

Rapport d'évaluation 2006 :

Evaluation de l'application par le JEP de la convention en matière de conduite et de publicité des boissons contenant de l'alcool

Pour rappel :

Le 12 mai 2005, le Conseil de la Publicité / JEP, les fédérations des producteurs, des distributeurs de boissons contenant de l'alcool et les organisations de consommateurs ont, en présence du Ministre de la Santé Publique, signé une Convention qui règlemente la consommation et la publicité pour l'alcool. Le Ministre de la Santé Publique a annoncé qu'il souhaite conférer un cadre légal à cette convention en modifiant la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits.

Cette Convention confère au Jury d'Ethique Publicitaire (JEP) le statut officiel d'organe de contrôle de ses dispositions (article 12). Dans le cadre de cette Convention, le JEP est compétent pour traiter les publicités diffusées tant dans les mass medias (above) qu'en – dehors (below).

Sur la base de l'article 14 de la Convention, le JEP a établi le présent rapport décrivant ses activités dans le cadre de la Convention durant l'année calendrier 2006 (concernant ses activités relatives à l'année calendrier 2005, le JEP renvoie à son rapport d'évaluation 2005).

1. Les demandes d'examen préalable

Pour rappel, le JEP peut être saisi, avant la diffusion d'un message publicitaire, d'une demande d'examen préalable, à l'initiative d'un annonceur, d'une agence de publicité ou d'un medium publicitaire (article 7.1. du règlement du JEP).

Les messages publicitaires examinés sur la base de demandes d'examen préalable étant confidentiels, le présent rapport ne désignera pas l'origine des messages publicitaires en question.

Le JEP a reçu 2 demandes d'examen préalable concernant des messages publicitaires en matière de boissons contenant de l'alcool:

Medium	Décision du Jury	Délai
1 script(TV)	Recommandation: - art. 3.3 et 11 Convention - Art. 2 code ICC - Recommandations JEP en matière de représentation de la personne (2,3,4,5)	<4 semaines
1 CD cover	Pas de remarques	<2 semaines
Total: 2	Pas de remarques: 1 Recommandation : 1	Moyenne 3 s

2. Les plaintes

Pour rappel : le Jury peut être saisi, après diffusion d'un message publicitaire, d'une plainte à l'initiative de toute personne physique ou morale intéressée qui ne poursuit pas de but commercial : consommateur, organisation de consommateurs, association socio-culturelle, membre ou représentant d'une instance officielle ou d'un pouvoir public (article 7.2. du règlement).

Le Jury peut également prendre lui-même l'initiative d'ouvrir un dossier. Vous trouverez les chiffres y relatifs sous le titre suivant (p3).

Le JEP a examiné 8 messages publicitaires sur base de plaintes :

Annonceur	Media	Plainte	Décision du Jury	Délai
DBB Zizi Coin Coin	1 affiche	Utilise des allusions au monde de l'enfance (mots et canard). Pas du tout évident que cette boisson contient de l'alcool. Contraire à la Convention	Pas de remarques (slogan éducatif+ teneur en alcool mentionnés. Pas contraire à la Convention)	<7s
ALKEN MAES Grimbergen	1 annonce	Slogan éducatif manque	Annonceur a rectifié erreur, donc : Pas de remarques	<3s
LA LIBRE BELGIQUE Vin chez Delhaize	1 annonce	Cet article a-t-il un caractère rédactionnel ou publicitaire ?	Recommandation pour le futur (art. 23,5° LPC)	<13s
LA LIBRE BELGIQUE Vin	1 annonce	Slogan éducatif manque	Annonceur confirme que lors d'une prochaine insertion, le slogan sera intégré, donc : Pas de remarques	<3s
FOURCROY Tio Pepe	1 annonce	Le slogan éducatif n'a pas la taille requise	Pas de remarques (2,5mm pour demi-page, dimension exigée)	<3s
LA LIBRE BELGIQUE Vin	1 annonce	Slogan éducatif manque	Recommandation pour le futur (convention+art. 78 LPC)	<2s
VINS DE BORDEAUX Vin	1 annonce	L'endroit et la taille des caractères du slogan ne sont pas conformes.	Recommandation (convention)	<2s
RECTO RECTO	1 annonce	Slogan éducatif manque	Pas de remarques (Pas de vente de vins, seuls des avis sur les vins sont publiés)	<4s
TOTAL	8		Pas de remarques:5 Recommandation :3	Moyenne 4,5s

3. Les initiatives du Jury

Pour rappel : le Jury peut se saisir d'initiative, après sa diffusion, d'un message publicitaire dont il aurait eu connaissance et qui serait de nature à devoir faire l'objet d'un examen par le Jury (article 7.3. du règlement).

Le Jury a examiné d'initiative 7 messages publicitaires:

Annonceur	Media	Raison de l'initiative	Décision du Jury	Délai
INBEV BELGIUM Jupiler Blue	1 annonce	Conformité avec la Convention ?	Pas de remarques (pas contraire à l'art. 3.1 de la Convention)	<4s
LAURENT PERRIER Champagne	2 annonces	Slogan éducatif manque	Recommandation de suspension aux media	<4s
DELHAIZE Action vin	1 annonce	Slogan éducatif manque	Recommandation pour le futur	<1s
MOËT HENNESSY BELUX Dom Ruinart Champagne	1 annonce	Slogan éducatif manque	Recommandation pour le futur	<3s
MOËT HENNESSY BELUX Moët&Chandon Champagne	1 annonce	Slogan éducatif manque	Recommandation pour le futur	<2s
GAZET VAN ANTWERPEN Vin Brabo Anvers	1 annonce	Slogan éducatif manque	Recommandation pour le futur	<4s
TOTAL	7		Pas de remarques:1 Recommandation:4 Recommandation de suspension:2	Moyenne 3s

Tableaux récapitulatifs

Au total, 17 messages publicitaires en matière des boissons contenant de l'alcool ont été examinés :

Catégories :

Demandes d'examen préalable	Plaintes	Initiatives du Jury	Total
2	8	7	17
12%	47%	41%	100%

Décisions:

Pas de remarques	Recommandation	Recommandation de suspension aux media	Total
7	8	2	17
41%	47%	12%	100%

- 8 sur 10 recommandations (en ce compris les recommandations de suspension aux media) concernaient la mention du slogan éducatif.
- 1 recommandation était basée sur les articles 3.3 et 11 de la Convention ainsi que sur l'art. 2 du Code ICC et sur les recommandations du JEP en matière de représentation de la personne.
- 1 recommandation était basée sur l'art. 23,5°LPC.

Délai moyen de traitement

Demandes d'examen préalable	Plaintes	Initiatives du Jury
3 s	4,5 s	3 s

Conclusion: Les annonceurs / agences de publicité ont respecté les recommandations du Jury sur une base volontaire. Dans 2 cas, le Jury a adressé aux medias une recommandation de suspension afin de s'assurer que les 2 annonces en question n'apparaissent plus sans slogan éducatif.