



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

LAATSTE 10 GEPUBLICEEERDE UITSPRAKEN VIA RSS-FEED



| | |
|-------------------|---------------------------------|
| Datum: | 14 maart 2011 |
| Dossiernr: | 2011/00014 |
| Uitspraak: | Aanbeveling |
| Product / dienst: | (Financiële) dienstverlening |
| Motivatie: | Bijzondere Reclamecode |
| Medium: | Digitale marketing communicatie |

De bestreden uiting

Het betreft de banner met daarin de tekst “De NIEUWE Green Card” en “Realise the potential” naast een afbeelding van een American Express credit card. Het betreft voorts de landing page van American Express.nl met onder meer de tekst “Haal uit je reis wat je hart je ingeeft”. De landing page is donkergroen gekleurd, terwijl van het woord 'hart' de 'a' is weergegeven als een groen met blauw gekleurde wereldbol in hartvorm en de overige letters lichtgroen van kleur zijn.

De klacht

In de bestreden uiting, waarin “de nieuwe Green Card” van American Express wordt aangeprezen, wordt de indruk gewekt dat een duurzame 'groene' creditcard wordt aangeboden. De green card heeft echter niets met duurzaamheid te maken. Waar American Express met 'green' kennelijk op de kleur van de creditcard doelt, wordt een link met milieubewustheid gesuggereerd die er in werkelijkheid niet is. De consument kan hierdoor worden misleid.

Het verweer

American Express biedt verschillende soorten creditcards aan die, zoals niet ongebruikelijk is bij creditcards, ter onderscheiding alle een andere kleur hebben en met die kleur worden aangeduid. Zo kent American Express bijvoorbeeld een red card, silver card, gold card en platinum card. Hiernaast biedt American Express onder andere de vanouds groengekleurde betaalkaart aan, die in 1969 al in Nederland is ingevoerd. Met de aanduiding “Green Card” wordt door American Express gedoeld op de kleur van deze kaart.

Hiernaast is het gebruik geworden om met de term “green (credit) card” milieuvriendelijke en milieubewuste creditcard-diensten aan te duiden.

In de uitingen wordt inhoudelijk geen statement gemaakt met betrekking tot of verwezen naar enige positionering van de nieuwe Green Card op het gebied van milieuvriendelijkheid.

De mondelinge behandeling

Klager merkt op dat het stuk van Spitz Legal, waarnaar adverteerder bij wijze van verweer verwijst, betrekking heeft op inbreuk op het merkenrecht. Daarover gaat de onderhavige klacht niet. De klacht betreft de misleidende suggestie van duurzaamheid en milieuvriendelijkheid die wordt gewekt door de benaming "de Nieuwe Green Card" in combinatie met de landing page op de website van adverteerder waarop een groen kloppend hart is te zien. In Nederland wordt 'groen' door de gemiddelde consument gekoppeld aan duurzaamheid. De groene card van American Express is weliswaar sinds 1969 in Nederland bekend, maar is voorheen niet als 'Green Card' aangeduid. Door de aanprijzing als nieuwe Green Card, de in de uitingen gebruikte kleuren groen en blauw en de afbeelding van de wereld als een (kloppend) hart wordt de American Express card opnieuw in de markt gepositioneerd. In werkelijkheid verschilt de nieuwe 'Green Card' nauwelijks van de vanouds bekende groene card, met uitzondering van een nieuw loyaliteitsprogramma.

Het oordeel van de Commissie

Vanouds is de in 1969 in Nederland geïntroduceerde American Express card groen van kleur. Op zichzelf genomen is het gebruik van de aanduiding van deze card met 'Green Card', ter onderscheiding van de eveneens door American Express aangeboden Red, Silver, Gold en Platinum Card, toelaatbaar. In de klacht wordt dit ook niet ter discussie gesteld.

Uit de toevoeging van het woord "nieuwe" aan de aanduiding Green Card in de banner moet worden afgeleid dat de bekende American Express card een vernieuwing heeft ondergaan. Na doorklikken komt de bezoeker terecht op de donkergroen gekleurde landing page van de website van American Express met de tekst "Haal uit je reis wat je hart je ingeeft". De letters van het groot afgedrukte woord 'hart' zijn lichtgroen van kleur en de 'a' is weergegeven als een groen met blauw gekleurde werelddbol in hartvorm. Door de tekst, het gebruik van de - ook volgens adverteerder blijkt het hiervoor vermelde stuk van Spitz Legal - in het algemeen met het milieu geassocieerde kleur groen en de vormgeving van de landing page wordt de indruk gewekt dat de in de banner aangekondigde vernieuwing van de bekende Green Card van American Express wordt gevormd door aspecten op het gebied van duurzaamheid en milieuvriendelijkheid. Dit wordt bevestigd door de in het stuk van Spitz Legal vermelde constatering dat "regarding credit cards the term "Green Card" or "Green Credit Cards" has become common to designate eco-friendly and environmentally conscious credit card services.", waarbij adverteerder kennelijk aansluiting heeft willen zoeken. In werkelijkheid blijkt de vernieuwing van de card betrekking te hebben op een vernieuwing van (de puntentelling bij) het loyaliteitsprogramma van American Express.

Gelet op het vorenstaande acht de Commissie de combinatie van de uiting op de banner met de gewraakte uiting op de landing page op de website van American Express in strijd met artikel 2 van de Milieu Reclame Code (MRC), nu de consument

door deze combinatie van uitingen misleid kan worden over milieuaspecten van de aangeboden nieuwe Green Card.

Naar het oordeel van de Commissie is om deze reden tevens sprake van strijd met artikel 8.2 aanhef en sub b van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Omdat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over aanschaf van de Green Card te nemen dat hij anders niet had genomen, is de combinatie van de bestreden uitingen misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

De Commissie acht de combinatie van de gewraakte banner en landing page in strijd met artikel 2 MRC en artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan voortaan niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

| | |
|-----------|----------------------------------|
| Regeling: | MRC art. 2 NRC (nieuw) art. 7 |
|-----------|----------------------------------|