

## Ketelteer

Werknemers van sigarettenfabrikanten of van de Voedsel- en Warenautoriteit bezoeken geen filmtheaters. Tenminste, dat lijkt de conclusie nu Amsterdams filmtheater Het Ketelhuis pas dit voorjaar een waarschuwing aan de broek kreeg van de Autoriteit, na bijna drie jaar ongestoord campagne voeren met parodieën op sigarettenpakjes. Sinds september

Sedert 29 maart 1999



## Nederlandse films gaan je aan het hart

2006 verspreidt Het Ketelhuis kleine flyerjes ter grootte van pakjes sigaretten, met de vormgeving van sigarettenmerken als Camel, Belinda of Lucky Strike en de zwart omrande toevoeging 'Nederlandse films gaan je aan het hart'. Geen haan die kraaide naar merkinbreuk of illegale advertenties – noch tabaksfabrikanten, noch de Voedsel- en Warenautoriteit – totdat het filmhuis zijn Lucky-Strike-campagne verplaatste naar billboards in de hele stad. "Een concurrent van British Ameri-

can Tobacco, de fabrikant van Lucky Strike, heeft toen aan de bel getrokken. Ze dachten dat we eigenlijk sluikreclame maakten voor Lucky Strike", zegt Ketelhuisdirecteur Alex de Ronde. Een waarschuwingsbrief van de Voedsel- en Warenautoriteit volgde, waarin Het Ketelhuis werd gesommeerd het gebruik van 'een onderscheidend teken van het product Lucky Strike' onmiddellijk te staken. Geen probleem hoor, lacht De Ronde nu aan de telefoon, "die campagne zou een week later toch al ophouden". Wat dus niet wil zeggen dat Het Ketelhuis zich laat ringeloren: de flyers van de nieuwe, op Samson-shag geïnspireerde campagne, liggen deze maand alweer vrolijk klaar in Amsterdamse culturele instellingen. Met de MGM-leeuw als brullend middelpunt op het bekende blauwe tabakszakje. Bang voor represailles is de filmhuisdirecteur niet. "Dat is een beetje ons dwarsige karakter, vrees ik." ▶

## De Filmkrant in de bus?

Stort € 21,30 (of meer) op  
ING 5393395 of ABN-AMRO  
3.86.55.370 tnv Stichting Fuurland Amsterdam, o/v 'donateur'  
en indien u elektronisch bankiert uw adresgegevens.