



## Vlaamse Gemeenschap

### **HET VLAAMS COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,**

Rolnummer : 513

Beslissing nr. 2005/075

#### BESLISSING

16 september 2005

---

In zake : bezwaarschrift van VRT inzake monitoring van de omroepprogramma's EEN en CANVAS. (dossiernr. 2005/204)

- 
1. Met een op 5 juli 2005 verzonden en op 6 juli 2005 ter griffie ontvangen aangetekende brief heeft de Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT) een bezwaarschrift ingediend tegen de beslissing nr. 2005/051 van 17 juni 2005 van het Vlaams Commissariaat voor de Media (hierna: het Commissariaat). In die beslissing wordt in hoofde van de VRT een inbreuk op artikel 97, § 1, tweede lid, eerste zin, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna: het Omroepdecreet), vastgesteld en wordt een geldboete van 10.000 euro opgelegd.

Met een ter post aangetekend schrijven van 2 september 2005 nodigt het Commissariaat de betrokken omroep uit op de hoorzitting van 16 september 2005. Op die hoorzitting verschijnen mevrouw Hilde Minjauw en de heer Willy Van Poucke voor de VRT/VAR.

2. Overeenkomstig artikel 9, § 2, 4°, van het besluit van de Vlaamse Regering van 14 juli 1998 houdende vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwaliteitscriteria en voorwaarden voor de erkenning van particuliere radio-omroepen (hierna: procedurebesluit), moet een bezwaarschrift de aangevoerde middelen vermelden, die betrekking moeten hebben op nieuwe elementen of op middelen waarop het Commissariaat in zijn beslissing niet of onvoldoende heeft geantwoord. Het Commissariaat beschouwt als een middel met betrekking tot een nieuw element in de zin van artikel 9, § 2, 4°, van het procedurebesluit, een middel dat niet eerder kon worden aangevoerd.

In het bezwaarschrift voert de VRT aan dat de “bestreden beslissing is gesteund op motieven die niet vooraf aan tegenspraak waren onderworpen”, en dat “zij geen afdoende antwoord uit(maken) op de middelen die de VRT in de voorafgaande procedure had aangebracht”.

Het volstaat echter niet in het algemeen te poneren dat de aangevoerde middelen voldoen aan het bepaalde in artikel 9, § 2, 4°, van het procedurebesluit. Er dient telkens specifiek te worden verantwoord dat elk van de aangevoerde middelen past in de bezwaarprocedure, die er alleen op gericht is mankementen te herstellen in de beslissing waartegen het bezwaar is gericht. Uit voormelde bepaling van het procedurebesluit volgt immers dat het indienen van een bezwaarschrift niet toelaat om de gehele procedure over te doen.

Niet alle onderdelen van het bezwaarschrift voldoen aldus aan de wettelijke vereisten. Volledigheidshalve en gelet op de samenhang tussen de verschillende onderdelen van het bezwaarschrift wordt hierna kort geantwoord op de verschillende in het bezwaarschrift aangevoerde argumenten.

3. In het bezwaarschrift voert de VRT samengevat volgende argumenten aan:
  - de bestreden beslissing gaat uit van een interpretatie van essentiële begrippen die strijdig is met de tekst van de gecoördineerde decreten zelf;
  - de bestreden beslissing stelt voor het beschouwen als zelfpromotie van reclame voor merchandising- en nevenactiviteiten bijkomende voorwaarden die niet in de gecoördineerde decreten zijn bepaald;
  - de bestreden beslissing is ten onrechte op de concrete vermeldingen op de verpakking van de DVD gegrond;
  - een veroordeling wordt opgelegd op basis van een kwalificatie (“commerciële reclame in de strikte zin”) die geen wettelijke grondslag heeft, geen grond vindt in de richtlijn ‘Televisie zonder grenzen’ en in strijd is met de definities van de gecoördineerde mediadecreten;
  - ten onrechte wordt het feit dat de VAR/VRT een tegenprestatie haalt uit de co-editieovereenkomsten beschouwd als een beslissende factor om te stellen dat het gaat om eigenlijke reclame, en niet om zelfpromotie.
- 3.1. Dat de bestreden beslissing zou uitgaan van een interpretatie van essentiële begrippen die strijdig is met de tekst van het Omroepdecreet zelf, wordt door de VRT

geïllustreerd met de vaststelling dat reclame ook activiteiten van zelfpromotie omvat (onderdeel 2.1 van het bezwaarschrift).

Ook in de beslissing waartegen het bezwaar is gericht wordt ervan uitgegaan dat reclame zelfpromotie omvat (zie inzonderheid onderdeel 4.1 van de beslissing). In de beslissing wordt binnen de reclame voorts een onderscheid gemaakt tussen (toegestane) zelfpromotie en (verboden) commerciële reclame in de strikte zin (onderdeel 7).

- 3.2. Om reclame voor merchandising- en nevenactiviteiten als zelfpromotie te kunnen beschouwen stelt de bestreden beslissing volgens de VRT bijkomende voorwaarden die niet in het Omroepdecreet zijn bepaald. Zo is niet vereist dat de merchandisingproducten pas worden geproduceerd of op de markt gebracht na de uitzending van de programma's, kan de aanprijzing ten behoeve van merchandisingactiviteiten ook gebeuren na uitzending van het programma waarmee deze activiteiten verband houden en moet het niet noodzakelijk gaan om een spot ter promotie van de VRT, een VRT-omroep of een VRT-programma (onderdelen 2.4 en 2.5 van het bezwaarschrift).

De vermelding dat de betrokken DVD's op de markt zijn gebracht vóór het programma waarmee ze samenhangen of verband houden is uitgezonden en dat ze niet zijn geconcipeerd als spots ter promotie van de VRT, een VRT-omroep of een VRT-programma, zijn in de opbouw van de bestreden beslissing geen decisieve elementen om tot de conclusie te komen dat het niet om zelfpromotie gaat. Die vermeldingen passen in het schetsen van de feitelijke context, met de bedoeling aan te geven dat het lanceren en promoten van de betrokken DVD's in de eerste plaats past in de commerciële logica van de betrokken platenmaatschappijen (onderdeel 5 van de beslissing).

De vermelding dat de spots zijn uitgezonden na het programma waarmee ze samenhangen of verband houden, leidt in de bestreden beslissing tot de vaststelling dat het niet om spots ter promotie van de betrokken afleveringen van het programma gaat. Indien dat wel het geval was geweest, hadden de spots als zelfpromotie voor eigen programma's en netten moeten worden beschouwd. Uit de parlementaire voorbereiding van het decreet van 28 april 1998 blijkt dat dergelijke vorm van zelfpromotie niet onder de notie 'reclame' in de zin van het Omroepdecreet valt (zie onderdeel 4.1, vijfde alinea van de beslissing) en dus zonder meer toegelaten is. In tegenstelling met wat de VRT voorhoudt, wordt aldus in de bestreden beslissing niet als voorwaarde gesteld dat de aanprijzing ten behoeve van merchandisingactiviteiten moet gebeuren vóór de uitzending van het programma waarmee deze activiteiten verband houden (onderdeel 5, tweede alinea).

- 3.3. De VRT gaat ervan uit dat de bestreden beslissing ook op de concrete vermeldingen op de verpakking van de DVD is gegrond (onderdeel 2.7 van het bezwaarschrift).

De beschouwingen in verband met de vermeldingen op de verpakking zijn voor beslissing 2005/051 geen dragende elementen, behalve de vaststelling dat het aanbrengen van een sticker “Gezien op Canvas” niet volstaat om producten als eigen producten te kwalificeren. Samen met de vaststelling dat de VAR/VRT slechts recht heeft op een zeer beperkt deel van de opbrengst van de verkoop van de betrokken DVD's, leidt die vaststelling tot de conclusie dat het niet om eigen producten van de VRT en dus ook niet om zelfpromotie gaat (onderdelen 6 en 7 van de beslissing).

- 3.4. Volgens de VRT wordt zij veroordeeld op basis van een kwalificatie (“commerciële reclame in de strikte zin”) die geen wettelijke grondslag heeft, geen grond vindt in de richtlijn ‘Televisie zonder grenzen’ en in strijd is met de definities van de gecoördineerde mediadecreten (onderdeel 2.8 van het bezwaarschrift).

Luidens artikel 97, § 1, tweede lid, eerste zin, van het Omroepdecreet kan “de televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap (...) enkel reclame brengen met het oog op zelfpromotie”. Zoals ook hiervoor (zie 3.1) reeds is aangegeven, wordt bij de notie ‘reclame’ zoals gedefinieerd en gehanteerd in het Omroepdecreet een onderscheid gemaakt tussen reclame die als zelfpromotie kan worden beschouwd en reclame die niet als zelfpromotie kan worden beschouwd. In de bestreden beslissing wordt reclame die niet als zelfpromotie kan worden beschouwd aangeduid als “eigenlijke reclame”, “commerciële reclame” of als “commerciële reclame in de strikte zin van het woord” (die laatste omschrijving is ook gebruikt tijdens de parlementaire voorbereiding van het decreet van 28 april 1998: zie onderdeel 4.2, eerste alinea, van de beslissing). Al komen die woorden als dusdanig niet voor in het Omroepdecreet, het gehanteerde onderscheid heeft wel degelijk een wettelijke grondslag. Anders dan de VRT laat uitschijnen, wordt in de bestreden beslissing bovendien niet gesteld dat zelfpromotie, om toegelaten te zijn op grond van het Omroepdecreet, geen commerciële kant zou mogen hebben.

- 3.5. In zijn bezwaarschrift voert de VRT tenslotte aan dat het feit dat de VAR/VRT een tegenprestatie haalt uit de co-editieovereenkomsten niet beschouwd kan worden als een beslissende factor om te stellen dat het gaat om niet toegelaten reclame (onderdeel 2.9 van het bezwaarschrift).

Het gegeven dat merchandisingactiviteiten op grond van artikel 6, § 3, van het Omroepdecreet tot het maatschappelijk doel van de VRT behoren en dus toegelaten zijn, betekent niet dat de VRT op zijn televisienetten reclame voor die activiteiten mag maken. De beperking die door artikel 97, § 1, tweede lid, van het Omroepdecreet wordt opgelegd, namelijk dat de televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap enkel reclame mag brengen met het oog op zelfpromotie, geldt immers onverkort. De bestreden beslissing doet ervan blijken dat het gegeven dat de VAR/VRT vergoed wordt voor het aankondigen van de DVD's in televisietrailers één van de elementen is die erop duiden dat het niet om zelfpromotie, maar om niet toegelaten reclame gaat (onderdeel 7 van de beslissing). Die aanduiding steunt op een onderscheid dat voorkomt in de definitie van ‘reclame’ in het Omroepdecreet, zodat ook dat onderscheid een wettelijke basis heeft.

4. Ook in het bezwaarschrift toont de VRT niet aan dat het om zelfpromotie gaat, namelijk promotie van eigen producten. Aangezien de VRT enkel gerechtigd is om op televisie reclame in de vorm van zelfpromotie te brengen, blijft de conclusie onveranderd dat de VRT een inbreuk heeft gepleegd op artikel 97, § 1, tweede lid, eerste zin, van het Omroepdecreet.

OM DEZE REDENEN,

Het Vlaams Commissariaat voor de Media

Gelet op artikel 32 van het procedurereglement en artikel 7 van het reglement van orde van het Commissariaat,

bevestigt de beslissing nr. 2005/051 van 17 juni 2005.

Aldus uitgesproken te Brussel, met eenparigheid van stemmen, op 16 september 2005 door het Vlaams Commissariaat voor de Media, samengesteld uit J. Baert, voorzitter, D. Albrecht en J. Boon, commissarissen, bijgestaan door D. Peereman, waarnemend griffier.

D. Peereman  
waarnemend Griffier

J. Baert  
voorzitter

Tegen deze beslissing kan beroep tot nietigverklaring worden aangetekend bij de Raad van State. Dat beroep moet worden ingesteld bij aangetekende brief binnen zestig dagen na de kennisgeving, overeenkomstig de bepalingen van de gecoördineerde wetten op de Raad van State en het besluit van de regent van 23 augustus 1948 tot regeling van de rechtspleging voor de afdeling administratie van de Raad van State.