

D e werkzaamheden van de Jury tijdens het derde trimester 2002

Evolutie van het aantal voorgelegde gevallen

Zoals ieder jaar werden er tijdens de vakantieperiode van het 3de trimester 2002 weinig reclameboodschappen voorgelegd.

Het aantal vragen om voorafgaand onderzoek (7) is gestegen, zowel t.a.v. het 3de trimester 2001 als t.a.v. het 2de trimester 2002.

Het aantal verbruikersklachten is min of meer op hetzelfde peil gebleven

Het aantal nieuwe dossiers geopend tussen juli en september 2002, bedraagt 27 (eenzelfde reclame kan het voorwerp uitmaken van meerdere klachten of vragen om voorafgaand onderzoek), hetgeen bijna neerkomt op een status-quo t.a.v. het 2de trimester 2002 (30) en t.a.v. het 2de trimester 2001 (31).

	2001				2002		
	1e trim.	2e trim.	3e trim.	4e trim.	1e trim.	2e trim.	3 ^e trim.
Vragen om voorafgaand onderzoek	6	11	5	4	18	3	7
Klachten van verbruikers	412(1)	24	27	177(2)	35	31	24
Klachten van ondernemingen(3)	1	2	-	-	-	-	-
	419	37	32	181	53	34	31
Aantal nieuwe dossiers	33	29	31	18	38	30	27
Niet behandelde klachten of vragen om voorafgaand onderzoek (buiten bevoegdheid)(4)	15	4	7	16	16	10	13

- (1) Waarvan 2 petitie betreffende een campagne met 168 handtekeningen en 1 petitie betreffende een andere campagne met 47 handtekeningen.
- (2) Waarvan 1 petitie betreffende een campagne met 156 handtekeningen .
- (3) Vanaf september 2001 is de bevoegdheid van de Jury beperkt tot het onderzoek van vragen om voorafgaandelijk onderzoek en verbruikersklachten. Klachten door ondernemingen worden niet meer onderzocht.
- (4) Vanaf september 2001 is de bevoegdheid van de Jury beperkt tot het onderzoek van reclame in de media, hetgeen folders, verpakkingen, mailings enz.... uitsluit.

Resultaten van de Jurytussenkomsten

Van 1 juli tot 30 september 2002, konden 27 dossiers worden afgesloten, met de volgende resultaten:

<u>RESULTAAT</u>	<u>OORSPRONG</u>	Klachten	TOTAAL	
	Vragen om voorafgaand onderzoek			
1. Geen opmerkingen of reclame verantwoord	3	12	15	55,5%
2. Reclame gewijzigd of stopgezet				
a) Wijziging aanvaard door adverteerder	-	3	3	11%
b) Stopzetting door adverteerder	1	4	5	18,5%
c) Stopzetting of schorsing door de media op aanbeveling van de Jury	-	-	-	-
3. Advies van voorbehoud	-	1	1	4%
4. Eenmalige of beëindigde reclamecampagne, wettigde een aanbeveling voor de toekomst	-	3	3	11%
5. Door adverteerder voldoening aangeboden aan klager	-	-	-	-
	4	23	27	100 %

De Jury heeft 4 zittingen gehouden tijdens die 3 maanden (zomerperiode).

* *
* *

