



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

**NU OOK UITSPRAKEN VAN RCC EN CVB VAN 2007 EN 2008 IN
ONLINE UITSPRAKENDATABASE**

Datum: 16 mei 2011
Dossiernr: 2011/00320
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Casino, loterij, (promotieeel) kansspel
Motivatie: Bijzondere Reclamecode, Herkenbaarheid reclame
Medium: Direct marketing

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een rode vensterenvelop met daarin een aan klager geadresseerde brief.
Op de envelop staat, boven het venster: "BETREFT UW RESERVERING".

Op de achterzijde van de envelop staat:
"Indien onbestelbaar s.v.p. retourneren aan: Nationale Postcode Loterij, Postbus 7777, 1070 KP Amsterdam"

De klacht

De klacht luidt – samengevat – als volgt.

Klager vindt de mededeling: "Betreft uw reservering" misleidend, nu hij helemaal geen reservering heeft bij de Postcode Loterij. Omdat klager wel reserveringen bij een ander bedrijf heeft, werd hij op het verkeerde been gezet. Klager acht het op basis van de kleur van de drukinkt in combinatie met de kleur van het papier niet duidelijk wie de afzender is.

Tevens maakt klager bezwaar tegen het feit dat hij post ontvangt van de Nationale Postcode Loterij, terwijl hij verschillende malen haar brieven als 'onbestelbaar' heeft terug gestuurd en reeds twee maal een brief heeft verzonden met het verzoek hem niets meer toe te zenden.

Het verweer

Dit kan als volgt worden samengevat.

Met betrekking tot klagers bezwaar tegen de mededeling "Betreft uw reservering" stelt adverteerder dat het haar vrij staat om reclame te maken en haar uitingen op een pakkende manier te presenteren om op die manier de aandacht van de ontvanger te trekken. Adverteerder stelt voorts dat op de voorzijde van de envelop het logo van adverteerder met de naam "Nationale Postcode Loterij" staat. Ook op de achterzijde van de envelop wordt de naam en het adres van de Nationale Postcode Loterij vermeld.

De naam en het adres van de Nationale Postcode Loterij op de achterzijde van de envelop wordt in '12 puntsletter' weergegeven. Adverteerder acht deze tekst aldus zeer goed leesbaar. Voorts stelt adverteerder dat de tekst op de voorzijde dezelfde kleurcombinatie is gebruikt en dat klager deze tekst kennelijk wel heeft kunnen lezen.

Gelet op het voorgaande is adverteerder van mening dat de envelop voldoende als reclame herkenbaar was. Mocht daarover nog enige twijfel bestaan, dan acht adverteerder het voor de gemiddelde consument na het lezen van de uiting voldoende duidelijk dat het gaat om een aanbod van de Nationale Postcode Loterij. Zij verzoekt de Commissie dan ook om de klacht af te wijzen.

De mondelinge behandeling

Namens adverteerder licht M. Honing voornoemd het standpunt van adverteerder nader toe. Onder meer deelt zij mee dat zij in het verweer per abuis is uitgegaan van een envelop waarop het logo staat. Klager heeft een envelop zonder logo ontvangen. Voor het overige handhaaft adverteerder haar standpunt zoals weergegeven in het verweer.

Met betrekking tot klagers stelling dat hij verschillende malen brieven van adverteerder als 'onbestelbaar' heeft terug gestuurd en reeds twee maal een brief heeft verzonden met het verzoek hem niets meer toe te zenden, merkt M. Honing desgevraagd op dat deze brieven haar niet bekend zijn.

Het oordeel van de Commissie

1.

De Commissie vat de klacht met betrekking tot de envelop zo op, dat deze volgens klager onvoldoende herkenbaar is als reclame. De Commissie oordeelt hierover als volgt.

Van de tekst: "BETREFT UW RESERVERING" gaat onmiskenbaar de suggestie uit dat de envelop informatie of documenten bevat met betrekking tot een reservering die door de geadresseerde is geplaatst. Eerst na het openen van de envelop blijkt dat deze uitsluitend reclame bevat voor de Nationale Postcode Loterij en in het geheel geen betrekking heeft op een reservering van de ontvanger van deze reclame.

Nu de envelop een verkeerde indruk wekt, acht de Commissie de uiting niet duidelijk als reclame herkenbaar en daardoor in strijd met artikel 11.1 Nederlandse Reclame Code (NRC).

Dat op de achterzijde van de envelop voor het geval van onbestelbaarheid de Nationale Postcode Loterij wordt genoemd, leidt niet tot een ander oordeel. Voor zover deze mededeling al niet over het hoofd wordt gezien, doet deze onvoldoende af aan bovenbedoelde onjuiste indruk.

2.

Met betrekking tot klagers bezwaar betreffende het feit dat hij, ondanks de door hem hiertegen geuite schriftelijke bezwaren, nog post van adverteerder ontvangt, overweegt de Commissie als volgt.

Op grond van artikel 14 van de Code brievenbusreclame, huissampling en direct response advertising (CBR) dient een opdrachtgever (adverteerder), indien een ontvanger (klager) schriftelijk heeft medegedeeld geen geadresseerde reclame te willen ontvangen, ervoor te zorgen dat deze wens zo spoedig mogelijk, maar in ieder geval binnen een termijn van drie maanden na ontvangst van het verzoek, zonder restrictie ingewilligd wordt.

Adverteerder is in haar verweer niet ingegaan op de door klagers op dit punt aangevoerde bezwaren. Uitsluitend heeft adverteerders vertegenwoordiger hieromtrent ter vergadering desgevraagd meegedeeld dat de brieven van klager haar niet bekend zijn. Aldus acht de Commissie het onvoldoende aannemelijk gemaakt dat adverteerder heeft voldaan aan haar verplichtingen die volgen uit het bepaalde in artikel 14 CBR.

Gelet op het voorgaande oordeelt de Commissie als volgt.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 11.1 NRC. Voorts is de Commissie van oordeel dat adverteerder heeft gehandeld in strijd met artikel 14 CBR.

Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 11.1
CBR art. 14