



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

**NU OOK UITSPRAKEN VAN RCC EN CVB VAN 2007 EN 2008
RAADPLEGEN VIA UITSPRAKENDATABASE**

Datum: 11 mei 2011
 Dossiernr: 2011/00236
 Uitspraak: Afwijzing
 Product / dienst: Voeding en niet- alcoholhoudende dranken
 Motivatie: Misleiding (overig), Goede smaak/fatsoen
 Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de televisiecommercial waarin Olvarit peutermenu wordt aangeprezen.

Achter elkaar verschijnen drie peuters in beeld die een bord met daarop respectievelijk worteltjes, boontjes en broccoli voor zich hebben staan. In plaats van de groenten op te eten, gooien de peuters deze van het bord. Tenslotte is een peuter te zien die een plastic bakje met Olvarit peutermenu krijgt voorgezet en daarvan met smaak begint te eten.

Intussen wordt het volgende gezegd:

“Soms is het lastig om je peuter groenten te laten eten. Zo lastig dat 79% van alle peuters te weinig groenten binnen krijgt. Met Olvarit peutermenu ondersteun je de groei en ontwikkeling van je peuter met in elk bordje

- ▶ de dagelijkse portie groente
- ▶ een complete en uitgebalanceerde maaltijd
- ▶ geen conserveringsmiddelen.

Nieuw: Olvarit peutermenu.

Want gezonde peuters zijn blije peuters.”

Bij de (ook in beeld verschijnende) mededeling “79% van de peuters krijgt te weinig groenten binnen” wordt via een asterisk verwezen naar de volgende onder in beeld staande tekst: “Gebaseerd op onderzoek RIVM, Ocke MC, van et al (2008)”.

De klacht

In de commercial wordt geen referentie naar een wetenschappelijk onderzoek vermeld. Klager schat in dat het genoemde percentage onjuist is of in ieder geval een sterke nuancering behoeft. De mededeling in de commercial is provocerend tegenover jonge ouders en bedoeld om deze ouders een schuldgevoel aan te praten.

Het verweer

De gegevens die in de commercial zijn gebruikt, zijn afkomstig uit de door het RIVM uitgevoerde Voedselconsumptiepeiling bij kinderen van 2 t/m 6 jaar. In het (door adverteerder overgelegde) onderzoeksrapport, waarnaar in de commercial wordt verwezen, wordt expliciet vermeld dat minstens 79% van de 2-3-jarigen te weinig groenten consumeert (pag. 25). Met de commercial wordt op een speelse manier de aandacht gevestigd op het belang van een gevarieerd eetpatroon en het eten van voldoende groenten, waaraan adverteerders product een bijdrage kan leveren. Het is niet de bedoeling om ouders een schuldgevoel aan te praten.

Het oordeel van de Commissie

Tegenover de niet onderbouwde ‘inschatting’ van klager dat het in de commercial genoemde percentage peuters dat te weinig groenten binnen krijgt niet juist is, heeft adverteerder naar het oordeel van de Commissie voldoende aannemelijk gemaakt dat het genoemde percentage van 79% is gebaseerd op onderzoeksresultaten van het RIVM.

Dit onderdeel van de klacht treft daarom geen doel.

Klagers bezwaar dat de uiting provocerend is en jonge ouders een schuldgevoel aanpraat vat de Commissie aldus op, dat klager de uiting in strijd met de goede smaak en/of het fatsoen acht als bedoeld in artikel 2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Bij de beoordeling of een reclame-uiting in strijd is met de goede smaak en/of het fatsoen stelt de Commissie zich terughoudend op, gelet op het subjectieve karakter van deze criteria. Met inachtneming van deze terughoudendheid is de Commissie van oordeel dat de grenzen van hetgeen toelaatbaar moet worden geacht niet zijn overschreden.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.