

## DE RAAD VOOR DE RECLAME WORDT HET COMMUNICATIE CENTRUM



**communicatie**  
**centrum**

De Raad voor de Reclame wordt het Communicatie Centrum (<https://www.jep.be/nl/communicatie-centrum>).

De vereniging is vertrokken vanuit de vaststelling dat de term “reclame” te restrictief was geworden rekening houdend met de verbreding, de voorbije jaren, van de missie van de Raad voor de Reclame en deze van de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP), zijn zelfregulerend orgaan. Op dezelfde wijze was de betekenis van de term “raad” gedateerd geraakt.

De uitdaging was dus om een nieuwe naam te vinden voor de vereniging die uitdrukking geeft aan haar unieke expertise en haar rol als bevoorrechte gesprekspartner van het grote publiek, de overheid en de ngo's in domeinen die dat van reclame overstijgen. Aangezien de vereniging nationaal is, moest de nieuwe naam ook in het Frans en Nederlands kunnen worden omgezet.

Met de hulp en de steun van al zijn leden, en met bijzondere dank aan het agentschap LDV United, wordt de Raad voor de Reclame vanaf vandaag dus het Communicatie Centrum (Centre de la Communication in het Frans).

Volgens Sandrine Sepul, Directrice van het Communicatie Centrum, *“geeft de nieuwe naam de reikwijdte van de bevoegdheden van onze vereniging beter weer. Hij inspireert ook de actualiteit, de dynamiek en de bemiddelende rol die onze vereniging tussen consumenten, overheden en de sector vervult op het gebied van ethiek in de communicatie”*.

*“Communicatie Centrum beantwoordt ook beter aan de inhoud van de opdracht. Het toepassingsgebied is ruimer dan enkel commerciële communicatie.”* zegt voorzitter Marc Dupain. *“Alle vormen van communicatie worden getoetst aan de deontologie, ook campagnes van ngo's of overheden.”* besluit de voorzitter van het Communicatie Centrum.

Het Communicatie Centrum, opgericht in 1967 als de Raad voor de Reclame vzw, is de professionele organisatie die de verschillende communicatieberoepen verenigt, zelf vertegenwoordigd door hun respectieve verenigingen, namelijk de UBA, de ACC, VIA, LA PRESSE.be, VNM, WE MEDIA en de AEA.

Sinds 1974 en dankzij de steun van de gehele sector, besteedt het Communicatie Centrum een groot deel van zijn middelen aan de JEP, een onafhankelijk en paritair samengesteld orgaan dat als missie

heeft om een eerlijke, oprechte en maatschappelijk verantwoorde reclamecommunicatie te verzekeren.

Inzake zelfregulering beoogt het Communicatie Centrum bovendien om het principe van het "level playing field" op de markt te behouden. Het is belangrijk dat dezelfde regels van toepassing zijn op het geheel van de actoren in de communicatiesector.

Het Communicatie Centrum heeft eveneens als doel de economische en sociale rol van de Belgische communicatiesector te promoten. Het Communicatie Centrum spant zich ook in om de meerwaarde van reclamecommunicatie voor de consument te benadrukken.

Het is ten slotte ook de rol van het Communicatie Centrum om zich op te werpen als de bevoorrechte gesprekspartner van de overheid en zijn leden te vertegenwoordigen met respect voor hun respectieve eigenschappen, belangen en waarden.