

**Verslag :**  
**Evaluatie van de toepassing door de JEP van de reclamecode voor voedingsmiddelen**  
**tijdens het jaar 2006**

Ter herinnering :

De Federatie van de Voedingsindustrie (FEVIA) en de Unie der Belgische Adverteerders (UBA) gingen reeds in 2004 van start met de werkzaamheden voor de opstelling van een reclamecode voor voedingsmiddelen. Deze code werd opgesteld rekening houdend met het ICC Framework for responsible food and beverage communications (Internationale Kamer van Koophandel) en bevat specifieke bepalingen ter bescherming van kinderen en/of jongeren. Op basis van haar ervaring en expertise inzake de toepassing van zelfregulerende codes heeft de Jury suggesties en bemerkingsen meegedeeld die door FEVIA geaccepteerd werden, waarna de Raad voor de Reclame deze code goedgekeurd heeft.

Op 23 maart 2005 hebben de vertegenwoordigers van de Federatie van de Voedingsindustrie (FEVIA), de Unie der Belgische Adverteerders (UBA), de Association of Communication Companies (ACC) en van de JEP, deze nieuwe reclamecode voor Voedingsmiddelen toegelicht aan de producenten en hun communicatiebureaus, dit teneinde de sector alvast te sensibiliseren omtrent deze nieuwe zelfdisciplinaire regels. Deze reclamecode werd vervolgens van kracht op 1 mei 2005 en de controle op de naleving van deze reclamecode werd toevertrouwd aan de JEP.

Deze code kan geraadpleegd worden op de volgende websites:

[www.fevia.be](http://www.fevia.be)  
[www.jepbelgium.be](http://www.jepbelgium.be)

Definities:

- «reclame » : *elke mededeling, die wordt verspreid met de rechtstreekse of onrechtstreekse bedoeling de verkoop te bevorderen, ongeacht de plaats of het gebruikte communicatiemedium*

- « voedingsmiddel » : *alle stoffen en producten, verwerkt, gedeeltelijk verwerkt of onverwerkt, die bestemd zijn om door de mens te worden geconsumeerd. Dit begrip omvat tevens drank en kauwgom.*

Gelet op de definitie van voedingsmiddelen (inclusief dranken) zal huidig verslag een onderscheid maken tussen 3 categoriën:

- Voeding (exclusief dranken)
- Niet alcoholhoudende dranken
- Alcoholhoudende dranken.

- « termijn » : de duurtijd voor de behandeling van een dossier door de JEP wordt gerekend als volgt: vanaf de dag van ontvangst van een klacht/ontwerp van reclame tot bevestiging van de adverteerder dat hij een positief gevolg zal verlenen aan de beslissing van de Jury.

Toepassingsgebied van de code

De code is van toepassing op alle specifiek voor België bedoelde reclame voor voedingsmiddelen die in de detailhandel kunnen gekocht worden en direct voor de consument bestemd zijn. De code is ook van toepassing voor alle horecazaken die hun voedingsmiddelen op nationaal niveau vermarkten.

## 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 vragen om voorafgaandelijk onderzoek, zal het huidige verslag niet verwijzen naar de oorsprong van de betreffende reclameboodschappen.

Er werden 26 reclameboodschappen onderzocht (15 dossiers):

-21 reclameboodschappen inzake voeding

-3 reclameboodschappen inzake niet alcoholhoudende dranken

-2 reclameboodschappen inzake alcoholhoudende dranken

	Medium	Jurybeslissing	Termijn
VOEDING	8 affiches	Geen opmerkingen	<2 weken
	1 story board	Geen opmerkingen	<2 weken
	1 story board	Aanbeveling: - art. 2 en 4 Fevia code - K.B 17 april 1980 - K.B. 8 januari 1992 - K.B. 3 maart 1992	<1 week
	4 advertenties	Aanbeveling: - art. 2 en 4 Fevia code - K.B 17 april 1980 - K.B. 8 januari 1992 - K.B. 3 maart 1992	<1 week
	2 storyboards	Aanbeveling - art. 3 Fevia code - Art.13 code voor reclame en sponsoring op radio en TV(VI. Gemeenschap) - Contrat de gestion RTBF (7b) - Art. 2+4 IKK code - Aanbevelingen JEP inzake afbeelding vd mens (2,3,4,5)	<6 weken
	3 storyboards	Aanbeveling - art. 1,2 en 4 IKK code - Art.13 code voor reclame en sponsoring op radio en TV(VI. Gemeenschap) - Contrat de gestion RTBF (7b) - Aanbevelingen JEP inzake afbeelding vd mens (2,3,4)	<6 weken
	2 radiospots	Geen opmerkingen	<2 weken
NIET ALCOHOL-HOUDENDE DRANKEN	3 TV spots	Geen opmerkingen	<1 week
ALCOHOL-HOUDENDE DRANKEN	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	26	Geen opmerkingen: 15 Aanbeveling: 11	Gemidd 2,5 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 5).

De JEP heeft ingevolge klachten 21 reclameboodschappen onderzocht (20 dossiers) :

- 12 reclameboodschappen inzake voeding
- 1 reclameboodschap inzake niet-alcoholhoudende dranken
- 8 reclameboodschappen inzake alcoholhoudende dranken.

VOEDING	Media	Klacht	Jury beslissing	termijn
SARA LEE Douwe Egberts	1 TV spot	Geweld tegen dieren. Onaanvaardbaar.	Geen opmerkingen (niet in strijd met wet op bescherming en welzijn van dieren. Humor.)	<1w
LU GENERAL BISCUITS Prince Start	2 radiospots	Deze reclame prijst koeken aan als volwaardig alternatief voor boterhammen en gooit goede leef en eetgewoonten overboord...	Geen opmerkingen (rechtvaardigingsstukken mbt vergelijkbare voedingswaarde, niet in strijd met art. 3 of 4 van de Fevia code)	< 2 w
ROGER& ROGER Crocky	1 bioscoop	Geweld. Onaanvaardbaar	Advies van voorbehoud (bekommernis om perceptie van kinderen geteld op realiteitsgehalte, slechte smaak)	<3w
UNILEVER BELGIUM Bertolli	1 Tv spot	Misleiding	Aanbeveling (leesbaarheid vermelding verbeteren+aandacht gevestigd op art. 57+59 WHPC)	<3w
MASTERFOOD Twix	1 affiche	De magere hand staat model voor de hongerige, die een autochtone arme, een allochtone arme/asielzoeker maar ook een arme in het buitenland kan zijn. Deze reclame versterkt het egoïsme.	Geen opmerkingen (duidelijke knipoog, geen aantasting menselijke waardigheid, geen versterking egoïsme)	<3w
MASTERFOOD Celebration	1 TV spot	Op het einde van de spot zegt men "Hollander". Discriminatie.	Buiten bevoegdheid (enkel in Nederland uitgezonden, klacht overgemaakt aan Reclamecode Commissie)	<2w
MASTERFOOD Balisto	1 affiche	Slogan "Natuurlijk lekker" is dubbelzinnig en misleidend. Product bevat vet, suiker en chocola.	Geen opmerkingen (kenmerken van het product werden duidelijk en correct weergegeven, ingrediënten zijn afgebeeld)	<2w
VLAM Meesterlyck kwaliteitslabel	2 TV spots (werkrelaties)	Onaanvaardbaar. Negatieve benadering van menselijke relaties ten voordele van charcuterie.	Geen opmerkingen (duidelijke humor en karikatuur)	<2w
VLAM Meesterlyck kwaliteitslabel	1 TV spot (zwangere vrouw)	Onaanvaardbaar. Negatieve benadering van menselijke relaties ten voordele van charcuterie.	Advies van voorbehoud (familiale waarden, slechte smaak)	<2w
OXFAM FAIRTRADE Olijfolie	1 advertentie	Beledigend voor katholieke geloof	Geen opmerkingen (niet van aard katholieke godsdienst ten gronde te kwetsen of godsdienstige overtuigingen in diskrediet te brengen)	<1w
TOTAAL	12		Geen opmerkingen:8 Aanbeveling:1 Advies van voorbehoud:2 Buiten bevoegdheid: 1	gemidd 2w

<b>NIET ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN</b>	<b>Media</b>	<b>Klacht</b>	<b>Jurybeslissing</b>	<b>termijn</b>
JET IMPORT Red Bull	Bioscoop TV	Milieuonvriendelijk gedrag	Aanbeveling voor toekomst + aanbeveling tot verplichte voorlegging volgende campagne	<7 w
<b>TOTAAL</b>	<b>1</b>		<b>Aanbeveling :1</b>	<b>&lt;7w</b>

<b>ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN</b>	<b>Media</b>	<b>Klacht</b>	<b>Jurybeslissing</b>	<b>termijn</b>
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	Actie beëindigd, 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
<b>TOTAAL</b>	<b>8</b>		<b>Geen opmerkingen:5 Aanbeveling :3</b>	<b>Gemidd 4,5w</b>

### 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 8 reclameboodschappen onderzocht (8 dossiers):

- 1 reclameboodschap inzake voeding
- 7 reclameboodschappen inzake alcoholhoudende dranken

	Medium	Reden initiatief	Jurybeslissing	termijn
<b>VOEDING</b>				
VLAM Meesterlyck kwaliteitslabel	1 TV spot (achtergelaten kind)	Conformiteit met codes?	Aanbeveling (sociale verantwoordelijkheid, vertrouwen van het publiek: art.1, al 2-3 en art. 14 IKK code, regels inzake humor)	<1w
<b>ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN</b>				
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 HENNESY BELUX Dom Ruinart Champagne	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt	Aanbeveling voor toekomst	<3w
MOET HENNESY 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
<b>TOTAAL</b>	1 voeding 7 alcohol		Geen opmerkingen:1 Aanbeveling:5 Schorsingsaanbeveling:2	Gemidd 3w

## Samenvattende tabellen:

In totaal werden 55 reclameboodschappen onderzocht:

### Verdeling:

	Vragen om voorafgaandelijk onderzoek	Klachten	Initiatieven van de Jury	Totaal
<b>Voeding</b>	21	12	1	34
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	3	1	0	4
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	2	8	7	17
<b>TOTAAL</b>	26	21	8	<b>55</b>
<b>%</b>	47,5%	38%	14,5%	<b>100%</b>

### Beslissingen:

	Geen opmerkingen	Advies van voorbehoud	Aanbeveling	Schorsingsaanbeveling aan de media	Buiten bevoegdheid	Totaal
<b>Voeding</b>	19	2	12	0	1	34
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	3	0	1	0	0	4
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	7	0	8	2	0	17
<b>TOTAAL</b>	29	2	21	2	1	<b>55</b>
<b>%</b>	53%	3,5%	38%	3,5%	2%	<b>100%</b>

- 7 van de 12 aanbevelingen inzake voeding waren in hoofdorde gebaseerd op de reclamecode inzake voedingsmiddelen. De artikels die voornamelijk in aanmerking kwamen waren de volgende: art. 2,3 en 4. Bijkomend werd tevens verwezen naar wetgeving en/of andere codes of regels.
- de aanbevelingen inzake alcoholhoudende dranken waren in hoofdorde gebaseerd op het Convenant inzake gedrag en reclame mbt alcoholhoudende dranken.

**Besluit :** In 21 gevallen hebben de adverteerders/reclamebureaus op vrijwillige wijze de aanbevelingen van de Jury nageleefd. In 2 gevallen (alcohol), zijnde 3,5% diende de Jury over te gaan tot de toepassing van art. 16 van haar reglement (schorsingsaanbeveling aan de media) .

Gemiddelde duurtijd voor behandeling

Vragen om voorafgaandelijk onderzoek	2,5 weken
Klachten: - voeding	2 weken
- niet alcoholhoudende dranken	7 weken
- alcoholhoudende dranken	4,5 weken
Initiatieven van de Jury	3 weken