

Vzgr Rb Haarlem, 9 maart 2007, Reckitt Benckiser v Unilever



“DE BESTE UNIVERSELE REINIGER”

RECLAMERECHT

Geen vergelijkende reclame

marktaandeel van Reckitt Benckiser is niet zodanig dat moet worden aangenomen dat de consument de gewraakte tekst zal herleiden tot de producten van Reckitt Benckiser

Vooropgesteld wordt dat Reckitt Benckiser niet kan worden gevolgd in haar betoog dat hier sprake is van vergelijkende reclame. De term "DE BESTE UNIVERSELE REINIGER" impliceert weliswaar een vergelijking met andere producten, maar de producten van Reckitt Benckiser worden niet expliciet genoemd, noch wordt daarnaar verwezen of wordt anderszins aan de producten van Reckitt Benckiser gerefereerd. Het aantal spelers op de markt van schoonmaakmiddelen voor hardnekkige vlekken op kleine oppervlakken is aanzienlijk. Het marktaandeel van Reckitt Benckiser is niet zodanig dat moet worden aangenomen dat de consument de gewraakte tekst zal herleiden tot de producten van Reckitt Benckiser. Zonder herleidbaarheid tot een bepaalde concurrent is geen sprake van vergelijkende reclame in de zin van artikel 6: 194a van het Burgerlijk Wetboek (BW).

Superioriteitsclaim niet misleidend

Totaalbeeld van onderzoek rechtvaardigt de claim van Unilever dat samengevoegd onderzoek heeft aangetoond dat CIF CREAM met BLEEK de beste universele reiniger is

SSOG heeft de tien schoonmaakmiddelen, waaronder CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK en drie Cillit Bang-producten, onderzocht op hun werking op vetvlekken, ingebrande melk, zeep- en kalkvlekken, koffie- en thee vlekken en roestvlekken. De conclusie van het rapport luidt "*Although individual stains showed variations in the best performing products, Cif Cream with Bleach was in the top performing products for stain removal for every stain type tested. This can also be confirmed from the overall chart, which clearly shows that, out of the products tested, Cif Cream with Bleach is the best overall cleaner.*" Reckitt Benckiser heeft de uitkomsten van de afzonderlijke onderdelen van het onderzoek niet inhoudelijk weersproken. Het totaalbeeld daarvan rechtvaardigt de claim van Unile-

ver dat samengevoegd onderzoek heeft aangetoond dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK de beste universele reiniger is. Dit brengt met zich dat de gewraakte tekst niet als misleidend kan worden aangemerkt.

Vindplaatsen: [Boek9](#); IER 2007, nr. 67, p. 238, m.nt Hoogenraad

Vzgr Rb Haarlem, 9 maart 2007

(Th.S. Röell)

Zaaknummer/rolnummer: 131537f KG ZA 07-22

Vonnis in kort geding van 9 maart 2007

in de zaak van

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid RECKITT BENCKISER (THE NETHERLANDS) B.V.,

gevestigd te Hoofddorp, gemeente Haarlemmermeer, eiseres,

procureur mr. M. Middeldorp,

advocaat mr. G.S.P. Vos te Amsterdam,

tegen

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid UNILEVER NEDERLAND B.V.,

gevestigd te Rotterdam,

gedaagde,

procureur mr. H. Oomen,

advocaat mr. M. de Cock Buning te Amsterdam.

Partijen zullen hierna Reckitt Benckiser en Unilever genoemd worden.

1. De procedure

(...)

2. De feiten

2.1. Partijen zijn elkaars concurrenten op de markt van huishoudelijke schoonmaakmiddelen, waaronder gespecialiseerde producten voor de behandeling van hardnekkige vlekken op kleine oppervlakken. Reckitt Benckiser fabriceert en verkoopt die gespecialiseerde producten onder het merk CILIT BANG. Voor verschillende toepassingen zijn verschillende producten beschikbaar, zoals CILIT BANG voor kalkaanslag, zeepresten, roestvlekken, CILIT BANG voor vet, aangekoekte resten en vuil en CILIT BANG voor vuil & afvoer. Unilever produceert en verkoopt verschillende schoonmaakmiddelen onder het merk CIF. Ook van CIF zijn diverse producten voor het verwijderen van hardnekkige vlekken op kleine oppervlakken verkrijgbaar, zoals CIF Power Cream Bleek, CIF Power Cream Badkamer en CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK

2.2. CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK wordt verkocht in flacons met de hieronder afgebeelde etiketten

voorzijde



achterzijde



Het etiket op de voorzijde bevat de tekst CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK, DE BESTE* universele reiniger, VUIL KALKAANSLAG VET ROEST SCHIMMELVLEKKEN. Op de achterzijde van de flacon is te lezen:

'NIEUWF CIF CREAM MET BLEEK IS ALS BESTE* IN STAAT ALLERLEI VERSCHILLENDE HARDNEKKIGE VLEKKEN AAN TE PAKKEN. HET VERWIJDERT ZOWEL IN DE KEUKEN ALS IN DE BADKAMER ZELFS HET MEEST HARDNEKKIG VUIL, ZOALS KALKAANSLAG, AANGEKOEKTE ETENSRESTEN, ROEST EN ANDERE LASTIGE VLEKKEN.

*** SAMENGEVOEGD REINIGINGSRESULTAAT. DE ECHTE UNIVERSELE REINIGER DIE VLEKKEN VERWIJDERT'**

2.3. Bij brief van 20 februari 2006 heeft Reckitt Benckiser Unilever verzocht om haar de onderzoeksresultaten of andere documentatie toe te zenden waarop Unilever haar claim dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK 'de beste universele reiniger'

zou zijn baseerde. Unilever heeft daarop op 28 februari 2006 geantwoord, dat de resultaten van uitgebreid onderzoek door een onafhankelijk testinstituut rechtvaardigden dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK werd gepresenteerd als 'De beste universele reiniger op basis van samengevoegd reinigingsresultaat'. Vervolgens heeft Reckitt Benckiser Unilever nogmaals gevraagd om toezending van de testresultaten waar zij op doelde. Op 14 april 2006 hebben partijen een bespreking gevoerd. Tijdens die bespreking heeft Unilever informatie verstrekt betreffende het onderzoek waarop zij haar claim baseerde.

2.4. Bij brief van 11 oktober 2006 heeft mr. Vos vernoemd Unilever als volgt bericht:

'(..)

De gegevens die u over het door Unilever uitgevoerde onderzoek heeft overgelegd betreffen slechts een geanonimiseerde samenvatting van dat onderzoek. Tijdens de bespreking, die wij hierover hebben gehad, heb ik u al aangegeven dat deze informatie onvoldoende is om als onderbouwing van een vergaande claim als 'de beste' te kunnen onderbouwen. Ondanks herhaalde verzoeken hiertoe heeft Unilever volhard in haar weigering de volledige onderzoeksresultaten over te leggen, zodat het voor mijn cliënte, Reckitt Benckiser (The Netherlands) B.V. ('Reckitt Benckiser') niet mogelijk is de juistheid van de door CIF Cream gebruikte claim te controleren. Om die reden heeft Reckitt Benckiser zelf een onafhankelijk onderzoek laten uitvoeren. Uit dit onderzoek is gebleken dat de kwaliteit van het product CIF CREAM de claim dat dit product de beste universele reiniger zou zijn niet kan onderbouwen. Op meerdere vlekken blijkt CIF CREAM niet als beste te werken, maar juist slechter dan een groot aantal vergelijkbare andere producten, waaronder die van Reckitt Benckiser.

'(..)

2.5. In de hiervoor aangehaalde brief werd Unilever tevens gesommeerd het gebruik van de claim 'de beste universele reiniger' te staken en gestaakt te houden. Unilever heeft daaraan niet voldaan.

3. Het geschil

3.1. Reckitt Benckiser vordert dat de voorzieningenrechter bij vonnis, uitvoerbaar bij voorraad:

3.1.1. Unilever zal bevelen, met onmiddellijke ingang na betekening van het te wijzen vonnis, te staken en gestaakt te houden, ieder gebruik van de claims 'DE BESTE* UNIVERSELE REINIGER' en/of 'ALS BESTE * IN STAAT ALLERLEI VERSCHILLENDE HARDNEKKIGE VLEKKEN AAN TE PAKKEN' en/of enige andere zinnen met een vergelijkbare betekenis, op de verpakking en/of op enigerlei andere wijze in relatie tot het product CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK' en/of enig ander schoonmaakproduct, zulks op straffe van een dwangsom;

3.1.2. Unilever zal bevelen, binnen vier werkdagen na betaling van het te wijzen vonnis, de superioriteitsclaims 'DE BESTE' UNIVERSELE REINIGER' en 'ALS BESTE * IN STAAT VERSCHILLENDE HARDNEKKIGE VLEKKEN AAN TE PAKKEN' te rectificeren, door middel van het plaatsen van een hel-

dere en duidelijk zichtbare advertentie van A6 formaat (105 x 14R 0101) in drie nationale dagbladen (De Telegraaf, de Volkskrant en NRC Handelsblad, op de achterpagina of op een oneven pagina, welke advertentie slechts de volgende tekst bevat en in het lettertype Times met een 14 punts lettergrootte zoals de navolgende tekst het gehele oppervlak van de advertentie uitvult:

'RECTIFICATIE

Unilever wenst u te informeren dat Unilever onjuiste en misleidende mededelingen heeft gedaan met betrekking tot haarproduct CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK'. Hoewel dit niet op waarheid berust, hebben wij beweerde dat dit product de beste universele reiniger, en als zodanig, de beste allesreiniger zou zijn. Andere producten presteren echter beter op de verschillende vlekken die allesreinigers dienen te verwijderen, zoals vuil, kalkaanslag, vet, roest en schimmelvlekken. De Rechtbank te Haarlem heeft daarom in zijn vonnis van [DATUM] 2007 geoordeeld dat deze claim onrechtmatig is.

Unilever Nederland B.V.'

Of een andere door de voorzieningenrechter te Bepaald formulering, zulks op straffe van een dwangsom;

3.1.3. Unilever zal bevelen, binnen vier werkdagen na betekening van het te dezen te wijzen vonnis, een advertentie te plaatsen op de eerste webpagina van de homepage op de Unilever website (onder <http://www.unilever.nl>) en op de website van het CIF-product (onder <http://www.unilever.nl/onzemerken/huishoudelijkeverzorging/CIF>), voor een periode van ten minste twee weken, welke advertentie is voorzien van een oranje kader en geschreven is in vette letters in lettergrootte 28, en uitsluitend de navolgende tekst bevat:

[...]

of een andere door de voorzieningenrechter te bepalen formulering, zulks op straffe van een dwangsom.

3.2. Unilever voert verweer. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

4. De beoordeling

4.1. Reckitt Benckiser legt aan haar vordering ten grondslag dat Unilever onrechtmatig jegens haar handelt en voert daartoe het volgende aan. De onder 2.2 aangehaalde teksten op de voor- en achterzijde van de flacon CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK van Unilever misleidt de consument omtrent de reinigende eigenschappen van het product, doordat ten onrechte werd geclaimd dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK een beter resultaat geeft dan alle andere producten. Voorts houdt die tekst een ongeoorloofde vergelijking in met de schoonmaakmiddelen van het merk CILIT BANG van Reckitt Benckiser.

4.2. Vooropgesteld wordt dat Reckitt Benckiser niet kan worden gevolgd in haar betoog dat hier sprake is van vergelijkende reclame. De term 'DE BESTE UNIVERSELE REINIGER' impliceert weliswaar een vergelijking met andere producten, maar de producten van Reckitt Benckiser worden niet expliciet genoemd, noch wordt daarnaar verwezen of wordt anderszins aan

de producten van Reckitt Benckiser gerefereerd. Het aantal spelers op de markt van schoonmaakmiddelen voor hardnekkige vlekken op kleine oppervlakken is aanzienlijk. Het marktaandeel Reckitt Benckiser is niet zodanig dat moet worden aangenomen dat de consument de gewraakte tekst zal herleiden tot de producten van Reckitt Benckiser. Zonder herleidbaarheid tot een bepaalde concurrent is geen sprake van vergelijkende reclame in de zin van art. 6:194a van het Burgerlijk Wetboek (BW).

4.3. Vervolgens komt aan de orde de vraag of de gewraakte tekst op de flacon van CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK als misleidend moet worden aangemerkt. De tekst 'de beste universele reiniger' en 'als beste*' in staat allerlei verschillende hardnekkige vlekken aan te pakken' houdt een superioriteitsclaim in, waarvan de bewijslast ingevolge het bepaalde in art. 6:195 BW op Unilever rust. Reckitt Benckiser stelt zich op het standpunt dat die tekst misleidend is, omdat Unilever die superioriteit niet kan waarmaken. Ter toelichting voert zij het volgende aan.

4.4. Schoonmaakmiddelen kunnen ruwweg verdeeld worden in twee groepen, de algemene 'multi purpose' reinigers (allesreinigers) en de gespecialiseerde producten, die bestemd zijn om hardnekkige vlekken mee te behandelen. De gespecialiseerde producten zijn meestal hetzij geschikt voor gebruik in de keuken voor het verwijderen van vetvlekken, hetzij geschikt voor gebruik in de badkamer voor het verwijderen van zeep-, kalk- en schimmelvlekken. De redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende gemiddelde consument, die wordt geconfronteerd met CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK zal door de tekst op de voorkant van de flacon denken dat dat product geschikt is voor het verwijderen van vijf soorten vlekken: vuil, kalkaanslag, vet, roest en schimmelvlekken. dus gebruikt kan worden in de keuken en in de badkamer. De tekst op de flacon vermeldt ook nog dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK 'DE BESTE* UNIVERSELE REINIGER' is. 'DE BESTE*' zal de consument in dit geval niet opvatten als een in reclame gebruikelijke vorm van overdrijving, want de asterisk verwijst naar de tekst op de achterzijde van de flacon, waar is vermeld:

*SAMENGEVOEGD REINIGINGSRESULTAAT'. De consument zal daaruit opmaken dat er onderzoek is gedaan en dat daaruit naar voren is gekomen dat met CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK de beste resultaten worden behaald bij vuil, kalkaanslag, vet, roest en schimmelvlekken. Reckitt Benckiser heeft echter onderzoek laten verrichten door de Stichting Onderzoek Huishoudelijke en Institutionele Technologie (SOHIT), waaruit is gebleken dat die superioriteitsclaim niet terecht is.

4.5. Unilever betwist dat en voert aan dat uit een onderzoek dat het Stazione Sperimentale per le Industrie degli Oli e dei Grassi (SSOG) te Milaan op haar verzoek heeft uitgevoerd, is gebleken dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK met kop en schouders uitsteekt boven andere gespecialiseerde schoonmaakproducten die op de markt zijn. Unilever

meent daarom terecht te claimen dat dat product 'DE BESTE UNIVERSELE REINIGER' is.

4.6. Uit het rapport van SOHIT blijkt dat 14 gespecialiseerde reinigingsmiddelen (aangeduid als Power Cleaners), waaronder CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK en drie producten van het merk Cillit Bang van Reekin Benckiser zijn onderzocht op hun werking op diverse soorten vlekken en op materiaalaantasting. Aan Reckitt Benckiser kan worden toegevoegd dat CJF CREAM schuurmiddel met BLEEK uit dit onderzoek niet als de beste naar voren komt.

4.7. Echter, in het overzicht van de algemene prestaties van de Power Cleaners is vermeld dat alle producten op identieke wijze zijn toegepast. Telkens werd een geringe onverdunde hoeveelheid van het product op de vlek aangebracht, die men gedurende een zekere tijd liet inwerken. Aldus werd alleen de chemische werking van het product onderzocht. Het ligt echter voor de hand dat een schuurmiddel als CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK niet genoegzaam kan worden getest door alleen de chemische werking ervan te onderzoeken. Een schuurmiddel is immers bedoeld om mee te boenen, Het rapport vermeldt in dit verband ook dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK voor een toepassing met mechanische werking bedoeld is, Ook wordt vermeld 'Er zijn 7 Power Cleaners in de test die claimen kalkaanslag te verwijderen. Een van deze Power Cleaners, CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK is de enige Power Cleaner die wel claimt kalkaanslag te verwijderen, maar waarbij dat niet het geval is. Dit middel is een schuurmiddel, mogelijk dat er in combinatie met beweging wel effect wordt behaald'. Hieruit moet worden geconcludeerd dat bij het SOHIT-onderzoek een testmethode is toegepast die niet geschikt was om de resultaten van CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK te onderzoeken. Daarom kunnen aan de uitkomst van dat onderzoek geen conclusies kunnen worden verbonden voor wat betreft de werkzaamheid van CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK.

4.8. In het SSOG-onderzoek zijn tien schoonmaakmiddelen onderzocht. Het ging daarbij om producten die in Griekenland op de markt zijn. Reckitt Benckiser heeft als verweer tegen het SSOG-rapport aangevoerd dat een onderzoek naar producten op de Griekse markt niet relevant is voor de Nederlandse markt, omdat niet vaststaat dat het gaat om identieke producten. Unilever heeft daar tegenover gesteld dat de producten op de Griekse markt niet dezelfde samenstelling hebben als de producten die in Nederland verkrijgbaar zijn, zij het dat die producten soms onder een andere naam worden aangeboden. Zij heeft aangeboden de productspecificaties en de batchnummers in het geding te brengen. Reckitt Benckiser heeft daartegen bezwaar gemaakt.

4.9. De betwisting door Reckitt Benckiser van de relevantie van het SSOG-rapport voor de Nederlandse markt wordt verworpen, nu voldoende aannemelijk is dat het hier gaat om een Europees geïntroduceerd product en dat het onderzoek is gedaan voor de gehele Europese markt. In de gegeven omstandigheden had het op de weg van Reckitt Benckiser gelegen de stelling

dat de producten in de verschillende landen niet gelijk zijn, nader te onderbouwen.

4.10. SSOG heeft de tien schoonmaakmiddelen, waaronder CIF CRFAM schuurmiddel met BLEEK en drie Cillit Bang-producten, onderzocht op hun werking op vetvlekken, ingebrande melk, zeep- en kalkvlekken, koffie- en theevlekken en roestvlekken. De conclusie van het rapport luidt: *'Although individual stains showed variations in the best performing products, Cif Cream with Bleach was in the top performing products for stain removal for every stain type tested. This can also be confirmed from the overall chart, which clearly shows that, out of the products tested, Cif Cream with Bleach overall cleaner'* Reckitt Benckiser heeft de uitkomsten van de afzonderlijke onderdelen van het onderzoek niet inhoudelijk weersproken. Het totaalbeeld daarvan rechtvaardigt de claim van Unilever dat samengevoegd onderzoek heeft aangetoond dat CIF CREAM schuurmiddel met BLEEK de beste universele reiniger is. Dit brengt met zich dat de "" gewraakte tekst niet als misleidend kan worden aangemerkt.

4.11. De slotsom van het voorgaande is dat de gevraagde voorzieningen zullen worden geweigerd. Reckitt Benckiser zal als de in het ongelijke gestelde partij in de proceskosten worden veroordeeld. De kosten aan de zijde van Unilever worden begroot op:

- vast recht € 251
- salaris procureur € 816
Totaal € 1067

5. De beslissing

De voorzieningenrechter

5.1. weigert de gevraagde voorzieningen,

5.2. veroordeelt Reckitt Benckiser in de proceskosten, aan de zijde van Unilever tot op heden begroot op € 1067,

5.3. verklaart dit vonnis wat betreft de kostenveroordeling uitvoerbaar bij voorraad.

(...)