



**STICHTING  
RECLAME CODE**

NIEUWS

HERZIENE RECLAMECODE SMS-DIENSTVERLENING



Datum: 28 april 2011  
Dossiernr: 2011/00094  
Uitspraak: VT (voorzitterstoewijzing)  
Product / dienst: Kleding, schoenen en accessoires  
Motivatie: Misl. Ontbrekende informatie, Misl. Ontbrekende informatie  
Medium: Drukpers/tijdschriften

#### De bestreden reclame-uiting

Het betreft een advertentie in de Soester Courant waarin adverteerder in verband met een "spectaculaire verbouwingsopruiming" meedeelt dat elk tweede artikel 1 euro kost.

#### De klacht

In de advertentie staat dat elk tweede artikel 1 euro kost. Deze actie bleek echter alleen te gelden voor artikelen in de etalage.

#### Het verweer

De actie hield verband met een verbouwingsopruiming. De korting gold logischerwijs niet voor alle artikelen. Om die reden is dit ook niet in de advertentie vermeld. In elke etalage van de winkel was een sticker te zien waarop stond dat alleen artikelen die waren voorzien van een gele sticker onder de actie vielen. Het lijkt adverteerder ondenkbaar dat mensen de verwachting kunnen hebben dat in een juwelierszaak elk tweede artikel slechts € 1,- zou kosten.

#### Het oordeel van de voorzitter

De voorzitter is van oordeel dat de Commissie de klacht zal toewijzen. Hij overweegt daartoe het volgende.

In de advertentie staat zonder uitzondering "2<sup>e</sup> artikel 1 euro!". Op grond hiervan zal de gemiddelde consument aannemen dat de actie voor alle artikelen van de collectie geldt. Dat sprake is van een juwelierswinkel doet daaraan niet af. In de advertentie staat uitdrukkelijk dat sprake is van een "spectaculaire verbouwingsoperatie". Indien dergelijke woorden worden gebruikt ter omschrijving van een bijzondere actie, kan niet van het gebruikelijke verwachtingspatroon van de gemiddelde consument worden uitgegaan.

Niet weersproken is dat de actie een belangrijke beperkende voorwaarde heeft, te weten dat deze uitsluitend geldt voor bepaalde artikelen. Nu deze beperking niet uit de reclame-uiting blijkt, is sprake van een omissie als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c van de Neder-

landse Reclame Code (NRC). Voorts is de voorzitter van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht zou kunnen worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet zou hebben genomen. Om die reden is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC. Het feit dat in elke etalage van de winkel een sticker was te zien waarop stond dat alleen artikelen die waren voorzien van een gele sticker onder de actie vielen, neemt de misleiding die het gevolg is van de advertentie onvoldoende weg.

De beslissing van de voorzitter

Op grond van het voorgaande acht de voorzitter de reclame-uiting in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. Hij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7  
NRc (nieuw) art. 8.3 onder c.