

Reclamejury JEP hervormt

MARKETING

BRUSSEL | De veranderingen die de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame vanaf 1 januari doorvoert, doen zich op drie vlakken voor. De meest in het oog springende vernieuwing is de nieuwe samenstelling van de jury. Vroeger bestond die enkel uit reclamevaklui, binnenkort komen daar ook vertegenwoordigers bij uit 'de burgermaatschappij' — mensen uit de academische wereld, Test-Aankoop en ook doorgewone burgers.

Klachten over reclame zullen in eerste instantie door de vier leden van de jury van eerste aanleg behandeld worden, maar ook nieuw is dat er, onder bepaalde voorwaarden, beroep mogelijk is tegen hun uitspraak. Dat beroep wordt behandeld door een zestienkoppige jury die, weliswaar met andere mensen, op dezelfde manier is samengesteld als de jury van eerste aanleg. Een klacht indienen is gra-

tis, maar in beroep gaan kost honderd euro, voornamelijk om te vermijden dat iedereen er meteen gebruik van gaat maken en dat de procedure nodeloos gerekt wordt. Als laatste nieuwigheid heeft de JEP ook een akkoord uitgewerkt met het Belgisch Direct Marketing Verbond. Alle inhoudelijke communicatie in direct marketing valt daarmee onder de bevoegdheid van de JEP. Tot nu toe beperkte haar taak zich voornamelijk tot *above the line*-communicatie (affiches, kranten- en tijdschriftreclame en reclamespotjes).

Momenteel praat de JEP ook met internetproviders om klachten te behandelen in verband met websites. Gewone *banners* en *pop-ups* kan de jury al behandelen, maar eerder dit jaar verklaarde ze zich bijvoorbeeld onbevoegd in de beruchte 'Rent-a-Wife'-campagne van de dvd-verhuurder dvdpost.be. Die zaak werd uiteindelijk, maanden later, door een rechtbank behandeld. (fpe)

'Dit leidt tot inquisitie'

BRUSSEL | 'Ik heb me nooit erg verdiept in de JEP tot begin dit jaar een van onze campagnes gewraakt werd door de jury', zegt Marc Fauconnier van het reclamebureau LG&F. 'Het ging over de spot met rokende varkens die we maakten voor minister Demotte. Op basis van een klacht van welgeteld één roker, die zich vergeleken voelde met een varken, werd die spot van tv gehaald. Bovendien ging het om een compleet foute interpretatie: het ging er niet om dat rokers varkens zijn, maar dat eten en roken niet samengaan. Ik vond de beslissing getuigen van een opdringerige kleinburgerlijkheid.' De nieuwe structuur van de JEP

boezemt Fauconnier alvast weinig vertrouwen in. 'Het is kiezen tussen de pest en de cholera. Vroeger waren het mensen uit het vak die zich over de campagnes bogen. Dat burgers zich er mee gaan bemoeien is een gevaarlijke evolutie. Ik denk dat die mensen zich verplicht gaan voelen se de scheidsrechter te gaan uithangen en dat ze naast hun schoenen gaan lopen. Een ethische code moet, maar dit leidt tot een inquisitie.'

Fauconnier was gisterenavond een van de sprekers op een debat over de 'Zeurterreur van de JEP'. Een uitgebreid verslag over dat debat leest u zaterdag in *De Standaard*. (fpe)