

Rituals op de vingers getikt door Reclame Code Commissie

10-06-2021 10:09



Rituals is door de Reclame Code Commissie (RCC) op de vingers getikt voor het misleiden van klanten met een nieuwe productlijn. De geur van de nieuwe lijn zou niet hetzelfde zijn als de oude, terwijl dat wel wordt gesuggereerd.

Rituals heeft onlangs de naam, uiterlijk en geur van de productlijn 'The Ritual of Happy Buddha' vervangen voor 'The Ritual of Mehr'. In de communicatie over deze nieuwe lijn stelt de retailer dat 'de geliefde, bekroonde geur' 'hetzelfde' is gebleven.

"Vanuit wetgeving moet je in onze industrie één keer in de zoveel jaar ingrediënten in parfums aanpassen. Dat heeft altijd effect op het parfum", licht ceo Raymond Cloosterman toe aan RetailTrends. "Op zo'n moment gaan wij om tafel met fans van het parfum en internationale parfumeurs om het parfum te matchen en verbeteren. Dat is in dit geval ook gebeurd. Op verzoek van de parfumsfans is het voor een deel iets verzacht en voor een deel gematcht met het assortiment." Volgens Cloosterman misleidt Rituals dus niet maar probeert het cosmeticamerk de fans van het parfum zo veel mogelijk te bedienen.

De mededeling dat de geur van de nieuwe productlijn onveranderd is gebleven is volgens de RCC feitelijk en aantoonbaar onjuist. Uit de ingrediëntendeclaraties van een aantal producten van de oude en nieuwe productlijn blijkt dat zowel de (geurbepalende) ingrediënten als de concentratie van de ingrediënten zijn veranderd. Ook dat de productlijn een award zou hebben gewonnen of is bekroond, wordt als misleiding

gezien.

Volgens Rituals is de aanduiding 'de geliefde, bekroonde geur' marketingtaal om te onderstrepen dat de geur en bestseller collectie van de voormalige lijn jarenlang zeer succesvol zijn geweest. Desondanks heeft Rituals aangegeven de uiting te zullen aanpassen.