

# Les activités du Jury pendant le deuxième trimestre 2001

## L'évolution du nombre de cas soumis

Le nombre de cas soumis pendant le 2<sup>e</sup> trimestre 2001 a été peu élevé, notamment en raison d'un nombre réduit de plaintes de consommateurs.

Les **demandes d'avis préalable** (11) sont en augmentation par rapport aux 2 trimestres précédents.

Deux **plaintes d'entreprise** ont été introduites et aucun dossier n'a été ouvert **à l'initiative du Jury**.

Le nombre de **nouveaux dossiers** ouverts entre avril et juin 2001 est de 29 (une même publicité peut faire l'objet de plusieurs plaintes ou demandes d'avis), soit une diminution de 44 % par rapport au 1<sup>e</sup>

trimestre 2000 (52) et de 12 % par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2001 (33).

Par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2000, le 1<sup>er</sup> semestre 2001 se caractérise par :

- un statu quo des demandes d'avis préalable (17),
- une forte hausse des plaintes de consommateurs (436 contre 110, + 296%), dû au fait que 2 campagnes ont provoqué plusieurs dizaines de plaintes au 1<sup>er</sup> trimestre 2001.
- une légère augmentation des plaintes d'entreprises (3 contre 1 )
- aucun dossier ouvert par le Jury lui-même, priorité ayant été donnée au traitement des plaintes reçues.

	2000				2001	
	1er trim.	2ème trim.	3ème trim.	4ème trim.	1er trim.	2ème trim.
Demandes d'avis préalable	7	10	12	4	6	11
Plaintes de consommateurs	66	44	28	50	412(1)	24
Plaintes d'entreprises	-	1	3	2	1	2
Cas examinés à l'initiative du Jury	6	4	2	-	-	-
	79	59	45	56	419	37
Cas non-traités (hors compétence)	9	11	2	10	15	4
TOTAL	88	70	47	66	434	41

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

## Les résultats des interventions du Jury

Du 1er avril au 30 juin 2001, 35 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	14	-	-	19	54%
2. Publicité modifiée ou arrêtée :							
a) Modification acceptée par l'annonceur		-	-	-	-	-	-
b) Arrêt par l'annonceur		-	5	-	-	5	14%
c) Arrêt ou suspension par les media sur recommandation du Jury		-	1	1	-	2	6%
3. Avis négatif, réserves		2	2	-	-	4	11,5%
4. Campagne publicitaire ponctuelle ou achevée ayant justifié une recommandation pour l'avenir		-	1	-	-	1	3%
5. Satisfaction offerte au plaignant par l'annonceur		-	4	-	-	4	11,5%
6. Dossier traité par instances judiciaires ou administratives		-	-	-	-	-	-
		7	27	1	-	35	100%

Le Jury a tenu 4 réunions au cours de ces 3 mois.

\* \*  
\*