



STICHTING RECLAME CODE

Datum: 21 juni 2011
Dossiernr: 2011/00382
Uitspraak: Aanbeveling (gedeeltelijk)
Product / dienst: Reizen en toerisme
Motivatie: Misl. Voornaamste kenmerken product
Medium: Digitale marketing communicatie

De bestreden uiting

Het betreft een uiting over het hotel "Daima Biz resort" op www.adotravel.nl.

Daarin staat onder meer:

"Daima Biz Resort ligt direct aan het strand" en -onder het kopje "Sport en ontspanning"-

"Gratis sport faciliteiten:

- Aquapark
- (...)"

De klacht

Klaagster heeft de volgende bezwaren.

1.

Het hotel ligt niet direct aan het strand; om naar het zwembad en het strand te gaan, dient men eerst een weg over te steken dan wel onderdoor te gaan.

Met kinderen is dat niet ideaal.

2.

Niet is vermeld dat het aquapark behoort bij het naastgelegen hotel, dat wel van dezelfde keten is, maar verouderd is. Het lijkt klaagster ook dat dit naastgelegen aquapark is ingesteld op één resort en niet op twee.

Het verweer

De klacht is gemotiveerd weersproken.

Op het verweer zal worden teruggekomen in het oordeel.

Het oordeel van de Commissie

De Commissie stelt voorop dat de bestreden uiting, anders dan verweerder meent, moet worden aangemerkt als een reclame-uiting in de zin van artikel

1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC), zoals deze bepaling sinds 1 januari 2011 luidt. In de uiting, waarin over Daima Biz Resort onder meer staat: "Dit wordt ongetwijfeld een droomhotel. Ideaal voor families met kinderen", wordt duidelijk op wervende wijze de aandacht gevestigd op dit hotel, waarbij verweerder -volgens het verweer een online reisbureau dat zijn hele assortiment op zijn website vermeldt- als adverteerder moet worden aangemerkt.

Met betrekking tot de verschillende bezwaren overweegt de Commissie het volgende.

Ad 1.

Verweerder heeft niet weersproken dat er een weg is gelegen tussen Daima Biz Resort en het strand en dat men deze weg dient over te steken dan wel onderdoor te gaan, om het strand te bereiken. Gelet hierop acht de Commissie de mededeling "Daima Biz Resort ligt direct aan het strand" onjuist. In zoverre gaat de reclame gepaard met onjuiste informatie ten aanzien van de voordelen van het product als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder b NRC. Nu de bestreden uiting de gemiddelde consument er bovendien toe kan brengen een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet had genomen, is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

Aan dit oordeel doet niet af dat een collega van verweerder de onderhavige accommodatie ook omschrijft als "direct" aan het strand gelegen, noch dat die accommodatie blijkt een afbeelding op de website van bedoelde collega vlakbij het strand ligt. Evenmin doet aan het oordeel van de Commissie af de in de algemene reisvoorwaarden van verweerder opgenomen mogelijkheid om "uw reisadviseur" te vragen naar meer informatie over de accommodatie.

Ad 2.

In de bestreden uiting wordt als gratis sportfaciliteit onder meer genoemd: "Aquapark". Naar het oordeel van de Commissie gaat van de wijze waarop op deze faciliteit wordt gewezen niet de suggestie uit dat Daima Biz Resort zelf over een Aquapark beschikt. Dat het aanbod inhoudt dat men gebruik kan maken van het Aquapark dat behoort bij het hotel dat naast het Daima Biz Resort ligt, zonder dat dit uitdrukkelijk uit de uiting blijkt, betekent niet dat de uiting om die reden in strijd is met de NRC.

Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

Op grond van haar oordeel onder Ad 1 acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC. Zij beveelt verweerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.

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