

Evaluatieverslag 2007

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 2007. (voor haar activiteiten tijdens het jaar 2005 en 2006, verwijst de JEP naar evaluatieverslagen 2005 en 2006.)

De tekst van het Convenant kan geraadpleegd worden op www.jep.be

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 5 vragen om voorafgaandelijk onderzoek ontvangen betreffende reclameboodschappen voor alcoholhoudende dranken:

Medium	Jurybeslissing	Termijn
1 placemat	Geen opmerkingen, maar suggestie om toch educatieve slogan te vermelden (hoewel niet verplicht overeenkomstig convenant)	<1 week
4 affiches	Geen opmerkingen	<1 week
Totaal: 5	Geen opmerkingen: 5	Gemidd 1 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 18 reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten:

Adverteerder	Media	Klacht	Jurybeslissing	Termijn
PERNOD RICARD BELGIUM Havana club	1 website 1 affiche	In strijd met convenant, vermeldt niet dat het om publicitaire actie gaat en manipuleert de consument.	Geen opmerkingen	<3w
BACARDI MARTINI BELGIUM Mateus Rosé	1 publicitaire actie	In strijd met convenant: stalen werden uitgedeeld aan minderjarigen.	Aanbeveling voor toekomst: Art. 4.4 + 5.1 convenant	<2w
JOHN MARTIN Timms	1 affiche	Conformiteit met convenant.	Geen opmerkingen	<1w
JOHN MARTIN Timms	2 affiches	Reclame legt verband tussen bier en seks en is gericht naar jongeren.	Aanbeveling: art. 3.1 convenant	<2w
ETN. P. BRUGGEMAN NV Peterman	1 affiche	Verwijzing naar leefwereld van minderjarigen.	Geen opmerkingen	<5w vakantie periode
ETN. P. BRUGGEMAN NV Finest Gordon Beer	1 affiche	Conformiteit met convenant.	Geen opmerkingen	<8w vakantie periode
INBEV Hoegaarden Rosée	8 affiches/ advertenties	Deze reclame is seksistisch.	Geen opmerkingen	<2w
BROUWERIJ VAN HONSEBROUCK Kasteelbier	1 TV spot	Deze reclame is vernederend voor vrouwen.	Geen opmerkingen	<2w
FOURCROY Bernard Massart	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt.	Aanbeveling: art.11 convenant	<2w
TOTAAL	18		Geen opmerkingen:14 Aanbeveling :4	Gemidd 2,5w

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 5 reclameboodschappen onderzocht:

Adverteerder	Medium	Reden initiatief	Jurybeslissing	Termijn
BROUWERIJEN ALKEN MAES Grimbergen	3 affiches	Educatieve slogan ontbreekt.	Aanbeveling: art. 11 convenant	<1w
LA LIBRE BELGIQUE Sancerre	1 advertentie	Educatieve slogan ontbreekt.	Aanbeveling:: art. 11 convenant	<2w
ETN. P. BRUGGEMAN NV Peterman	1 affiche	Verwijzing naar beelden die behoren tot de cultuur van minderjarigen.	Geen opmerkingen	<5w vakantieperiode
TOTAAL	5		Geen opmerkingen:1 Aanbeveling:4	Gemidd 2w

Opmerking:

Op initiatief van de Jury werd ook een reclameboodschap onderzocht uitgaande van de NMBS. Deze reclameboodschap toonde een glas bier met als tekst: *Schoolabonnement en Campuskaart: 50% goedkoper. Neem de trein en een pintje meer*".

De Jury oordeelde dat deze boodschap van aard is om gepercipieerd te worden als het promoten van alcoholconsumptie bij jongeren en adolescenten (schoolabonnement en Campuskaart) en derhalve strijdig is met het convenant inzake gedrag en reclame mbt alcoholhoudende dranken dat tevens van toepassing is op mededelingen die "onrechtstreeks" de verkoop van alcoholhoudende dranken bevorderen.

De Jury oordeelde tevens dat deze reclame niet getuigt van een behoorlijk maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef en van aard is om afbreuk te doen aan een positieve levensstijl, hetgeen strijdig is met art. 1 en 18 van code van Internationale Kamer van Koophandel.

De adverteerder bevestigde dat deze visual terug getrokken werd.

Aangezien het om een onrechtstreekse reclame voor alcoholhoudende dranken gaat, werd dit dossier niet meegeteld in de statistieken weergegeven in dit evaluatieverslag.

Samenvattende tabellen:

In totaal werden 28 reclameboodschappen inzake alcoholhoudende dranken onderzocht:

Verdeling:

Vragen om voorafgaandelijk onderzoek	Klachten	Initiatieven van de Jury	Totaal
5	18	5	28
18%	64%	18%	100%

Beslissingen

Geen opmerkingen	Aanbeveling	Schorsingsaanbeveling aan de media	Totaal
20	8	-	28
71,5%	28,5%	-	100%

- In de overgrote meerderheid van de gevallen heeft de Jury geen opmerkingen moeten formuleren (m.n. in 20 van 28 gevallen, zijnde in 71,5%)
- De aanbeveling (8) waren allen gebaseerd op het Convenant inzake gedrag en reclame mbt alcoholhoudende dranken:
 - 5 aanbevelingen waren gebaseerd op art. 11 van het Convenant (niet-vermelden educatieve slogan)
 - 2 aanbevelingen waren gebaseerd op art. 3.1 van het Convenant (reclame mag niet aanzetten tot onverantwoordelijke, overmatige of onwettige consumptie, noch dit aanmoedigen)
 - 1 aanbeveling was gebaseerd op art.4.4 en 5.1 van het Convenant (verbod om aan minderjarigen alcoholhoudende dranken te verdelen + verbod om aan te zetten tot de aankoop van alcoholhoudende dranken door te profiteren van hun gebrek aan informatie, hun onervarenheid of hun goedgelovigheid)

Gemiddelde duurtijd voor behandeling

Vragen om voorafgaandelijk onderzoek	Klachten	Initiatieven van de Jury
1w	2,5w	2w

Besluit : In 100% van de gevallen hebben de adverteerders/reclamebureaus op vrijwillige wijze de aanbevelingen van de Jury nageleefd. In geen enkel geval diende de Jury over te gaan tot de toepassing van art. 16 van haar reglement (schorsingsaanbeveling aan de media) .