



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

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

Datum: 10 mei 2011
Dossiernr: 2011/00203
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Schoonheid, cosmetica en persoonlijke verzorging
Motivatie: Misl. Prijs(vermelding)
Medium: Digitale marketing communicatie

De bestreden reclame-uiting

Het betreft reclame voor Acai Slim op www.peresential.com.
Daarin staat onder meer:
"Ja, stuur mij een gratis proefpakket!".

De klacht

Tegen de bestreden uiting heeft klager de volgende bezwaren.
Gesuggereerd wordt dat men een gratis proefpakket kan ontvangen. Blijkens de actievoorwaarden dienen verzendkosten van € 2,99 te worden betaald, maar bestelt men ook meteen een kwartaalpakket ter waarde van € 16,50. Dit pakket kan worden opgezegd binnen 7 dagen na levering van het proefpakket, maar bij deze levering wordt niet meer op deze mogelijkheid gewezen, waardoor men die vergeet.
Klager vindt de uiting misleidend.

Het verweer

De klacht is gemotiveerd weersproken.
Op het verweer zal -voor zover van belang- worden teruggekomen in het oordeel.

Het oordeel van de Commissie

Naar blijkt uit de bij de klacht overgelegde "Algemene Voorwaarden" houden de "Actie voorwaarden Acai Slim pakket" onder meer in dat men na ontvangst van het proefpakket "het eerste kwartaalpakket" met Acai Slim capsules ontvangt, waarvoor € 16,50 moet worden betaald. Voorts blijkt uit de voorwaarden dat "De bestelling" kan worden geannuleerd tot 7 dagen na de datum waarop het proefpakket is ontvangen, in welk geval alleen verzendkosten in rekening worden gebracht, en het proefpakket mag worden behouden.

In de bestreden uiting wordt gesteld "Ja, stuur mij een GRATIS proefpakket!" en "PROBEER NU GRATIS!", zonder dat duidelijk wordt gewezen op het feit dat men, door een proefpakket te bestellen, in beginsel verplicht is om een kwartaalpakket af te nemen. Dit blijkt pas uit de actievoorwaarden. Adverteerder heeft gesteld dat de klant "bij aanmelding" akkoord dient te gaan met de actievoorwaarden, maar de Commissie acht het feit dat in beginsel meer dan een proefpakket dient te worden afgenomen zo essentieel voor het onderhavige aanbod, dat hierop direct had moeten worden gewezen.

Gelet op het bovenstaande is er sprake van een verborgen houden van essentiële informatie die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Nu de uiting de gemiddelde consument er bovendien toe kan brengen een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet had genomen, is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7
NRC (nieuw) art. 8.3 aanhef
NRc (nieuw) art. 8.3 onder c.