



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

VISTAPRINT B.V. NEGEERT AANBEVELING RECLAME CODE
COMMI |

Datum: 1 april 2011
Dossiernr: 2011/00111
Uitspraak: Afwijzing
Product /
dienst: (Tele) communicatie technologie
Motivatie: Misleiding (overig)
Medium: Digitale marketing communicatie

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een reclame-uiting op de website www.qubble.com van adverteerder, waarin naast de afbeelding van een iPad staat: "iPad. Test je kennis en win de iPad." Nadat "speel nu" is aangeklikt, verschijnt een scherm met de tekst "Gefeliciteerd! Je maakt nu kans op de iPad! Vul je nummer in en speel de finale!".

De klacht

Mensen, en vooral kinderen, worden naar deze website met een quizachtige inhoud gelokt. Bij het spelen van het spelletje wordt naar hun telefoonnummer gevraagd en voordat ze het weten zitten ze vast aan een betaaldienst. Klager acht dit een vorm van bedrog.

Het oordeel van de Commissie

Gelet op de inhoud van de klacht leest de Commissie deze aldus, dat klager de reclame-uiting in strijd acht met artikel 3.2 van de Reclamecode SMS-Dienstverlening (Code SMS), waarin - voor zover hier van belang - is bepaald dat geen enkele SMS-dienst mag worden aangeboden op een manier waardoor de dienst een ander karakter lijkt te hebben dan het werkelijke karakter, bijvoorbeeld door te suggereren dat een spelletje wordt gedaan.

De Commissie stelt voorop dat niet kan worden geoordeeld dat de bestreden reclame-uiting kennelijk geheel of gedeeltelijk tot kinderen en minderjarigen/jeugdigen is gericht, zodat de Kinder- en Jeugdreclamecode niet van toepassing is.

De Commissie acht de uiting niet strijdig met artikel 3.2 Code SMS en

overweegt daartoe het volgende. In het eerste scherm staat boven de afbeelding van de te winnen iPad en de uitnodiging mee te spelen “Advertentie & abonnement”. Onder deze afbeelding staat in een aparte balk: “Dit is een betaalde abonnementsdienst, € 4,50 per item, max. 3 items per week. Afmelden? SMS STOP naar 4004.” Hieronder staat een tekstblok met informatie over de betaalde abonnementsdienst. Genoemde mededelingen worden op dezelfde wijze herhaald in het vervolgscherm. Gelet op het vorenstaande wordt naar het oordeel van de Commissie voldoende duidelijk gemaakt dat in de bestreden reclame-uiting een SMS-dienst wordt aangeboden en dat door deel te nemen aan het spel “Test je kennis” en de daarbij gevraagde gegevens in te vullen een betaalde abonnementsdienst wordt aangegaan.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.