

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

Kenmerk: k09042ew
Utrecht, 27 november 2009

Betreft: Strongbow Gold “sterk verfrissende cider”

Geachte mevrouw Ancion-Kors,

In de maand november is de commercial van Heineken voor de cider Strongbow Gold weer te zien op televisie. De commercial is tussen 16 - 25 november 47 keer uitgezonden op de zenders: NL1, NL2, NL3, RTL-4, RTL-5, RTL-7 en RTL-8.

In de commercial is te zien hoe 3 vrienden een drankje bestellen in een kroeg. De eerste bestelt een biertje, de andere twee bestellen een Strongbow Gold. Uit de lange “aaaahhhhhhhhh” waar de twee Strongbow Gold drinkers zich aan overgeven, blijkt dat cider, op zijn zachtst gezegd, een fris drankje is.

Aan het eind van de commercial zegt de voice over: “Probeer nu Strongbow Gold. Sterk verfrissende cider”. Deze tekst verschijnt ook op het scherm (zie bijlagen). Tenslotte wordt de tekst “sterk verfrissende cider” vervangen door “sterk verfrissende cideraaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaah!”.

Volgens STAP is deze reclame-uiting in strijd met artikel 6.3 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken omdat Strongbow Gold omschreven wordt als “sterk verfrissende cider”.

Als een drankje “verfrissend” is, impliceert dit, dat het een verfrissend effect heeft op de drinker ervan. Dit is in strijd met artikel 6.3 waarin staat dat niet mag worden gesuggereerd dat alcoholhoudende drank lichamelijke of geestelijke prestaties verbetert.

Een drankje dat een “verfrissend” effect heeft (volgens de Van Dale “verkwikkend”), heeft duidelijk een positief effect op lichaam en geest.

Artikel 6.3 RvA

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

Onlangs oordeelde het College van Beroep in een vergelijkbare zaak over “verfrissende cider” (dossiernr.: 2009/00414) als volgt:

“Naar het oordeel van het College duidt “t verfrist” in de gewraakte zin “Ontdek cider, ’t verfrist” op een actieve verfrissende werking die de alcoholhoudende ciderdrank heeft op de drinker. Dit zou anders zijn indien de omschrijving “fris” zou zijn gebruikt, waarmee een bepaalde smaak(beleving) kan worden aangeduid. In de mededeling “t verfrist” ligt de suggestie besloten dat iemand door het drinken van de cider zodanig wordt verfrist in de zin van verkwaakt, dat lichamelijke en geestelijke prestaties erdoor verbeteren”. (Uitspraak CvB, 5 november 2009).

Heineken heeft van de Commissie en het College een aanbeveling gekregen om niet meer op dergelijke wijze reclame te maken.

Heineken heeft haar commercial voor Strongbow Gold blijkbaar echter niet aangepast op de uitspraak van de Stichting Reclame Code met betrekking tot het “verfrissende” aspect van cider.

Daarnaast is volgens STAP niet voldoende rekening gehouden met de opmaak van de slogan “Alcohol onder de 16, natuurlijk niet”. In artikel 31 van de RvA staat het volgende aangegeven over de opmaak van de slogan:

Artikel 31 (opmaak slogan)

“De slogan dient duidelijk onderscheidend te zijn van de achtergrondkleur waarbij zo veel mogelijk gebruik gemaakt dient te worden van positief (zwart) of negatief (wit)”.

Gezien het vele zwart dat als achtergrond kleur wordt gebruikt op het moment dat de slogan in beeld komt, wat heel logischer geweest de slogan tegen deze zwarte achtergrond af te beelden, in plaats van tegen het hout van de bar waartegen de slogan bijna wegvalt (zie bijlagen).

STAP verzoekt de Commissie, indien noodzakelijk, nogmaals uitspraak te doen over de manier waarop Strongbow Gold wordt aangeprezen (“sterk verfrissende cider”). Ook ziet STAP graag een beoordeling van de opmaak van de educatieve slogan. Op basis van bovenstaande argumenten verzoekt STAP de Commissie om de klacht toe te wijzen.

Omdat Heineken geen rekening heeft gehouden met de eerdere aanbeveling van de Commissie inzake “verfrissende cider” vraagt STAP om een strengere sanctie op te leggen, zoals een geldboete.

Hoogachtend,



Ir. W. E. van Dalen,
Directeur STAP

Bijlage:

- Snapshots van de commercial Strongbow Gold

Bijlage 1: Screenshots tv commercial Strongbow Gold





