



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

RECLAME VOOR RHUMAFLEX MISLEIDEND



Datum: 12 juli 2011
Dossiernr: 2011/00515
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Voeding en niet- alcoholhoudende dranken
Motivatie: Misl. Beschikbaarheid
Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de televisiecommercial waarin Lotus Speculooshagel wordt aangeprezen. In de commercial wordt gezegd: "Bestel de gratis proefverpakking, SMS LOTUS naar 7171".

De klacht

Klager heeft op 29 mei 2011 een SMS gestuurd naar 7171, maar kreeg direct als antwoord dat de proefverpakking Lotus Speculooshagel wegens succes niet meer beschikbaar was. Klager vindt het niet eerlijk dat nog met de actie is geadverteerd terwijl de proefverpakkingen al uitverkocht waren.

Het verweer

De televisiecommercial is uitgezonden van maandag 16 mei tot en met zondag 29 mei 2011. Op zaterdagavond 28 mei was de voorraad proefverpakkingen op. Op dat moment was het niet meer mogelijk de uitzending van de commercial op zondag 29 mei, de laatste uitzenddag, stop te zetten. Diegenen die op 29 mei 2011 een proefverpakking hebben aangevraagd, zijn via een sms-bericht geïnformeerd dat de proefverpakking niet meer leverbaar was.

Het oordeel van de Commissie

Vast is komen te staan dat de televisiecommercial voor Lotus Speculooshagel is uitgezonden in de periode 16 tot en met 29 mei 2011 en dat klager op de laatste uitzenddag van de commercial gebruik wilde maken van het aanbod om per SMS een gratis proefverpakking aan te vragen. De Commissie heeft geconstateerd dat in de bestreden commercial geen actieperiode is vermeld.

Evenmin is in de commercial het voorbehoud op=op gemaakt voor het geval in de loop van de actie mocht blijken dat er onvoldoende proefverpakkingen zijn om aan de vraag te voldoen. Onder deze omstandigheden hoeft de gemiddelde consument er niet op bedacht te zijn, dat op het moment waarop de televisiecommercial wordt uitgezonden en de actie kennelijk nog loopt geen gebruik meer kan worden gemaakt van het aanbod een gratis proefverpakking aan te vragen.

Gelet op het vorenstaande is de bestreden televisiecommercial onduidelijk ten aanzien van de beschikbaarheid van de proefverpakkingen speculooshagel 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 door de uiting 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

De Commissie acht de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om voortaan niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

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