

## ARTIKELEN

# ZIT ER AARDBEI OF AROMA IN DE YOGHURT?

🕒 5 september 2019 👤 Henriette van Wermeskerken 📖 6 min. leestijd



Ebba Hoogenraad en Jacobine van Beijeren (foto: Geert Snoeijer)

Health, beauty & food law is het werkterrein van Ebba Hoogenraad (Hoogenraad & Haak) en Jacobine van Beijeren (Loyens & Loeff). Een actueel rechtsgebied, dat nauw verwant is aan de dynamische wereld van de reclame. “Het interessantst zijn de ‘borderlineproducten’.” Hoogenraad en Van Beijeren vertellen over hun werk in de rubriek Senior/junior in het nieuwe nummer van Mr., dat 6 september verschijnt.

“Toen ik twee jaar advocaat was, vooral op het gebied van intellectueel eigendom, vroeg een kantoorgenoot mij om een lezing over reclamerecht te houden voor een groep reclamemakers”, vertelt Ebba Hoogenraad. “Reclamerecht? Geen idee wat dat was. Drie maanden lang heb ik mij erin ondergedompeld. Ik las alles wat los en vastzat en vond het fantastisch. Die lezing werd een groot succes. Vanaf dat moment, eind jaren tachtig, ben ik mij naast IE gaan specialiseren in reclamerecht. Toen een cliënt, een groot reclamebureau, vroeg of een aardbei op de verpakking mocht staan terwijl het product geen aardbei, maar wel aardbeienaroma bevatte, ben ik mij ook met dat soort vragen gaan bezighouden.”



## Aroma's

Wie reclamemakers bijstaat, krijgt vanzelf vragen over ingrediënten en verpakkingen van producten. Daarbij gaat het niet alleen om het uiterlijk en mogelijke inbreuken op rechten van anderen, maar ook om eigenschappen die je een product kunt toedichten. Levensmiddelen, cosmetica en producten met een gezondheidsclaim. Wanneer mag je zeggen dat een gezichtscrème rimpels vermindert? En dat toegevoegde calcium goed voor de botten is? 'Health, beauty & food' is Hoogenraad dit rechtsgebied gaan noemen. Er zijn maar weinig advocaten in Nederland die zich erin gespecialiseerd hebben. "Niet meer dan een handjevol", weet Hoogenraad. Jacobine van Beijeren is een van hen. Sinds 2016 is zij advocaat bij Loyens & Loeff in Rotterdam. "Ik kwam er op kantoor mee in aanraking. Ik vond het direct een leuk en uitdagend terrein. Je leert het vooral in de praktijk. Dit vak gaat over dingen waar iedereen elke dag mee bezig is. Boodschappen doen, eten, een crème gebruiken. Breed en maatschappelijk, dat maakt het zo interessant." Hoogenraad: "Dit vak is voortdurend in beweging. Een voorbeeld: in 2015 bracht de Teekanne-uitspraak van het Hof van Justitie van de Europese Unie een kentering. Op Duitse frambozen- en vanillethee stonden een framboos en vanillebloesem afgebeeld. De thee smaakte en rook naar frambozen en vanille, maar dat zat er niet in. Alleen aroma's die niet van natuurlijk frambozen- en vanille-extract afkomstig waren. De ingrediëntenlijst op de verpakking was daar duidelijk over. Toch oordeelde het Hof dat de verpakking misleidend is voor de consument, door die afbeelding." Van Beijeren: "Sindsdien zijn producenten daar veel terughoudender mee. Aardbeienyoghurt mag pas aardbeienyoghurt heten als er echte aardbei of aroma daarvan in zit. Nog steeds is het niet uitgesloten dat je een framboos op de verpakking zet zonder dat een product natuurlijke framboos of aroma daarvan bevat, als de consument maar begrijpt dat het *csmakt* naar framboos."

## Strengere regels

De Europese Claimsverordening uit 2006 geeft strenge regels welke claims je over producten mag maken. De Europese Commissie bepaalt of een gezondheidsclaim wordt goedgekeurd. In Nederland bestaat een belangrijk zelfreguleringsstelsel in de vorm van de Stichting Reclame Code. De Reclame Code Commissie (RCC) toetst aan misleiding en aan Europese *food law* wetgeving. Hoogenraad: "Een laagdrempelig instituut. De meeste consumenten die een klacht hebben, wenden zich tot de RCC. De RCC geeft alleen een aanbeveling, die vrijwel steeds wordt opgevolgd. Wil je meer, bijvoorbeeld een verbod, een rectificatie of een schadevergoeding, dan moet je naar de rechter. Een andere belangrijke instantie op ons terrein is de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit, de NVWA. Die kan hoge boetes opleggen." Van Beijeren: "Soms gebeurt dat onterecht, bijvoorbeeld als een product in een ander Europees land wél is toegelaten. Op basis van het principe van wederzijdse erkenning moet dat product dan in beginsel ook in Nederland worden toegelaten."

## Bedrijven

Hoogenraad en Van Beijeren staan vooral bedrijven bij, nationaal en internationaal, bij de RCC, bij de NVWA of in kort geding. "Is er een klacht, dan ga je je als advocaat op stel en sprong verdiepen in het product", zegt Van Beijeren. Hoogenraad vult aan: "Liefst adviseren wij natuurlijk van tevoren. Is dat gebeurd, dan komt een product er vaak wel zonder kleerscheuren doorheen." De advocaten adviseren bedrijven ook als een product onverhoopt teruggehaald moet worden uit de winkels, bijvoorbeeld omdat op de etiketten niet de juiste allergenen staan. Dan moet razendsnel beslist worden, waarbij draaiboeken onontbeerlijk zijn.

## Borderlineproducten

Het interessantst zijn de 'borderlineproducten', zoals de advocaten dat noemen. "Een zonnebrandcrème die ook tegen muggen werkt", geeft Hoogenraad als voorbeeld. "Valt dat onder de regelgeving voor cosmetica of voor biocides, verdelgingsmiddelen? Ander voorbeeld: over een calcium-supplement kun je zeggen dat het de werking van de botten ondersteunt, dat is een toegelaten claim. Maar gebruik geen verboden medische claim: als je zegt dat een supplement tegen een ziekte helpt, dan verkleurt dat product tot geneesmiddel en valt het onder een ander regime. Voor geneesmiddelen is een vergunning nodig."

Consumenten zijn in beweging. Het bedrijfsleven ook. "Mensen letten steeds meer op wat ze eten", signaleert Van Beijeren. "Voedingssupplementen worden belangrijker. Consumenten willen gezond eten. Vaker vegetarisch of veganistisch. Bedrijven spelen daarop in met producten als vleesvervangers. De naamgeving daarvan zorgt voor heftige juridische discussies. Nog een nieuw product: 'amandeldrink'. 'Amandelmelk' mag er niet op staan, wel dat het ter vervanging van melk kan dienen."

## Preventieakkoord

Een recente ontwikkeling is de totstandkoming van het Nationaal Preventieakkoord. Hierin staan afspraken van meer dan zeventig organisaties. De bedoeling is om roken, overgewicht en alcoholgebruik tegen te gaan. "Ook over dit soort zelfregulering denken wij mee", zegt Hoogenraad. "En over wetsvoorstellen. Ik geef veel presentaties en publiceer regelmatig. Zo help ik mee met de rechtsvorming en dat vind ik buitengewoon interessant." Van Beijeren: "Dit vak heeft veel strategische en PR-aspecten. Zo overleggen we regelmatig met de NVWA. Dat is in Nederland gebruikelijk, in andere landen vaak niet. Zo kunnen we bedrijven ook behulpzaam zijn." Hoogenraad: "We werken dan ook niet alleen met *lega*/samen, maar ook met communicatie-afdelingen en gespecialiseerde PR-bureaus."

## Moed



Hoogenraad werd op haar veertiende meegenomen naar een kort geding door haar vader, die advocaat was, net als haar opa. Vanaf dat moment wist ze dat ze ook advocaat wilde worden. Voor haar studie rechten in Utrecht koos ze dan ook doelbewust. Van Beijeren wist nog niet wat zij wilde worden toen ze ging studeren. "Ik koos voor rechten omdat het een mooie brede studie is waar je nog veel kanten mee op kunt. En voor Maastricht omdat het kleinschalig is, buitenlandse allure heeft en het onderwijs er probleemgestuurd is. Na verschillende stages op grote kantoren was ik enthousiast over de advocatuur en de beroepsopleiding: een goede opleiding met een leuke groep jonge mensen. Inmiddels weet ik dat ik echt mijn vak gevonden heb, zeker met dit rechtsgebied."

Vergeleken met de jaren tachtig, toen Hoogenraad begon, is er veel veranderd. De digitalisering natuurlijk – hoewel de tafel waaraan Van Beijeren kantoorbesprekingen heeft, nog steeds de 'postleestafel' heet, al wordt er al jaren geen post meer aan gelezen. Het werk is inhoudelijk veranderd in die zin dat de adviezen concreter zijn, en minder lang, vindt Hoogenraad. "Ik ben altijd erg direct geweest in mijn advisering. Dat was, in mijn begintijd, niet gebruikelijk. Maar het viel goed bij mijn cliënten. Altijd heb ik gewerkt op de manier die bij mij past. Ik ben een gelukkig mens omdat ik als persoon zo veel mogelijk samenval met wie ik in mijn werkende leven ben. Dat vind ik belangrijk. Als ik jou, Jacobine, en andere jonge advocaten een tip mag geven: durf te adviseren. Wees concreet, kordaat en duidelijk. De cliënt wil weten of iets kan of niet kan. Heb de moed een standpunt in te nemen. Verplaats je in de positie van je cliënt. Natuurlijk gaat dat makkelijker naarmate je meer ervaring hebt, maar jij kunt dat ook."

***Ebba Hoogenraad (1960) werd advocaat in 1985. In 2007 richtte zij met een compagnon nichekantoor Hoogenraad & Haak, advertising, IP & food law in Amsterdam op. Hoogenraad is gespecialiseerd in reclamerecht en health, beauty & food law. Zij en haar team adviseren een groot aantal (internationale) bedrijven en procederen regelmatig bij de Reclame Code Commissie en de rechtbank. Hoogenraad is redactielid van Intellectuele Eigendom en Reclamerecht (IER) en publiceert onder meer op vmt.nl (Vakmedianet) en in Waar & Wet. Zij is oud-voorzitter van de Vereniging voor Reclamerecht en dagvoorzitter op het jaarlijkse Nationaal Reclamerecht Congres.***

***Jacobine van Beijeren (1992) studeerde in 2015 cum laude af aan de Universiteit Maastricht. Zij werd advocaat bij Loyens &***

*Loeff in Rotterdam en rondde in 2018 de Law Firm School cum laude af. Van Beijeren werkt in de praktijkgroep Mededinging en overheid en is lid van onder meer het Life Sciences Team, het Zorgteam en het Food & Beverages Team.*

#### OVER DE AUTEUR

---



### **Henriette van Wermeskerken**

Henriette van Wermeskerken studeerde rechten in Utrecht en werkt als freelance (juridisch) journalist en tekstschrijver. Sinds 2009 is zij vaste medewerker van Mr.