



Commissie Zorgvuldig Bestuur

CZB/V/KSO/2019/430

BETREFT: het gebruik van logo's, merken en reclamevoorbeelden in lesmateriaal financiële educatie.

1. PROCEDURE

1.1. Ontvangst: 25 april 2019.

1.2. Verzoeker

[X], Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA).

1.3. CZB

Bij e-mail van 25 april 2019 wordt de vraag aan het secretariaat van de Commissie bezorgd. Met een e-mail wordt de vraagsteller uitgenodigd voor de zitting van 29 april 2019.

2. INHOUD van de VRAAG

De FSMA is de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten. Ze houdt toezicht op de Belgische financiële sector en is een autonome, neutrale instelling van openbaar nut.

In het kader van de opdracht van de bescherming van de financiële consument werd Wikifin, het programma financiële educatie van de FSMA, gelanceerd. Eén van de pijlers van dat programma vormt het onderwijs: Wikifin draagt bij tot de sensibilisering van de onderwijsnetten om financiële educatie een plaats te geven op school. Daarnaast worden leerkrachten ondersteund via het Wikifin@School platform, waarop een divers en gratis aanbod van lesmateriaal beschikbaar wordt gesteld.

De vraagsteller onderstreept het belang van financiële geletterdheid in de moderne samenleving, waarin jongeren steeds vroeger worden aangesproken als consument. Onder financiële geletterdheid moet worden begrepen zowel de kennis van financiële begrippen en producten alsook de vaardigheid en attitude om deze kennis aan te wenden om financiële beslissingen te nemen.

In de nieuwe eindtermen voor de eerste graad van het secundair onderwijs, die in werking treden vanaf 1 september 2019, zit de financiële competentie als sleutelcompetentie sterk vervat. Daaronder zijn onder meer de volgende onderwerpen opgenomen: budgetbeheer (persoonlijk, gezinsbudget, sparen, lenen, rente, schuld), consumptie- en keuzegedrag (incl. diverse invloeden), betaalmiddelen (veiligheid, risico's, kosten bij gebruik), documentbeheer, invloed overheid.

Het educatief materiaal op het platform Wikifin@School is zoveel als mogelijk afgestemd op de eindtermen en bestaat uit lessuggesties met verbeter sleutels voor de leerkrachten in eenvoudig aan te passen Word-documenten, video's, tools (demobank, budgettools, ...), educatieve spellen en per thema een bundel met achtergrondinformatie.

Alle onderwerpen worden ondergebracht in thema's gealigneerd op de eindtermen en ook op het Wikifin en OESO raamwerk voor financiële geletterdheid. De thema's waarvoor er momenteel materiaal wordt aangeboden zijn: betaalmiddelen, budgetbeheer, lenen, sparen en beleggen, verantwoord consumeren, geld en maatschappij.

Momenteel wordt ingezet op de ontwikkeling van een basisset van ondersteunend materiaal voor de eerste graad van het secundair onderwijs conform de nieuwe eindtermen. Dit moet leerkrachten helpen wanneer ze op 1 september 2019 met financiële educatie aan de slag gaan. Om het aanbod kenbaar te maken, wordt de komende weken een campagne gelanceerd.

Bij de ontwikkeling van het educatieve materiaal werd de internationale aanbeveling gevolgd dat de thema's die erin aan bod komen best worden aangebracht door te werken met voorbeelden uit de leefwereld van jongeren, door voor hen herkenbare taal en beelden te gebruiken. Het lesmateriaal bevat dan ook concrete voorbeelden en oefeningen waarin logo's, merken en reclameboodschappen in sommige gevallen zijn opgenomen.

- Binnen het thema betaalmiddelen: concrete illustraties van diverse betaalkaarten en – systemen geven leerlingen inzicht (herkennen, begrijpen, vergelijken, analyseren, evalueren, keuze onderbouwen, ...) in het diverse en complexe aanbod van betaalmogelijkheden met hun kenmerken. Het materiaal bevat illustraties van betaalterminals, type betaalkaarten (debet-, krediet- en prepaidkaarten), type betaalsystemen (Bancontact-Payconiq, sms-betalen), diverse technologieën (contactloos met smartphone, horloge, ring, ...), voorbeelden van fraude zoals phishingmails, geldezels, skimming,... alsook vergelijkingstools waar aanbieders diverse betaalrekeningen en hiermee gepaard gaande diensten aanbieden, ...
- Binnen het thema verantwoord consumeren worden leerlingen bewust gemaakt van de vele vormen van invloeden waarmee ze permanent in contact komen en die ook impact hebben op hun budget. Om dit aan te leren worden illustraties gegeven van diverse marketing- en verkooptechnieken die voor hen herkenbaar zijn en waar de leerlingen mee geconfronteerd worden. Voorbeelden van aanbiedingen en promoties, websites, diverse (reclame)berichten inclusief deze op social media zijn hiervoor zeer geschikt. Deze illustraties zijn ook heel nuttig voor het leren kiezen uit diverse vormen van lenen, financiële producten (spaar- en zichtrekening, betaalkaarten, beleggingsproducten, ...). Het kritisch kunnen omgaan met deze boodschappen sluit nauw aan bij de competentie reclamewijsheid. Eens leerlingen er zich van bewust zijn, kunnen ze maatregelen nemen die mogelijkwijze ook een effect hebben op hun uitgaven, hun budget, hun aankopen van producten of diensten (incl. financiële producten en diensten).
- Bij oefeningen rond lenen wordt in een korte video uitgelegd hoe een grotere aankoop kan betaald worden door o.a. met een kredietkaart te betalen. Leerlingen analyseren reclameboodschappen over diverse kredietvormen, kunnen een kredietaanvraag-formulier begrijpen en invullen, de aanbiedingen onderling vergelijken en een aanbieding kiezen die in een bepaalde context het meest aangewezen is.
- In oefeningen rond sparen en beleggen analyseren leerlingen diverse aanbiedingen van spaarrekeningen en andere financiële producten en diensten. Aan de hand van deze aanbiedingen identificeren ze de voor hen belangrijke informatie, kunnen ze aanbiedingen vergelijken (ze kunnen ook gebruik maken van vergelijkingstools) en een product kiezen dat past in een context.

Aan de Commissie wordt gevraagd of het gebruik van logo's, merken en reclamevoorbeelden in het educatief materiaal op het Wikifin@School platform te verzoenen is met de onderwijsregelgeving betreffende reclame en sponsoring.

De voorkeur van de vraagsteller gaat uit naar het gebruik van logo's, merken en reclameboodschappen indien deze in het kader van het verwerven van specifieke doelstellingen van financiële geletterdheid noodzakelijk of sterk aangewezen zijn. Wikifin hanteert bij het gebruik van merken, logo's en reclameboodschappen een variëteit van leveranciers en aanbieders.

Een alternatieve werkwijze is logo's, merken of reclameboodschappen schrappen waar mogelijk zonder afbreuk te doen aan de content van het materiaal (vb. productbeschrijving, voorwaarden, prijzen en tarieven blijven zichtbaar). De vraagsteller merkt op dat in sommige gevallen een getraind oog de betreffende leverancier of aanbieder nog zal herkennen.

3. ZITTING VAN DE COMMISSIE

3.1. Datum en uur: 29 april 2019 om 13u45.

3.2. Kamer

Kamer bevoegd voor het secundair onderwijs, het deeltijds kunstonderwijs, het volwassenenonderwijs en de centra voor leerlingenbegeleiding.

3.3. Commissieleden

De Commissie is in overeenstemming met artikel VII.2 Codificatie sommige bepalingen voor het onderwijs en artikel 1 tot en met artikel 3 van het ministerieel besluit van 28.11.2007 betreffende de samenstelling van de Commissie Zorgvuldig Bestuur als volgt samengesteld: De heer Bengt Verbeeck, voorzitter.

Hilde Timmermans, Thijs Streng, Jean Dujardin en Etienne Becuwe, leden.

3.4. Aanwezige betrokkenen, getuigen, deskundigen, raadslieden

- [X], FSMA, vraagsteller;
- [Y], FSMA.

3.5. Stemming

De Commissie heeft na beraadslaging eenparig de volgende conclusies opgesteld inzake bevoegdheid en advies.

4. ADVIES VAN DE COMMISSIE

4.1. Regelgeving

** Codificatie sommige bepalingen voor het onderwijs*

Art. VII.5. De Commissie beslist over de gegrondheid van klachten van belanghebbenden inzake:

1° ...

2° de bepalingen van artikel 51 van het decreet Basisonderwijs van 25 februari 1997, van artikel 7 tot en met artikel 10 van de codificatie betreffende het secundair onderwijs, van artikel 14bis van het decreet van 1 december 1998 betreffende de centra voor leerlingenbegeleiding, ...;

3° ...

Art. VII.6. De Commissie kan vragen van belanghebbenden behandelen over de aangelegenheden bedoeld in artikel VII.5, eerste lid.

** Codex Secundair Onderwijs*

Art. 10

Een schoolbestuur dat sponsoring of mededelingen die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen, toelaat, waakt erover dat :

- 1° door het schoolbestuur verstrekte leermiddelen vrij blijven van bedoelde mededelingen;
- 2° activiteiten vrij blijven van bedoelde mededelingen, behoudens indien deze mededelingen louter attenderen op het feit dat de activiteit of een gedeelte van de activiteit ingericht werd door middel van een gift, een schenking of een prestatie om niet of verricht onder reële prijs door een bij name genoemde natuurlijke persoon, rechtspersoon of feitelijke vereniging;
- 3° sponsoring en bedoelde mededelingen kennelijk niet onverenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstellingen van de school;
- 4° sponsoring en bedoelde mededelingen de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid van de school niet in het gedrang brengen.

** Omzendbrief SO 78 van 27 november 2001 betreffende zorgvuldig bestuur in het secundair onderwijs.*

4.2. Bevoegdheid

De Commissie is van oordeel dat zij rekening houdende met de aangehaalde feiten en de geldende regelgeving bevoegd is.

4.3. Advies

4.3.1. Mededelingen die de verkoop van producten of diensten bevorderen.

De onderwijsregelgeving regelt het statuut van mededelingen die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen. Dergelijke mededelingen zijn niet absoluut verboden. De decreetgever heeft er wel strikte beperkingen voor ingesteld.

In het secundair onderwijs geldt dat de leermiddelen vrij moeten blijven van mededelingen die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen. Met leermiddelen wordt bedoeld dat wat in het noodzakelijke onderwijsprogramma in ruime zin gebruikt wordt bij het leren. Ook activiteiten (zowel verplichte als facultatieve) moeten vrij zijn van die mededelingen maar de regelgeving laat sponsorvermelding toe. De sponsorvermelding moet wel verenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstelling van de school en ze mag de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid van de school niet in het gedrang brengen.

Met respect voor de aldus omschreven grenzen kan het schoolbestuur verder een eigen beleid voeren op het gebied van reclame en sponsoring. De principes die de school daarbij hanteert, worden overlegd binnen de schoolraad en moeten in het schoolreglement worden verwoord. Verder kan een bedrijf/organisatie zich in een school enkel manifesteren mits uitdrukkelijke toestemming van het schoolbestuur en/of directie.

4.3.2. Toepassing.

Ter zitting heeft de Commissie kennis genomen van een reeks voorbeelden uit het door de FSMA ontwikkeld aanbod van lesmateriaal rond financiële educatie voor het secundair onderwijs, dat wordt ter beschikking gesteld via het digitale platform Wikifin@School. Gevraagd zich uit te spreken over de vraag of het gebruik van logo's, merken en reclamevoorbeelden in dat materiaal verzoenbaar is met de hoger vernoemde decretale principes, overweegt de Commissie het volgende.

Volgens het decreet dienen leermiddelen in principe steeds vrij te blijven van iedere vorm van reclame.

Het getuigt anderzijds van weinig realiteitszin te veronderstellen dat de specifieke doelstellingen van financiële geletterdheid waarop een aantal van de voorgelegde materialen gericht zijn, waarmee deze aansluiten op de eindtermen ¹, kunnen bereikt worden zonder te werken met herkenbare, levensechte voorbeelden. Zo kan worden verwezen naar het thema 'verantwoord consumeren', waarbinnen het bijbrengen van vaardigheden verwant aan de competentie reclamewijsheid nadrukkelijk aanwezig is: verschillende lessuggesties moeten leerlingen bewust maken van en kritisch leren omgaan met beïnvloedende factoren bij het maken van keuzes voor producten of diensten. Dat vereist onder meer dat leerlingen marketing- en verkooptechnieken waarmee zij geconfronteerd worden, leren herkennen. Wil men leerlingen in functie daarvan op een zinnige manier onderwijzen, dan komt de Commissie het gebruik van herkenbare, bestaande praktijkvoorbeelden onvermijdelijk voor. Gelijkaardige overwegingen zijn te maken met betrekking tot verschillende lessuggesties binnen het thema 'betaalmiddelen'. Waar men leerlingen wil vertrouwd maken met het aanbod van betaalmogelijkheden en het (veilig) gebruik daarvan, met daarbij aansluitend het verschaffen van inzicht in en het doen herkennen van fraudetechnieken, kan men volgens de Commissie niet om illustraties met bestaande namen en logo's heen. Er kan overigens worden opgemerkt dat een aantal merknamen in dat verband zijn uitgegroeid tot soortnamen (vb. Bancontact), waaraan bij het onderricht over betaalmiddelen hoe dan ook niet kan worden voorbijgegaan.

De Commissie is dan ook van oordeel dat het gebruik van logo's, merken en reclamevoorbeelden in het voorgelegde materiaal aanvaardbaar is in zoverre dit relevant is in functie van de te bereiken leerdoelen. De initiatiefnemers zullen dan ook zorgvuldig per onderdeel moeten nagaan of de aanwezigheid van dergelijke vermeldingen bepalend is voor wat men wil onderwijzen, dan wel louter dienen als illustratie, in welk geval ze dienen verwijderd te worden.

Waar het voorgelegde initiatief, gelet op het statuut en de opdracht van de FSMA, volgens de Commissie kan worden beschouwd als structureel neutraal, neemt dat evident niet weg dat een evenwicht dient bewaard te worden in de verscheidenheid van namen en logo's die

¹ Zijn in dit verband bij wijze van voorbeeld te vermelden:

- Secundair onderwijs, vakoverschrijdende eindtermen binnen Context 6 Socio-economische samenleving:
 - 4. "De leerlingen hebben bij het kopen van goederen en het gebruiken van diensten zowel oog voor prijs-kwaliteit en duurzame ontwikkeling als voor de rechten van de consument";
 - 7. "De leerlingen kunnen het eigen budget en de persoonlijke administratie beheren";
- Secundair onderwijs, eerste graad, A-stroom – eindtermen in functie van de sleutelcompetentie 'Competenties met betrekking tot economische en financiële competenties' (vanaf 1/9/2019):
 - 11.1. "De leerlingen beargumenteren hun keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met hun behoeften en beïnvloedende factoren."
 - 11.2. "De leerlingen beoordelen de veiligheid, risico's en kosten verbonden aan het gebruik van betaalmiddelen en verkoopkanalen."

vermeld worden en dat daarnaast voldoende aandacht dient uit te gaan naar een contextgebonden gebruik ervan. Het moet voor leerlingen steeds duidelijk zijn dat de gehanteerde voorbeelden zich situeren binnen een ruimer aanbod van vergelijkbare voorbeelden en dus op generlei wijze bedoeld zijn als promotie voor specifieke producten of diensten .

Voor zover als nodig en volledigheidshalve voegt de Commissie daaraan toe dat bij de ontwikkeling van het lesmateriaal steeds rekening dient te worden gehouden met de leeftijd en het kritisch niveau van de leerlingen.

4.3.3. De Commissie komt tot volgend advies:

Het gebruik van logo's, merken en reclamevoorbeelden in het voorgelegde materiaal rond financiële educatie is aanvaardbaar in de mate dat de aanwezigheid van dergelijke vermeldingen vereist is in functie van de te bereiken leerdoelen.

Brussel, 29 april 2019

Frederik Stevens
Waarnemend Secretaris

Bengt Verbeeck
Voorzitter