

**STICHTING
RECLAME CODE**

Datum: 5 juli 2011
Dossiernr: 2011/00517
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: detailhandel (supermarkt etc.)
Motivatie: Misleiding (overig)
Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de televisiecommercial waarin (disco)muziek is te horen en drie PLUS-medewerksters in een discotheekachtige omgeving staan te dansen. Op de voorgrond zegt PLUS-medewerker Edgar: "Jongens en meisjes, doe mee en wordt zelf dj. Bij PLUS krijg je K3, Robbie Williams, Kylie Minogue, VanVelzen, Di-rect en Jeroen van den Boom gratis op deze disco's. Bij elke 15 euro aan boodschappen."

De drie medewerksters zeggen: "Spaar ze alle 36!"

Edgar: "Heel simpel, disco's doe je in deze discospeler."

De drie medewerksters: "Edgar kan het, dus jullie ook!"

Vervolgens worden in de commercial twee producten (drop en gehakt) getoond die in de aanbieding zijn en waarbij 1 extra disco wordt gegeven.

De klacht

Gesuggereerd wordt dat op de disco's volledige liedjes staan. In werkelijkheid betreft het slechts korte fragmenten van liedjes, van ongeveer 15 seconden. Klager acht de commercial misleidend.

Het verweer

De disco's bevatten 20 seconden muziek, wegens auteursrechtelijke redenen mogen niet de gehele liedjes ter beschikking worden gesteld. In de commercial wordt niet gesuggereerd dat de gehele liedjes op de discoschijfjes staan. Op de verpakking van de disco's wordt verwezen naar een site, waar men tegen een vergoeding de complete liedjes van de discocampagne kan downloaden.

Het oordeel van de Commissie

Nu de televisiecommercial, onder andere blijkt de aanhef "Jongens en

meisjes”, in ieder geval gedeeltelijk gericht is tot kinderen, is hierop de Kinder- en Jeugd reclamecode (KJC) van toepassing. Reclame die geheel of gedeeltelijk tot kinderen is gericht, mag volgens artikel 1 KJC niets in woord, geluid of beeld bevatten waardoor kinderen op enigerlei wijze worden misleid over de mogelijkheid en eigenschappen van het aangeboden product. Daarbij dient, blijkens de toelichting bij genoemd artikel 1, rekening te worden gehouden met hun bevattingvermogen en verwachtingspatroon.

Naar het oordeel van de Commissie wordt door de mededeling dat je de met name genoemde artiesten “gratis op deze disco’s” krijgt, de indruk gewekt dat complete liedjes op de disco’s staan. Kinderen hoeven er niet op bedacht te zijn dat de disco’s slechts zeer korte fragmenten van liedjes bevatten, nu daaromtrent in de commercial geen enkele mededeling wordt gedaan. De Commissie acht de commercial misleidend voor kinderen en om die reden in strijd met artikel 1 KJC.

De televisiecommercial is naar het oordeel van de Commissie ook voor anderen dan kinderen onduidelijk ten aanzien van een van de voornaamste kenmerken van het product als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder b van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Nu de gemiddelde consument voorts door de commercial ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen - te weten de aanschaf van boodschappen waarbij de disco’s worden verkregen - acht de Commissie de bestreden uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

Op grond van het vorenstaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 1 KJC en artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7
 KJC art. 1
 NRC (nieuw) art. 8.2 onder b.