

Reclame Code Commissie, 14 november 2006, Parfenac



RECLAMERECHT

Misleidende reclame

- Medische claims misleidend

Adverteerster heeft erkend dat de advertentie de volgende medische claims bevat: 'voor eczeem, voor eczeem klachten, voor huidirritatie, ontstekingremmend en jeukstillend' en dat dit in strijd is met art. 20 Warenwet. Om die reden is de advertentie in strijd met art. 2 Nederlandse Reclame Code. Aangezien Parfenac Intensief de hierboven genoemde werking niet heeft, acht de Commissie de advertentie bovendien misleidend.

- Zelfde naam voor nieuw product dat geen geneesmiddel is, is misleidend

Wat de naamsverwarring betreft, is de Commissie van oordeel dat de naam van het nieuwe product, Parfenac Intensief, erg lijkt op het oude product, Parfenac (Bufexemac), terwijl sprake is van een ander product. Het oude product is bij de consument reeds bekend onder de naam Parfenac, zodat terzake verwarring kan ontstaan. De toevoeging van het woord 'intensief' neemt deze verwarring niet weg maar zou de suggestie kunnen wekken dat het hier een verbeterde versie van het oude product betreft. Gelet op het vorenstaande acht de Commissie de uitingen misleidend.

Vindplaatsen: reclamecode.nl; IER 2007, nr. 37, p. 137

Reclame Code Commissie, 14 november 2006

(...)

[X],

te Maastricht,

klaagster,

tegen

Chefaro Nederland B.V.

gevestigd te Rotterdam,

adverteerster.

1. De procedure

Klager heeft bij e-mail van 1 september 2006, nader toegelicht bij e-mail van 18 september 2006 bezwaar gemaakt tegen een reclame-uiting van adverteerster. Adverteerster heeft tegen de klacht verweer gevoerd bij brief van 11 oktober 2006. De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar vergadering van 31 oktober 2006. Partijen maakten geen gebruik van de mogelijkheid de zaak ter vergadering mondeling toe te lichten.

2. De bestreden reclame-uitingen

Het betreft een televisiereclame en een advertentie in Brocacef Product News van september jl. voor Parfen-

ac Intensief. In de televisiereclame wordt onder meer gezegd: 'Er is een crème die helpt bij een geprikkelde en rode huid. Parfenac Intensief'. In de advertentie staat onder meer: 'De nieuwe oplossing voor eczeem, eczeemklachten, huidirritatie, ontstekingremmend en jeukstillend'. (...)

3. De klacht

Parfenac crème is een geneesmiddel tegen contact dermatitis en atopische dermatitis. Parfenac Intensief is een cosmetisch product en heeft geen bestanddelen die werkzaam zijn tegen eerdergenoemde aandoeningen. Consumenten denken dat Parfenac Intensief bedoelde werking wel heeft, omdat beide producten dezelfde naam hebben. Klaagster acht de uitingen om die reden misleidend.

4. Het verweer

De claims in de advertentie zijn niet in overeenstemming met de Warenwet. Om verwarring tussen Parfenac Intensief en Parfenac Bufexemac, het oude product, te voorkomen, is het College ter beoordeling van geneesmiddelen gevraagd een naamswijziging van Parfenac Bufexemac naar Chefaro Bufexemac door te voeren. Parfenac Bufexemac wordt overigens niet meer verkocht.

5. Het oordeel van de Commissie

Adverteerster heeft erkend dat de advertentie de volgende medische claims bevat: 'voor eczeem, voor eczeem klachten, voor huidirritatie, ontstekingremmend en jeukstillend' en dat dit in strijd is met art. 20 Warenwet. Om die reden is de advertentie in strijd met art. 2 Nederlandse Reclame Code. Aangezien Parfenac Intensief de hierboven genoemde werking niet heeft, acht de Commissie de advertentie bovendien misleidend. Wat de naamsverwarring betreft, is de Commissie van oordeel dat de naam van het nieuwe product, Parfenac Intensief, erg lijkt op het oude product, Parfenac (Bufexemac), terwijl sprake is van een ander product. Het oude product is bij de consument reeds bekend onder de naam Parfenac, zodat terzake verwarring kan ontstaan. De toevoeging van het woord 'intensief' neemt deze verwarring niet weg maar zou de suggestie kunnen wekken dat het hier een verbeterde versie van het oude product betreft. Gelet op het vorenstaande acht de Commissie de uitingen misleidend.

6. De beslissing

Op grond van het vorenstaande acht de Commissie de advertentie in strijd met art. 2 en 7 Nederlandse Reclame Code, en acht zij de televisiereclame in strijd met art. 7 Nederlandse Reclame Code. Zij beveelt adverteerster aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.