

**CBB RCC, 19 augustus 2008, Maxxium v STAP**



**RECLAMERECHT - ALCOHOL**

**Jongeren in beeld is nog geen overtreding**

• Maxxium heeft erkend dat in de filmpjes personen jonger dan 25 jaar te zien zijn geweest. Dat betekent echter niet dat artikel 11 RvA is overtreden. Ten eerste is niet gebleken dat deze personen alcoholhoudende drank drinken. Voorts kan niet worden geoordeeld dat bedoelde personen aanzetten tot het drinken van alcoholhoudende drank.

Dat Passoa Fiësta op de site wordt gepresenteerd als een feestelijk drank-je, dat men op die site wordt opgeroepen om een eigen feest te bouwen en dat blijkens de filmpjes gevolg is gegeven aan deze oproep, vormt onvoldoende grond voor een ander oordeel. Meer in het bijzonder ligt in de filmpjes niet de suggestie besloten dat de vertoonde feestjes verband houden met het nuttigen van Passoa Fiësta.

Vindplaatsen: IER 2008, nr. 87, p. 349, m.nt. De Cock Buning

**CBB RCC, 19 augustus 2008**

(W.A.M. van Schendel, C.A.A.M. Barge-Coebergh, E.H. Glasius, N.A.M. van Herten, J. Rademaker)

Datum: 19 augustus 2008,

Dossiernr: 1538/08.0086

(...)

**Omschrijving:**

Maxxium Nederland B.V. heeft onlangs de drank Passoa Fiësta op de markt gebracht. In verband daarmee heeft zij de website [www.passoaFiësta.nl](http://www.passoaFiësta.nl) geopend. Op deze website staat onder meer:

*“Nu in de supermarkt: Passoa Fiësta! Met deze heerlijke drank haal je het feest in huis. (...) Dit feestelijke drankje brengt zelfs de grootste muurbloem in beweging.”*

Bezoekers van deze website worden aangespoord om een filmpje te uploaden in het kader van het spel “party & run”. Het is de bedoeling daarbij een feestje te filmen. Hiermee kan een prijs worden gewonnen. Op de website zijn de spelregels als volgt beschreven:

*“1 Bouw een feestje op een ongewone plek bijvoorbeeld een dansje in de bibliotheek of de trein!*

*2 Film jouw feestje met je eigen camera of telefoon en zet het filmpje op deze site.*

*3 Zorg dat al je familie en amigos op je gaan stemmen!”*

De filmpjes kunnen op de website worden bekeken. Op de website is voorts te zien dat de Passoa Partybus door Nederland rijdt om meer bekendheid aan Passoa Fiësta te geven. In de bus zitten verklede personen die, kort gezegd, in super-markten een dans uitvoeren. Aan het publiek worden daarbij flyers uitgedeeld.

**De klacht**

De reclame-uitingen zijn in strijd met de artikelen 8, 10 en 11 van de Reclame Code voor Alcoholhoudende dranken (RVA).

- Artikel 8.

Zowel de (merk)naam Passoa Fiësta als de reclame-uiting suggereren dat je Passoa Fiësta nodig hebt om een feest te maken en dat er zonder die drank geen feest is. Het blijkt duidelijk uit de tekst dat je met Passoa Fiësta het feest in huis haalt en dat deze drank zelfs de grootste muurbloem in beweging brengt. Daardoor wekt adverteerder de indruk dat deze drank bijdraagt aan sociaal succes.

- Artikel 10.

Gezien de kleurige opmaak van de website, de naam van het product Passoa Fiësta, het gebruik van een Passoa Partybus, het spel “party & Run” en de inhoud van de op de website van adverteerder geplaatste filmpjes, zijn de reclame-uitingen aanmerkelijker aantrekkelijker voor minderjarigen dan voor volwassenen.

- Artikel 11.

Op de website van adverteerder staan ingezonden filmpjes van jongeren die zijn bedoeld om het drinken van Passoa Fiësta te promoten. Enkele jongeren zijn jonger dan 25 jaar.

**Het verweer**

- Artikel 8.

De uiting “Dit feestelijke drankje brengt zelfs de grootste muurbloem in beweging” is ten onrechte op de website geplaatst en is inmiddels verwijderd. Adverteerder erkent dat zij hiermee artikel 8 RVA heeft geschonden. Voor het overige wekken de reclame-uitingen volgens adverteerder niet de suggestie van sociaal of seksueel succes ten gevolge van het drinken van Passoa Fiësta. De term een “feestje in huis halen” wordt vaker gebruikt in relatie tot alcohol. Deze uitdrukking staat onder meer voor gezelligheid, lekker en feestelijk. De tekst is bovendien een woordspeling, want moet worden geplaatst in de context van de promotionele actie “party and run”. Ook de merknaam Passoa Fiësta wekt niet de indruk dat het nuttigen van alcohol een bijdrage levert aan sociaal of seksueel succes.

- Artikel 10.

In de kleurstelling van de website en de etikettering van Passoa Fiësta komen geen specifiek voor minderjarigen aantrekkelijke kleuren of symbolen voor. In redelijkheid kan niet worden gezegd dat de vormgeving specifiek op de jeugd is gericht of een bijzondere aantrekkingskracht voor de jeugd heeft. Dat geldt ook voor de naam Passoa Fiësta.

- Artikel 11.

De filmpjes zijn niet in strijd met artikel 11 RVA, omdat daarin geen sprake is van reclame voor alcohol. In de filmpjes is geen alcoholhoudende drank te zien en de naam, het product en/of het logo van Passoa Fiësta worden niet genoemd of getoond. Adverteerder heeft vrijwillig drie filmpjes van de website verwijderd, nu daarop minderjarigen zijn te zien.

#### **De mondelinge behandeling**

Partijen hebben ter zitting hun stellingen nader toegelicht overeenkomstig de overgelegde pleitnota's.

#### **Het oordeel van de Commissie (29 april 2008)**

- Artikel 8 RVA

Klager stelt dat zowel de naam Passoa Fiësta als de reclame-uitingen suggereren dat je Passoa Fiësta nodig hebt om een feest te maken, zodat dit product in die zin bijdraagt aan sociaal succes. Ten aanzien van de website heeft adverteerder erkend dat de zin "Dit feestelijke drankje brengt zelfs de grootste muurbloem in beweging." in strijd is met artikel 8 RVA. In zoverre is de klacht gegrond.

Ten aanzien van de merknaam Passoa Fiësta en de zin "Met deze heerlijke drank haal je het feest in huis." is de Commissie van oordeel dat beide toelaatbaar zijn. Naar het oordeel van de Commissie zal de consument zowel de merknaam als de slagzin in deze zin begrijpen, dat het hier om een product gaat dat specifiek is bedoeld voor feestelijke gebeurtenissen, en niet dat het product zelf een noodzakelijke voorwaarde is voor een (geslaagd) feest. Van een wervend karakter in de zin dat dit product een bijdrage levert aan sociaal succes, is naar het oordeel van de Commissie dan ook geen sprake.

- Artikel 10 RVA

Ingevolge artikel 10 RVA mag, kort gezegd, alcoholhoudende drank zich niet specifiek richten tot minderjarigen, alsmede door zijn vormgeving voor deze groep ook geen aanmerkelijk grotere attractiewaarde hebben dan voor meerderjarigen. Klager stelt dat zowel de reclame-uitingen als de naam Passoa Fiësta in strijd met dit artikel zijn. De Commissie verwerpt dit betoog. Niet valt in te zien dat de naam Passoa Fiësta een specifieke aantrekkingskracht op jongeren heeft. Hetzelfde geldt voor de website en het gebruik van de Passoa Partybus. Adverteerder heeft terecht aan-gevoerd dat voor de website "volwassen" kleuren worden gebruikt, terwijl de partybus naar het oordeel van de Commissie evenmin duidelijk aantrekkelijker is voor minderjarigen dan voor meerderjarigen. Het spel "party and run" kan evenmin worden beschouwd als een actie die met name aantrekkelijk is voor minderjarigen. Naar het oordeel van de Commissie gaat de vergelijking die klager maakt met "belletje trekken" mank. Ook het feit dat men in het kader van dat spel filmpjes kan uploaden, brengt nog niet mee dat de reclame-uitingen op de website een aanmerkelijk grotere attractie hebben op minder-jarigen dan volwas-senen. Dat hierbij sprake is van voor minderjarigen typisch taalgebruik is overigens niet komen vast te staan. De Commissie is om deze redenen van oordeel dat de op artikel 10 RVA gebaseerde klacht ongegrond is. Bij dit oordeel laat de Commissie overigens de hand-leiding van de STIVA bij de RVA

buiten beschouwing. Nu deze handleiding geen deel uitmaakt van de RVA, maakt de Commissie geen gebruik daarvan bij het toetsen van reclame aan de Nederlandse Reclame Code.

- Artikel 11 RVA

Ten aanzien van de op artikel 11 RVA gebaseerde klacht dient in de eerste plaats te worden beoordeeld of de filmpjes als reclame voor alcohol moeten worden beschouwd. De Commissie beantwoordt deze vraag bevestigend. Het feit dat bezoekers van de web-site moeten doorklikken naar de pagina die aan het spel en de filmpjes is gewijd, is op zichzelf genomen onvoldoende om de filmpjes los te zien van de reclame-uitingen op de website. De filmpjes strekken onmiskenbaar ertoe het aantal bezoekers van de website te vergroten en ondersteunen daarmee het wervende karakter van de website.

De pagina's waarop de filmpjes zijn te zien sluiten door hun stijl, opzet en vormgeving aan bij de hoofdpagina. Door het op deze wijze betrekken van derden bij het maken van reclame voor Passoa Fiësta dienen de filmpjes die op de website zijn te zien als onderdeel van die reclame-uitingen, en derhalve als reclame voor alcohol te worden beschouwd. Dit brengt mee dat artikel 11 RVA op de filmpjes van toepassing is.

Adverteerder erkent overigens dat in drie filmpjes jongeren zijn te zien (geweest) die jonger zijn dan 25 jaar.

Deze en de overige filmpjes wekken de suggestie dat de getoonde feestelijke tafereel verband houden met het nuttigen van Passoa Fiësta. Dit komt door de nadruk in de reclame-uitingen op het feestelijke karakter van Passoa Fiësta in combinatie met het feit dat ook de filmpjes feestjes tonen. Op grond hiervan acht de Commissie het aannemelijk dat kijkers de op de filmpjes getoonde beelden associëren met (het drinken van) Passoa Fiësta en daardoor ook zelf zullen overgaan tot het nuttigen van deze drank. Dit impliceert dat de filmpjes aanzetten tot drankgebruik, zodat adverteerder door het tonen van filmpjes met daarin personen onder de 25 jaar artikel 11 RVA heeft geschonden. In zoverre is de klacht gegrond.

Voor zover klager opmerkt dat Passoa Fiësta voor de Passoa Partybus gebruikt maakt van een zogenaamd "promo-team" bestaande uit personen boven de 18 jaar in plaats van 25 jaar, volstaat de Commissie met op te merken dat zij in de stukken geen specifieke klacht hierover leest, zodat deze kwestie verder in het midden kan blijven.

#### **De beslissing**

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uitingen in strijd met het bepaalde in artikel 8 RVA voor zover het betreft de zin "Dit feestelijke drankje brengt zelfs de grootste muurbloem in beweging", alsook in strijd met artikel 11 RVA voor zover adverteerder op haar website in het kader van het spel "party and run" filmpjes publiceert die personen tonen die jonger zijn dan 25 jaar. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken. Voor het overige wordt de klacht afgewezen.

#### **Regeling:**

Artikel 11 RVA

## **De grieven**

Deze kunnen als volgt worden samengevat.

### **Grief I.**

Ten onrechte heeft de Commissie de filmpjes op de website als reclame voor alcohol aangemerkt.

Op zichzelf beschouwd, vallen de filmpjes niet onder de definitie van reclame voor alcoholhoudende drank, nu daarin

- geen alcohol wordt gedronken;
- geen alcohol voorkomt en
- niet wordt gerefereerd aan alcohol.

De naam Passoa Fiësta wordt niet genoemd, het product en zelfs het logo zijn niet zichtbaar. De filmpjes zijn een neutrale weergave van een persoonlijk feestje en zijn niet aanprijzend.

De redenering van de Commissie heeft tot gevolg dat door het op een website plaatsen van een filmpje, dat op zichzelf geen reclame is, het filmpje van karakter verandert. Niet alles wat op een website wordt geplaatst, kan worden aangemerkt als reclame voor die website.

### **Grief II.**

Mocht het College de filmpjes toch aanmerken als reclame, dan zijn deze niet in strijd met artikel 11 van de Reclamecode voor Alcoholhoudende Dranken (RvA). Immers, in de filmpjes worden geen personen getoond die alcohol drinken, noch zetten de personen in de filmpjes aan tot het drinken van alcohol.

In de filmpjes komen alcohol en Passoa Fiësta niet voor. Er wordt geen alcohol gedronken noch wordt daarover gesproken. Evenmin wordt gesuggereerd dat de getoonde personen een feestje bouwen na of met het drinken van Passoa Fiësta.

Het door Maxxium oproepen van mensen om een feestje te bouwen is gebaseerd op de fenomenen Flashmob, een groep mensen die plotseling op een openbare plek samenkomt, iets ongebruikelijks doet en weer snel uiteenvalt, en Stealth Disco, waarbij men op een ongewone plek een feestje bouwt zonder dat mensen het door hebben. Dit heeft niets te maken met het drinken van alcohol.

### **Het antwoord in appel**

De grieven zijn gemotiveerd weersproken.

### **De mondelinge behandeling**

Partijen hebben hun standpunten mondeling toegelicht.

### **Het oordeel van het College**

Ten aanzien van de verschillende grieven overweegt het College het volgende.

#### **Ad I.**

Het College deelt de opvatting van Maxxium dat de filmpjes op zichzelf niet kunnen worden aangemerkt als reclame voor alcoholhoudende drank. Niet kan worden geoordeeld dat in de filmpjes, voor zover het College daarvan kennis heeft kunnen nemen, te weten door middel van de bij de klacht gevoegde, desbetreffende afdrukken van de website [www.passoafiesta.nl](http://www.passoafiesta.nl), alcoholhoudende drank wordt aangeprezen.

Naar het oordeel van het College kunnen de filmpjes evenwel niet los worden gezien van voornoemde website waarop deze staan en maken zij daarvan deel uit. Aan de bovenzijde van deze website staat, althans waar

het betreft de gedeelten waarvan afdrukken bij de klacht zijn overgelegd, het logo van Passoa Fiësta. Reeds door dit logo heeft de website [www.passoafiesta.nl](http://www.passoafiesta.nl), voor zover dat logo te zien is, een aanprijzend karakter voor de alcoholhoudende drank Passoa Fiësta en in zoverre dient de site, daaronder begrepen de filmpjes, te worden aangemerkt als reclame voor alcoholhoudende drank.

#### **Ad II.**

Maxxium heeft erkend dat in de filmpjes personen jonger dan 25 jaar te zien zijn geweest. Dat betekent echter niet dat artikel 11 RvA is overtreden.

Ten eerste is niet gebleken dat deze personen alcoholhoudende drank drinken. Voorts kan niet worden geoordeeld dat bedoelde personen aanzetten tot het drinken van alcoholhoudende drank. Dat Passoa Fiësta op de site wordt gepresenteerd als een feestelijk drankje, dat men op die site wordt opgeroepen om een eigen feest te bouwen en dat blijkens de filmpjes gevolg is gegeven aan deze oproep, vormt onvoldoende grond voor een ander oordeel. Meer in het bijzonder ligt in de filmpjes niet de suggestie besloten dat de vertoonde feestjes verband houden met het nuttigen van Passoa Fiësta.

Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.

### **De beslissing**

Het College vernietigt de beslissing van de Commissie, voor zover de Commissie de filmpjes in strijd met artikel 11 RvA heeft bevonden en wijst de klacht in zoverre af; en bevestigt deze beslissing -voor zover daartegen beroep is ingesteld- voor het overige, met enige wijziging van gronden.