

Verslag:
Evaluatie van de toepassing door de JEP van de reclamecode voor
voedingsmiddelen tijdens het jaar 2025

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 “Raad voor Reclame” genoemd) deze code goedgekeurd heeft.

Deze reclamecode werd van kracht op 1 mei 2005 en de controle op de naleving van deze reclamecode werd sindsdien toevertrouwd aan de JEP.

Voor elk volledig kalenderjaar maakt de JEP een evaluatieverslag op. De evaluatieverslagen van de voorgaande jaren (2006-2024) kunnen geraadpleegd worden op de website www.jep.be (rubriek “Extra Info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”) en maken een onderscheid 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 voormelde webpagina)).

Lancering van de Nieuwe Reclamecode voor voedingsmiddelen in 2023

Sinds 1 juni 2023 moeten alle voedingsbedrijven en handelaars op de Belgische markt bovendien rekening houden met nieuwe beperkingen in hun marketing naar kinderen. Het zelfregulerend initiatief de ‘Belgian Pledge’ is dan immers opgegaan in de Nieuwe Reclamecode voor voedingsmiddelen, met strengere criteria die van toepassing zijn ter bescherming van een ruimere groep kinderen.

De Belgian Pledge was sinds 2012 een engagement van 53 individuele bedrijven om marketing naar kinderen te beperken tot producten die voldoen aan specifieke nutritionele criteria. Die Belgian Pledge evolueerde de voorbije jaren, met onder andere strengere criteria en een uitbreiding naar sociale media en influencers.

Door de integratie van de Belgian Pledge in de Nieuwe Reclamecode voor voedingsmiddelen (1 juni 2023) zijn de regels van toepassing op alle voedingsbedrijven en handelaars die reclame maken voor hun voeding en dranken op de Belgische markt. De Nieuwe Reclamecode bevat dus zowel de algemene principes als de beperking voor marketing naar kinderen. Bij de opstelling van de code hebben Comeos, Fevia en UBA een beroep kunnen doen op de expertise van de Raad voor de Reclame vzw (toen Communicatie Centrum genoemd).

De regels rond marketing naar kinderen in de Nieuwe Reclamecode zijn niet enkel op meer bedrijven van toepassing, maar gaan op 3 vlakken nog verder dan de regels van de Belgian Pledge:

1. De leeftijdsgrens die bepaalt of bedrijven nog reclame mogen maken naar kinderen werd opgetrokken van kinderen jonger dan 12 jaar naar kinderen jonger dan 13 jaar.
2. De regels hebben betrekking op alle programma's waar het doelpubliek voor minstens 30% uit kinderen jonger dan 13 jaar bestaat.
3. Voor allerlei vleesproducten, (zoete en hartige) koekjes, cakes en graanrepen gelden er strengere criteria om alsnog aan marketing te mogen doen. Net zoals al het geval was voor frisdranken en producten op basis van suiker, waaronder chocolade, mogen bedrijven ook voor ijsjes en chips zelfs helemaal geen reclame meer maken naar kinderen.

De Nieuwe Reclamecode voor voedingsmiddelen kan geraadpleegd worden op de website van de JEP: www.jep.be (rubriek "Codes/Regels").

De JEP

De Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame werd opgericht in 1974 door de Raad voor Reclame vzw (toen Raad voor de Reclame en later ook nog Communicatie Centrum genoemd) 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-inhoud en 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 achtergrond/sectoren:

- Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen en Unia,
- Forum des Jeunes,
- Vias institute, Spes Forum, RE-EF en Stichting tegen Kanker
- 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.

De cijfers voor 2025

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 2025 werden ingevolge adviesaanvragen 14 dossiers met betrekking tot voedingsmiddelen en dranken door de JEP behandeld. Alle adviesaanvragen hadden betrekking op reclameboodschappen voor alcoholhoudende dranken.

	Media	Advies van de JEP	Termijn¹ (kalenderdagen)
ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	11
	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	8
	TV, Internet	Advies Jury: Afkeuring.	0 (dag zelf)
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	5
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	4
	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	1
	TV	Advies Jury: Afkeuring.	9
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	1
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	3
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	5

¹ De kolom "termijn" verwijst naar de doorlooptermijn nodig voor verwerking van het dossier vanaf opening dossier tot bekendmaking advies/beslissing. (NB. Vakantieperiodes of het instellen van hoger beroep tegen een beslissing kunnen ertoe leiden dat de termijn langer is dan gemiddeld).

	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	5
	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	7
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	1
	TV, Bioscoop	Advies Jury: Goedkeuring.	8
TOTAAL	14	Goedkeuring (evt. onder voorwaarden): 12 Afkering: 2	Gemiddeld: 4,9 kalenderdagen

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 2025 ingevolge klachten 44 dossiers met betrekking tot voedingsmiddelen en dranken onderzocht:

- 7 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake voedingsmiddelen;
- 5 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen inzake niet-alcoholhoudende dranken;
- 32 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken.²

Onderstaande tabellen bevatten 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 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.

VOEDINGS- MIDDELEN	Media	Grondslag(en) van de klacht(en)	Jurybeslissing (voor de motivering zie www.jep.be)	Termijn³
FRIESLANDCAMPINA Verse kaas	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<3,5w (Vakantie- periode)
FLORA FOOD GROUP Becel Pro Activ	Andere (verkooppunt)	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2,5w
PIZZA BELGIUM Pizza Hut	Radio	Klacht consument: Afbeelding van de mens/menselijke waardigheid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<2w

² 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een voedingsmiddel en 1 dossier op basis van een klacht met betrekking tot een niet-alcoholhoudende drank ontvangen eind 2024 werd begin 2025 behandeld. Deze dossiers zijn dan ook opgenomen in het huidige evaluatieverslag.

³ De kolom “termijn” verwijst naar de doorlooptermijn nodig voor verwerking van het dossier door de JEP, vanaf opening dossier tot bekendmaking advies/beslissing (vakantieperiodes of het instellen van hoger beroep tegen een beslissing kunnen ertoe leiden dat de termijn uitzonderlijk langer is dan gemiddeld

QUICK Desserts	Affiche	Klacht consument: Misleiding. Maatschappelijke verantwoordelijkheid (veiligheid en gezondheid)	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<3,5w (Vakantieperiode)
LIDL Voedingsmiddelen	Radio	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid (inspelen op angst en geweld).	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen.	<1,5w
FERRERO Nutella	Internet (YouTube)	Klacht consument: Misleidende reclame. Milieu	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen	<3,5w (Vakantieperiode)
PAUWELS Sauzen	TV	Klachten consumenten: Fatsoen/goede smaak	Klachten ongegrond. Geen opmerkingen.	<1w
TOTAAL voor voedingsmiddelen	7		Geen opmerkingen: 7 Advies van voorbehoud:/ Beslissing tot wijziging/ stopzetting:/ Onbevoegd:/	Gemiddeld in eerste aanleg: <2,5w

NIET-ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN	Media	Grondslag(en) van de klacht(en)	Jurybeslissing (voor de motivering zie www.jep.be)	Termijn
VLAM Campagne inzake melk	TV	Klacht consument: Fatsoen/goede smaak. Maatschappelijke verantwoordelijkheid	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen	<3w (vakantieperiode)
BROUWERIJ VANHONSEBROUCK Kasteelbier Rouge 0,0%	TV	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen	<2,5w
COCA-COLA Coca-Cola	Affiche	Klacht consument: Maatschappelijke verantwoordelijkheid	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen	<2,5w
VACHE BLEUE	Internet (website)	Klacht vereniging: Misleidende reclame	Onthouding ⁴	<2,5w

⁴ Indien een reclameboodschap aanhangig werd gemaakt bij een gerechtelijke of administratieve instantie, en zulks vóór of tijdens de behandeling van het betrokken dossier door de Jury, kan deze laatste op grond van de bepalingen van art. 2 van haar Reglement beslissen zich tijdelijk of definitief te onthouden van een beslissing in deze zaak.

Melk				
FAIREBEL Melk	Radio	Klacht consument: Milieu	Klacht gegrond: Beslissing tot wijziging/stopzetting. D2 ICC-Code, art. 3 + 7 Milieureclamecode	<2,5w
TOTAAL voor niet-alcoholhoudende dranken	5		Geen opmerkingen: 3 Beslissing tot wijziging/ stopzetting: 1 Onthouding: 1	Gemiddeld in eerste aanleg: <3w

ALCOHOL-HOUDENDE DRANKEN	Media	Grondslag(en) van de klacht(en)	Jurybeslissing (voor de motivering zie www.jep.be)	Termijn
KARIBU DRINKS Karibu Drinks	Internet	Klacht consument: Art. 3.1, 4.2, 13, Bijlage B Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting Art. 3.1, 4.2, 12.1 + Bijlage B, 13 Convenant Expertise FOD: aanwezig.	<2w
MAGNUS WIJNEN Wijn	Internet	Klacht consument: Art. 6, 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting Art. 6.2, 6.4, 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
CAMPARI Picon	Affiche	Klacht consument: Art. 2.1, 3 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2w
BRUSSELS BEER PROJECT Brussels Beer Project	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3w
KARIBU DRINKS Karibu Drinks	Internet	Klacht overheid: Art. 3.1, 3.5, 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 3.1, 3.5, 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant.	<2,5w

			Expertise FOD: aanwezig.	
DE GIJZELSE MICROBROUWERIJ De Gijzelse Microbrouwerij	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<4w
IZICO BELGIUM – Bicky – TOUT BIEN Tout Bien	Internet	Klacht vereniging: Art. 2.1, 3.1, 4.1, 4.5, 12.1, 12.4 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3w
COLRUYT Roséwijn	Affiche	Klacht consument: Art. 12.1, 12.3 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1, 12.3 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2w
BROUWERIJ DE POES Brouwerij De Poes	Internet	Klacht overheid: Art. 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1w
BROUWERIJ VBDCK Kerel	Internet	Klacht consument: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1w
BROUWERIJ DE GLAZEN TOREN Prosecco	Internet	Klacht consument: Art. 12.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
AB INBEV Jupiler	TV	Klacht consument: Art. 3.5, 12.1 + Bijlage B, 12.2 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	<1,5w

			Expertise FOD: aanwezig.	
ROULARTA – LIBELLE LEKKER Roséwijn	Magazine	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
BROUWERIJ VAN STEENBERGE Gulden Draak Cuvée Prestige	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
TUNGRI BEER & SPIRITS Tungri Beer & Spirits	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
PRIK&TIK Bier	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
BROUWERIJ VANDER GHINSTE Omer bier	Affiche	Klacht overheid: Art. 2.1, 4.1, 12.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 2.1, 4.1, 12.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1w
VIVEN Bier, Whisky	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
BIERE A LA FERME Bières	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting:	<2w

			Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	
AB INBEV Corona	Affiche	Klacht consument: Art. 3.3, 3.5, 4.2, 4.3, 4.4, 4.8 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w (eerste aanleg) <13,5w (hoger beroep + vakantieperi ode)
AB INBEV Jupiler	Magazine	Klacht consument: Alcoholconvenant art. 3.1, 3.5, Bijlage B	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<7w (vakantieperi ode)
CAMPARI Aperol Spritz	Internet	Klacht consument: Art. 4.2 Convenant	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w (vakantieperi ode)
CHIMAY Bière de Chimay	Affiche	Klacht consument: Art. 12.3 Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.3 Convenant Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
BROUWERIJ VBDCK Kerel Kaishaku	Andere	Klacht overheid: Art. 3.1 Convenant	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<4,5w (vakantieperi ode)
DUVEL MOORTGAT Liefmans on the rocks	Internet	Klacht overheid: Art. 3.2, 6.2 Convenant, EU Verordening artikel 4.3	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 3.2, 6.2 Convenant, EU Verordening artikel 4.3 Expertise FOD: aanwezig.	<4,5w (vakantieperi ode)
ALKEN MAES Cristal	Affiche	Klacht consument: Art. 12.3 Convenant	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w (eerste aanleg) <11w (hoger beroep)
CAMPARI	Affiche	Klacht consument:	Klacht ongegrond.	

Aperol		Art. 12.3 Convenant	Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w (eerste aanleg) <11w (hoger beroep)
COLRUYT Stella Artois	Affiche	Klacht consument: Art. 12.1 Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 Alcoholconvenant Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
PROXY DELHAIZE HELCHTEREN Wijn	Internet	Klacht consument: Art. 3.1, 12.1, 12.4 Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant art. 3.1, 12.1, 12.4 Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
KSK STEENBRUGGE - GK WORLDWINES GK Worldwines	Internet	Klacht consument: Art. 12.1, 12.2, 12.4, 12.5 + Bijlage B Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant 12.1, 12.2, 12.4, 12.5 + Bijlage B Expertise FOD: aanwezig.	<2w
BARRY Alcoholhoudende frisdranken	Internet	Klacht overheid: Art. 4.2, 12.1, Bijlage B Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant 4.2, 12.1, annexe B Expertise FOD: aanwezig.	<6w (vakantieperiode)
DELHAIZE Champagne	Affiche	Klacht consument: Art. 12.3 Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant art. 12.3 Expertise FOD: aanwezig.	<1w
TOTAAL	32		Geen opmerkingen: 7 Beslissing tot wijziging/ stopzetting: 25	Gemiddeld in eerste aanleg: <2,5w

Samenvattende tabellen

In 2025 werden in totaal 58 dossiers met betrekking tot reclame voor voedingsmiddelen en dranken behandeld:

Verdeling:

	Adviesaanvragen	Klachten	Totaal
Voedingsmiddelen	-	7	7
Niet-alcoholhoudende dranken	-	5	5
Alcoholhoudende dranken	14	32	46
TOTAAL	14	44	58
%	24%	76%	100%

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

	Advies Jury: Goedkeuring (evt. onder voorwaarden)	Advies Jury: Afkeuring	Totaal
Voedingsmiddelen	-	-	-
Niet-alcoholhoudende dranken	-	-	-
Alcoholhoudende dranken	12	2	14
TOTAAL	12	2	14
%	86%	14%	100%

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

	Geen opmerkingen	Beslissing tot wijziging / stopzetting	Advies van voorbehoud	Onbevoegd, onthouding	Totaal
Voedingsmiddelen	7	-	-	-	7
Niet-alcoholhoudende dranken	3	1	-	1	5
Alcoholhoudende dranken	7	25	-	-	32
TOTAAL	17	26	-	1	44
%	39%	59%	-	2%	100%

Gemiddelde duurtijd voor behandeling:

Adviesaanvragen	4,9 kalenderdagen
Klachten	< 3 weken

Besluit

In absolute termen is het totaal aantal onderzochte dossiers – d.w.z. zowel de adviesaanvragen als de reclameboodschappen onderzocht ten gevolge van klachten in 2025 – gestegen: 58 dossiers in 2025 tegenover 30 dossiers in 2024, 38 dossiers in 2023 en 42 dossiers in 2022.

Het aantal klachtendossiers in 2025 is merkbaar hoger dan de onmiddellijk voorgaande jaren: 44 dossiers in 2025 tegenover 24 dossiers in 2024, 24 dossiers in 2023 en 21 dossiers in 2022.

Binnen de dossiers op basis van klachten hadden voedingsmiddelen en niet-alcoholhoudende dranken een aandeel van ongeveer een vierde (12 van de 44 dossiers). Slechts één van deze dossiers leidde echter tot een negatieve beslissing (1 van de 26 beslissingen tot wijziging of stopzetting van de reclame).

Hoewel de Jury de betrokken klachten telkens ongegrond verklaarde, valt het op dat het thema van maatschappelijke verantwoordelijkheid in 8 van de 12 klachtendossiers over voedingsmiddelen en niet-alcoholische dranken door de klagers werd ingeroepen als onderzoekscriterium. Deze vaststelling bevestigt de tendens van de voorbije jaren.

Alle voor de betrokken adverteerders negatief uitgevallen Jurybeslissingen werden vrijwillig door hen nageleefd.

Ook het totaal aantal adviesdossiers is in 2025 gestegen ten opzichte van 2024: 14 adviesdossiers in 2025 tegenover 6 dossiers in 2024. Toch blijft het aantal relatief beperkt (ter vergelijking: 14 dossiers in 2023 en 21 adviesdossiers in 2022).

Al de adviesaanvragen hadden evenwel betrekking op reclame voor alcoholhoudende dranken.

Niettegenstaande hogervermelde toename van het aantal adviesdossiers, blijft het, in het licht van het aantal negatieve beslissingen in dossiers naar aanleiding van klachten over reclame voor alcoholhoudende dranken (beslissing tot wijziging/stopzetting in 25 van de 44 dossiers), nog steeds aangewezen om verder in te zetten op sensibilisering van de sector om vaker gebruik te maken van de mogelijkheid tot adviesaanvraag, met het oog op een correcte toepassing van de geldende codes.

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