

**Verslag:**  
**Evaluatie van de toepassing door de JEP van de reclamecode voor**  
**voedingsmiddelen tijdens het jaar 2017**

**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 bemerkingen 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.

Voor elk volledig kalenderjaar maakt de JEP een evaluatieverslag op. De evaluatieverslagen van de voorgaande jaren (2006 - 2016) kunnen geraadpleegd worden op de website [www.jep.be](http://www.jep.be) (rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”).

De code kan geraadpleegd worden op de volgende websites: [www.fevia.be](http://www.fevia.be) en [www.jep.be](http://www.jep.be).

**De JEP**

De Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame werd opgericht in 1974 door de Raad voor de Reclame vzw en is het zelfregulerend orgaan van de reclamesector in België met als taak te waken over het correcte en eerlijke karakter van de reclameboodschappen ten aanzien van het publiek.

De JEP is bevoegd voor het onderzoek van reclame-inhouden die verspreid worden via de volgende media en dragers:

- televisie,
- bioscoop,
- radio,
- geschreven pers (met inbegrip van, maar zonder dat deze lijst exhaustief is, dagbladen, gratis regionale pers, magazines en tijdschriften),
- affichage (met inbegrip van, maar zonder dat deze lijst exhaustief is, reclameaffiches aangebracht in openbare of vrij toegankelijke plaatsen, reclameaffiches aangebracht op en in voertuigen of alle soorten openbaar vervoer, en reclamespandoeken aangebracht aan gevels van gebouwen),

- folders en brochures,
- geadresseerde en/of gepersonaliseerde reclame (ongeacht de gebruikte drager),
- digitale media (met inbegrip van, maar zonder dat deze lijst exhaustief is, eigen websites van adverteerders, sociale netwerken, banners, pop-ups, zoekresultaten, in-app advertising, advergames),
- reclamedragers op verkooppunten zowel binnen als buiten (met inbegrip van, maar zonder dat deze lijst exhaustief is, panelen, kleine of grote affiches, slingers of spandoeken, vaste of dynamische verkoopstanden, touchscreens en interactieve terminals en raamstickers, en de winkelzakken die aan de consument ter beschikking worden gesteld door de verkooppunten).

Zij steunt haar beslissingen op:

- enerzijds de wetgeving,
- anderzijds de convenanten en de zelfdisciplinaire codes en regels die de wetgeving aanvullen.

De Jury is paritair samengesteld (1/2 reclamesector + 1/2 burgermaatschappij) en dit zowel in eerste aanleg als in hoger beroep.

De leden van de burgermaatschappij zijn bijvoorbeeld afkomstig uit de volgende milieus / sectoren:

- Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen,
- Unia (het voormalig Interfederaal Gelijkekansencentrum),
- Gezinsbond,
- Conseil de la Jeunesse de la Communauté Française,
- consumenten / burgers gekozen in samenwerking met de Koning Boudewijnstichting,
- leden uit de onderzoeks- en/of academische wereld.

De Jury in eerste aanleg zetelt éénmaal per week en indien nodig worden spoedvergaderingen georganiseerd.

De Jury in hoger beroep zetelt in principe éénmaal per maand en in elk geval in functie van de ingestelde beroepen.

## **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 categorieën:

- voedingsmiddelen (exclusief dranken),
- niet-alcoholhoudende dranken,

- alcoholhoudende dranken (waarvoor, naast de reclamecode voor voedingsmiddelen, ook het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken van toepassing is (zie tevens het specifieke evaluatieverslag beschikbaar op de website [www.jep.be](http://www.jep.be) onder rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”)).
- « termijn »: de duurtijd voor de behandeling van een dossier door de JEP wordt gerekend als volgt: vanaf de dag van de opening van het dossier tot de afsluiting van het dossier.

### **Toepassingsgebied van de code**

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

## De cijfers voor 2017

### 1. De adviesaanvragen

Adverteerders, reclamebureaus en media kunnen zowel vóór als na de verspreiding van een reclameboodschap of het gebruik van een marketingpraktijk het advies van de JEP vragen.

Sinds 1 januari 2015 hebben zij hierbij de keuze tussen een advies van de Jury zelf, dat bindend is voor de Jury in geval van eventuele latere klachten, of een qua draagwijdte beperkter advies van het Secretariaat van de JEP. Daar waar de Jury immers een voorgelegde reclame-uiting kan afkeuren of (voorwaardelijk) goedkeuren, kan het Secretariaat slechts ten indicatieve titel verwijzen naar de toepasselijke bepalingen en de eerdere relevante Juryrechtspraak. De aanvrager blijft in beide gevallen vrij om het advies al dan niet na te leven.

Wegens het vertrouwelijke karakter van dergelijke adviesaanvragen, zal het huidige verslag niet verwijzen naar de oorsprong van de betreffende reclameboodschappen.

In 2017 werden ingevolge adviesaanvragen 9 dossiers met betrekking tot voedingsmiddelen en dranken door de JEP behandeld:

- 2 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake voedingsmiddelen;
- 1 dossier met betrekking tot reclameboodschappen inzake niet-alcoholhoudende dranken;
- 6 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken.

	<b>Media</b>	<b>Advies van de JEP</b>	<b>Termijn (kalenderdagen)</b>
<b>VOEDINGS- MIDDELEN</b>	TV, internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden.	4
	Radio	Advies Jury: Afkeuring voor bepaalde spots.	5
<b>NIET- ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN</b>	Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	4
<b>ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN</b>	Internet, POS- materiaal	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	6
	Radio	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	6
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	7
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	4
	Folder	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	0 (= de dag zelf)

	Affiche	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	12 (vakantie- periode)
<b>TOTAAL</b>	<b>9</b>	<b>Goedkeuring (evt. onder voorwaarden): 8</b> <b>Afkeuring: 1</b>	<b>Gemiddeld:</b> <b>5 kalender-</b> <b>dagen</b>

## 2. De klachten

De tussenkomst van de Jury in eerste aanleg met betrekking tot een reclameboodschap kan worden ingeroepen door het indienen van een klacht op initiatief van de volgende natuurlijke of rechtspersonen voor zover deze handelen met het oog op de verdediging van de consumentenbelangen en/of het imago van reclame: consument, consumentenorganisatie, socioculturele vereniging, beroepsvereniging/-federatie, lid of vertegenwoordiger van een officiële instantie of openbare macht.

De JEP heeft in 2017 ingevolge klachten 35 dossiers met betrekking tot voedingsmiddelen en dranken onderzocht:

- 7 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake voedingsmiddelen;
- 8 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake niet-alcoholhoudende dranken;
- 20 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken.<sup>1</sup>

Onderstaande tabel bevat een beknopt overzicht van de behandeling van elk klachtendossier. De motivering van de beslissingen kan worden geraadpleegd op de website [www.jep.be](http://www.jep.be) (rubriek “Beslissingen van de JEP”) waar u een meer uitgebreid verslag van elk klachtendossier kan terugvinden (klacht(en) – standpunt adverteerder – motivering Jury). De elektronische versie van dit verslag bevat tevens hyperlinks naar de gepubliceerde beslissingen in kwestie.

<b>VOEDINGS-MIDDELEN</b>	<b>Media</b>	<b>Grondslag(en) van de klacht(en)</b>	<b>Jurybeslissing (voor de motivering zie <a href="http://www.jep.be">www.jep.be</a>)</b>	<b>Termijn</b>
<a href="#">LUNCH GARDEN</a> <a href="#">Frieten</a>	POS-materiaal	Klacht consument: Misleidende reclame.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<3,5w
<a href="#">IGLO BELGIUM</a> <a href="#">Kant-en-klaar maaltijden</a>	TV	Klachten consumenten: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1,5w
<a href="#">STEVIA PRODUCTS</a> <a href="#">Voedingsmiddelen met steviolglycosiden</a>	Internet	Klacht consument: Misleidende reclame. Claims inzake ziekte (Verordening 1169/2011). Gezondheidsclaims (Verordening 1924/2006).	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Verordening 1169/2011, Verordening 1924/2006.	<3w

<sup>1</sup> 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een alcoholhoudende drank ontvangen eind 2016 en 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een niet-alcoholhoudende drank ontvangen eind 2016 werden begin 2017 behandeld. Deze dossiers zijn dan ook opgenomen in het huidige evaluatieverslag.

<a href="#">DELHAIZE – MONDELEZ Actie Milka – Planckendael</a>	POS-materiaal	Klacht consument: Misleidende reclame.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<a href="#">LIDL Boerengehakt</a>	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<a href="#">KAAS VAN HERVE Kaas van Herve</a>	Radio	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2,5w
<a href="#">EUROKIP Wild &amp; Gevogelte</a>	Affiche	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1,5w
<b>TOTAAL voor voedingsmiddelen</b>	<b>7</b>		<b>Geen opmerkingen: 6 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 1</b>	<b>Gemiddeld in eerste aanleg: &lt;2w</b>

<b>NIET-ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN</b>	<b>Media</b>	<b>Grondslag(en) van de klacht(en)</b>	<b>Jurybeslissing (voor de motivering zie <a href="http://www.jep.be">www.jep.be</a>)</b>	<b>Termijn</b>
<a href="#">COCA-COLA Coca-Cola</a>	Internet	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<a href="#">COCA-COLA Coca-Cola</a>	TV, bioscoop	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1w
<a href="#">COCA-COLA Sprite</a>	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid (veiligheid en gezondheid).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<4w (vakantie- periode)

<a href="#">MONSTER ENERGY BELUX</a> <a href="#">Monster Energy</a>	Internet	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<4w (vakantie- periode)
<a href="#">DOUWE EGBERTS</a> <a href="#">Aluminium capsules</a>	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid (veiligheid en gezondheid).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<3w
<a href="#">JET IMPORT</a> <a href="#">Red Bull</a>	Affiche, internet	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid. Misleidende reclame. Gezondheidsclaims (Verordening 1924/2006).	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Verordening 1924/2006.	<5w
<a href="#">FRIESLANDCAMPINA</a> <a href="#">BELGIUM</a> <a href="#">CécémeI</a>	TV	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<0,5w
<a href="#">VITALAC</a> <a href="#">Chocovit</a>	Affiche	Klachten consumenten: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Advies van voorbehoud.	<1w
<b>TOTAAL voor niet- alcoholhoudende dranken</b>	<b>8</b>		<b>Geen opmerkingen: 6 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 1 Advies van voorbehoud: 1</b>	<b>Gemiddeld in eerste aanleg: &lt;2,5w</b>



<b>ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN</b>	<b>Media</b>	<b>Grondslag(en) van de klacht(en)</b>	<b>Jurybeslissing (voor de motivering zie <a href="http://www.jep.be">www.jep.be</a>)</b>	<b>Termijn</b>
<a href="#">LIQUID BRANDS</a> <a href="#">BVBA</a> <a href="#">Mega Fuel</a>	Evenement	Klacht officiële instantie: Art. 2.1, 4.1, 3.1, 4.2, 4.7 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 2.1, 4.1 Convenant.	<6w (vakantie- periode)
<a href="#">CAFE CHARLIE</a> <a href="#">BROWN</a> <a href="#">100-dagen-feestje</a>	Internet, evenement	Klacht officiële instantie: Art. 2.1, 3.1, 4.2, 4.5 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<a href="#">STAD HASSELT</a> <a href="#">Mobiële pop-up toerisme</a> <a href="#">Hasselt</a>	Promostand	Klacht officiële instantie: Art. 5.1 Convenant.	Onbevoegd.  Hoger beroep: Bevestiging beslissing in eerste aanleg: Onbevoegd.	<4w  (<7m m.i.v. beroep klager (uitstel+ vakantie- periode))
<a href="#">CAFE YSSI'S</a> <a href="#">Evenement "Schools Out</a> <a href="#">Party"</a>	Internet	Klacht officiële instantie: Art. 2.1, 4.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<4,5w
<a href="#">ETS. P. BRUGGEMAN</a> <a href="#">Smeets jenever</a>	Internet	Klachten vereniging + consument: Art. 3.2, 3.5, 6.2 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.2 Convenant.	<5,5w (vakantie- periode)
<a href="#">CAFE DE VAGE</a> <a href="#">BELOFTE</a> <a href="#">Evenement "Bunny</a> <a href="#">Sunday"</a>	Internet	Klacht officiële instantie: Art. 4.5, 11.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<a href="#">CENTAURA</a> <a href="#">Evenement "Lustrum</a> <a href="#">Madness"</a>	Internet	Klacht officiële instantie: Art. 2.2, 3.1, 11.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1,5w
<a href="#">BROUWERIJ</a> <a href="#">DUBUISSON</a> <a href="#">Bush bier</a>	Radio	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1w
<a href="#">BROUWERIJEN</a> <a href="#">ALKEN MAES</a> <a href="#">Maes</a>	Internet	Klacht consument: Art. 3.2 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.2 Convenant.	<1,5w

<a href="#">AB INBEV</a> <a href="#">Jupiler</a>	TV, internet	Klacht consument: Art. 2.1, 3.2, 4.2 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.  Hoger beroep: Bevestiging beslissing in eerste aanleg: Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1,5w  (<5m m.i.v. beroep klager (uitstel+ vakantie- periode))
<a href="#">JOHN MARTIN</a> <a href="#">Waterloo bier</a>	Internet	Klacht consument: Art. 2.1, 3.2, 4.1, 4.2, 4.5, 4.8, 6.2 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.  Hoger beroep: Gedeeltelijke hervorming beslissing in eerste aanleg: Klacht deels gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.2 Convenant.	<3w  (<5m m.i.v. beroep klager (uitstel+ vakantie- periode))
<a href="#">ILLVA SARONNO</a> <a href="#">Disaronno</a>	Affiche	Klacht officiële instantie: Art. 3.2, 3.5, 6.2, 6.4, 11.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1w
<a href="#">SELECTED WINES</a> <a href="#">Limoncello Pallini</a>	E-mailing	Klacht consument: Art. 3.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.1 Convenant.	<0,5w
<a href="#">GMM FESTIVAL</a> <a href="#">BVBA</a> <a href="#">Ad Fundum Cam op</a> <a href="#">Graspop Metal Meeting</a>	Evenement	Klacht officiële instantie: Art. 2.1, 3.1, 3.3, 3.4 Convenant.	Onbevoegd.	<7w (vakantie- periode)
<a href="#">DUVEL MOORTGAT</a> <a href="#">Duvel</a>	Evenement	Klacht officiële instantie: Art. 5.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<6w (vakantie- periode)
<a href="#">BROUWERIJEN</a> <a href="#">ALKEN MAES</a> <a href="#">Maes</a>	Dagblad	Klacht consument: Art. 2.1, 3.1, 3.3, 3.5 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<4,5w (vakantie- periode)
<a href="#">X-GIN</a> <a href="#">Gin</a>	Internet	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 4, 12 ICC Code, JEP- regels afbeelding mens.	<0,5w

<a href="#">PERNOD RICARD BELGIUM Champagne Mumm</a>	Internet	Klacht vereniging: Art. 3.2, 3.5, 9 Convenant.	Klacht ongegrond.  Beslissing tot wijziging op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant.	<1w
<a href="#">TITS LA BIERE Tits bier</a>	Internet	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond.  Beslissing tot wijziging op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant.	<1w
<a href="#">VIGNOBLE DES AGAISES Wijn Ruffus</a>	Dagblad	Klacht consument: Art. 11.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 11.1 Convenant.	<1w
<b>TOTAAL voor alcoholhoudende dranken</b>	<b>20</b>		<b>Geen opmerkingen: 10 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 8 Onbevoegdheid: 2</b>	<b>Gemiddeld in eerste aanleg: &lt;2,5w</b>

## Samenvattende tabellen

In totaal werden in 2017 44 dossiers met betrekking tot reclame voor voedingsmiddelen en dranken behandeld:

### Verdeling:

	<b>Adviesaanvragen</b>	<b>Klachten</b>	<b>Totaal</b>
<b>Voedingsmiddelen</b>	2	7	9
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	1	8	9
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	6	20	26
<b>TOTAAL</b>	9	35	<b>44</b>
<b>%</b>	20%	80%	<b>100%</b>

### Adviezen in de dossiers o.b.v. adviesaanvragen:

	<b>Advies Jury: Goedkeuring (evt. onder voorwaarden)</b>	<b>Advies Jury: Afkeuring</b>	<b>Totaal</b>
<b>Voedingsmiddelen</b>	1	1	2
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	1	/	1
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	6	/	6
<b>TOTAAL</b>	8	1	<b>9</b>
<b>%</b>	89%	11%	<b>100%</b>

Beslissingen in de dossiers o.b.v. klachten:

	<b>Geen opmerkingen</b>	<b>Beslissing tot wijziging / stopzetting</b>	<b>Advies van voorbehoud</b>	<b>Onbevoegdheid</b>	<b>Totaal</b>
<b>Voedingsmiddelen</b>	6	1	/	/	7
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	6	1	1	/	8
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	10	8	/	2	20
<b>TOTAAL</b>	22	10	1	2	<b>35</b>
<b>%</b>	63%	28%	3%	6%	<b>100%</b>

Gemiddelde duurtijd voor behandeling:

Adviesaanvragen	5 kalenderdagen
Klachten	< 2,5 weken

## **Besluit**

**In absolute termen is het totaal aantal onderzochte dossiers – d.w.z. zowel de adviesaanvragen als de reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten – stabiel gebleven: 44 dossiers in 2017 tegenover 46 dossiers in 2016, 51 dossiers in 2015 en 37 in 2014.**

**Het aantal dossiers op basis van adviesaanvragen is echter verhoudingsgewijs afgenomen – 9 dossiers in 2017 versus 12 dossiers in 2016. De Jury betreurt dit verminderde beroep op haar preventieve werking en rekt op beterschap in dit opzicht in 2018.**

**Binnen de dossiers op basis van klachten overwegen opnieuw de dossiers inzake alcoholhoudende dranken (20 van de 35 dossiers). Net zoals in 2016 is een aanzienlijk deel van deze klachten afkomstig van de overheid (9 van de 20 dossiers).<sup>2</sup>**

**Voor wat voeding en niet-alcoholhoudende dranken betreft, blijft de situatie echter relatief bekeken zeer stabiel. Zeker vermeldenswaard is dat de verhouding van het aantal beslissingen waarin de Jury geen opmerkingen diende te formuleren ten opzichte van het aantal beslissingen tot wijziging of stopzetting van de reclame in de dossiers op basis van klachten zeer positief blijft (12 van de 15 dossiers of 80%). De gevallen waarin de Jury ook daadwerkelijk een inbreuk moet vaststellen blijven voor deze productcategorieën dus overduidelijk de minderheid uitmaken.**

(Voor verslagen van voorgaande jaren: zie [www.jep.be](http://www.jep.be), rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”.)

---

<sup>2</sup> Zie voor meer informatie tevens het specifieke evaluatieverslag inzake de toepassing door de JEP van het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken, beschikbaar op de website [www.jep.be](http://www.jep.be) onder rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”.