

# Les activités du Jury pendant le deuxième trimestre 2000

## L'évolution du nombre de cas soumis

Le nombre de **plaintes de consommateurs** est resté élevé au cours du 2<sup>e</sup> semestre 2000 et ont représenté 75 % de l'activité du Jury. Cette forte progression s'explique notamment par le fait qu'une même organisation de protection de l'environnement a introduit 13 plaintes relatives à des annonces et étiquetages, sur base du code de la publicité écologique .

Par ailleurs, le nombre des **demandes d'avis préalable** évolue peu. Elles ont représenté 17% des cas traités.

**Une plainte d'entreprise** a été introduite et le nombre de dossiers ouverts à l'**initiative du Jury** est resté stationnaire.

Le nombre de **nouveaux dossiers** ouverts d'avril à juin 2000 est de 52 (plusieurs

plaintes ou demandes d'avis pouvant concerner la même publicité), soit un statu quo par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre 1999 (52) et une hausse de 24 % par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2000 (42).

Par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 1999, le **1<sup>er</sup> semestre 2000** se caractérise par :

- un statu quo des demandes d'avis préalable (17 contre 16),
- une forte hausse des plaintes de consommateurs (110 contre 61, + 80%),
- un statu quo des plaintes d'entreprises (1 contre 0 ) et des dossiers ouverts à l'initiative du Jury (10 contre 9),
- une hausse du nombre de nouveaux dossiers (94 contre 78, + 20,5%).

	1999				2000	
	1 <sup>er</sup> trim.	2 <sup>e</sup> me trim.	3 <sup>e</sup> me trim.	4 <sup>e</sup> me trim.	1 <sup>er</sup> trim.	2 <sup>e</sup> me trim.
Demandes d'avis préalable	10	6	5	13	7	10
Plaintes de consommateurs	14	47	13	16	66	44
Plaintes d'entreprises	-	-	1	1	-	1
Cas examinés à l'initiative du Jury	4	5	2	11	6	4
	28	58	21	41	79	59
Cas non-traités (hors compétence)	9	8	6	7	9	11
TOTAL	37	66	27	48	88	70

## Les résultats des interventions du Jury

Du 1er avril au 30 juin 2000, 42 dossiers ont pu être clôturés et ont reçu les solutions suivantes :

<u>SOLUTION</u>	<u>ORIGINE</u>	Demandes d'avis préalable	Plaintes		Initiatives Jury	TOTAL	
			Consom- mateur	Entreprise			
1. Pas de remarques ou publicité justifiée		5	10	-	-	15	36%
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	11	-	1	13	31%
		1	1	-	1	3	7%
		1	-	-	3	4	9%
3. Avis négatif, réserves		-	-	-	-	-	-
4. Campagne publicitaire ponctuelle ou achevée ayant justifié une recommandation pour l'avenir		-	2	-	-	2	5%
5. Satisfaction offerte au plaignant par l'annonceur		-	5	-	-	5	12%
6. Dossier traité par instances judiciaires ou administratives		-	-	-	-	-	-
		8	29	-	5	42	100%

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

\* \*  
\*