



Kenmerk: k08005ew-4

Utrecht, 10 juli 2008

Betreft: pleitnota STAP - Passoa Fiësta (dossiernr. 1536/08.0086)

Behandeling: donderdag 10 juli om 10.00 uur

Geachte leden van het College,

Maxxium heeft uw College vandaag gevraagd om te bepalen of de “Fiësta filmpjes” geplaatst op de website [www.passoafiesta.nl](http://www.passoafiesta.nl) wel of niet zijn aan te merken als alcoholreclame.

### Definities

We kijken hiervoor naar de definities van reclame en alcoholreclame:

Volgens het Van Dale woordenboek is sprake van reclame als het gaat om een:

“openbare aanprijzing om de afzet van goederen of diensten te bevorderen”

De definitie van reclame voor alcoholhoudende drank is volgens de Reclame Code:

“Iedere openbare aanprijzing van alcoholhoudende drank [...], ongeacht het medium dat wordt gebruikt en inclusief consumentenpromoties, direct mail, merchandising, point-of-sale materiaal, en sponsoring”.

### Website is alcoholreclame

Volgens STAP is de gehele website van een alcoholproducent een grote “openbare aanprijzing van alcoholhoudende drank” en hiermee aan te merken als alcoholreclame. De website dient als doel zo veel mogelijk mensen te trekken, die daardoor (nog) bekender raken met het merk. Het uiteindelijke doel van deze website is het vergroten van de afzet van dit (nieuwe) product. Dat is het enige doel dat dit soort websites hebben; het creëren van (meer) merkbekendheid, merkvoorkeur en het bevorderen van merktrouw waardoor de afzet van dit specifieke product zal stijgen.

In dit geval was een (belangrijk!) onderdeel van de website [www.passoafiesta.nl](http://www.passoafiesta.nl) het uploaden van een “Fiesta-filmpje” met behulp van de spelregels van ‘Party and run’. Met het leukste filmpje kon je zelfs een reis naar Isla Margarita winnen.

**STAP (Stichting Alcoholpreventie)**

Postbus 8181  
3503 RD Utrecht

Bezoekadres  
Ravellaan 88  
3533 JP Utrecht

telefoon +31 (0)30 656 50 41  
fax +31 (0)30 656 50 43  
e-mail [stap@alcoholpreventie.nl](mailto:stap@alcoholpreventie.nl)

Postbanknummer 291302  
KvK Utrecht 41187238

De Commissie heeft in haar uitspraak duidelijk aangegeven dat zij ook naar de inhoud van de filmpjes heeft gekeken en niet alleen naar de plek waar ze staan (op de website [passoafiesta.nl](http://passoafiesta.nl)). De Commissie oordeelde dat de filmpjes mede dankzij hun “stijl, opzet en vormgeving aansloten bij de hoofdpagina”.

De Commissie vervolgde met:

“Deze en de overige filmpjes wekken de suggestie dat de getoonde feestelijke taferelen verband houden met het nuttigen van Passoa Fiësta. Dit komt door de nadruk in de reclame-uitingen op het feestelijke karakter van Passoa Fiësta in combinatie met het feit dat ook de filmpjes feestjes tonen. Op grond hiervan acht de Commissie het aannemelijk dat kijkers die op de filmpjes getoonde beelden associëren met (het drinken van) Passoa Fiësta en daardoor ook zelf zullen overgaan tot het nuttigen van deze drank.”

Het tonen van dergelijke “feestfilmpjes” met minderjarigen erin werd daardoor, volgens STAP volledig terecht, door de Commissie in strijd bevonden met artikel 11 RvA.

STAP kan zich volledig vinden in deze redenering van de Commissie, die volgens haar juist heel duidelijk naar de inhoud van de filmpjes heeft gekeken en niet alleen naar de plek waar de filmpjes zich bevonden.

Passoa Fiësta (of Maxxium), roept met de “Party and Run” actie en de website op tot het maken van een feestelijk filmpje. De link met het product Passoa Fiësta is overduidelijk aanwezig en zal door iedere bezoeker worden gelegd. De actie heeft ook het doel om deze link tussen Passoa Fiësta en een feestelijk filmpje te verstevigen, anders had Passoa wel opgeroepen tot het plaatsen van “een filmpje” op de website (zoals bijv. op YouTube gebeurt). Kortom: de feestfilmpjes zijn geheel in lijn met het te promoten product Passoa Fiësta.

Dat de oproep van Maxxium gebaseerd is op FlashMob of StealthDisco, zoals wordt aangehaald in het beroepsschrift, is hierbij niet relevant. De consument of bezoeker van de website kent deze achterliggende gedachte niet en zal direct de “feestfilmpjes” linken aan het “feestproduct” Passoa Fiësta.

Om bovenstaande redenen verzoekt STAP het College de uitspraak van de Commissie te volgen en de klacht van STAP op dit punt toe te kennen.

Hoogachtend,

Dr. E. van den Wildenberg  
Coordinator Monitoring Alcoholmarketing