

De werkzaamheden van de Jury tijdens het tweede trimester 2006

Evolutie van het aantal voorgelegde gevallen

Het aantal **vragen om voorafgaand onderzoek** (5) is gedaald in vergelijking met het eerste trimester van 2006 (15).

Het aantal **verbruikersklachten** (30) is eveneens gedaald ten aanzien van het vorige trimester (34).

Het aantal **initiatieven van de Jury** (1) is op hetzelfde peil gebleven als het vorige trimester.

Het aantal **nieuwe dossiers** geopend tussen april en juni 2006, bedraagt 20 (eenzelfde reclame kan het voorwerp uitmaken van meerdere klachten of vragen om voorafgaand onderzoek), hetzij een daling van 56% ten aanzien van het eerste trimester 2006 (46) en van 70% ten aanzien van het tweede trimester 2005 (67).

	2005				2006	
	1 ^e trim.	2 ^e trim	3 ^e trim.	4 ^e trim.	1 ^e trim.	2 ^e trim.
Vragen om voorafgaand onderzoek	13	21	10	3	15	5
Klachten van verbruikers	83	69 ¹	22	47	34	30
Initiatieven van de Jury	-	2	4	3	1	1
	96	92	36	53	50	36
Aantal nieuwe dossiers	37	67	32	32	46	20
Niet behandelde klachten of vragen om voorafgaand onderzoek (buiten bevoegdheid)	20	33	22	35	49	15

¹ Waaronder 2 petitie's die elk als 1 klacht werden aangerekend.

Rekening houdend met het aantal ondertekenaars van de petitie's (62) werden er in totaal 129 klachten geregistreerd.

Resultaten van de Jurytussenkomsten

Van 1 april tot 30 juni 2006 konden 28 dossiers worden afgesloten, met de volgende resultaten:

<u>RESULTAAT</u>	<u>OORSPRONG</u>	Vragen om voorafgaand onderzoek	Klachten	Initiatieven van de Jury	TOTAAL	
1. Geen opmerkingen of reclame verantwoord		4	10	1	15	53,5%
2. Reclame gewijzigd of stopgezet						
a) Wijziging aanvaard door adverteerder		6	2	-	8	28,5%
b) Stopzetting door adverteerder		1	2	-	3	11%
c) Stopzetting of schorsing door de media op aanbeveling van de Jury		-	-	-	-	-
3. Advies van voorbehoud		-	2	-	2	7%
4. Eenmalige of beëindigde reclamecampagne, wettigde een aanbeveling voor de toekomst		-	-	-	-	-
		11	16	1	28	100%

De Jury heeft 5 zittingen gehouden tijdens die 3 maanden.