

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

Kenmerk: k09040ew
Utrecht, 18 november 2009

Betreft: Wijn Almanak stimuleert overmatig drinken

Geachte mevrouw Ancion-Kors,

In oktober 2009 werd geadverteerd voor de nieuwe Wijn Almanak (zie bijlage). Op de *out of home* reclame-uiting is de Wijn Almanak afgebeeld met daarbij de volgende tekst:

“Waarschuw je glasbak...”
“Wijn Almanak 2010. De beste wijnen onder € 5,-“

Volgens STAP wordt met deze reclame overmatig drinken gesuggereerd en gestimuleerd. Dit is in strijd met artikel 1 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RvA):

Artikel 1 RvA

Aangezien onverantwoorde consumptie van alcoholhoudende drank problemen met zich mee kan brengen, is terughoudendheid in alle reclame voor deze drank geboden. Reclame voor alcoholhoudende drank mag geen overmatige of anderszins onverantwoorde consumptie tonen, suggereren of stimuleren.

De reclame-uiting geeft duidelijk aan dat de glasbak overuren zal moeten maken nu de nieuwe Wijn Almanak uit is. Hiermee wordt gesuggereerd dat mensen niet per se *andere* wijnen gaan drinken (namelijk die uit de Wijn Almanak), maar ook dat ze *meer* gaan drinken. Zo veel meer zelfs dat de glasbak ervoor moet worden ‘gewaarschuwd’. Het gegeven dat de reclame-uiting humoristisch is bedoeld, doet hier niet aan af. De uiting wekt de indruk dat de consument na aanschaf van de nieuwe Wijn Almanak 2010 meer (goedkope) wijnen zal drinken.

Wetenschappelijk onderzoek heeft onomstotelijk uitgewezen dat prijs de belangrijkste factor is bij de mate van alcoholconsumptie: is de prijs van alcohol hoog, dan drinken mensen minder, is de prijs laag (zoals bij de Wijn Almanak het geval is), dan drinken mensen meer¹.

Om bovenstaande redenen acht STAP de reclame-uiting voor de Wijn Almanak 2010 in strijd met artikel 1 uit de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken.

STAP verzoekt de Commissie hier uitspraak over te doen.

Hoogachtend,



Ir. W. E. van Dalen,
Directeur STAP

Bijlage: Foto reclame-uiting Wijnalmanak

Bron:

1. Babor, T. Caetano, R., Casswel, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K. et. al. (2003). *Alcohol: no ordinary commodity. Research and public policy.* Oxford: University Press.

Bijlage 1: Foto reclame-uiting Wijnalmanak

