

Evaluatieverslag 2006

Evaluatie van de toepassing door de JEP van het Convenant inzake gedrag en reclame met betrekking tot alcoholhoudende dranken

Ter herinnering :

Op 12 mei 2005, hebben de Raad voor de Reclame/JEP, de federaties van producenten, van de verdelers van alcoholhoudende dranken en de consumentenorganisaties, in aanwezigheid van de Minister van Volksgezondheid, een convenant ondertekend dat de consumptie en de reclame voor alcohol reglementeert. De Minister van Volksgezondheid heeft aangekondigd dat hij aan dit convenant een wettelijk kader wenst te verlenen door middel van een wijziging van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten.

Dit Convenant verschaft aan de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP) het officieel statuut van controleorgaan van haar bepalingen (artikel 12). In het kader van dit Convenant is de JEP bevoegd om reclameboodschappen te behandelen die verspreid worden door zowel de massamedia (above)als door andere (below).

Op basis van artikel 14 van het Convenant heeft de JEP huidig verslag opgesteld waarin haar activiteiten beschreven worden in het kader van het Convenant tijdens het kalenderjaar 2006. (voor haar activiteiten tijdens het jaar 2005, verwijst de JEP naar het evaluatieverslag 2005.)

1. De vragen om voorafgaandelijk onderzoek

Ter herinnering: de JEP kan vóór de verspreiding van een reclameboodschap verzocht worden om een voorafgaandelijk onderzoek uit te voeren op vraag van een adverteerder, een reclameadviesbureau of een reclamemedium (artikel 7.1. van het JEP-reglement).

Wegens het vertrouwelijke karakter van de reclameboodschappen onderzocht op basis van vragen om voorafgaandelijk onderzoek, zal het huidige verslag niet verwijzen naar de oorsprong van de betreffende reclameboodschappen.

De JEP heeft 2 vragen om voorafgaandelijk onderzoek ontvangen betreffende reclameboodschappen voor alcoholhoudende dranken:

Medium	Jurybeslissing	Termijn
1 script(TV)	Aanbeveling: - art. 3.3 en 11 Convenant - Art. 2 IKK code - Aanbevelingen JEP inzake afbeelding vd mens (2,3,4,5)	<4 weken
1 CD cover	Geen opmerkingen	<2weken
Totaal: 2	Geen opmerkingen: 1 Aanbeveling: 1	Gemidd 3 w

2. De klachten

Ter herinnering : elke natuurlijke of rechtspersoon die geen commerciële doeleinden nastreeft kan na de verspreiding van een reclameboodschap aan de Jury een klacht voorleggen: consument, consumentenorganisatie, socio-culturele vereniging, lid of vertegenwoordiger van een officiële instantie of openbare macht (artikel 7.2. van het reglement).

De Jury kan ook zelf initiatief nemen, maar de cijfers dienaangaande vindt u onder de volgende titel 3 (p 3).

De JEP heeft 8 reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten:

Adverteerder	Media	Klacht	Jurybeslissing	termijn
DBB Zizi Coin Coin	1 affiche	Maakt allusie op leefwereld van kinderen (woorden+eend). Niet duidelijk dat het om alcoholhoudende drank gaat. In strijd met convenant	Geen opmerkingen (educatieve slogan+alcoholgehalte weergegeven. Niet in strijd met convenant)	<7w
ALKEN MAES Grimbergen	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Adverteerder heeft fout rechtgezet, daarom: Geen opmerkingen	<3w
LA LIBRE BELGIQUE Wijn bij Delhaize	1 advertentie	Heeft dit artikel een redactioneel of publicitair karakter	Aanbeveling voor toekomst (art. 23,5° WHPC)	<13w
LA LIBRE BELGIQUE Wijn	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Adverteerder bevestigt slogan te zullen vermelden bij volgende inlassing, daarom: Geen opmerkingen	<3w
FOURCROY Tio Pepe	1 advertentie	Educatieve slogan heeft niet vereiste grootte	Geen opmerkingen (2,5mm voor halve pagina, voldoende grootte)	<3w
LA LIBRE BELGIQUE Wijn	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Aanbeveling voor de toekomst (convenant+art. 78 WHPC)	<2w
VINS DE BORDEAUX Wijn	1 advertentie	Educatieve slogan staat niet horizontaal en heeft niet vereiste lettergrootte.	Aanbeveling (convenant)	<2w
RECTO RECTO	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Geen opmerkingen (geen verkoop van wijnen, enkel publicatie van oordelen over wijnen)	<4w
TOTAAL	8		Geen opmerkingen:5 Aanbeveling :3	gemidd 4,5w

3. De initiatieven van de Jury

Ter herinnering : na de verspreiding van een reclameboodschap waarvan de Jury kennis genomen heeft en die naar haar mening een onderzoek vereist, kan de Jury beslissen op eigen initiatief een onderzoek in te stellen (artikel 7.3. van het reglement).

De Jury heeft op eigen initiatief 7 reclameboodschappen onderzocht:

Adverteerder	Medium	Reden initiatief	Jurybeslissing	termijn
INBEV BELGIUM Jupiler Blue	1 advertentie	Conformiteit met convenant?	Geen opmerkingen (niet strijdig met art. 3.1 Convenant)	<4w
LAURENT PERRIER Champagne	2 advertenties	Educatieve slogan ontbreekt	Schorsingsaanbeveling aan de media	<4w
DELHAIZE Wijnactie	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Aanbeveling voor toekomst	<1w
MOET HENNESSY BELUX Dom Ruinart Champagne	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Aanbeveling voor toekomst	<3w
MOET HENNESSY BELUX Moët&Chandon Champagne	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Aanbeveling voor toekomst	<2w
GAZET VAN ANTWERPEN Wijn Brabo Anvers	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Aanbeveling voor de toekomst	<4w
TOTAAL	7		Geen opmerkingen:1 Aanbeveling:4 Schorsingsaanbeveling:2	Gemidd 3w

Samenvattende tabellen:

In totaal werden 17 reclameboodschappen inzake alcoholhoudende dranken onderzocht:

Verdeling:

Vragen om voorafgaandelijk onderzoek	Klachten	Initiatieven van de Jury	Totaal
2	8	7	17
12%	47%	41%	100%

Beslissingen

Geen opmerkingen	Aanbeveling	Schorsingsaanbeveling aan de media	Totaal
7	8	2	17
41%	47%	12%	100%

- 8 van de 10 aanbevelingen (schorsingsaanbevelingen inclusief) hadden betrekking op de vermelding van de educatieve slogan.
- 1 aanbeveling was gebaseerd op art. 3.3 en 11 van het convenant alsook art. 2 IKK code en de aanbevelingen van de JEP inzake de afbeelding van de mens.
- 1 aanbeveling was gebaseerd op art. 23,5° WHPC.

Gemiddelde duurtijd voor behandeling

Vragen om voorafgaandelijk onderzoek	Klachten	Initiatieven van de Jury
3w	4,5w	3w

Besluit : De adverteerders/reclamebureaus hebben op vrijwillige wijze de aanbevelingen van de Jury nageleefd. Voor 2 advertenties heeft de Jury een schorsingsaanbeveling aan de media gericht teneinde er zich van te verzekeren dat deze niet meer zonder educatieve slogan zouden verschijnen.