



VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMS COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Rolnummer : 527

Beslissing nr. : 2005/089

BESLISSING

14 oktober 2005

In zake : monitoring van het omroepprogramma Vitaya (dossiernr. 2005/0304/6).

1. Ingevolge het kaderbesluit van het Vlaams Commissariaat voor de Media (VCM) van 22 april 2005 werden de televisie-uitzendingen op 30 mei 2005 (van 20.00 tot 22.00 uur) van volgende particuliere televisie-omroepen bij aangetekend schrijven van 3 juni 2005 opgevraagd door de administratie Media van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap : Actua TV (BVBA Actua TV), VijfTV (SBS Belgium NV), Jim TV (VMMa NV), Kanaal Z (Belgian Business Television NV), Vitaya (Media Ad Infinitum NV), Event TV (Event TV Vlaanderen NV), Euro 1080 (Euro 1080 NV), Canal+ Rood, Canal+ Geel, Canal+ Blauw, Canal+ Pay Per View en Fezztival in Vlaanderen (PayTV Co NV), Canal+ Rood Nederland en Canal+ Blauw Nederland, Canal+ 16/9 (*Geel*) Nederland (Canal+ NV) en TMF (MTV Belgium Networks BVBA).

Met een nota van 2 september 2005 zijn de resultaten van de monitoring aan het VCM medegedeeld.

2. Het resultaat van dit onderzoek met betrekking tot het omroepprogramma Vitaya is bij ter post aangetekende brief van 28 september 2005 ter kennis gebracht van Media Ad Infinitum NV.

Bij dezelfde brief heeft het Commissariaat zijn beslissing meegedeeld om een procedure inzake ambtshalve onderzoek op te starten. Aan de omroep is de gelegenheid gegeven om schriftelijke opmerkingen binnen twee weken mee te delen aan het Commissariaat, en om te verzoeken om te worden gehoord op de hoorzitting van 14 oktober 2005.

Op 11 oktober 2005 ontvangt het Commissariaat de schriftelijke opmerkingen van Media Ad Infinitum NV.

Op 14 oktober 2005 is Media Ad Infinitum NV, vertegenwoordigd door Yvette Mignolet en Hans Dessers, in dit verband gehoord.

3.1. Ingevolge artikel 104 van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna : het Omroepdecreet) zijn sluikreclame en verkapt telewinkelen verboden.

3.2. In haar schriftelijk verweer betwist Media Ad Infinitum NV de stelling dat de programma's "De Wereld op je Bord" en "Duizend Seconden" uitingen van sluikreclame of product placement zouden bevatten.

De omroep voert aan dat het om twee kookprogramma's gaat die "van nature steeds een aantal bijzondere kenmerken vertonen die het gebruik van voedingswaren, die mogelijk herkend worden, verantwoorden."

Volgens de omroep worden de betreffende producten onvermijdelijk en uiterst kortstondig ("amper een seconde") getoond, waaruit zou blijken dat het geenszins de bedoeling was deze producten te promoten. De omroep wijst er bovendien op dat in geen van beide programma's de presentatoren de merknamen van de producten genoemd hebben. De presentatoren "nemen de producten louter vast om ze te bewerken (boter smeren en melk uitgieten), doch in deze natuurlijke bewegingen kan evident geen vorm van opzettelijke reclame door de presentatoren gezien worden." De gemiddelde kijker van dit soort programma's zou volgens Media Ad Infinitum NV gewend zijn om met dergelijke beelden om te gaan en er zou niet kunnen beweerd worden dat "hij bij een normale visualisering door de kortstondige vertoning ervan (met opzet) beïnvloed zou worden."

4.1. In de op 30 mei 2005 uitgezonden aflevering van het programma "De Wereld op je Bord" wordt zeer herkenbaar een product van "Alpro" 5 keer, van "Joyvalle" 7 keer en van "Nezo" 8 keer getoond. In totaal wordt het Alpro-product 31 seconden, het Joyvalle-product 20 seconden en het Nezo-product 42 seconden getoond. De duur van het eigenlijke kookprogramma bedraagt 393 seconden, waarvan 73 seconden, oftewel 18,5% van de totale programmaduur, besteed wordt aan het tonen van producten.

In de op 30 mei 2005 uitgezonden aflevering van het programma “Duizend Seconden” wordt zeer herkenbaar telkens éénmaal een product van “Bosto”, “Salakis” en “Minerva” getoond. De producten worden respectievelijk 3 seconden, 2 seconden en 3 seconden getoond op een totale programmaduur van 25 minuten en 6 seconden oftewel 1506 seconden.

Deze uitingen zijn voor het gemiddelde publiek duidelijk waarneembaar, op grond waarvan het de desbetreffende producten van Alpro, Joyvalle, Nezo, Bosto, Salakis en Minerva kan identificeren.

Deze uitingen zijn ook geschikt om een positieve houding van het publiek ten opzichte van de producten te bevorderen. Het mag als een feit van algemene bekendheid worden verondersteld dat indien producten of merknamen op een min of meer opvallende wijze en niet in negatieve zin worden getoond in een televisieuitzending, doorgaans een deel van de kijkers tot aankoop wordt aangezet.

De stelling dat een product al dan niet “uiterst kortstondig” getoond wordt, moet getoetst worden aan de wijze waarop een bepaald product in beeld komt. Hierbij moet gelet worden op onder meer de noodzaak om het in beeld te brengen, de grootte en de opvallendheid evenals het aantal keren dat het product in beeld komt en de duur van de beelden.

4.2. De producten Alpro, Joyvalle, Nezo uit het programma “De Wereld op je Bord” werden meermaals in close-up getoond. Hierboven is het aantal keren en de duur weergegeven dat de producten getoond werden. Al deze elementen samen maken dat het Commissariaat van oordeel is dat de producten overheersend getoond werden, terwijl er geen noodzaak bestaat deze producten te tonen : een kookprogramma wordt immers op geen enkele wijze gehinderd indien de ingrediënten op schoteltjes zouden liggen of in kannetjes zouden staan; de presentator kan het gerecht bereiden en de kijker wordt ingelicht over de ingrediënten die hij nodig heeft.

Het Commissariaat kan er niet aan voorbijgaan dat Media Ad Infinitum NV de bepaling van artikel 104 van het Omroepdecreet geschonden heeft in het programma “De Wereld op je Bord” door sommige producten overheersend te tonen.

4.3. In het programma “Duizend Seconden” kwamen de producten Bosto, Salakis en Minerva slechts éénmaal in close-up in beeld gedurende twee of drie seconden tijdens een programma waarvan de hele duur 1506 seconden bedraagt.

Ook hier is het Commissariaat van oordeel dat er geen noodzaak was om de producten te tonen. Het aantal keer dat de producten getoond werden en de duur van de beelden doen het Commissariaat evenwel besluiten dat de schending van artikel 104 van het Omroepdecreet door Media Ad Infinitum NV in het programma “Duizend Seconden” minder uitgesproken is.

5. De vastgestelde overtredingen doen het Commissariaat besluiten een administratieve geldboete van 5000 euro op te leggen.

OM DEZE REDENEN,

het Vlaams Commissariaat voor de Media

Gelet op artikel 32 van het besluit van de Vlaamse regering van 14 juli 1998 houdende de vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria en voorwaarden voor de erkenning van particuliere radio-omroepen en artikel 7 van het reglement van orde van het Vlaams Commissariaat voor de Media,

- stelt in hoofde van Media Ad Infinitum NV inbreuken vast op artikel 104 van het Omroepdecreet;
- legt, overeenkomstig artikel 172, §1, van het Omroepdecreet, een administratieve geldboete van 5000 euro op.

Aldus uitgesproken te Brussel, met eenparigheid van stemmen, op 14 oktober 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
wnd. griffier

J. Baert
voorzitter

Tegen deze beslissing kan op grond van artikel 9 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 kwalificatiecriteria en voorwaarden voor de erkenning van particuliere radio-omroepen, een bezwaarschrift worden ingediend. Artikel 9, §2, van dat besluit luidt:

“§ 2. Het bezwaarschrift moet aan de volgende voorwaarden beantwoorden :

- 1° verzonden zijn bij ter post aangetekende brief, gericht aan de voorzitter van het Commissariaat;
- 2° de naam, de hoedanigheid en het adres van de betrokkene vermelden;
- 3° de beslissing waartegen het bezwaarschrift is gericht, vermelden;
- 4° 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;
- 5° het bezwaarschrift moet ingediend zijn uiterlijk twee weken na de kennisgeving van de beslissing waartegen bezwaar wordt ingediend;
- 6° het bezwaarschrift moet ondertekend zijn. Indien het bezwaarschrift uitgaat van een rechtspersoon, wordt het ondertekend door een persoon die volgens de wet of de statuten bevoegd is om de rechtspersoon te vertegenwoordigen”.