

**Verslag:**  
**Evaluatie van de toepassing door de JEP van de reclamecode voor**  
**voedingsmiddelen tijdens het jaar 2020**

**Ter herinnering**

De Federatie van de Voedingsindustrie (FEVIA) en de Unie der Belgische Adverteerders (UBA) (nu de United Brands Association) 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 (nu het Communicatie Centrum) 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 - 2019) 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 (nu het Communicatie Centrum) 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),
- afficheage (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 en Unia,
- Gezinsbond en Conseil de la Jeunesse de la Communauté Française,
- Vias institute, Spes Forum en VEF,
- 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 2020

### 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.

Zij hebben 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 2020 werden ingevolge adviesaanvragen 29 dossiers met betrekking tot voedingsmiddelen en dranken door de JEP behandeld:

- 5 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake voedingsmiddelen;
- 2 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake niet-alcoholhoudende dranken;
- 22 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 1 dossier op basis van een adviesaanvraag met betrekking tot een voedingsmiddel ontvangen eind 2019 en 1 dossier op basis van een adviesaanvraag met betrekking tot een alcoholhoudende drank ontvangen eind 2019 werden begin 2020 behandeld. Deze dossiers zijn dan ook opgenomen in het huidige evaluatieverslag.

	<b>Media</b>	<b>Advies van de JEP</b>	<b>Termijn (kalenderdagen)</b>
<b>VOEDINGS- MIDDELEN</b>	Dagblad	Advies Jury: Afkeuring.	21
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Verordening 1924/2006).	7
	Radio, Affiche, Internet	Advies Jury: Afkeuring.	5
	Bioscoop, Internet, TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Verordening 1924/2006).	5
	Affiche, Dagblad, TV	Advies Jury: Goedkeuring.	4
<b>NIET- ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN</b>	Dagblad, Magazine, Internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 4, 5 ICC-Code, art. 4 Fevia-Code).	7
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. D1, D6 ICC-Code).	9
<b>ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN</b>	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	18
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	0 (= de dag zelf)
	TV, Internet, Ander reclame-materiaal	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 2.1, 3.1, 4.1, 11 Convenant).	8
	Radio	Advies Jury: Goedkeuring.	8
	Radio	Advies Jury: Afkeuring.	7
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	2
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 2.1, 4.1, 11 Convenant).	7
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 2.1, 4.1, 11 Convenant).	2
	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 2.1, 4.1, 11 Convenant).	4
	Radio	Advies Jury: Goedkeuring.	2
	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	3
	TV, Internet	Advies Jury: Afkeuring.	4
	TV	Advies Jury: Afkeuring.	11
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	5
TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	1	

	Ander reclame- materiaal	Advies Jury: Goedkeuring.	13
	Affiche	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	1
	Ander reclame- materiaal	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	4
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	1
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11 Convenant).	6
	Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	6
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	4
<b>TOTAAL</b>	<b>29</b>	<b>Goedkeuring (evt. onder voorwaarden): 24</b> <b>Afkeuring: 5</b>	<b>Gemiddeld:</b> <b>6 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 2020 ingevolge klachten 19 dossiers met betrekking tot voedingsmiddelen en dranken onderzocht:

- 8 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake voedingsmiddelen;
- 6 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake niet-alcoholhoudende dranken;
- 5 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken.<sup>2</sup>

Onderstaande tabellen 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”) 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.

---

<sup>2</sup> 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een voedingsmiddel ontvangen eind 2019 en 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een niet-alcoholhoudende drank ontvangen eind 2019 werden begin 2020 behandeld. Deze dossiers zijn dan ook opgenomen in het huidige evaluatieverslag.

2 dossiers op basis van een klacht met betrekking tot een voedingsmiddel ontvangen eind 2020 en 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een alcoholhoudende drank ontvangen eind 2020 werden begin 2021 behandeld. Deze dossiers zullen dan ook worden opgenomen in het volgende evaluatieverslag.

<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="#">LIDL</a> <a href="#">Feestproducten</a>	Radio	Klachten consumenten: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klachten gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 1, al. 1 + 2, al. 3 ICC- Code.	<3,5w
<a href="#">COME A CASA</a> <a href="#">Kant-en-klaar maaltijden</a>	TV	Klacht consument: Afbeelding van de mens / menselijke waardigheid. Fatsoen / goede smaak.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<a href="#">CANDIA – BEONWEB</a> <a href="#">Candia – Baby.be</a>	Internet	Klacht consument: Herkenbaarheid reclame.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 7 ICC-Code.	<2,5w
<a href="#">ALDI</a> <a href="#">Côte d’Or Bouchée</a>	POS-materiaal	Klacht consument: Misleidende reclame.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 4, 5 ICC-Code.	<1,5w
<a href="#">EG – LOTUS</a> <a href="#">BAKERIES – WOULD</a> <a href="#">BE CHEF</a> <a href="#">Curcufen – Nakd</a>	Internet	Klacht consument: Herkenbaarheid reclame.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 7 ICC-Code. Aanbevelingen inzake online influencers.	<5,5w
<a href="#">KRUIDVAT</a> <a href="#">Voedingssupplementen</a>	TV	Klacht consument: Misleidende reclame. Gezondheidsclaims (Verordening 1924/2006).	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Verordening 1924/2006.	<6,5w (m.i.v. bijkomend onderzoek)
<a href="#">ALDI</a> <a href="#">Vlees</a>	Folder	Klacht consument: Wettelijkheid. Misleidende reclame.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<5w
<a href="#">DELHAIZE</a> <a href="#">Varkenshaasje</a>	Folder	Klacht consument: Misleidende reclame.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<5w
<b>TOTAAL voor voedingsmiddelen</b>	<b>8</b>		<b>Geen opmerkingen: 3 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 5</b>	<b>Gemiddeld in eerste aanleg: &lt;4w</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</a> <a href="#">Coca-Cola</a>	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<3w
<a href="#">DOUWE EGBERTS</a> <a href="#">Koffie</a>	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1w
<a href="#">VIVA SARA - DPG</a> <a href="#">MEDIA</a> <a href="#">Thee</a>	Internet	Klacht consument: Herkenbaarheid reclame.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2,5w
<a href="#">SODASTREAM</a> <a href="#">SodaStream</a>	TV	Klachten consumenten: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klachten ongegrond. Geen opmerkingen.	<4,5w
<a href="#">COCA-COLA</a> <a href="#">Coca-Cola</a>	TV	Klachten consumenten: Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klachten ongegrond. Geen opmerkingen.	<2,5w
<a href="#">BROUWERIJ DE</a> <a href="#">BRABANDERE</a> <a href="#">Kwaremont 0.3</a>	Internet	Klacht consument: Wettelijkheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w
<b>TOTAAL voor niet- alcoholhoudende dranken</b>	<b>6</b>		<b>Geen opmerkingen: 6</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="#">AB INBEV Jupiler</a>	Internet (website, Facebook)	Klacht consument: Art. 3.1 Convenant. Art. 1, al. 2 + 2, al. 3 ICC- Code.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.  Expertise FOD: aanwezig.	<3w
<a href="#">MAKE YOUR OWN SPIRIT Gin</a>	Internet (Facebook)	Klacht consument: Art. 4 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 4.2, 4.6, 11.1 Convenant.  Expertise FOD: aanwezig.	<2w
<a href="#">BRASSERIE DES FAGNES Fagnes bier</a>	Internet (Facebook)	Klacht officiële instantie: Art. 11.1 Convenant. Art. 1, al. 2 + 2, al. 3 ICC- Code.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 11.1 Convenant. Art. 2, al. 3 ICC-Code.  Expertise FOD: aanwezig.	<5w (m.i.v. onderzoek extra punt)
<a href="#">BROUWERIJ VAN HONSEBROUCK Kasteel Rouge</a>	Internet (Facebook, Instagram, YouTube, website)	Klacht officiële instantie + vereniging: Art. 3.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.1, 11.1 Convenant.  Expertise FOD: aanwezig.	<8w (m.i.v. melding a/ federatie i.f.v. naleving)
<a href="#">AB INBEV Jupiler</a>	Internet (YouTube, Instagram)	Klacht officiële instantie: Herkenbaarheid reclame (Aanbevelingen inzake online influencers). (Art. 2.1, 3.1, 4.1, 4.5, 11.1, 11.2 Convenant.)	Onbevoegd (redactionele inhoud).  Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
<b>TOTAAL</b>	<b>5</b>		<b>Geen opmerkingen: 1 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 3 Onbevoegd: 1</b>	<b>Gemiddeld in eerste aanleg: &lt;4w</b>

## Samenvattende tabellen

In totaal werden in 2020 48 dossiers met betrekking tot reclame voor voedingsmiddelen en dranken behandeld:

### Verdeling:

	<b>Adviesaanvragen</b>	<b>Klachten</b>	<b>Totaal</b>
<b>Voedingsmiddelen</b>	5	8	13
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	2	6	8
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	22	5	27
<b>TOTAAL</b>	29	19	<b>48</b>
<b>%</b>	60%	40%	<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>	3	2	5
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	2	/	2
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	19	3	22
<b>TOTAAL</b>	24	5	<b>29</b>
<b>%</b>	83%	17%	<b>100%</b>

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

	<b>Geen opmerkingen</b>	<b>Beslissing tot wijziging / stopzetting</b>	<b>Onbevoegd</b>	<b>Totaal</b>
<b>Voedingsmiddelen</b>	3	5	/	8
<b>Niet-alcoholhoudende dranken</b>	6	/	/	6
<b>Alcoholhoudende dranken</b>	1	3	1	5
<b>TOTAAL</b>	10	8	1	<b>19</b>
<b>%</b>	53%	42%	5%	<b>100%</b>

Gemiddelde duurtijd voor behandeling:

Adviesaanvragen	6 kalenderdagen
Klachten	< 3,5 weken

## **Besluit**

**Zoals ongetwijfeld in alle sectoren het geval zal zijn, was 2020 ingevolge de gezondheids crisis door het coronavirus ook voor de werking van de JEP in het algemeen en ook wat meer specifiek voedings- en drankenreclame betreft een atypisch jaar.**

**Niet alleen heeft de Jury manieren moeten zoeken en gevonden om vanop afstand te werken, maar ook en vooral heeft de reclamesector zelf aanzienlijke gevolgen ondervonden van de coronamaatregelen, wat het aan de dag leggen van enige soepelheid op het vlak van de procedure wenselijk maakte. De coronacrisis ging ook gepaard met een afname van het reclamevolume, gekoppeld aan een in deze onzekere periode mogelijk andere houding ten aanzien van commerciële communicatie bij zowel adverteerders als publiek. Zowel de aantallen dossiers als de behandelingstermijnen kunnen dus moeilijk worden vergeleken met de voorgaande jaren.**

**In absolute termen is het totaal aantal onderzochte dossiers – d.w.z. zowel de adviesaanvragen als de reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten – stabiel gebleven: 48 dossiers in 2020 tegenover 46 dossiers in 2019, 46 dossiers in 2018 en 44 dossiers in 2017.**

**Het aantal klachtendossiers is echter sterk afgenomen in 2020: 19 dossiers in 2020 tegenover 35 dossiers in 2019, 33 dossiers in 2018 en 35 dossiers in 2017.**

**Hoewel deze cijfers zoals gezegd met de nodige omzichtigheid dienen te worden benaderd, valt hierbij op dat voor het derde jaar op rij, maar anders dan voorheen het geval was, binnen de dossiers op basis van klachten de dossiers inzake voedingsmiddelen en niet-alcoholhoudende dranken de meerderheid uitmaakten (14 van de 19 dossiers) en in 2020 ook de meeste negatieve beslissingen opleverden (5 van de 8 beslissingen tot wijziging/stopzetting van de reclame). Hierbij blijft de kwestie van de herkenbaarheid van online reclame een aandachtspunt.**

**Alle van deze voor de betrokken adverteerders negatief uitgevallen Jurybeslissingen werden evenwel vrijwillig door hen nageleefd, en er mag evenmin uit het oog worden verloren dat, met 9 van de 14 dossiers met betrekking tot deze productcategorieën, 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 zeer positief blijft.**

**Het aantal adviesdossiers is parallel meer dan verdubbeld, bijna verdrievoudigd – 29 dossiers in 2020 versus 11 dossiers in 2019 (en 13 dossiers in 2018). Hiermee neemt de voedings- en drankensector dit jaar 90% van het totaal aantal adviesaanvragen voor zijn rekening!**

**Hoewel dit hoge percentage vooral toe te schrijven is aan adviesaanvragen vanuit de alcoholsector, verheugt het de Jury dat in 2020 ook vanuit de andere voedings- en drankensectoren meer beroep werd gedaan op haar preventieve werking dan in de voorgaande jaren het geval was, en dat opnieuw zeer weinig reclame-ontwerpen dienden te worden afgekeurd.**

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