



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

SOCIALISTISCHE PARTIJ (SP) OVERTREEDT OPNIEUW CODE VC  

Datum:	5 april 2011
Dossiernr:	2011/00089
Uitspraak:	Aanbeveling
Product / dienst:	(Gemotoriseerd) vervoer
Motivatie:	Misl. Ontbrekende informatie
Medium:	Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een televisie-commercial voor de 'Renault Clio'.

Aan het einde van de commercial wordt gezegd:

"De Renault Clio. Geen BPM, geen wegenbelasting en slechts 14% bijtelling". Tegelijkertijd is in beeld een gelijklopende tekst te lezen.

De klacht

Deze luidt, samengevat, als volgt.

Klager heeft in december 2010 een Renault Clio gekocht en deze op 16 december opgehaald. Op 17 januari 2011 kreeg klager een brief waarin stond dat hij wegenbelasting moest betalen. Toen klager de garage belde, bleek dat de reclame gold voor de nieuwe Clio Diesel, die pas in mei uit zou komen.

Verweer

De bewuste commercial is pas uitgezonden vanaf 13 december 2010. Klager heeft zich in zijn besluit tot het aanschaffen van een Renault Clio derhalve niet kunnen laten leiden door informatie in de reclame. Daarmee valt naar de mening van adverteerder de grond voor misleiding weg.

De repliek

In klagers beleving was de commercial reeds eerder te zien. Voorts wijst klager erop dat de aflevering van de auto pas plaats vond op 21 december 2010.

De dupliek

Adverteerder blijft bij haar standpunt en toont aan dat de reclame pas vanaf 13 december 2010 is uitgezonden.

Het oordeel van de Commissie

Naar door klager onweersproken is gesteld, gelden de in de – kennelijk vanaf 13 december 2010 uitgezonden – reclame genoemde voordelen uitsluitend voor de 'Renault Clio Diesel', die pas vanaf mei 2011 zal zijn te verkrijgen. Deze, naar het oordeel van de Commissie essentiële, informatie blijkt niet uit de uiting. Zonder enige nuancering wordt gesteld dat de genoemde voordelen voor de 'Renault Clio' gelden.

Naar het oordeel van de Commissie is gelet op het voorgaande sprake van een omissie als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht zou kunnen worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet zou hebben genomen. Gelet op het voorgaande is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

Dat klager de bewuste auto zou hebben gekocht vóórdat de reclame werd uitgezonden, neemt niet weg dat de uiting misleidend is en leidt derhalve niet tot een ander oordeel.

De beslissing

Gelet op het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC.

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

Regeling:	NRC (nieuw) art. 7 NRc (nieuw) art. 8.3 onder c.
-----------	---