

Aan:
Stichting Reclame Code
T.a.v. mevr. Mr. P.E.C. Ancion-Kors
Postbus 75684
1070 AR Amsterdam

Van:
M.J.M. Lemmens
XXXXXXXXXX XX
XXXX XX XXXXXX

Betreft: reactie weerwoord Vrumona aangaande Sourcy VitaminWater

XXXXXX, 24-3-2009

Geachte mevrouw Ancion-Kors,

In reactie op uw brief d.d. 20 maart 2009, aangaande de schriftelijke reactie van Vrumona, naar aanleiding van mijn klacht betreffende Sourcy VitaminWater, zou ik graag van deze gelegenheid gebruik willen maken, om mijn weerwoord kenbaar te maken.

Ik ben helaas niet in staat om de zitting, gepland voor 31 maart a.s. te verschijnen voor een mondelinge toelichting. Desalniettemin wil ik graag een reactie op de brief van Vrumona, bij monde van Mr. M.E. van der Leeuw, formuleren.

Hierbij zou ik graag de volgende punten bij u, en de leden van de commissie, onder de aandacht willen brengen:

- de positie van Sourcy VitaminWater binnen het supermarktaanbod
- de relatie Sourcy, het 'Ik Kies Bewust'-logo en de merknaam VitaminWater
- de hierdoor ontstane perceptie aangaande Sourcy VitaminWater
- ingrediënten declaratie

Het product Sisi Fruit Water zou ik graag buiten deze klacht willen plaatsen, daar mijn initiële klacht zich met name richtte op Sourcy VitaminWater, en slechts zijdelings op Sisi Fruit Water.

Positie Sourcy VitaminWater en Sisi Fruit Water binnen de supermarkt

Blijkens de reactie van Vrumona, bij monde van Mr. M.E. van der Leeuw, positioneert de producent het product als een 'functional water' of 'water+'. Hierbij wordt tevens vermeld dat een 'functional water' een "*frisdrank is met relatief weinig suiker*"⁽¹⁾. In de bijlage bij de brief van Mr. van der Leeuw bevindt zich de ingrediënten declaratie van VitaminWater, waaruit blijkt dat er per 100ml circa 5,4gr suiker is toegevoegd.

Door de producent wordt in de product-flyer gesuggereerd een zogenaamd "water+" segment te creëren in het schap met grootverpakkingen⁽²⁾, hiermee implicerend dat een dergelijk segment nog niet bestaat. Dit segment dient aangemaakt te worden in het schap bij de "waters".

Dit is echter niet geheel in lijn met hetgeen in de reactie van Mr. van der Leeuw wordt gesteld, namelijk dat de consument bekend is met dergelijke segmenten, en dat dergelijke segmenten dus al langer bestaan.

Door een dergelijke positionering, naast de "echte" waters, wordt de suggestie versterkt dat het zich om een **(mineraal-)water variant** handelt.

Vitaminwater, IKB en Sourcy

Sourcy is een Nederlands merk, dat mineraalwater op de markt brengt, al dan niet met toegevoegd koolzuur (de bekende blauwe en rode varianten).

Door VitaminWater onder het merk Sourcy op de markt te brengen wordt de suggestie gewekt dat het hier om een **(mineraal-)water variant** gaat: de merknaam is Sourcy, en het woord *Water* wordt in de productnaam toegepast.

Bovendien is Sourcy VitaminWater voorzien van het "Ik Kies Bewust"-logo. Doel van dit logo is de consument "*binnen bepaalde categorieën reguliere producten [te laten] vervangen door gezondere producten, waardoor minder verzadigd vet, transvet, zout en suiker wordt ingenomen.*"⁽³⁾

Het "Ik Kies Bewust"-logo impliceert dat de consument de voorkeur zou moeten willen geven aan een product mét het logo, boven een product zónder logo, daar dit een "gezonder" product zou zijn.

De combinatie van beide voornoemde eigenschappen (merknaam en IKB-logo) wekken de suggestie dat binnen de categorie "*Mineraalwaters*" (waar Sourcy normaliter onder valt) het product "VitaminWater" een gezondere variant is. In werkelijkheid valt VitaminWater binnen de categorie "*Frisdranken*".

Dit is voor de consument echter niet eenduidig, als gevolg van voornoemde positionering van het product in segmenten en het gebruik van merknaam en logo, temeer daar binnen het assortiment van Sourcy ook sprake is van producten die bestaan uit bronwater met als enige toevoeging "*een vleugje citroen*" of "*een vleugje munt*"⁽⁴⁾, zonder toegevoegde suikers.

Perceptie bij de consument aangaande VitaminWater en Fruit Water

Vrumona erkent dat het bij VitaminWater om een frisdrank gaat, en niet om een mineraalwater⁽¹⁾.

Door een product op de markt te brengen, onder de merknaam Sourcy, met het woord *Water* prominent in de productnaam, en het "Ik Kies Bewust"-logo op de verpakking, wordt een mijns inziens onjuist beeld geschetst van wat het product in werkelijkheid is: dat het zich hier om een **(mineraal-)water variant** zou handelen (meer specifiek: een mineraalwater waaraan vitamines zijn toegevoegd).

Bovendien wordt door toepassing van het IKB-logo gesuggereerd dat het hier een "gezonde variant" betreft. Wat echter onvermeld blijft is waar het product een variant op is.

Ingrediënten declaratie

Aangaande de ingrediënten declaratie zou ik graag het volgende willen stellen: volgens Vrumona kan van misleiding geen sprake zijn, *“indien deze consument uit de ingrediëntenlijst kan opmaken wat de samenstelling is van een bepaald product”*⁽¹⁾.

Het vermelden van de samenstelling van een product, in een ingrediënten declaratie kan echter geen vrijbrief zijn om dat product, met behulp van voornoemde eigenschappen zoals de naam, de logo's en de positionering, iets anders te laten lijken, dan het feitelijk is.

Met andere woorden: een product als (mineraal-)water variant nadrukkelijk met water associëren, en de daarbij behorende positieve eigenschappen, terwijl het een frisdrank betreft, onder het motto *“de gemiddelde consument zal de ingrediëntendeclaratie lezen”* is een misleidende wijze van reclame maken.

Conclusie

Door de positionering van het product, door de naam VitaminWater, de merknaam Sourcy, de fysieke positionering van het product in de detailhandel en het toevoegen van het IKB-logo, wordt de suggestie gewekt dat het zich hier om een (mineraal-)water variant handelt, met daaraan gekoppelde impliciete en expliciete positieve eigenschappen. Feitelijk betreft het echter een frisdrank, waarbij het IKB-logo suggereert dat het een verstandige keuze is, maar waarbij echter de indruk gewekt wordt dat VitaminWater een verstandige keuze is, ten opzichte van andere (mineraal-) *water-varianten*, en niet ten opzichte van andere *frisdranken*.

De misleiding waar derhalve naar mijn mening sprake van is, is dat het product in mijn perceptie als (mineraal-) water variant wordt gepresenteerd, terwijl het in feite een frisdrank variant is.

Hiermee is naar mijn mening Sourcy VitaminWater dan ook in strijd met artikel 8 van de Reclame Code, aangaande misleidende reclame.

Ik hoop dat ik met bovenstaand mijn klacht voldoende onderbouwd heb, en verzoek u dan ook om mijn klacht als gegrond te verklaren.

Met vriendelijke groet,

Mark Lemmens
XXXXXX

Referenties:

(1) reactie Vrumona, bij monde van Mw. Mr. M. van der Leeuw, d.d 19 maart 2009, referentie Vrumona/Lemmens - 20093195

(2) Bijlage 1, pagina 12, reactie Vrumona, bij monde van Mw. Mr. M. van der Leeuw, d.d 19 maart 2009, referentie Vrumona/Lemmens - 20093195

(3) <http://www.ikkiesbewust.nl/>

(4) <http://www.sourcy.nl/> -> Sourcy voor thuis -> Met een vleugje