



Voeding en drank

Status	Compliant	Product/dienst:	Voeding en drank
Dossiernr:	2019/00392 - CVB	Motivatie:	Misleiding (overig)
Datum:	03-09-2019	Medium:	Audiovisuele Mediadiensten
Uitspraak:	CVB Aanbeveling (gedeeltelijk) Bevestigd (=Aanbeveling (gedeeltelijk))		

Het College van Beroep [3 september 2019]

De bestreden uiting, de inleidende klacht en de beslissing van de Commissie

De klacht betreft een televisiecommercial voor Milka melkchocolade in de vorm van een animatiefilmpje. Daarin is onder meer te zien hoe op een Alpenweide een boer zijn koeien 'turft', ze bij hun naam noemt en sommige aait. De beelden worden begeleid door een voice-over die zegt: "Alle melk in Milka chocolade komt van boerderijen met hooguit 60 koeien. Wij houden het graag klein. Want tedere melkchocolade begint bij teder geproduceerde melk."

De klacht houdt in dat het genoemde aantal van maximaal 60 koeien te laag is, nu Milka een groot merk is, dat actief is in meer dan 40 landen over de wereld. Bovendien moet een melkkoe elk jaar een kalfje krijgen om de melkproductie op gang te brengen en hoog te houden. Deze kalfjes tellen ten onrechte niet mee bij het genoemde aantal van 60. Verder wordt betwist dat sprake is van "teder geproduceerde melk". Zelfs op de meest kleinschalige melkveehouderijen komt dierenleed voor, omdat 'moederkoe' en kalf van elkaar gescheiden worden. Voor de melkproductie wordt het uiterste van melkkoeien gevraagd en zowel koe als kalf belanden in het slachthuis waar dierenleed voorkomt.

De Commissie heeft het gedeelte van de klacht dat betrekking heeft op het aantal koeien gegrond geacht, nu de veestapel van de boeren die de rauwe Alpenmelk voor Milka aanleveren bestaat uit gemiddeld 63 koeien in plaats van "hooguit 60 koeien". Het gedeelte van de klacht over "teder geproduceerde melk" is afgewezen. De zinsnede "teder geproduceerde melk" bevat weliswaar een zekere verwijzing naar de leefomstandigheden van de koeien, maar bevat geen absolute claim ten aanzien van dierenwelzijn. Uit de commercial blijkt voldoende dat Mondelez met 'tedere melkproductie' doelt op een kleinschaliger productie op bedrijven waar aandacht is voor en belang wordt gehecht aan de leefomstandigheden van melkvee. Mondelez heeft voldoende aannemelijk gemaakt dat van een dergelijke productiewijze daadwerkelijk sprake is. Met inachtneming van een zekere mate van overdrijving die in reclame is toegestaan, acht de Commissie het gebruik van het woord 'teder' voor de productiewijze van de melk voor Milka chocolade niet misleidend.

De grieven

De Commissie heeft appellante gelijk gegeven op het punt dat Mondelez niet kan aantonen dat zij alleen melk gebruikt van melkveehouders met hooguit 60 koeien. De Commissie heeft daarbij echter geen woord gewijd aan de aantallen kalfjes. Verder heeft de Commissie ten onrechte het woord ‘teder’ geoorloofd geacht. Dit is een serieus bedoelde claim waarmee Mondelez zegt dat voor haar chocolade geen dierenleed is veroorzaakt. De gemiddelde consument, die zich in toenemende mate zorgen maakt over dierenwelzijn, zal door het woord ‘teder’ (liefdevol) ten onrechte verwachten dat melk produceren voor de koeien een fijne beleving is. Melkkoeien moeten echter elk jaar een kalf baren. Volgens de berekeningen van klaagster gaat het bij de boerderijen waarvan Mondelez melk afneemt om minstens 50.000 kalfjes op jaarbasis. Dit is voor de consument essentiële informatie nu hij dit niet weet en in de uiting wordt gesproken over het aantal koeien op een melkveehouderij. De kleinschaligheid en de vijf “vrijheden” voor dieren die Mondelez nastreeft leiden niet automatisch tot breed dierenwelzijn. Dit waarborgt evenmin dat sprake is van ‘tedere’ melkproductie. Appellante verwijst in dit kader naar de beslissingen in dossier 2017/ 00900 en dossier 2018/00666. Kleinschaligheid voorkomt niet dat kalfjes bijproducten zijn die, evenals de koeien, worden geslacht met als resultaat dierenleed.

Het antwoord in appel

Mondelez stelt dat appellante niet ontvankelijk is in het gedeelte van het beroep dat betrekking heeft op het aantal koeien, nu zij in zoverre al in het gelijk is gesteld door de Commissie. Voor het overige strekt het standpunt van geïntimeerde tot bevestiging van de bestreden beslissing.

De mondelinge behandeling

Appellante heeft haar standpunt toegelicht mede aan de hand van een overgelegde pleitnota. Vervolgens is het standpunt van Mondelez toegelicht mede aan de hand van overgelegde pleitaantekeningen.

Het oordeel van het College

1. De Commissie heeft de klacht met betrekking tot het in de televisiecommercial genoemde aantal koeien gegrond geacht. De Commissie heeft dit oordeel gebaseerd op het feit dat het in werkelijkheid om een gemiddelde van 63 koeien per boerderij gaat in plaats van “hooguit 60 koeien”. De Commissie is daarbij niet ingegaan op de stelling van appellante dat de kalfjes die worden geboren (jaarlijks 1 per melkkoe) bij dit aantal dienen te worden opgeteld. Grief 1 komt hiertegen op. Mondelez stelt dat appellante geen belang heeft bij deze grief en dat zij in zoverre niet ontvankelijk is in het beroep, omdat de Commissie de televisiecommercial al misleidend heeft geacht omdat daarin een onjuist aantal melkkoeien wordt genoemd. Appellante stelt evenwel belang te hebben bij het beroep, omdat zij wil weten of de kalfjes dienen te worden opgeteld bij het in de televisiecommercial genoemde aantal koeien.

2. Het College constateert dat appellante de klacht dat in de televisiecommercial een onjuist aantal wordt genoemd, uitdrukkelijk mede heeft gebaseerd op het aantal kalfjes per boerderij, in deze zin dat deze behoren te worden opgeteld bij het aantal koeien per boerderij, dan wel dat de gemiddelde consument over de kalfjes dient te worden geïnformeerd. Over dit aspect heeft de Commissie niet geoordeeld. In het midden kan blijven of appellante belang heeft dit punt in hoger beroep opnieuw aan de orde te stellen. Ook als daarvan uit wordt gegaan leidt dit niet tot het slagen van de klacht. In de televisiecommercial wordt met koeien onmiskenbaar het aantal melkkoeien bedoeld, te weten de dieren die de melk voor de Milka chocolade produceren. Het is daarom logisch dat de kalfjes niet zijn meegeteld. Dat de kalfjes bij het in de uiting genoemde aantal koeien buiten beschouwing zijn gebleven, is om dezelfde reden geen essentiële informatie die in de uiting dient te worden verstrekt. Grief 1 faalt derhalve.

3. Grief 2 betreft het oordeel van de Commissie met betrekking tot de woorden “teder geproduceerde melk”. De gemiddelde consument zal deze woorden in de context van de gehele uiting aldus opvatten, dat de melk die Mondelez verwerkt in relatief kleinschalige melkveehouderijen is geproduceerd waarbij aandacht is voor, en belang wordt gehecht aan de leefomstandigheden van de melkkoeien. Mondelez heeft voldoende aannemelijk gemaakt dat de wijze waarop

de door haar verwerkte melk is geproduceerd hiermee in overeenstemming is. Op grond van hetgeen zij stelt, kan immers worden gesproken van relatief kleinschalige melkproductie waarbij de boeren letten op het welzijn van de melkkoeien, waartoe zij ook verplicht zijn op grond van de door Mondelez opgelegde eisen. Dat het in verband met de melkproductie noodzakelijk is op enig moment koe en kalf te scheiden en deze te slachten, zal door sommige consumenten als een negatief aspect van de melkveehouderij worden beschouwd. Dit neemt niet weg dat Mondelez mag stellen dat zij zich op andere aspecten onderscheidt, te weten door kleinschalige melkproductie met zorg voor het welzijn van de melkkoeien, zoals in de televisiecommercial op onmiskenbaar geromantiseerde wijze is uitgebeeld. Ook grief 2 kan daarom niet slagen.

De beslissing van het College van Beroep

Het College bevestigt de bestreden beslissing voor zover in beroep aan de orde.

[Hieronder volgt de beslissing waartegen beroep is ingesteld]

De Reclame Code Commissie [11 juli 2019] **De bestreden reclame-uiting**

Het betreft de televisiecommercial voor Milka melkchocolade. In een animatiefilmpje is een kleine vrachtwagen van Milka te zien die door een berglandschap rijdt. Op een Alpenweide 'turft' een boer zijn koeien, noemt ze bij hun naam en aait sommige. Vervolgens is te zien dat een vrouw per fiets twee melkbussen vanaf de boerderij naar de Milka-fabriek brengt. De beelden worden begeleid door de voice-over die zegt: "Alle melk in Milka chocolade komt van boerderijen met hooguit 60 koeien. Wij houden het graag klein. Want tedere melkchocolade begint bij teder geproduceerde melk."

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat. De bewering dat de melk in Milka komt van boerderijen met maximaal 60 koeien kan door de consument niet worden gecontroleerd, omdat adverteerder nergens vermeldt hoe de melkproductie voor Milka precies geregeld is. Klaagster betwijfelt de juistheid van het genoemde aantal van maximaal 60 koeien, nu Milka een groot merk is, dat actief is in meer dan 40 landen over de wereld. In Nederland heeft een melkveehouder (volgens cijfers van het CBS) gemiddeld ongeveer 100 koeien. Bovendien moet een melkkoe elk jaar een kalfje krijgen om de melkproductie op gang te brengen en hoog te houden. Deze kalfjes tellen niet mee bij het genoemde aantal van 60, hoewel zij een fundamenteel onderdeel zijn van de productie. Door het aantal kalfjes niet te noemen, wordt essentiële informatie verzwegen die de keuze van de consument om Milka chocolade te kopen kan beïnvloeden. Verder betwist klagster dat sprake is van "teder geproduceerde melk". Zelfs op de meest kleinschalige melkveehouderijen komt dierenleed voor, omdat moederkoe en kalf van elkaar gescheiden worden, wat angst en stress oplevert. Voor de melkproductie wordt het uiterste van melkkoeien gevraagd en zowel koe als kalf belanden in het slachthuis, waar (blijkens rapporten van de NVWA) regelmatig dingen gruwelijk mis gaan, aldus klagster. Het is misleidend dat de productie van Milka, waarbij dierenleed voorkomt, 'teder' genoemd wordt. Als de consument zou weten hoe 'onteder' de melkproductie in werkelijkheid is, zou dit zijn keuze om melkchocolade van Milka te kopen waarschijnlijk veranderen, aldus klagster.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat. Ter onderbouwing van de bewering dat alle melk in Milka melkchocolade afkomstig is van boerderijen met maximaal 60 koeien, verwijst adverteerder naar de overgelegde "officiële verklaring" van haar belangrijkste leverancier van rauwe Alpenmelk. Hierin staat dat de gemiddelde veestapel van de Alpenmelk-boeren die de rauwe melk aanleveren bestaat uit 63 koeien. Ook wordt vermeld dat 100% van de rauwe Alpenmelk afkomstig is uit een straal van 100 kilometer rond de fabriek van de producent. Kalveren worden om veiligheidsredenen gescheiden gehouden van de koeien, in een omgeving waarin rekening moet worden gehouden met

hun welzijnsbehoeften en die is ontworpen om ze te beschermen tegen fysiek en thermisch ongemak, angst en leed en waar ze hun natuurlijk gedrag moeten kunnen vertonen. De koeien die de rauwe Alpenmelk produceren, worden volgens goede landbouwpraktijken verzorgd op kleinschalige boerderijen. De koeien kunnen grazen op groene weiden in de frisse buitenlucht en krijgen regelmatig een borstelmassage. Adverteerder legt enkele foto's van de leefomstandigheden van het melkvee over. De boerderijen worden veelal gerund door families met een passie voor dieren, die teder voor hun kudde zorgen en vaak elke koe bij naam kennen. Daarom wordt in de commercial Milka als 'teder' in elke dimensie benadrukt: van de selectie van de ingrediënten, van wie deze worden gekocht en hoe de chocolade wordt geproduceerd tot de manier waarop de chocolade smelt in de mond. De dierenwelzijnsbenadering van adverteerder is onder meer openbaar beschikbaar op haar website www.mondelezinternational.com. De commercial is niet misleidend, aldus adverteerder.

Het oordeel van de Commissie

1. Klaagster acht de televisiecommercial voor Milka melkchocolade in de eerste plaats misleidend, omdat zij de juistheid van de mededeling "Alle melk in Milka chocolade komt van boerderijen met hooguit 60 koeien" betwist. Het ligt op de weg van adverteerder om tegenover de gemotiveerde betwisting door klaagster de juistheid van het genoemde absolute aantal van "hooguit 60 koeien" aannemelijk te maken. Daarin is adverteerder niet geslaagd. Immers, volgens de verklaring die adverteerder in dit verband heeft overgelegd, bestaat de veestapel van de boeren die de rauwe Alpenmelk voor Milka aanleveren uit "gemiddeld 63 koeien". Dit betekent dus dat Milka de melk voor haar chocolade ook betreft van boerderijen met meer dan 60 koeien.

2. Gelet op het voorgaande gaat de commercial door de mededeling "Alle melk in Milka chocolade komt van boerderijen met hooguit 60 koeien" gepaard met onjuiste informatie. Omdat de gemiddelde consument door de onjuiste informatie over de in de uiting benadrukte maximale omvang van de bedrijven waarvan de melk voor Milka chocolade afkomstig is ertoe kan worden gebracht een besluit over een transactie (de aankoop van Milka chocolade) te nemen dat hij anders niet had genomen, is de commercial op dit punt misleidend als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC) en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

3. Verder maakt klaagster bezwaar tegen de commercial, omdat volgens haar door het dierenleed dat op alle melkveebedrijven voorkomt niet gesproken kan worden van "teder geproduceerde melk". Deze klacht kan niet slagen. De zinsnede "teder geproduceerde melk" bevat weliswaar een zekere verwijzing naar de leefomstandigheden van de koeien, maar bevat niet de absolute claim ten aanzien van dierenwelzijn die klaagster daarin leest. Hoewel 'teder' geen voor de hand liggende aanduiding is voor een productiewijze, blijkt uit de commercial voldoende dat adverteerder met 'tedere melkproductie' doelt op een kleinschaliger productie op bedrijven waar aandacht is voor en belang wordt gehecht aan de leefomstandigheden van het melkvee. Bij verweer heeft adverteerder voldoende aannemelijk gemaakt dat van een dergelijke productiewijze daadwerkelijk sprake is. Op grond hiervan, en met inachtneming van een zekere mate van overdrijving die in reclame is toegestaan, acht de Commissie het gebruik van het woord 'teder' voor de productiewijze van de melk voor Milka chocolade niet misleidend.

4. Op grond van het voorgaande wordt als volgt beslist.

De beslissing van de Reclame Code Commissie

Onder verwijzing naar hetgeen is overwogen onder 1 en 2 van het oordeel acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. In zoverre beveelt zij adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken. Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.