

<Bedrijf>  
T.a.v. <Voornaam> <Achternaam>  
<Adres>  
<Postcode> <Woonplaats>

Amsterdam, 1 april 2010

Beste <Voornaam>,

Hoe blijf je als adverteerder geloofwaardig? Hoe voorkom je dat consumenten over jouw communicatie klagen? Hoe behoud je vrijheid in communicatie, zonder opgelegde wetgeving van de overheid?

Door je aan de Nederlandse Reclame Code te houden. De Stichting Reclame Code (SRC) is hét instituut in Nederland dat zorgt voor onafhankelijke regels waaraan reclame moet voldoen. En als adverteerder dien je op de hoogte te zijn van de basisprincipes van deze zelfregulering.

BVA staat als medeoprichter van SRC (al in 1964) nog steeds pal achter de grondbeginselen van de Nederlandse Reclame Code. Begin 2010 is de Nederlandse Reclame Code aangepast: de financiële bijdrage om de SRC in stand te houden is verplicht geworden. Niet betalen van de bijdrage betekent een overtreding van de code.

Door de bijdrage verplicht te stellen laten wij als communicatiebranche zien dat we ons proactief inspanssen voor verantwoorde communicatie en dat geen adverteerder van formaat zich aan zijn verplichting kan onttrekken. Voor wie de verplichte bijdrage geldt en wat er gebeurt als je toch niet betaalt, kun je lezen in de bijlage bij deze brief. Ook lees je hier wat de SRC voor jou kan betekenen.

Tijdens de Algemene Ledenvergadering, die op 15 april a.s. wordt gehouden, bespreken we het nieuwe financieringssysteem met elkaar. Zorg dat je erbij bent. Kijk op [www.bva.nl](http://www.bva.nl) voor meer informatie.

Met vriendelijke groet,



Helen Faasse  
Directeur