

Code Reclame via Email	
1	ALGEMENE BEPALINGEN
1.1	Deze Code is van toepassing op het toezenden van ongevraagde reclame via e-mail.
1.2	In deze Code wordt verstaan onder:
1.2a	<u>reclame via e-mail</u> : het per e-mail aanprijzen van goederen, diensten of denkbelden, alsmede het vragen van diensten. Hieronder wordt niet verstaan het verzenden van een uitnodiging uitsluitend voor deelname aan onderzoek voor historische, statistische of wetenschappelijke doeleinden.
1.2b	<u>adverteerder</u> : degene (natuurlijk persoon in de uitoefening van beroep of bedrijf of rechtspersoon in wiens opdracht reclame via e-mail is verzonden. Een adverteerder die ongevraagde reclame via e-mail toezendt aan een eigen (klant)bestand is voor de werking van deze Code tevens een bestandseigenaar
1.2c	<u>geadresseerde</u> : de persoon tot wie reclame via e-mail is gericht;
1.2d	<u>bestandseigenaar</u> : partij die de zeggenschap heeft over een databank met e-mailadressen. Een bestandseigenaar die ongevraagde reclame via e-mail over zijn eigen producten en diensten toezendt aan een eigen (klant)bestand is voor de werking van deze Code tevens een adverteerder.
1.2e	<u>derdeverstrekking</u> : het bekend maken of ter beschikking stellen van e-mailadressen aan een derde met als doel het toezenden van reclame via e-mail aan deze e-mailadressen. Onder een derde wordt niet verstaan een bewerker die handelt in opdracht van de bestandseigenaar of adverteerder;
1.2f	<u>label</u> : merk en/of bedrijfsnaam van een bestandseigenaar waaronder toestemming is verkregen voor het toesturen van ongevraagde reclame via e-mail;
1.3a	Reclame via e-mail is in beginsel toegestaan als de geadresseerde van reclame via e-mail daarvoor aan de bestandseigenaar door middel van een actieve handeling vooraf toestemming heeft verleend, dan wel dat het e-mailadres door de bestandseigenaar is verkregen in het kader van een verkoop aan of schenking door de geadresseerde en wordt gebruikt voor het aanbieden van eigen gelijksoortige producten of diensten (inclusief het vragen van schenkingen door ideële of charitatieve organisaties), waarbij er geen gebruik is gemaakt van de mogelijkheid zich af te melden op dezelfde wijze als bedoeld in artikel 5 van deze Code (Recht van Verzet). Aan deze verplichting kan niet worden voldaan uitsluitend door middel van een bepaling in de algemene voorwaarden of een privacy statement.
1.3b	De adverteerder dient zich ervan te vergewissen dat de bestandseigenaar en andere (tussen)partijen die de adverteerder inschakelt de bepalingen van deze Code en de toepasselijke wet- en regelgeving naleven, waaronder - maar niet beperkt tot – het feit dat de bestandseigenaar de noodzakelijke toestemming voor het verzenden van reclame via email heeft verkregen.
1.4	De inhoud van de reclame via e-mail dient te voldoen aan de algemene regels van de Nederlandse Reclame Code.
1.6	1. Indien reclame via e-mail via een platform waar de adverteerder voor verantwoordelijk is (<i>tell a friend</i>) wordt gestuurd op initiatief van een natuurlijk persoon die niet handelt in de uitoefening van beroep of bedrijf naar een persoonlijke relatie van die natuurlijke persoon, dient de adverteerder de naam van die natuurlijke persoon op te nemen in het “Van”-veld. 2. Indien reclame via e-mail wordt gestuurd conform artikel 1.6. eerste lid dient het “Reply To” veld het e-mailadres van de natuurlijke persoon op wiens initiatief de e-mail is verstuurd, te bevatten.
2	IDENTITEIT EN HERKENBAARHEID
2.1	Reclame via e-mail moet duidelijk als zodanig herkenbaar zijn door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins.
2.2	De adverteerder draagt er zorg voor dat de bestandseigenaar zich in iedere e-mail zodanig identificeert dat de bestandseigenaar gemakkelijk en effectief bereikbaar is voor de geadresseerde van de e-mail door de contactgegevens van de bestandseigenaar, waaronder in ieder geval diens naam, adres en contactgegevens te vermelden of naar deze te verwijzen via een werkende link.
2.3	De bestandseigenaar dient zijn label op te nemen in het Van-veld. Tevens dient de bestandseigenaar een werkend antwoordadres op te nemen in het Reply To-veld, waarop response kan worden ontvangen

3	TECHNISCHE ASPECTEN E-MAIL
3.1	De bijlagen voor reclame via e-mail mogen gezamenlijk niet groter zijn dan 150kb.
3.2	Indien in de reclame via e-mail een URL wordt opgenomen naar een rechtstreeks te downloaden bestand, dient in de e-mail de omvang en het type bestand te worden aangegeven.
4	VERZAMELEN VAN E-MAILADRESSEN
4.1a	De adverteerder draagt er zorg voor dat de bestandseigenaar bij het verzamelen van e-mailadressen degene wiens e-mailadres wordt verzameld duidelijk en op eenvoudig toegankelijke wijze geïnformeerd wordt over de navolgende punten:
	a) dat het e-mailadres voor het toezenden van reclame zal worden gebruikt;
	b) de identiteit van de bestandseigenaar/bestandseigenaren; en
	c) de bestandseigenaar het e-mailadres verzamelt voor eigen gebruik, dan wel (mede) voor gebruik ten behoeve van derden of derdenverstrekking van het e-mailadres.
4.1b	Aan de verplichting van artikel 4.1a kan niet worden voldaan uitsluitend door middel van een bepaling in de algemene voorwaarden of een privacy statement.
5	RECHT VAN VERZET
5.1	De adverteerder dient er zorg voor te dragen dat de geadresseerde zich in iedere uiting kosteloos en eenvoudig op elektronische wijze bij de bestandseigenaar af kan melden voor het gebruik van zijn e-mailadres voor reclame via e-mail. Dit recht van verzet dient op eenvoudige, duidelijke en liefst uniforme wijze mogelijk gemaakt te worden. De bestandseigenaar draagt er zorg voor dat het verzoek op deze wijze gedaan onverwijld wordt ingewilligd.
5.2	De geadresseerde dient de mogelijkheid te hebben om de in artikel 5.1 genoemde afmelding in ieder geval te doen voor het label, product of dienst ten behoeve waarvan het e-mailadres verzameld is. Een afmelding mag betrekking hebben op meerdere of alle labels, product of dienst.
6	KLACHTEN EN TOEZICHT
6.1	Een ieder die meent in strijd met deze Code reclame via e-mail te hebben ontvangen, kan hierover schriftelijk en/of via een elektronisch klachtenformulier (www.reclamecode.nl) een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie, conform de statuten en het reglement van de Stichting Reclame Code.
6.2	Het klaagschrift dient naast gegevens betreffende de naam, adres, woonplaats en e-mailadres van klager ook waar mogelijk kopieën van de complete e-mail(s) te bevatten (inclusief de zogeheten 'headers') waarop de klacht is gebaseerd.
6.3	De Reclame Code Commissie c.q. het College van Beroep kan bij een toewijzing van een klacht aangeven aan welke partij het niet-naleven van het bepaalde in deze Code te wijten is.
7	EVALUATIE EN INWERKINGTREDING
7.1	Deze Code is opgesteld en ingebracht bij de Stichting Reclame Code door: <ul style="list-style-type: none"> - DDMA - Nederlandse Thuiswinkel Organisatie <p>De inhoud van deze Code is opgesteld in samenwerking met VNO-NCW en MKB Nederland</p>
7.2	Deze Code wordt voor een periode van vijf (5) jaar vastgesteld en wordt in beginsel steeds verlengd voor een periode van een jaar. Aan het eind van iedere periode, dan wel indien daartoe eerder aanleiding is, zal deze geëvalueerd worden door de partijen die deze Code hebben ingebracht en de Stichting Reclame Code.
7.3	Deze code is herzien op 30 augustus 2011 en treedt in werking op 1 januari 2012