zo laag mogelijk te houden, zoekt de vereniging naar sponsors van deze vakantieweek. Al snel biedt een bekende chocoladefabrikant zich aan om zowel financieel bij te dragen als producten te leveren die gedurende het kamp kunnen worden uitgedeeld. De producten zijn duidelijk herkenbaar als afkomstig van die specifieke fabrikant. Kan dit?**

Antwoord

- d. Als je uitgaat van de assumptie dat alle aanwezige kinderen 7 jaar of ouder zijn, gelden de regels voor kinderen van 7 t/m 12 jaar. Voor chocoladeproducten is alleen onzichtbare sponsoring mogelijk. Een financiële bijdrage is mogelijk onder de voorwaarde dat alleen bij de ouders het bekend is dat deze fabrikant bijdraagt. Dus wel in het informatiemateriaal voor de ouders maar niet in het materiaal voor de kinderen. Aangezien de producten in kwestie meteen maken om producten uit te delen.

Meer informatie?

De formele tekst van de Reclamecode Voor Voedingsmiddelen is te lezen op de website van de [Stichting Reclame Code](#).

