

Les activités du Jury pendant le premier trimestre 2003

L'évolution du nombre de cas soumis

Le nombre de demandes d'examen préalable (5) est stationnaire par rapport au 4^e trimestre 2002.

Le nombre de plaintes de consommateurs, influencé par une pétition, est en augmentation.

Le nombre de nouveaux dossiers ouverts entre janvier et mars 2003 est de 19 (une même publicité peut faire l'objet de plusieurs plaintes ou demandes d'examen), soit une diminution de 47 % par rapport au 4^e trimestre 2002 (36) et de 50 % par rapport au 1^{er} trimestre 2002 (38).

	2001				2002				2003
	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim.	3 ^{ème} trim.	4 ^{ème} trim.	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim.	3 ^{ème} trim.	4 ^{ème} trim.	1 ^{er} trim.
Demandes d'examen préalable	6	11	5	4	18	3	7	6	5
Plaintes de consommateur	412 ⁽¹⁾	24	27	177 ⁽²⁾	35	31	24	75	84 ⁽³⁾
Plaintes d'entreprises (4)	1	2	-	-	-	-	-	-	-
	419	37	32	181	53	34	31	81	89
Nombre de nouveaux dossiers	33	29	31	17	38	30	27	36	19
Plaintes ou demandes d'examen préalable non-traitées (hors compétence) (5)	15	4	7	16	16	10	13	12	16

(1) Dont 2 pétitions relatives à une campagne avec 168 signatures et 1 pétition relative à une autre campagne avec 47 signatures.

(2) Dont 1 pétition avec 156 signatures concernant une campagne.

(3) Dont 1 pétition relative à une campagne avec 45 signatures.

(4) Depuis septembre 2001, la compétence du Jury est limitée à l'examen des demandes d'examen préalable et aux plaintes de consommateurs. Les plaintes d'entreprises ne sont plus traitées.

(5) Depuis septembre 2001, la compétence du Jury est limitée à l'examen de la publicité dans les médias, ce qui exclut folders, emballages, mailings etc...

Les résultats des interventions du Jury

Du 1er janvier au 31 mars 2003, 16 dossiers ont pu être clôturés et ont reçu les solutions suivantes:

<u>SOLUTION</u>	<u>ORIGINE</u>	Demandes d'examen préalable	Plaintes	TOTAL	
1. Pas de remarques ou publicité valablement justifiée		3	10	13	81%
2. Publicité modifiée ou arrêtée : a) Modification acceptée par l'annonceur b) Arrêt par l'annonceur c) Arrêt ou suspension par les media sur recommandation du Jury		- 1 -	- 1 -	- 2 -	- 13% -
3. Avis de réserves		-	1	1	6%
4. Campagne publicitaire ponctuelle ou achevée ayant justifié une recommandation pour l'avenir		-	-	-	-
5. Satisfaction offerte au plaignant par l'annonceur		-	-	-	-
		4	12	16	100 %

Le Jury a tenu 5 réunions au cours de ces 3 mois.

* *
*