

# Les activités du Jury pendant le deuxième trimestre 1999

## L'évolution du nombre de cas soumis

Le 2e trimestre a été marqué par un nombre élevé de **plaintes de consommateurs** qui ont représenté 81 % de l'activité du Jury. Cette forte progression s'explique notamment par le fait qu'une même organisation de consommateurs a introduit 21 plaintes relatives à des annonces et étiquetages, sur base du code de la publicité écologique.

Par ailleurs on peut constater un faible niveau des **demandes d'avis préalable** qui ont représenté 10% des cas traités.

**A nouveau, aucune plainte d'entreprise** n'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 1999 est de 53 (plusieurs

plaintes ou demandes d'avis pouvant concerner la même publicité), soit une hausse de 65% par rapport au 2e trimestre 1998 (32) et de 112 % par rapport au 1er trimestre 1999 (25).

Par rapport au 1er semestre 1998, le **1er semestre 1999** se caractérise par :

- une baisse des demandes d'avis préalable (16 contre 30, - 47%),
- une forte hausse des plaintes de consommateurs (61 contre 24, + 154%),
- une baisse des plaintes d'entreprises (0 contre 2),
- une diminution des dossiers ouverts à l'initiative du Jury (9 contre 14, - 36%),
- une hausse du nombre de nouveaux dossiers (78 contre 66, + 18%).

	1998				1999	
	1er trim.	2ème trim.	3ème trim.	4ème trim.	1er trim.	2ème trim.
Demandes d'avis préalable	14	16	12	14	10	6
Plaintes de consommateurs	13	11	13	15	14	47
Plaintes d'entreprises	2	-	-	1	-	-
Cas examinés à l'initiative du Jury	7	7	2	6	4	5
	36	34	27	36	28	58
Cas non-traités (hors compétence)	17	12	10	12	9	8
TOTAL	53	46	37	48	37	66

## Les résultats des interventions du Jury

Du 1er avril au 30 juin 1999, 30 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		3	10	-	-	13	43%
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	7%
		-	3	-	1	4	13%
		-	2	-	2	4	13%
3. Avis négatif, réserves		-	1	-	-	1	3%
4. Campagne publicitaire ponctuelle ou achevée ayant justifié une recommandation pour l'avenir		-	3	-	-	3	10%
5. Satisfaction offerte au plaignant par l'annonceur		-	3	-	-	3	10%
6. Dossier traité par instances judiciaires ou administratives		-	-	-	-	-	-
		4	23	-	3	30	100%

Le Jury a tenu 6 réunions au cours de ces 3 mois.

\* \*  
\*