

Stichting Reclame Code
Reclame Code Commissie
Postbus 75684
1070 AR Amsterdam

Kenmerk: k10.003ew
Utrecht, 10 mei 2010

Betreft: Jupiler

Geachte Code Commissie,

Tussen 17 en 28 april werd op de kanalen NL1, NL 2, NL 3, RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 en Comedy Central een televisiecommercial uitgezonden voor Jupiler (deze commercial is ook uitgezonden in eerdere maanden van 2010). In de commercial is te zien hoe een aantal mannelijke vrienden zich sportief onderhoudt in een bergachtige omgeving. Achtereenvolgens zien we ze bergbeklimmen, kanoën, mountainbiken en voetballen.

Tijdens het kanotochtje komt duidelijk een net met ongeveer 9 à 10 blikken Jupiler in beeld. Deze worden door de mannen opgedronken tijdens het voetballen op de berg. De mannen trekken een blikje open en voetballen verder totdat het donker wordt. De scores 2-3 en 4-2 worden pas daarna op de muur geschreven. Met andere woorden, de mannen hebben tijdens het voetballen Jupiler bier gedronken. De suggestie wordt gewekt dat dit de sportprestaties verbetert. Dit is volgens STAP in strijd met artikel 6.4 uit de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RvA):

Artikel 6.4 RvA:

Reclame voor alcoholhoudende drank mag niet suggereren dat consumptie van alcoholhoudende drank de sportprestaties positief beïnvloedt.

Of de sportprestaties in werkelijkheid wel of niet door Jupiler zijn beïnvloed is niet geheel duidelijk. Beide teams hebben één keer gewonnen en één keer verloren. Waar dit precies door komt weet de kijker niet. Echter, volgens artikel 6 lid 4, mag niet de SUGGESTIE worden gewekt dat de sportprestaties positief worden beïnvloed. De suggestie dat de mannen beter spelen door het drinken van Jupiler wordt wel gewekt, ongeacht of dit in werkelijkheid wel of niet het geval is. Jupiler wordt *tijdens* het voetballen geconsumeerd.

Daarnaast acht STAP de commercial in strijd met artikel 1 uit de Code, waarin staat dat geen overmatige consumptie mag worden gesuggereerd:

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.

In het net met blikjes Jupiler bevinden zich ongeveer 9 à 10 blikjes Jupiler van 0,33l liter. Een standaard alcoholhoudende consumptie bevat 0,25l (zie ook: <http://www.alcoholinfo.nl/index.cfm?act=esite.tonen&pagina=71>).

Volgens de richtlijnen voor aanvaardbaar alcoholgebruik, die recentelijk zijn opgesteld op basis van onderzoek van de Nederlandse Gezondheidsraad, zou een volwassen man die ervoor kiest om alcohol te drinken, dit gebruik moeten beperken tot maximaal 2 consumpties per dag. Het drinken van 2 blikjes Jupiler overschrijdt deze limiet reeds. Daarbij komt dat er meer dan 2 blikjes per persoon in het net zaten dat gekoeld werd tijdens het kanotochtje. Doordat de mannen tot laat in het gebied zijn en waarschijnlijk blijven overnachten (ze hebben immers gedronken), wordt de suggestie gewekt dat al het bier (dat speciaal gekoeld werd) geconsumeerd werd op deze avond. Om deze reden acht STAP de uiting in strijd met artikel 1 RvA.

Tenslotte wil STAP erop aandringen dat de Nederlandse Reclame Code niet alleen naar de letter, maar ook naar de geest dient te worden nageleefd, zoals artikel 16 NRC voorschrijft:

Artikel 16 NRC:

De Nederlandse Reclame Code dient niet alleen te worden toegepast naar de letter, maar ook naar de geest.

STAP vraagt de Commissie zich over deze klacht te buigen en haar toe te wijzen op grond van artikel 1 en 6.4 RvA en artikel 16 NRC.

Hoogachtend,



Ir. W. E. van Dalen,
Directeur STAP - het Nederlands instituut voor alcoholbeleid

Bijlage:

- De Jupiler commercial zal u digitaal worden toegezonden.