



## STICHTING RECLAME CODE

Datum:	10 maart 2011
Dossiernr:	2011/00119
Uitspraak:	Aanbeveling
Product / dienst:	Casino, loterij, (promotioneel) kansspel
Motivatie:	Bijzondere Reclamecode, Misl. Ontbrekende informatie
Medium:	Audiovisuele Mediadiensten

### De bestreden uiting

Het betreft een televisiecommercial betreffende de VriendenLoterij.

In deze uiting, waarin Dennis, samen met vier vrienden, naar de televisie kijkt, wordt het volgende gezegd:

“Als Dennis vroeger de loterij won, dan zag het er ongeveer zó uit. (Dennis: Ja, Jaaah!)

En dat was leuk voor hém, maar niet voor zijn vrienden. Daarom is er nu de VriendenLoterij en als Dennis nu wint, dan ziet het er ongeveer zó uit. (Nu juichen ook alle vrienden). Als Dennis wint, dan winnen zijn vrienden ook en dat is een stuk leuker, voor iedereen. Winnen is leuker, met de VriendenLoterij.”

### De klacht

Vrienden kunnen alleen maar een prijs winnen als zij ook deelnemen aan de loterij, maar dat wordt in de uiting niet gezegd. De uiting is om die reden incompleet en daardoor misleidend.

### Het verweer

In de commercial ligt de nadruk op het introduceren van de nieuwe naam van de loterij: de “Sponsor Bingo Loterij” heet vanaf 1 januari 2011 “VriendenLoterij”.

Tegelijkertijd wordt het principe “winnen met je vrienden” geïntroduceerd. In de uiting wordt niet opgeroepen tot deelname aan de VriendenLoterij en ook de mogelijkheid daartoe wordt niet gegeven. Als men deelnemer zou willen worden, moet men zich aanmelden via internet.

### Mondelinge behandeling

Mr. Honing handhaaft hetgeen bij verweerschrift tegen de klacht is aangevoerd en licht het standpunt van adverteerder nader toe.

### Het oordeel van de Commissie

In de uiting wordt de aandacht gevestigd op een nieuwe loterijvorm, te weten de "VriendenLoterij" en daarmee heeft de uiting, naar het oordeel van de Commissie, tevens een wervend karakter ten aanzien van deze "VriendenLoterij", ook al wordt men voor deelname en/of voor een nadere uitleg van het principe "winnen met je vrienden" niet expliciet naar adverteerders website verwezen.

Het bijzondere van deze nieuwe loterij is, aldus de uiting, dat niet alleen degene wint, die een winnend lot heeft, maar dat in deze VriendenLoterij ook zijn/haar vrienden winnen. Daarbij wordt niet vermeld dat alleen die vrienden kunnen winnen die zelf ook hebben deelgenomen aan de desbetreffende loterij en dat dit er bovendien maximaal vijf mogen zijn. Naar het oordeel van de Commissie is dit een zo essentieel aspect van de VriendenLoterij dat dit niet onvermeld had mogen blijven.

Blijkens het voorgaande is in de uiting onvolledige informatie verstrekt als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder b van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet had genomen. Om die reden is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing van de Commissie

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

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