



STICHTING RECLAME CODE

Datum: 11 februari 2011
Dossiernr: 2010/00886
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Overige
Motivatie: Misleiding (overig)
Medium: Digitale marketing communicatie

De reclame-uiting

Het betreft een op de website <http://twitpic.com> verschenen banner, met de tekst:

“U bent de geselecteerde bezoeker,

Dit is geen grapje!

Hartelijk gefeliciteerd, we hebben u zojuist uit alle bezoekers als mogelijk winnaar van een **iMac, iPhone of iPad van Apple** uitgekozen.

Als u bent uitgekozen, **klik hier**”.

De klacht

Nu er geen daadwerkelijke selectie plaatsvindt, acht klager de uiting misleidend. De zichtbaarheid van de advertentie is niet afhankelijk van een selectieproces dat bepaalt of de prijs gewonnen kan worden.

Het verweer

Verweerder stelt zich, samengevat, op het standpunt dat geen sprake is van misleidende reclame in de zin van artikel 8.2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Zij stelt dat geen sprake is van feitelijk onjuiste informatie zoals bedoeld in artikel 8.1 NRC, nu, naar zij stelt, ‘iedereen die de Banner ziet’, ‘daadwerkelijk geselecteerd’ is omdat iedereen die deze ziet ook deel kan nemen aan het kansspel.

Voorts is adverteerder van mening dat de gemiddelde consument die zich op internet begeeft bekend is met banners en de wijze waarop met banners reclame wordt gemaakt. Er is geen sprake van een geïndividualiseerde boodschap en de gemiddelde consument is bekend met de overdrijving die gebruikelijk is in reclames. Adverteerder is van mening dat daarom de gemiddelde consument niet zal worden misleid door het gebruik van het woord ‘geselecteerde’ in de banner.

Tot slot wijst adverteerder op de achtergrond van de artikelen 8.1 en 8.2 van de Nederlandse Reclame Code en het feit dat deze artikelen een implementatie vormen van artikelen uit de 'Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken'. Hieruit volgt dat een belangenafweging dient te worden gemaakt tussen de bescherming van de consument enerzijds en de stimulering van het vrije verkeer anderzijds. In dit verband noemt adverteerder ook de 'Gedragscode Promotionele Kansspelen', waarin expliciet wordt bepaald wanneer een reclame-uiting in het geval van promotionele kansspelen misleidend is. Zij stelt dat de onderhavige uiting niet in de buurt komt van de uitingen die door deze code 'misleidend' worden genoemd.

Adverteerder concludeert dat de Commissie de klacht dient af te wijzen.

De re- en dupliek

Klager en adverteerder blijven bij hun standpunt en lichten dit nader toe.

Het oordeel van de Commissie

De Commissie is van oordeel dat in de banner, door de zinsneden "U ben de geselecteerde bezoeker", "dit is geen grapje" en "... we hebben u zojuist uit alle bezoekers (...) uitgekozen", de serieuze indruk wordt gewekt dat degene die de banner te zien krijgt één van de weinige kansmakers op een van de te winnen prijzen is. Gebleken is echter dat iedereen die de verschillende websites bezoekt de bewuste banner te zien krijgt.

Gelet op het vorenstaande is de Commissie van oordeel dat de uiting onjuiste informatie verschaft ten aanzien van de voornaamste kenmerken van het product, te weten de voordelen, als bedoeld in artikel 8.2 onder b van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument door genoemde onduidelijkheid ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet zou hebben genomen. Om die reden is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

Gelet op het hierboven overwogene acht de Commissie de uiting in strijd met artikel 7 NRC en beveelt zij adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7
 NRC (nieuw) art. 8.2 onder b.