



**STICHTING  
RECLAME CODE**

NIEUWS

2 NIEUWE MELDINGEN IN HET RODE OOR



Datum: 12 mei 2011  
Dossiernr: 2011/00317  
Uitspraak: VT (voorzitterstoewijzing)  
Product / dienst: Kleding, schoenen en accessoires  
Motivatie: Misl. Voornaamste kenmerken product, Misl. Voornaamste kenmerken product, Misl. Ontbrekende informatie  
Medium: Drukpers/tijdschriften

#### De bestreden reclame-uiting

Het betreft een huis-aan-huis folder van adverteerder met daarin de aanbieding van de "Sjaal Lady Chrissy" voor € 14,95 (ledenprijs) dan wel € 19,95 (niet-leden).

#### De klacht

De in de aanbieding afgebeelde sjaal blijkt uit twee afzonderlijke sjaals te bestaan die bij elkaar € 29,90 kosten. Dit blijkt niet uit de reclame-uiting.

#### De reactie van adverteerder

De foto in de folder kan de indruk wekken dat er sprake is van één sjaal in plaats van twee losse sjaals. Adverteerder is van mening dat de klacht niet volledig ongegrond is.

#### Het oordeel van de voorzitter

De voorzitter is van oordeel dat de Commissie de klacht zal toewijzen. Hij overweegt daartoe het volgende.

Vaststaat dat de gewraakte reclame-uiting de indruk kan wekken dat men de afgebeelde sjaal als zodanig kan kopen voor € 14,95 (ledenprijs). In werkelijkheid blijkt de afgebeelde sjaal uit twee losse sjaals te bestaan die men elk afzonderlijk dient te kopen voor de genoemde prijs. Door het ontbreken van informatie hierover zal de gemiddelde consument er niet op bedacht zijn dat hij in totaal € 29,90 (ledenprijs) dient te betalen voor de afgebeelde combinatie. Het gaat naar het oordeel van de voorzitter om essentiële informatie die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over de transactie te nemen. Dergelijke informatie dient tijdig, dat wil zeggen

reeds in de reclame-uiting, te worden vermeld.

Blijkens het voorgaande is sprake van een omissie als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de voorzitter van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht zou kunnen 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 van de voorzitter

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

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