



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

2 NIEUWE MELDINGEN IN_



Datum: 17 mei 2011
Dossiernr: 2011/00321
Uitspraak: Aanbeveling (gedeeltelijk)
Product / dienst: Casino, loterij, (promotioneel) kansspel
Motivatie: Herkenbaarheid reclame
Medium: Direct marketing

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een geadresseerde mailing in een rode vensterenvelop. Op de voorzijde van die envelop staat boven de door het venster zichtbare adressering:

“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

Mede gelet op hetgeen klager ter vergadering heeft meegedeeld, kan de klacht als volgt worden samengevat.

1.

Op het eerste gezicht is onduidelijk wie de afzender is. Op de achterzijde staat de afzender met adres, maar deze vermelding is klein gedrukt en in zwarte letters tegen een rode achtergrond. Hierdoor kan de vermelding over het hoofd worden gezien.

Klager acht de uiting in zoverre in strijd met artikel 2 Code brievenbusreclame en direct response advertising (CBR).

2.

Door de vermelding “BETREFT UW RESERVERING” lijkt het te gaan om een antwoord op een vraag of een boeking, in plaats van reclame.

Klager acht de uiting niet duidelijk als reclame herkenbaar als bedoeld in artikel 11.1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Het verweer

Ad 1.

Het adres aan de achterzijde is in 12 puntsletter vermeld. Dit is een vrij groot lettertype en de achterzijde bevat verder geen tekst. Voor de gemiddelde consument is de envelop zeer wel leesbaar.

Ad 2.

Het staat NPL vrij om haar reclame op een pakkende wijze te presenteren, teneinde de aandacht van de ontvanger te trekken.

Van strijd met de door klager genoemde bepalingen is geen sprake. De envelop was wel degelijk als reclame herkenbaar. In elk geval is bij lezing van de uiting in zijn geheel voor de gemiddelde consument voldoende duidelijk dat het een aanbod van NPL betreft.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten nader toegelicht.

De heer Waaijer deelt onder meer mee dat zijn opmerkingen in de klacht betreffende het ontvangen van reclame van NPL op zichzelf geen onderdeel zijn van de klacht, maar dienen ter illustratie daarvan.

Het oordeel van de Commissie

Van de tekst: "BETREFT UW RESERVERING" in combinatie met de door het venster zichtbare naam en het adres van de geadresseerde gaat voor de gemiddelde consument de suggestie uit dat de envelop informatie bevat over een door hem of haar gedane reservering. Niet duidelijk, althans niet voldoende duidelijk is dat het -naar tussen partijen vast staat- gaat om reclame van NPL.

Nu de gemiddelde consument die de uiting ontvangt door het gebruik van de onderhavige envelop op het verkeerde been wordt gezet -niet is immers gebleken dat de geadresseerde een reservering als bedoeld in de uiting heeft gedaan- 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.

De stelling van NPL dat bij lezing van de gehele uiting duidelijk wordt dat het om een aanbod van NPL gaat, doet evenmin af aan bovenstaand oordeel. Voor zover NPL zich in dit kader beroept op de beslissing van de Commissie in dossier 2010/00481, wijst de Commissie erop dat de desbetreffende klacht geen betrekking had op de door de gebruikte envelop gewekte indruk, maar op de inhoud van die envelop.

Van strijd met artikel 2 CBR is geen sprake, omdat NPL zich door de vermelding op de achterzijde van haar naam en adres zodanig in de uiting heeft geïdentificeerd, dat zij als opdrachtgever gemakkelijk kenbaar en bereikbaar is voor de ontvanger.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 11.1 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.
Voor het overige wijst zij de klacht af.

Regeling: NRC (nieuw) art. 11.1