



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

LAATSTE 10 G |



Datum: 14 maart 2011
Dossiernr: 2010/00796
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Huishouden en inrichting
Motivatie: Misl. Prijs(vermelding)
Medium: Drukpers/tijdschriften

De bestreden uiting

Het betreft een advertentie die op 25 september 2010 en 2 oktober 2010 in het Eindhovens Dagblad is geplaatst. In de advertentie staat naast de afbeelding van een stoel onder meer: "Alle merken relax-stoelen nu extra voordelig va. 49,95".

De klacht

Klager stelt, kort samengevat, dat sprake is van misleidende reclame omdat niet alle merken relaxstoelen extra voordelig zijn en de stoelen van € 49,95 niet aanwezig waren. Volgens klager is zelfs geen enkele stoel afgeprijsd.

De beslissing van de voorzitter

De voorzitter heeft geoordeeld dat, nu de stellingen van klager onweersproken waren, ervan uitgegaan wordt dat geen sprake was van een actie waarbij alle merken relaxstoelen waren afgeprijsd en waarbij men vanaf € 49,95 een relaxstoel kon kopen. Aldus heeft adverteerder geen juiste informatie verstrekt over het bestaan van een specifiek prijsvoordeel als bedoeld onder d van artikel 8.2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Omdat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, heeft de voorzitter de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC geacht. Adverteerder is aanbevolen niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Het bezwaar tegen de beslissing van de voorzitter

Adverteerder voert aan dat in zijn winkel wel de relaxstoel vanaf € 49,95 te koop is. Bovendien levert adverteerder alle merken onder de adviesprijs. De door klager

gewenste relaxstoel van het merk Crespo kost bij adverteerder € 130 in plaats van de adviesprijs van € 158,95. Klager mag niet verwachten dat deze stoel voor de in de uiting genoemde vanaf-prijs van € 49,95 wordt verkocht.

De reactie van klager

In de advertentie wordt duidelijk gesteld dat alle merken relaxstoelen nu extra voordelig zijn. Dit impliceert een extra korting boven de normaal door adverteerder gevoerde prijs. De stoel van het merk Crespo had voor een lagere prijs moeten worden aangeboden dan de prijs van € 130 die bij adverteerder het hele jaar gold. Klager heeft geconstateerd dat slechts één relaxstoel voor de prijs van € 49,95 is aangeboden, voor alle overige in de winkel aanwezige relaxstoelen gold geen extra korting.

Het oordeel van de Commissie

Naar het oordeel van de Commissie kan de gewraakte uiting, waarin "alle merken relaxstoelen nu extra voordelig" worden aangeboden, niet anders worden begrepen dan dat op alle merken relaxstoelen een extra korting wordt verleend op de door adverteerder gebruikelijk gerekende prijzen. Dat de door adverteerder gevoerde normale prijzen onder de adviesprijzen zouden liggen doet, wat daarvan zij, niet af aan de door de uiting gewekte verwachting dat nu een extra korting wordt verleend. Niet is weersproken dat tijdens de actieperiode de relaxstoel van het merk Crespo in de winkel werd aangeboden voor de normale door adverteerder gehanteerde prijs van € 130. Evenmin is weersproken dat ook voor andere in de winkel aanwezige relaxstoelen geen extra voordeel gold.

Gelet op het vorenstaande heeft adverteerder geen juiste informatie verstrekt over het bestaan van een specifiek prijsvoordeel als bedoeld onder d van artikel 8.2 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 acht de Commissie, overeenkomstig de beslissing van de voorzitter, de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

De Commissie bevestigt de beslissing van de voorzitter. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7
 NRC (nieuw) art. 8.2 aanhef
 NRC (nieuw) art. 8.2 onder d.