



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

**VISTAPRINT B.V. NEGEERT AANBEVELING RECLAME CODE
COMMISSIE**

Datum: 1 april 2011
Dossiernr: 2011/00104
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Overige
Motivatie: Misleiding (overig)
Medium: Direct marketing

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een aan klagster gezonden e-mail met als afzender "IKEA" en als onderwerp "Gratis winkelen bij IKEA voor 1.500 euro?".

In de e-mail wordt de geadresseerde, onder de kop "Win een IKEA cadeaubon twv 1.500", opgeroepen om, teneinde kans te maken op een cadeaubon van IKEA met een waarde van 1.500 euro, te klikken op de in de e-mail opgenomen "grote rode banner" met de tekst "Klik hier & win" en vervolgens op de website waar de cadeaubon wordt weggegeven "enkele (simpele) vragen" te beantwoorden en de aangegeven stappen te volgen. Onderaan de e-mail staat een beschrijving van "het concept van IKEA".

Na de vraag "Wat is de bekendste woonwinkel ter wereld?", met als antwoordmogelijkheden IKEA en Loods 5, staat in kleinere letters: "Dit is een betaalde abonnementsdienst, € 3,00 per item, max. 9 items per week. Afmelden? Sms STOP naar 6999". Hierna volgt een tekstblok met informatie over de abonnementsdienst.

De klacht

In de e-mail wordt door de tekst en de lay-out de indruk gewekt dat deze afkomstig is van IKEA. Door te klikken op de in de e-mail opgenomen banner en de daarna aangegeven stappen te volgen, blijkt klagster zich te hebben aangemeld voor een abonnementsdienst van Mobizu.

Het verweer

Mobizu voert een wallpaper campagne waarin bij aanmelding kans wordt gemaakt op het winnen van een bon ter waarde van € 1.500 te besteden in een door de winnaar zelf te bepalen woonwinkel. Mobizu was aangesloten bij

het affiliate netwerk Ringtone Partner. Buiten verweerder om heeft een affiliate de actie van Mobizu gepromoot door mails te verzenden die afkomstig leken te zijn van IKEA. Verweerder heeft naar aanleiding van een hierover door hem ontvangen klacht contact opgenomen met Ringtone Partner met het verzoek gegevens te verstrekken over de betreffende affiliate, maar heeft deze gegevens niet verkregen. Verweerder heeft "het toen gelaten voor wat het was". Een week later is de onderhavige klacht van klaagster ontvangen. Omdat Ringtone Partner nog steeds weigerde gegevens over de betreffende affiliate te verstrekken, heeft Mobizu het contract met Ringtone Partner (voortijdig) beëindigd en de host de plaatjes uit de e-mails offline laten halen.

Het oordeel van de Commissie

Vast is komen te staan dat klaagster naar aanleiding van de in de bestreden e-mail opgenomen aansporing om op de banner te klikken en vragen te beantwoorden teneinde kans te maken op een cadeaubon van IKEA ter waarde van € 1.500 terecht is gekomen op de pagina betreffende de door Mobizu aangeboden betaalde abonnementsdienst.

Nu de e-mail leidt naar deze pagina, terwijl door de vermelding van IKEA als afzender en door de tekst en de vormgeving van de e-mail de indruk wordt gewekt dat deze afkomstig is van IKEA, moet de e-mail worden aangemerkt als reclame per e-mail die niet duidelijk als zodanig herkenbaar is als bedoeld in artikel 2.1 Code verspreiding reclame via e-mail (Code e-mail).

Voorts is de Commissie van oordeel dat, nu sprake is van het aanbieden van een SMS-dienst waarop de Reclamecode SMS-Dienstverlening (Code SMS) van toepassing is, de uiting misleidend moet worden geacht in de zin van artikel 3.2 Code SMS. Hierin is bepaald dat geen enkele SMS-dienst mag worden aangeboden op een manier waardoor de dienst een ander karakter lijkt te hebben dan het werkelijke karakter. Uit de bestreden e-mail blijkt niet dat in werkelijkheid sprake is van het aanbieden van een betaalde abonnementsdienst.

De Commissie acht verweerder verantwoordelijk voor de bovengenoemde overtredingen van artikel 2.1 Code e-mail en artikel 3.2 Code SMS. Verweerder heeft weliswaar na ontvangst van de klacht het contract met het affiliate netwerk Ringtone Partner opgezegd, maar niet is aangetoond of gebleken dat verweerder zich voldoende heeft ingespannen om de onderhavige overtredingen te voorkomen.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 2.1 Code e-mail en artikel 3.2 Code SMS. Zij beveelt verweerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: Code e-mail 2.1
SMS diensten art. 3.2