

Aan: Stichting Reclame Code
t.a.v. Mw. Mr. P.E.C. Ancion-Kors
Postbus 75684
1070 AR Amsterdam

Kenmerk: k09015ew
Utrecht, 28 mei 2009

Betreft: "Cider verfrist!"

Geachte mevrouw Ancion-Kors,

Op 18 mei adverteerde Heineken met een printuiting voor haar twee nieuwe cider varianten Jillz en Strongbow in de Allerhande (zie bijlage).

Op deze reclame-uiting staat: "Ontdek cider, 't verfrist!". De in het water 'plonzende' appeltjes linksboven in de uiting benadrukken het "verfrissende karakter" dat cider volgens Heineken heeft.

Cider is echter een alcoholhoudende drank, die per definitie een dehydraterend effect heeft op het lichaam, en geen verfrissend effect. Om deze reden acht STAP de uiting in strijd met artikel 6 lid 3 van de RvA:

Artikel 6.3

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet suggereren dat consumptie van alcoholhoudende drank lichamelijke of geestelijke prestaties verbetert.

STAP verzoekt de Commissie hier uitspraak over te doen.

Hoogachtend,


Ir. W. E. van Dalen,
Directeur STAP

Bijlage: Printreclame van Heineken voor cider varianten, 18 mei 2009, Allerhande.

Bijlage 1: Printreclame van Heineken voor cider varianten, 18 mei 2009, Allerhande.

