

# Tip van jouw advocaat: Alcoholreclame? Zo jong als zij lijkt

label: [Wetgeving & Toezicht](#)

**KENNISPARTNER - COLUMN - Voor alcoholreclames gelden strenge regels. Het drankmerk Frank Seltzer werd twee keer op het matje geroepen bij de Reclame Code Commissie (RCC) voor een abri-poster waarop een meisje is afgebeeld met een alcoholhoudende drank.**



Het gaat mis omdat de RCC oordeelt dat het meisje duidelijk jonger dan 25 jaar lijkt. Bovendien ontbreekt de educatieve slogan 'Geen 18, geen alcohol'. Daardoor is de abri in strijd met de Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken (RvA). Maar qua locatie gaat het goed: de abri-poster is vlak bij een middelbare school geplaatst, in plaats van in het zicht van de school.

## Frank Seltzer-zaak

Frank Seltzer Sparkling water: bruisend water met een smaakje en 4,5% alcohol. Weinig koolhydraten en heel *hot* bij jongvolwassenen. De twee RCC-uitspraken ([uitspraak 1](#), [uitspraak 2](#)) gaan over onderstaande abri-poster: een meisje met een blikje Frank Seltzer Sparkling water in haar hand.



De klagers vinden het meisje te jong voor een alcoholreclame. Bovendien staat de abri vlak bij een middelbare school. Frank Seltzer heeft inhoudelijk niet gereageerd. Zij verwachtte geen bijzonderheden en zag het oordeel van de RCC waarschijnlijk niet aankomen.

Helaas voor Frank Seltzer, de abri-poster is in strijd is met de RvA: voor reclame voor alcohol mag je geen personen afbeelden die jonger zijn of 'evident jonger lijken' dan 25 jaar. Hoewel de leeftijd van het model niet bekend is, lijkt zij volgens de RCC duidelijk jonger dan 25 jaar. Het is opletten dus: natuurlijk moet de adverteerder het paspoort bij de hand hebben, want het model in een reclamecampagne moet minimaal 25 jaar zijn. Maar dat niet alleen: ze mag niet 'evident jonger lijken' dan 25 lentes jong. Wat dat precies inhoudt? Tja. Een enquête binnen het communicatie-

team is het minste wat je kan doen.

## Vergeet bij alcoholreclame de slogan niet

Een foutje was natuurlijk dat de abri de slogan 'Geen 18, geen alcohol' moet bevatten. Deze slogan kan gebruikt worden in combinatie met 'Geniet, maar drink met mate', maar dit hoeft niet. Zorg dat de slogan goed leesbaar is. De RvA is heel specifiek over het lettertype en de tekengrootte van de slogan. Voor een abri: Arial cursief en tekengrootte 150.

Tenslotte: weet dat niet overal alcoholreclame mag worden geplaatst. Waar niet? *In het zicht van* ontwenningssklinieken, *in het zicht van* onderwijsinstellingen die vooral door minderjarigen worden bezocht, langs snelwegen, langs overige wegen buiten de bebouwde kom. Voor Frank Seltzer liep dit onderdeel van de klacht goed af, omdat de klager niet aangaf dat de abri *in het zicht* van een school was geplaatst, maar (slechts) in de buurt van.

En maak je reclame voor alcoholvrij of alcoholarm bier, dan geldt een aparte reclamecode: de [Reclamecode voor Alcoholvrij en Alcoholarm bier](#) (RvAAB). Mogelijk wordt die code ook uitgebreid voor andere alcoholvrije en alcoholarme dranken.

*Auteur: Ebba Hoogenraad, advocaat food law bij [Hoogenraad & Haak](#), kennispartner van VMT*

*Illustratie: Larissa Sas*

Eerste publicatie door [Ebba Hoogenraad](#) op 29 sep 2021

Laatste update 10:30

---



Vakmedianet. Auteursrecht voorbehouden.

Op gebruik van deze site zijn de volgende regelingen van toepassing: [Algemene Voorwaarden](#) en [Privacy en Cookie beleid](#) | [Privacy-instellingen](#)