



Beslissing van de Reclame Code Commissie

in de zaak van : STAP, Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid, gevestigd te Utrecht, klager,

tegen : Maxxium Nederland B.V., gevestigd te Amsterdam,
adverteerder.

De procedure

Klager heeft bij brief van 21 juni 2010 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uiting.

Adverteerder heeft bij brief van 25 juni 2010, van mr. K. Braber, advocaat te Amsterdam, verweer gevoerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar vergadering van 29 juni 2010.

Partijen zijn niet ter vergadering verschenen.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft:

- een advertentie in het maandblad Jackie;
- een billboard.

In voornoemde, gelijklopende reclame-uitingen, staat onder meer: 'Licor 43. De Spaanse verleiding'.

Een kopie van de printuiting is aan deze beslissing gehecht.

De klacht

De omschrijving 'Spaanse Verleiding' suggereert dat het drankje kan worden ingezet om te verleiden of dat het drinken van Licor 43 bijdraagt aan seksueel succes. Dit is in strijd met artikel 8 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RVA).

Het verweer

'De Spaanse Verleiding' staat voor de smaak, de geur en de uitstraling van Licor 43. De gewraakte slogan refereert dan ook aan het Spaanse karakter en de Spaanse smaak van de drank. De slogan houdt geen verband met sociaal of seksueel succes. Anders dan klager meent wordt op geen enkele manier gesuggereerd dat men vaardiger wordt op seksueel gebied door het drinken van de likeur en dat men daardoor successen

behaalt die zonder het drinken van het drankje zouden uitblijven. Verder wordt niet de indruk gewekt dat de persoon door het drinken van de drank aantrekkelijker wordt gevonden door zijn of haar omgeving omdat hij (schijnbaar) alcohol drinkt of dat die persoon beter wordt in het verleiden. Adverteerder stelt dat de woorden 'verleiding' of 'verleidelijk' bovendien frequent gebruikte reclamekreten zijn, ook voor alcoholische dranken. Deze kreet geeft geen informatie over een eventueel positief effect op de bekwaamheid van de drinker in relatie tot verleiden maar wel over de smaak en de geurbeleving. De gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument zal dit ook niet anders opvatten. Uit de verdere context van de uitingen blijkt eveneens niet dat men seksueel succes zou behalen door het drinken van Licor 43, gelet op het feit dat de uitingen neutraal zijn, er geen drinkende personen zijn afgebeeld en de teksten alleen betrekking hebben op de smaak. Adverteerder is dan ook van mening dat artikel 8 RVA niet is overtreden omdat niet kan worden geoordeeld dat de slogan de indruk wekt dat er een causaal verband ligt tussen de consumptie van alcoholhoudende drank en het hebben van seksueel succes.

Het oordeel van de Commissie

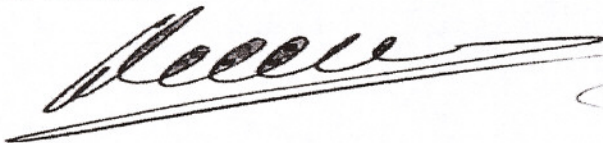
De Commissie is van oordeel dat de slogan 'De Spaanse Verleiding' en de context waarin voornoemde mededeling is gedaan, niet tot de conclusie kan leiden dat met de reclame-uitingen wordt gesuggereerd dat de consumptie van de alcoholhoudende drank zou bijdragen aan (sociaal of) seksueel succes. De Commissie acht de klacht dan ook ongegrond.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

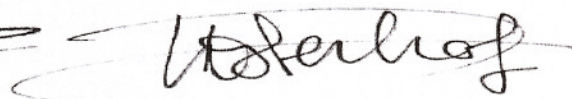
Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag. Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter



Mr. D.H. Beukenhorst

De secretaris



Mr. R. Westerhof

Gewezen door mr. D.H. Beukenhorst, voorzitter, M. Beerhuizen, T.E. Klein, L.G. Schram, H.W. Zuur, leden.

Amsterdam, 8 juli 2010