

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : M.J.M. Lemmens, wonende te Norg, klager,
tegen : Vrumona B.V., gevestigd te Bunnik, adverteerder.

De procedure

Klager heeft bij e-mail van 17 februari 2009 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen van adverteerder. Klager heeft zijn klacht nader toegelicht bij brief die op 3 maart 2009 is ontvangen.

Namens adverteerder heeft mr. M.E. van der Leeuw, advocaat, tegen de klacht verweer gevoerd bij brief van 19 maart 2009.

Klager heeft bij brief van 24 maart 2009 gerepliceerd.

Namens adverteerder heeft mr. M.E. van der Leeuw bij brief van 30 maart 2009 gedupliceerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar vergadering van 31 maart 2009.

Namens adverteerder verschenen mrs. E.H. Hoogenraad en M. van der Leeuw, vergezeld van de heren H.W.M. de Haas en D. Starrenborg.

Klager is niet ter vergadering verschenen.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft:

- 1) de productnaam Vitaminwater en
 - 2) een folder bij het vaktijdschrift Distrifood van februari 2009 met de titel "Meer dan water!".
- In de folder staat onder meer informatie over het product Vitaminwater, dat adverteerder onder het merk Sourcy op de markt brengt. Vitaminwater maakt deel uit van het zogenaamde Water+ segment van adverteerder. Van de folder is een fotokopie aan deze beslissing gehecht.

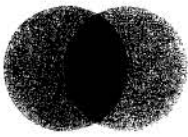
De klacht

Door de naam Vitaminwater en door de mededelingen in de folder over dit product wordt de consument voorgespiegeld dat het om bron- of mineraalwater met toevoegingen gaat. Ook het gebruik van het merk Sourcy wekt de suggestie dat het om bron- of mineraalwater gaat. Aan Vitaminwater is echter suiker toegevoegd, zodat het om een frisdrank gaat.

Het verweer

De Commissie vat het verweer als volgt samen.

De consument zal door de samenstelling van de woorden "vitamin" en "water" begrijpen dat het niet uitsluitend om water gaat, maar om een functional water ("water+"), dat wil zeggen een frisdrank met relatief weinig suiker. Dit blijkt ook uit de ingrediëntendeclaratie. Volgens vaste rechtspraak neemt de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument niet alleen kennis van de voorzijde van de verpakking, maar ook van de achter-



zijde met daarop de ingrediëntenlijst. Van misleiding kan daarom geen sprake zijn. De folder waartegen de klacht zich richt, was gevoegd bij een vaktijdschrift voor professionele handelaren die zeer goed op de hoogte zijn van de ontwikkelingen in de levensmiddelen-industrie.

De repliek

De Commissie vat de repliek als volgt samen.

In de folder adviseert adverteerder de winkeliers om Vitaminwater naast het schap met de "echte" waters te positioneren, waardoor de suggestie wordt gewekt dat Vitaminwater een variant is op bron- of mineraalwater. Deze suggestie wordt ook gewekt doordat Vitaminwater onder het merk Sourcy op de markt wordt gebracht en het product is voorzien van het "Ik kies bewust" logo (het zogenaamde IKB logo). De combinatie van merknaam en IKB logo wekt de indruk dat Vitaminwater binnen de categorie bron- of mineraalwater een gezondere variant is. In werkelijkheid valt Vitaminwater onder de categorie frisdrank. Dit is voor de consument niet duidelijk doordat een onjuist beeld wordt geschetst van de aard van het product. De ingrediëntendeclaratie doet daaraan niet af.

De dupliek

De Commissie vat de dupliek als volgt samen.

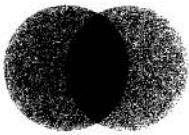
De enkele toevoeging van de merknaam Sourcy impliceert niet dat er sprake is van mineraalwater. Adverteerder en ook andere mineraalwatermerken hebben onder hun merk diverse producten gepositioneerd die geen mineraalwater zijn. De felgekleurde verpakking van Vitaminwater maakt duidelijk dat het in feite om een frisdrank gaat. Er is geen wettelijke verplichting om Vitaminwater met zoveel woorden aan te duiden als frisdrank.

De mondelinge behandeling

Adverteerder heeft zijn standpunt doen toelichten aan de hand van een pleitnota. Kort samengevat stelt adverteerder dat de consument de ingrediëntendeclaratie leest en op grond daarvan weet wat de samenstelling van het product is. Adverteerder brengt onder het merk Sourcy inmiddels al vier jaar een functional water op de markt, te weten Sourcy Sprankelsap, eveneens in een felgekleurde verpakking. De combinatie van een functional ingrediënt met een merk voor bron- of mineraalwater is niet ongebruikelijk. De naam Vitaminwater is niet misleidend, omdat deze naam het hoofdbestanddeel/meest kenmerkende bestanddeel van het product noemt. Het gaat om mineraal/bronwater (95,4%) met vitamine. Het feit dat er ook ingrediënten zijn toegevoegd die niet uit de naam blijken, maakt de (merk)naam niet misleidend. Uit de tekst van de folder blijkt voor de doelgroep van dit blad (vakmensen) duidelijk wat voor een soort product het betreft. Door het IKB-logo weet de consument dat het om een licht calorische drank gaat (19 Kcal/100 ml). Voor zover klager bezwaar heeft tegen het gebruik van dit logo voor een frisdrank als Vitaminwater, dient hij zijn klacht bij een andere instantie in te dienen.

Het oordeel van de Commissie

a) Klager heeft bij repliek verklaard dat hij Sisi Fruit water "buiten de klacht wil plaatsen". De Commissie begrijpt hieruit dat klager uitsluitend bezwaar maakt tegen de productnaam Vitaminwater en de mededelingen over dit product in de folder bij Distrifood. De Commissie zal derhalve alleen over deze klachten oordelen.



b) Klager stelt dat de consument door de naam Vitaminwater en het gebruik van het merk Sourcy wordt misleid over het feit dat dit product geen bron/mineraalwater is, maar een frisdrank. De Commissie stelt voorop dat uit de naam Vitaminwater onmiskenbaar blijkt dat het om een samengesteld product gaat. Bij een samengesteld product kan, voor wat betreft de aard van het product en de gebruikte ingrediënten, niet uitsluitend van de productnaam worden uitgegaan, nu de productnaam in een dergelijk geval doorgaans slechts een indicatie van de belangrijkste ingrediënten en/of smaken geeft. De redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument moet geacht worden hiervan op de hoogte te zijn en zal om die reden de ingrediëntendeclaratie lezen voordat hij tot de aankoop van het product besluit.

c) Uit de ingrediëntendeclaratie blijkt dat aan Vitaminwater naast andere stoffen ook suiker is toegevoegd, waardoor het in feite een frisdrank is. Volgens adverteerder behoort Vitaminwater tot de productgroep "functional water" of "water+". Naar het oordeel van de Commissie kan de gemiddelde consument inmiddels met het bestaan van deze specifieke productgroep bekend worden verondersteld. Adverteerder heeft onweersproken gesteld dat deze productgroep reeds vijf jaar bestaat en dat de gemiddelde consument op de hoogte is van het feit dat bekende bron/mineraalwatermerken ook dergelijke producten op de markt brengen.

d) Het feit dat het woord "frisdrank" op de verpakking of in de folder ontbreekt, is geen reden om de klacht gegrond te achten. Adverteerder heeft onweersproken gesteld dat het gebruik van dit woord niet wettelijk verplicht is, terwijl op grond van het voorgaande het ontbreken van dit woord niet misleidend kan worden geacht. De ingrediëntendeclaratie biedt immers voldoende duidelijkheid over de samenstelling en de aard van het product. Op grond hiervan kan het gebruik van het merk Sourcy op de verpakking evenmin misleidend worden geacht, nog los van het feit dat de felgekleurde verpakking die voor de meeste varianten van Vitaminwater wordt gebruikt duidelijk maakt dat het om een frisdrank gaat. Adverteerder heeft onweersproken gesteld dat, in tegenstelling tot frisdrank, zuiver bron/mineraalwater nooit van een felgekleurde verpakking is voorzien.

e) De door adverteerder aan de detailhandel geadviseerde positionering van Vitaminwater, te weten "bij water (...) in het kleinverpakkingsschap aansluitend aan de sportdranken" kan op grond van het voorgaande evenmin misleidend worden geacht. Hetzelfde geldt voor het IKB-logo. Het gebruik van dit logo is toegestaan, nu adverteerder onweersproken heeft gesteld dat Vitaminwater aan de daarvoor geldende eisen voldoet. Voor zover klager bezwaar maakt tegen het feit dat een frisdrank voor dit logo in aanmerking komt, is de Commissie niet bevoegd daarover te oordelen.

f) Klager maakt voorts bezwaar tegen de mededelingen in de folder over Vitaminwater. Adverteerder stelt dat de folder bij een vaktijdschrift is gevoegd en ook specifiek is gericht op een deskundig publiek, te weten professionele levensmiddelhandelaren. Dit publiek weet volgens adverteerder wat voor een soort product het betreft. Nu klager dit niet heeft betwist, kan in zoverre geen sprake zijn van misleiding. De klacht met betrekking tot de folder treft derhalve evenmin doel.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag.



Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter

De secretaris

Mr. D.H. Beukenhorst

Mr. L. Lagerweij

Gewezen door mr. D.H. Beukenhorst, voorzitter en M. van der Meij, T. de Rooij, L.G. Schram en mr. R.A. van Sluyters van Nimwegen, leden.

Amsterdam, 16 april 2009