



**STICHTING
RECLAME CODE**

Stichting Wakker Dier
T.a.v. mevrouw H. van Ormondt
Postbus 92024
1090 AA AMSTERDAM

Dossier 2016/00845A

Amsterdam, 30 november 2016

Geachte mevrouw Van Ormondt,

Hierbij zend ik u een afschrift van de beslissing van de Reclame Code Commissie d.d. heden in bovengemeld dossier.

Hoogachtend,
namens de Reclame Code Commissie

Mr. S.L. Brons
Secretaris

...voor verantwoorde reclame

Buitenveldertselaan 106 | 1081 AB Amsterdam | T 020 301 33 97 | F 020 696 56 59

Postbus 75684 | 1070 AR Amsterdam | info@reclamecode.nl | www.reclamecode.nl



RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Stichting Wakker Dier, gevestigd te Amsterdam, klaagster,
tegen : Lidl Nederland GmbH, gevestigd te Huizen, adverteerder.

De procedure

Klaagster (hierna ook: Wakker Dier) heeft bij brief van 27 oktober 2016 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uiting.

De klacht is op 28 oktober 2016 in behandeling genomen.

Adverteerder (hierna ook: Lidl) heeft verweer gevoerd bij brief van 9 november 2016.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld ter zitting van 24 november 2016.

Wakker Dier is ter zitting vertegenwoordigd door H. van Ormondt en M. Baretta.

Lidl heeft geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid tot het geven van een mondelinge toelichting.

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de uiting, die voorkomt in de herfstfolder met het opschrift "Wild" van Lidl en in de reclamefolder van week 41-2016 van Lidl.

De uiting luidt als volgt:

"Wild

Wild is een verzamelnaam voor dieren die in de vrije natuur leven en zelf op zoek gaan naar hun eten. De herfst is hét seizoen voor het eten van wild. Wildliefhebbers kunnen hun hart ophalen aan de meest uiteenlopende wildsoorten, zoals hert, konijn, wild zwijn, kangoeroe en kwartel. Het verse vlees is smaakvol, verrassend en met de recepten in deze brochure eenvoudig te bereiden!"

In de reclamefolder voor week 41 wordt bovengenoemde tekst gevolgd door een afbeelding van de 'Wild-folder' en de mededeling: "Haal nu onze herfstbrochure gratis in de winkel of kijk op lidl.nl".

De bij de klacht overgelegde uiting – in de 'Wild-folder' en in de reclamefolder voor week 41 – is in kopie aan deze uitspraak gehecht.

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat.

In de bestreden uiting definieert Lidl 'wild' als "een verzamelnaam voor dieren die in de vrije natuur leven en zelf op zoek gaan naar hun eten". Onder deze noemer worden in de folders diverse vleesproducten aangeboden, gecombineerd met recepten voor gerechten die daarmee kunnen worden gemaakt. Het betreft hert en ree, wild zwijn, Nieuw-Zeelands lam, kangoeroe, konijn, parelhoen, struisvogel, kwartel, fazant en eend.



Door de uiting legt Lidl uitdrukkelijk de link tussen het door haar aangeboden 'wild' en dieren die in de vrije natuur leven of hebben geleefd. In werkelijkheid worden onder de noemer 'wild' onder andere eenden en konijnen aangeboden die volgens klaagster massaal en industrieel worden gehouden en gefokt en de vrije natuur nog nooit hebben gezien. Op de verpakking van het konijnenvlees van Lidl staat "van het tamme konijn", wat betekent dat het niet om wild konijn gaat, maar om commercieel gehouden konijnen. Daarnaast valt onder het wildassortiment van Lidl ook "tamme Franse Barbarie eend", wat aangeeft dat de eend commercieel is gekweekt in eendenhouderijen. Uit de Wildwijzer van het consumentenprogramma Kassa blijkt verder dat ook kwartels, parelhoenders en struisvogels die vaak onder de noemer 'wild' worden verkocht, commercieel worden gehouden. Fazanten worden meestal in gevangenschap opgekweekt en dan uitgezet om bejaagd te worden.

Wakker Dier is van mening dat Lidl de consument door de definitie van wild in haar folders (doelbewust) op het verkeerde been zet. De consument krijgt hierdoor immers de indruk dat de dieren waarvan het vlees door Lidl wordt aangeboden tenminste een goed leven hebben gehad in de vrije natuur, terwijl dit voor een belangrijk deel van de producten niet het geval is. Het gaat hier derhalve om onjuiste informatie over een belangrijk kenmerk van het betreffende product. Deze informatie kan de gemiddelde consument ertoe brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen ("ik kan dit product gerust kopen want het dier heeft in de vrije natuur geleefd"). De uiting is daarom misleidend in de zin van artikel 8.2 aanhef en onder b van de Nederlandse Reclame Code (NRC), aldus Wakker Dier.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

Bij de beantwoording van de vraag of de uiting van Lidl misleidend is, moet worden vastgesteld op welke wijze de gemiddelde consument het begrip 'wild' interpreteert. Volgens Lidl is het de algemene praktijk - en begrijpt de gemiddelde consument - dat 'wild' een verzamelnaam is voor een categorie vleesproducten, namelijk producten van dieren die (ook) in de vrije natuur voorkomen. Ter onderbouwing van dit standpunt verwijst Lidl naar de websites van Albert Heijn en Jumbo en de website mijnslager.info. Verder wijst Lidl op het rapport "Wat eten we met kerst?" van Natuur & Milieu en Questionmark (december 2014). Uit de beschrijving die dit rapport geeft van het vlees dat als wild wordt verkocht, blijkt volgens Lidl expliciet dat wild tevens gekweekte diersoorten omvat. Van de tien verschillende producten die in de door Wakker Dier aangehaalde Wildwijzer van Kassa "wild" worden genoemd zijn zes soorten die ook gekweekt worden verkocht en worden twee soorten uitsluitend gekweekt verkocht. Ten slotte wijst Lidl in dit verband op het feit dat Wakker Dier zelf de consument regelmatig informeert dat 'wild' vaak geen echt wild is.

In de uiting gebruikt ook Lidl de benaming 'wild' als aanduiding van een productcategorie en niet om aan te geven dat het betreffende product uit de vrije natuur komt. De bestreden tekst is algemeen van aard en bevat een uitleg wat 'wild' is. Er wordt niet gezegd of gesuggereerd dat het vlees in de folder afkomstig is uit de vrije natuur. Van de door klaagster gestelde uitdrukkelijke link tussen het door Lidl aangeboden 'wild' en dieren die in de vrije natuur leven of hebben geleefd, is geen sprake, aldus Lidl.

De gemiddelde consument wordt niet op het verkeerde been gezet door de reclame-uiting, die daardoor volgens Lidl niet in strijd is met artikel 8.2 aanhef en onder b NRC. Desondanks heeft Lidl aan Wakker Dier toegezegd haar folder en reclame-uitingen in de toekomst zo aan te passen, dat de uitleg in de bestreden uiting niet meer op dezelfde wijze wordt ingezet en niet aan de vrije natuur wordt gerefereerd wanneer het gaat om gekweekte of gehouden dieren.



De mondelinge behandeling

Het standpunt van Wakker Dier is nader toegelicht.

Het oordeel van de Commissie

1. Wakker Dier maakt bezwaar tegen de uiting van Lidl in haar reclamefolders waarin zij 'wild' omschrijft als *“een verzamelnaam voor dieren die in de vrije natuur leven en zelf op zoek gaan naar hun eten”*, omdat volgens Wakker Dier hierdoor de indruk wordt gewekt dat de door Lidl in de folders als 'wild' aangeboden vleesproducten afkomstig zijn van dieren die in de vrije natuur hebben geleefd, terwijl dat in veel gevallen niet juist is. Wakker Dier vindt de uiting daarom misleidend.

2. Lidl erkent dat haar 'wild'-assortiment ook (veel) vleesproducten omvat die afkomstig zijn van gehouden of gekweekte dieren. Anderzijds betoogt Lidl dat de uiting slechts een algemene uitleg over 'wild' geeft die los moet worden gezien van de producten in de folder. Bovendien begrijpt de gemiddelde consument volgens Lidl dat 'wild' de aanduiding is voor een productcategorie die ook – maar niet uitsluitend – bestaat uit vlees van dieren die in de vrije natuur hebben geleefd.

3. De Commissie overweegt als volgt. De bestreden uiting, waarin Lidl een definitie van 'wild' geeft, is opgenomen in de herfstbrochure en de algemene reclamefolder van week 41. In deze brochure en folder biedt Lidl onder de noemer 'wild' verschillende vleesproducten aan. Naar het oordeel van de Commissie zal de gemiddelde consument de in de bestreden uiting gegeven definitie van 'wild' op deze vleesproducten betrekken, en dus in de veronderstelling kunnen verkeren dat alle als 'wild' aangeboden vleesproducten afkomstig zijn van “dieren die in de vrije natuur leven en zelf op zoek gaan naar hun eten”. Vast staat dat deze definitie voor een (aanzienlijk) deel van de 'wild'-producten van Lidl niet opgaat.

4. Naar het oordeel van de Commissie kan de gemiddelde consument door de in de bestreden uiting gegeven informatie daardoor op het verkeerde been worden gezet ten aanzien van een belangrijk kenmerk van de door Lidl als 'wild' aangeboden vleesproducten. Daaraan doet niet af dat het volgens Lidl algemene praktijk is dat onder 'wild' ook vlees van gekweekte of gehouden dieren wordt begrepen. Door de stellige definitie van 'wild' die Lidl in de brochure en folder geeft, wordt de indruk gewekt – en mag de consument erop vertrouwen – dat de door Lidl door middel van die uitingen aangeboden 'wild'-producten aan deze definitie voldoen en dus van dieren afkomstig zijn die in de vrije natuur hebben geleefd.

5. Op grond van het vorenstaande is de Commissie van oordeel dat de bestreden uiting gepaard gaat met onjuiste informatie ten aanzien van de voornaamste kenmerken van het aangeboden product als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder b NRC. Omdat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit te nemen over een transactie – de aankoop van een 'wild'-product van Lidl – dat hij anders niet had genomen, is de uiting misleidend en om die reden oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

6. Gelet op het voorgaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie acht de reclame-uiting in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.



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

Mr. R.H.C. van Harmelen

De secretaris

Mr. S.L. Brons

Gewezen door mr. R.H.C. van Harmelen, voorzitter, en R. van Beemen, M. van der Meij, L. Meijer en drs. G.J. Wilmink, leden.

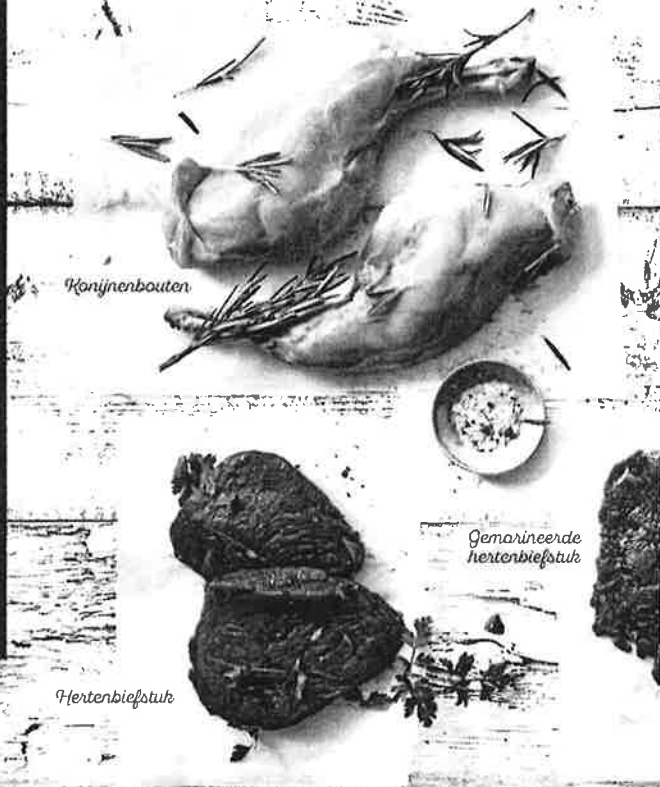
Amsterdam, 30 november 2016

Wild

Wild is een verzamelnaam voor dieren die in de vrije natuur leven en zelf op zoek gaan naar hun eten. De herfst is hét seizoen voor het eten van wild. Wildliefhebbers kunnen hun hart ophalen aan de meest uiteenlopende wildsoorten, zoals hert, konijn, wild zwijn, kangoeroe en kwartel. Het verse vlees is smaakvol, verrassend en met de recepten in deze brochure eenvoudig te bereiden!



KIES SMAAKVOL WILD, G



Konijnenbouten

Gemarineerde hertenbiefstuk

Hertenbiefstuk



Hertenbiefstuk
Malse biefstuk van het Nieuw-Zeelands hert, gesneden uit de achterbout.
Ca. 250 g per verpakking.

4.98
250 g



Hertenbiefstuk gemarineerd
Heerlijk subtiel gemarineerde malse biefstuk van Nieuw-Zeelands hert.
Ca. 250 g per verpakking.

5.23
250 g



Wild zwijn medallions
Een stevigere en fijnere structuur dan varkensvlees, met een uitgesproken wildsmaak. Heerlijk mals en nog smakelijker door de rode wijnmarinade.

8.49
400 g



