



**STICHTING  
RECLAME CODE**

**NIEUWS**

**NU OOK UITSPRAKEN VAN RCC EN CVB VAN 2007 EN 2008  
RAADPLEGEN VIA UITSPRAKENDATABASE**

Datum: 11 mei 2011  
 Dossiernr: 2011/00236A  
 Uitspraak: Afwijzing  
 Product / dienst: Voeding en niet- alcoholhoudende dranken  
 Motivatie: Misleiding (overig)  
 Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de televisiecommercial waarin Olvarit Peutermenu wordt aangeprezen.

Achter elkaar verschijnen drie peuters in beeld die een bord met daarop respectievelijk worteltjes, boontjes en broccoli voor zich hebben staan. In plaats van de groenten op te eten, gooien de peuters deze van het bord. Tenslotte is een peuter te zien die een plastic bakje met Olvarit Peutermenu krijgt voorgezet en daarvan met smaak begint te eten.

Intussen wordt het volgende gezegd:

“Soms is het lastig om je peuter groenten te laten eten. Zo lastig dat 79% van alle peuters te weinig groenten binnen krijgt. Met Olvarit Peutermenu ondersteun je de groei en ontwikkeling van je peuter met in elk bordje

- ▶ de dagelijkse portie groente
- ▶ een complete en uitgebalanceerde maaltijd
- ▶ geen conserveringsmiddelen.

Nieuw: Olvarit Peutermenu.

Want gezonde peuters zijn blije peuters.”

Bij de (ook in beeld verschijnende) mededeling “79% van de peuters krijgt te weinig groenten binnen” wordt via een asterisk verwezen naar de volgende onder in beeld staande tekst: “Gebaseerd op onderzoek RIVM, Ocke MC, van et al (2008)”.

De klacht

Verse groenten worden in werkelijkheid niet apart gegeten, zoals in de commercial wordt getoond, maar verwerkt in een maaltijd. Het Olvarit Peutermenu wordt wel als complete maaltijd getoond. De commercial is misleidend, omdat sprake is van een verkeerde weergave van de werkelijkheid. Het eten van losse groenten wordt afgezet tegen een samengestelde maaltijd.

Het verweer

De gegevens die in de commercial zijn gebruikt, zijn afkomstig uit de door het RIVM uitgevoerde Voedselconsumptiepeiling bij kinderen van 2 t/m 6 jaar. In het (door adverteerder overgelegde) onderzoeksrapport, waarnaar in de commercial wordt verwezen, wordt expliciet vermeld dat minstens 79% van de 2-3-jarigen te weinig groenten consumeert (pag. 25). Met de commercial wordt op een speelse manier de aandacht gevestigd op het belang van een gevarieerd eetpatroon en het eten van voldoende groenten. De groenten op de bordjes van de peuters zijn bedoeld om deze boodschap duidelijk over te brengen. Het is niet de bedoeling om ouders de suggestie te geven peuters enkel groenten voor te zetten. Olvarit Peutermenu wordt getoond als mogelijkheid om de peuter voldoende groenten te geven.

Het oordeel van de Commissie

In de commercial wordt meegedeeld dat uit onderzoek is gebleken dat 79% van de peuters te weinig groenten binnen krijgt. Deze boodschap wordt geïllustreerd met beelden van peuters die met de op hun bord liggende groenten spelen en deze niet opeten. Het tonen van enkel groenten op een bord is geen weergave van een

werkelijke maaltijd zoals deze aan peuters zal worden voorgezet. Naar het oordeel van de Commissie maakt dit de uiting echter niet misleidend, nu de beelden een voor de consument duidelijke en herkenbare overdrijving bevatten om het onderwerp van de uiting -het eten van groenten door peuters- te benadrukken. Een dergelijke duidelijke en herkenbare overdrijving wordt toelaatbaar geacht.

Gelet op het vorenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.