

A/S Blumøller v/advokat Dorte Wahl	TV 2 Reklame	TvDanmark 2
Kromann Reumert	Baunegårdsvej 73	v/advokat Jan Christiansen
Bredgade 26	2900 Hellerup	Banegårdspladsen 1, 8
1018 København K		1570 København V

København den 18. september 2001

RADIO- OG TV-NÆVNET

Klage over Colgate Sensational Whitening TV-reklame

Ved skrivelse af 7. februar 2001 har A/S Blumøller klaget over en tv-reklame for Colgate Sensation Whitening, udsendt på TV 2 og TV Danmark 2. A/S Blumøller mener, at reklamen er i strid med reglerne om sammenlignende reklame, idet det gøres gældende, at der i den refererede reklame indirekte henvises til de øvrige konkurrenter, der findes på det danske marked for "whitener" tandpasta. I denne forbindelse gøres der opmærksom på, at der på markedet for tandpasta "whitener" produkter her i landet reelt alene er tre konkurrerende produkter/udbydere: Denivit fra Henkel, Aquafresh Natural Whitening fra SmithKline Beecham og Zendium Mild Whitener fra Sara Lee/Blumøller A/S.

MEDIE- OG
TILSKUDSSEKRETARIATET

NYBROGADE 10
1203 KØBENHAVN K
TELEFON 33 92 30 40
FAX 33 14 64 28
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

Klager gør gældende, at den del af reklamen, der omfatter et close-up billede af ulven med gule tænder, og hvor ulven bruger en fil på tæ-

RADIO- OG TV-NÆVNET

derne, hvorved der fremkommer en meget ubehagelig lyd, og hvor fortælleren samtidig siger: ”Livet er hårdt! Du vil have hvidere tænder, men ikke på denne måde...” udgør en overtrædelse af reglerne om loyal sammenlignende reklame, jf. markedsføringslovens § 2 a.

Det er klagers opfattelse, at Colgates reklame i kraft af denne indirekte meget negative henvisning væsentligt miskrediterer og nedvurderer bl.a. A/S Blumøllers produkt, hvilket er i strid med Markedsføringslovens § 2 a, stk. 2, nr. 5.

Det er endvidere klagers synspunkt, at reklamen i strid med markedsføringslovens § 2 a, stk. 2, nr. 1 er vildledende, samt i strid med markedsføringslovens § 2 a, stk. 2, nr. 3 ikke er objektiv, idet reklamen er egnet til at bibringe forbrugerne det indtryk, at de på markedet værende konkurrerende produkter skader tænderne på samme måde, som hvis tænderne blev slebet med en fil.

I denne forbindelse lægges afgørende vægt på det tidligere Reklame-nævnets begrundelse i en tidligere sag, hvor Colgate-Palmolive klagede over A/S Blumøller, og hvor Nævnet bl.a. udtalte: ”at den del af reklamen, hvori det anføres, at ikke alle metoder til at fjerne misfarvninger er lige skånsomme, er uacceptabel, idet den måde hvorpå dette udsagn fremføres er unødigt krænkende for de konkurrerende produkter, uanset disse ikke nævnes ved navn”.

RADIO- OG TV-NÆVNET

Klager er af den opfattelse, at det må anses for en klart skærpende omstændighed, at Colgate-Palmolive A/S efter den tidligere sag vælger at udforme en ny tv-reklame for deres ”whitener” produkt over ganske samme tema – ”fil og tænder” – som A/S Blumøller blev dømt for i den tidligere sag.

På foranstående grundlag gør klager samlet gældende, at reklamen udgør en overtrædelse af markedsføringslovens § 2 a samt ICC Kodeks for reklamepraksis artikel 6 og 7.

Annoncøren har ved skrivelse af 26. februar 2001 anført, at reklamespottet hverken direkte eller indirekte henviser til konkurrerende produkter på markedet. Udsagnet ”du vil have hvidere tænder, men ikke på denne måde” og den medfølgende billedside af en tegneserie-ulv, der forsøger af file sine tænder hvide med en grov fil, er et helt konkret, enkelt, klart, humoristisk, let huskeligt og karikeret budskab om, at man naturligvis ikke skal bruge en fil, men en tandpasta, hvis man ønsker hvidere tænder.

TV 2 Reklame har ved skrivelse af 26. februar 2001 anført, at man har opfattet reklamen som en præsentation af et produkt specielt beregnet til at gøre tænderne mere hvide og har i den forbindelse opfattet tegneseriesekvensen som en humoristisk effekt, der forbinder produktet med moderens historielæsning.

RADIO- OG TV-NÆVNET

Den tidligere klagesag drejede sig om en reklame, der både visuelt og sprogligt adskiller sig fra reklamen for Colgate. Den tog således udgangspunkt i et autoritativt miljø, hvor en ”forsker” holdt foredrag for en række ”elever” om tandpleje. Dertil kommer, at reklamens udsagn ”desværre er ikke alle metoder lige skånsomme” henviste til en ubestemt række af alternative metoder til tandrensning.

TV 2 Reklame har ved vurderingen af reklamen for Colgate lagt vægt på, at hverken den tegnede ulv eller filen indeholdt visuelle elementer, der kunne siges direkte eller indirekte at henvise til eller ramme konkurrerende produkter. Der er ligeledes lagt vægt på, at udsagnet ”du vil have hvidere tænder, men ikke på denne her måde” netop ikke henviser til en ubestemt række af alternative metoder, men udelukkende henviser til den illustrerede metode, hvor man bruger en fil.

Hertil kommer, at valget af et eventyr hensat i et tegnefilmsunivers efter TV 2 Reklames vurdering understreger, at der er tale om en humoristisk parallel mellem produktet og moderens højtlesning.

Det er således TV 2 Reklames opfattelse, at reklamen ikke er en sammenlignende reklame og således ikke strider mod Markedsføringslovens § 2 a, stk. 1.

Klager har i skrivelse af 2. juli 2001 fastholdt, at den påklagede tv-reklame for at give en reel mening har en klar indirekte adresse til de øvrige på det danske marked udbudte konkurrerende whitener pro-

RADIO- OG TV-NÆVNET

dukter. Det understreges, at de her i landet udbudte konkurrerende whitener produkter dels er yderst begrænsede i antal, dels er lette at identificere. Klager fastholder således, at reklamen er omfattet af definitionen på sammenlignende reklame, jfr. Markedsføringslovens § 2 a, stk. 2, samt at reklamen overskrider grænserne for tilladelig sammenlignende reklame.

TvDanmark 2 har i skrivelse af 6. juli 2001 fastholdt, at man ikke finder, at der er sket en overtrædelse af markedsføringslovens § 2 a, stk. 2.

Radio- og tv-nævnet har behandlet sagen og har truffet følgende afgørelse:

Nævnet finder ikke, at reklamen har karakter af sammenlignende reklame, da reklamen ikke rammer nogen konkurrenter, være sig bestemte eller ubestemte. Der nævnes ikke bestemte konkurrenter, og der tages ikke afstand fra andre metoder til at fjerne misfarvninger. Reklamen omhandler alene den af ulven anvendte metode, dvs. anvendelse af en fil til at fjerne misfarvninger på tænderne, hvilket efter Nævnets opfattelse ikke hidfører associationer til andre tandpastatyper.

RADIO- OG TV-NÆVNET

Nævnet finder således ikke, at reklamen sætter lighedstegn mellem ulvens tand-filing og konkurrerende tandpasta-typer, og reklamens udsagn findes derfor ikke at være krænkende for de konkurrerende produkter.

Mogens Kockvedgaard
formand

Malene Jais
nævnsssekretær