

Evaluatieverslag 2023:

Evaluatie van de toepassing door de JEP van het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken

Inleiding

Op 12 mei 2005, hebben de Raad voor de Reclame (nu het Communicatie Centrum)/JEP, de federaties van producenten, van de verdelers van alcoholhoudende dranken en de consumentenorganisaties, in aanwezigheid van de Minister van Volksgezondheid, voor de eerste maal een Convenant ondertekend dat de reclame voor en marketing van alcohol reglementeert.

Dit Convenant verschaft aan de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame het officieel statuut van controleorgaan van de erin vervatte bepalingen (artikel 12). In het kader van dit Convenant is de JEP bevoegd om reclameboodschappen in de massamedia (“above the line”) en daarbuiten (“below the line”) en andere marketingpraktijken te onderzoeken.

In de loop van 2012 werd de tekst van het Convenant grondig herzien tijdens besprekingen met de verschillende betrokken partijen. De nieuwe tekst werd ondertekend op 25 januari 2013 en trad drie maanden later, op 25 april 2013, in werking.

De regels in verband met de reclame voor alcoholhoudende dranken werden op de volgende punten versterkt:

- de feeststemming die bepaalde reclames kenmerkt;
- de gratis verspreiding van alcohol;
- de aanwezigheid van de educatieve slogan in de reclames;
- de bescherming van minderjarigen;
- recidief gedrag van de kant van sommige adverteerders.

Ook in 2019 werd de reclame voor alcoholhoudende dranken verder onderworpen aan strengere regels en meer preventie.

Zo moeten de leden van de Federatie van Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus voortaan een advies aanvragen bij de JEP voorafgaandelijk aan de verspreiding van elke nationale audiovisuele campagne.

In het geval van herhaalde inbreuken zal de JEP boetes kunnen opleggen die kunnen oplopen tot 10.000 euro.

Bovendien wordt voortaan een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid uitgenodigd, in de hoedanigheid van expert, op de vergaderingen van de JEP voor wat betreft de klachtendossiers met betrekking tot reclames voor alcoholhoudende dranken. De vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid is dus belast met het communiceren van zijn expertise aan de Juryleden waarna deze laatsten beraadslagen en een finale beslissing nemen.

Deze nieuwe maatregelen zijn opgenomen in een addendum bij het Convenant van 2005 en in werking getreden vanaf 2 september 2019.

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 2023. Voor haar activiteiten tijdens de voorgaande jaren 2006-2022, verwijst de JEP naar de respectievelijke evaluatieverslagen die online kunnen geraadpleegd worden op www.jep.be (rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”).

De tekst van het Convenant kan eveneens geraadpleegd worden op www.jep.be (rubriek “Codes/Regels”).

De JEP

De Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame werd opgericht in 1974 door het Communicatie Centrum vzw (de vroegere Raad voor de Reclame) 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.

Inzake reclame voor alcoholhoudende dranken is de JEP bevoegd om de inhoud van de reclameboodschappen te onderzoeken die verspreid worden zowel via de massamedia (tv, radio, bioscoop, advertenties in kranten/magazines, affichage, reclame-inhoud via internet) en via e-mailing en direct mail, als buiten de massamedia (folders, flyers, POS materiaal, ...).

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,
- Forum des Jeunes,
- Vias institute, Spes Forum en RE-EF,
- 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.

Checklist en sensibilisering

Het Communicatie Centrum heeft een checklist opgesteld die de belangrijkste te eerbiedigen regels uit het gewijzigde Convenant op samenvattende wijze weergeeft. Deze checklist werd overgemaakt aan de verschillende actoren binnen de reclamesector, in het bijzonder aan de adverteerders en reclamebureaus die reclamecampagnes ontwikkelen, dit teneinde hen te helpen om zo goed mogelijk de bepalingen van het Convenant na te leven.

De Jury en het Centrum nemen bovendien geregeld initiatieven om de sector te informeren en te sensibiliseren rond deze thematiek, bijvoorbeeld in het raam van vormingsactiviteiten of naar aanleiding van de bewustmaking rond de draagwijdte van de geldende regels in publicaties gericht aan de leden van de beroepsverenigingen die partij zijn bij het Convenant.

De cijfers voor 2023

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.

Sinds 2 september 2019 hebben de Federatie van Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus zich bovendien geëngageerd om aan hun respectievelijke leden op te leggen om systematisch het voorafgaandelijk advies van de Jury te vragen voorafgaandelijk aan de verspreiding van alle campagnes die bedoeld zijn om, op nationaal vlak, uitgezonden te worden op radio en/of tv en/of bioscoop.

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

In 2023 werden ingevolge adviesaanvragen 13 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken door de JEP behandeld.¹

	Media	Advies van de JEP	Termijn (kalenderdagen)
ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	21
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (eerlijkheid en waarachtigheid).	8
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 3.3 Convenant).	5
	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	6
	Internet, Andere (POS)	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 11.1 Convenant).	4
	Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (art. 3.1, 3.2, 3.4 en 10 Convenant).	6
	Affiche, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	4
	Internet, TV	Advies Jury: Goedkeuring.	12

¹ 1 dossier op basis van een adviesaanvraag met betrekking tot een alcoholhoudende drank ontvangen eind 2022 werd begin 2023 behandeld. Dit dossier is dan ook opgenomen in het huidige evaluatieverslag.

	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	1
	Affiche, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	4
	Affiche, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	4
	Affiche, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	4
	Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	8
TOTAAL	13	Goedkeuring (evt. onder voorwaarden): 13 Afkeuring: /	Gemiddeld: 6,7 kalender- dagen

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 2023 ingevolge klachten met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken 12 dossiers onderzocht.² In 2 van deze gevallen was de klacht afkomstig van een overheidsinstantie en in 1 geval van een socioculturele vereniging. In de overige 9 dossiers waren de klachten afkomstig van consumenten.

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 (rubriek “Beslissingen”) waar men 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.

Voor wat betreft de klachtendossiers behandeld vanaf 2 september 2019 wordt overeenkomstig het voormelde recente addendum bij het Convenant een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid uitgenodigd op de desbetreffende vergaderingen, in de hoedanigheid van expert, die belast is met het communiceren van zijn expertise aan de Juryleden waarna deze laatsten beraadslagen en een finale beslissing nemen. Hiervan wordt tevens melding gemaakt in onderstaande tabel. Deze expertise wordt schriftelijk gecommuniceerd.

ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN	Media	Grondslag(en) van de klacht(en)	Jurybeslissing (voor de motivering zie www.jep.be)	Termijn
VERA ONE Vera One Aperitif	E-mailing, Internet (website), Andere (folder)	Klacht consument: Misleidende reclame. Gezondheidsclaims.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.2, 6.2, 6.4, 11.1 Convenant; Verordening 1924/2006; Art. 4, 5 ICC-Code. Expertise FOD: aanwezig.	<5w (vakantie- periode)

² 1 dossier op basis van een klacht ontvangen eind 2022 werd begin 2023 behandeld. Dit dossier is dan ook opgenomen in het huidige evaluatieverslag.

HOUBLONDE Bier Houblonde	Andere (folder)	Klacht vereniging: Misleidende reclame. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (discriminatie / kleinering).	Klacht ongegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3w
DUVEL MOORTGAT Duvel 6,66%	TV	Klacht consument: Art. 2.1, 4.1, 4.2 Convenant.	Klacht ongegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<4,5w
DUVEL MOORTGAT Duvel 6,66%	Affiche	Klacht consument: Art. 2.1, 3.2, 4.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3,5w
CAMPARI Aperol Spritz	Affiche	Klacht consument: Art. 2.1, 3.5, 4.1 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen. Expertise FOD: aanwezig.	<3,5w
COMITE VOOR INITIATIEF BRUGGE - BROUWERIJ DE BRABANDERE Bavik Super Dagen	Internet (Facebook)	Klacht overheid: Art. 2.1, 4.1, 4.5 Convenant.	Klacht ongegrond, maar advies van voorbehoud. Expertise FOD: aanwezig.	<6w (vakantie- periode)
DUVEL MOORTGAT Duvel	Bioscoop	Klacht consument: Art. 2.1, 4.1, 11.1 Convenant.	Klacht deels gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<6,5w (vakantie- periode)
DUVEL MOORTGAT Chouffe	Bioscoop	Klacht consument: Art. 2.1, 4.1, 11.1 Convenant.	Klacht deels gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<6,5w (vakantie- periode)

PERNOD RICARD BELGIUM Absolut Vodka Tomorrowland	Internet (Spotify)	Klacht consument: Art. 2.1, 3.1, 3.2, 3.3, 3.5, 4.1, 4.3, 7, 9, 11.1 Convenant.	Klacht deels gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<5,5w (vakantie- periode)
COLRUYT Okay Nazareth Jupiler- actie	Andere (POS)	Klacht consument: Art. 2.1, 3.5, 4.1 Convenant.	Klacht deels gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.5 Convenant. + Beslissing tot wijziging / stopzetting op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3,5w
DUVEL MOORTGAT Duvel	Internet (Facebook)	Klacht overheid: Art. 3.2, 3.5 Convenant.	Klacht deels gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.5 Convenant. + Beslissing tot wijziging / stopzetting op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3,5w
MANITOR Wijn 'Noces de Canailles', bier Klaklak	Andere (etiket, POS), Internet (Instagram, Facebook)	Klacht consument: Art. 3.1, 3.2, 4.2, 6.2, 6.4 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.1, 3.2, 4.2, 6.2, 6.4 Convenant. + Beslissing tot wijziging / stopzetting op initiatief van de Jury: Art. 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3,5w
TOTAAL	12		Geen opmerkingen: 1 Advies van voorbehoud: 1 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 10	Gemiddeld in eerste aanleg: <4,5w

Samenvattende tabellen

In totaal werden in 2023 25 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken behandeld:

Verdeling:

Adviesaanvragen	Klachten	Totaal
13	12	25
52%	48%	100%

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

Advies Jury: Goedkeuring (evt. onder voorwaarden)	Advies Jury: Afkeuring	Totaal
13	/	13
100%	0%	100%

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

Geen opmerkingen	Advies van voorbehoud	Beslissing tot wijziging / stopzetting	Totaal
1	1	10	12
8,5%	8,5%	83%	100%

Gemiddelde duurtijd voor behandeling:

Adviesaanvragen	Klachten
6,7 kalenderdagen	< 4,5 weken

Besluit

In absolute termen is het totaal aantal onderzochte dossiers inzake reclame en marketing voor alcoholhoudende dranken – d.w.z. zowel de adviesaanvragen als de reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten – stabiel gebleven: 25 dossiers in 2023 tegenover 24 dossiers in 2022, 26 dossiers in 2021 en 27 dossiers in 2020.

Het aantal klachtendossiers is echter verhoudingsgewijs toegenomen ten opzichte van de onmiddellijk voorgaande jaren (12 dossiers in 2023 versus 6 dossiers in 2022, 8 dossiers in 2021 en 5 dossiers in 2020).

Hoewel de Jury bovendien betreurt dat in 10 van deze 12 klachtendossiers een beslissing tot wijziging of stopzetting van de reclame diende te worden genomen, dient hierbij tevens te worden opgemerkt dat een aanzienlijk aantal hiervan betrekking heeft op de wijze van vermelding van de educatieve slogan. Al deze beslissingen werden overigens vrijwillig nageleefd door de betrokken adverteerders.

De Jury houdt er tevens aan om de vertegenwoordigers van de FOD Volksgezondheid die ook in 2023 optraden in de hoedanigheid van expert bij de behandeling van klachtendossiers met betrekking tot het Convenant, te bedanken voor hun constructieve en vakkundige interventies, die haar toelaten om nog meer dan voorheen al het geval was het aspect volksgezondheid in rekening te brengen in haar beraadslagingen en beslissingen.

Het aantal adviesaanvragen (13) inzake alcoholreclame is licht afgenomen ten opzichte van de onmiddellijk voorgaande jaren (ter herinnering: in 2022 waren er 18 adviesdossiers en in 2021 en 2020 respectievelijk 18 en 22). De alcoholsector blijft hiermee echter bijna de helft van het totaal aantal adviesaanvragen over alle sectoren samen voor zijn rekening nemen.

Zeer positief hierbij is ook dat de Jury in geen enkel geval de voor advies voorgelegde reclame diende af te keuren.

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