



Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Stichting Alcoholpreventie (STAP), gevestigd te Utrecht, klager,
tegen : Maxxium Nederland B.V., gevestigd te Amstelveen, adverteerder.

1. De procedure

Klager heeft bij brief van 30 juli 2008 bezwaar gemaakt tegen de hierna te vermelden reclame-uiting van adverteerder.

Namens adverteerder heeft mr. E.H. Hoogenraad, advocaat, bij brief van 1 september 2008 verweer gevoerd.

Klager heeft gerepliceerd bij e-mail van 22 september 2008.

Namens adverteerder heeft mr. Hoogenraad voornoemd gedupliceerd bij brief van 1 oktober 2008.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar vergadering van 8 oktober 2008.

Partijen hebben geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid om hun standpunten ter vergadering toe te lichten.

2. De bestreden uiting

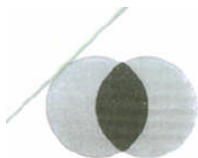
Het betreft de 20% alcoholhoudende drank "Pisang Ambon Guarana Lime". Adverteerder maakt voor deze drank reclame op internet via de website van [www.youtube.com](http://www.youtube.com/watch?v=ZjGjNzsb1WA&feature=related) (<http://www.youtube.com/watch?v=ZjGjNzsb1WA&feature=related>). Hier is een commercial voor het product te zien met als begeleidende tekst onder meer: "Is energizing".

3. De klacht

Het adverteren voor een alcoholhoudende drank als "energizing" is in strijd met artikel 6 lid 3 van de Reclame Code voor Alcoholhoudende Dranken (RvA), omdat wordt gesuggereerd dat de consumptie van deze drank energieker maakt. Aangezien de toevoeging van guarana de effecten van de alcohol niet zal opheffen, is de uiting misleidend. Ook de risico's van het gebruik van alcoholische energiedrankjes worden niet vermeld. Om deze redenen is het product Pisang Ambon Guarana Lime tevens in strijd met artikel 8 van de Nederlandse Reclame Code (NRC (nieuw)). Er wordt onjuiste informatie verstrekt over de aard van het product en de risico's, terwijl de consument essentiële informatie wordt onthouden.

4. Het verweer

Aan Pisang Ambon Guarana Lime is uitsluitend guarana aroma toegevoegd en geen echte guarana. Door het ontbreken van cafeïnehoudende guarana heeft Pisang Ambon Guarana Lime geen energie opwekkend effect. Nu het geen energiedrankje is, zijn er geen bijzondere risico's verbonden aan het drinken van Pisang Ambon Guarana Lime. Deze drank wordt niet gepromoot als energiedrankje. De keuze voor het woord "energizing" in het filmpje op YouTube was een ongelukkige "slip of the tongue". Adverteerder heeft, direct nadat hij op de hoogte was van de mogelijke schending van artikel 6 lid 3 RvA, de bewuste tekst uit het filmpje laten verwijderen.



5. De repliek

Klager is tevreden met de reactie van adverteerder dat het woord "energizing" een verkeerde indruk wekt. Klager vraagt zich wel af of het gebruik van een aroma in dit geval niet misleidend is, omdat mensen van "guarana" een stimulerend effect verwachten, maar dat niet krijgen.

6. De dupliek

Volgens de warenwettelijke regelgeving, waarbij ook misleiding een toetsingsargument is, mag een likeur de naam van een toegevoegd aroma krijgen. Dit is bij likeuren gebruikelijk. De gemiddelde consument is hiermee bekend en kan de samenstelling op het etiket lezen. De consument zal niet denken dat sprake is van een energiedrankje.

7. Het oordeel van de Commissie

7.1. Adverteerder heeft niet betwist dat het gebruik van **het woord "energizing"** in het filmpje op www.youtube.com onjuist is, omdat de indruk wordt gewekt dat de consumptie van Pisang Ambon Guarana Lime energieker maakt. Nu daardoor in enige mate wordt gesuggereerd dat de consumptie van deze drank de lichamelijke of geestelijke prestaties verbetert, **is de uiting in strijd met artikel 6 lid 3 RvA (nieuw).**

7.2. Voor zover klager als nieuwe klacht heeft aangevoerd dat het gebruik van het woord guarana misleidend is omdat **uitsluitend guarana aroma is** toegevoegd, is de Commissie van oordeel dat die klacht niet kan slagen. Adverteerder heeft toegelicht dat een groot aantal drankjes is vernoemd naar een toegevoegd aroma zonder dat zij het ingrediënt bevatten waarnaar de naam van het aroma verwijst. Naar adverteerder onweersproken heeft gesteld, is dit in overeenstemming met de Warenwet en is de gemiddelde consument hiervan op de hoogte. Ook uit het etiket blijkt volgens adverteerder dat een aroma is toegevoegd. De Commissie ziet bij gebreke van tegenspraak door klager op dit punt geen aanleiding om aan de juistheid van dit betoog te twifelen. Uitgaande hiervan kan het gebruik van het woord guarana in dit geval niet misleidend worden geacht.

6. De beslissing

Op grond van hetgeen hiervoor onder 7.1 is overwogen, acht de Commissie het woord "energizing" in de onderhavige reclame-uiting in strijd met artikel 6 lid 3 RvA (nieuw). Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken. Voor het overige wordt de klacht afgewezen.

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. J.P. Fokker

De secretaris

Mr. L. Lagerweij

Gewezen door mr. J.P. Fokker, voorzitter en mr. A. Drijver, L. Franken, B. Römer en T. de Rooij, leden.

Amsterdam, 10 november 2008