

Les activités du Jury pendant le troisième trimestre 2004

L'évolution du nombre de cas soumis

Le nombre de **demandes d'examen préalable** (8) est stable mais en augmentation par rapport au 3^{ème} trimestre 2003.

Le nombre de **plaintes de consommateurs** (39) est en hausse par rapport aux 2 trimestres précédents.

Le nombre de **nouveaux dossiers** ouverts entre juillet et septembre 2004 est de 25 (une même publicité peut faire l'objet de

plusieurs plaintes ou demandes d'examen), soit un relatif statu quo par rapport au 1^{er} semestre et au 3^e trimestre 2003.

	2003				2004		
	1er trim.	2ème trim.	3ème trim.	4ème trim.	1er trim.	2ème trim.	3ème trim.
Demandes d'examen préalable	5	8	2	12	12	8	8
Plaintes de consommateurs	84 (1)	88	28	52	17	17	39
Initiatives du Jury	-	-	-	1	1	1	1
	89	96	30	65	30	26	48
Nombre de nouveaux dossiers	19	34	22	51	26	22	25
Plaintes ou demandes d'examen préalable non-traitées (hors compétence) (2)	16	10	7	13	11	12	13

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

(2) 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 juillet au 30 septembre 2004, 19 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		7	2	9	47 %
2. Publicité modifiée ou arrêtée :					
a) Modification acceptée par l'annonceur		-	-	-	-
b) Arrêt par l'annonceur		-	3	3	16 %
c) Arrêt ou suspension par les media sur recommandation du Jury		1	2	3	16 %
3. Avis de réserves		-	2	2	11 %
4. Campagne publicitaire ponctuelle ou achevée ayant justifié une recommandation pour l'avenir		-	1	1	5 %
5. Satisfaction offerte au plaignant par l'annonceur		-	1	1	5 %
		8	11	19	100 %

Le Jury a tenu 4 réunions au cours de ces 3 mois (période d'été).