



**STICHTING  
RECLAME CODE**

NIEUWS

LAATSTE 10 GEPUBLICEEERDE UITSPRAKEN VIA RSS-FEED



Datum: 17 februari 2011  
Dossiernr: 2010/00916  
Uitspraak: Aanbeveling  
Product / dienst: detailhandel (supermarkt etc.)  
Motivatie: Misl. Prijs(vermelding), Misl. Prijs(vermelding)  
Medium: Drukpers/tijdschriften

#### De bestreden uiting

Het betreft de kerstbrochure 2010 van Yves Rocher waarin op pagina 15 een fles Hamamelis shampoo wordt aangeboden voor de mini-prijs van € 1,90 in plaats van € 4,20.

#### De klacht

Klager is in de vestiging van Yves Rocher in zijn woonplaats voor de Hamamelis shampoo de normale prijs in rekening gebracht in plaats van de mini-prijs van € 1,90. Volgens mededeling van de winkelmedewerker geldt de mini-prijs alleen voor aankopen via internet. Nu dit niet blijkt uit de brochure, acht klager deze misleidend.

#### Het verweer

Het betreft een Thuiswinkel aanbieding waarvan, zoals vermeld in de brochure, per post, telefoon of internet gebruik kan worden gemaakt. Volgens de policy van adverteerder worden de aanbiedingsprijzen die in de Thuiswinkel folders worden gecommuniceerd ook gehanteerd in de winkels van Yves Rocher. De winkelmedewerker heeft klager dus onjuist geïnformeerd. Overigens staat onderaan de bij de kerstbrochure behorende bestelbon dat alle aanbiedingen, waaronder de Hamamelis shampoo, alleen geldig zijn op de kerstbestelbon en zolang de voorraad strekt.

#### Het oordeel van de Commissie

De klacht heeft betrekking op een aanbieding in een folder. Volgens adverteerder kan men alleen van de aanbiedingen in de folder gebruik maken indien men per post, telefoon of per internet bestelt. Naar het oordeel van de Commissie blijkt deze voorwaarde onvoldoende duidelijk uit de folder. Deze voorwaarde staat blijkbaar uitsluitend onderaan de bestelbon in de folder. De Commissie acht het aannemelijk

dat deze voorwaarde de gemiddelde consument zal ontgaan.

Overigens begrijpt de Commissie uit het verweer van adverteerder dat volgens een vaste policy klanten die in de winkel van de aanbiedingen in de folder gebruik wensen te maken, dat kunnen doen voor de in de folder vermelde prijzen. In het onderhavige geval heeft een winkelier echter aan deze policy geen gevolg gegeven, waardoor de klant geen beroep kon doen op de aanbiedingsprijzen.

Nu vaststaat dat men niet in alle Yves Rocher winkels producten kon kopen voor de in de folder afgebeelde prijs en de gemiddelde consument die het product in de winkel wil kopen hierop niet bedacht hoefde te zijn, is onduidelijke informatie verstrekt over de prijs van het aangeboden product als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder d van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Gelet hierop acht de Commissie 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 van de Nederlandse Reclame Code. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

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