

ADVIES NR. 1993/02
10 juni 1993

Gelet op het decreet van 12 juni 1991 tot regeling van de reclame en sponsoring op radio en televisie;

Gelet op de vraag dd. 7 mei 1993 van de Vlaamse minister van Cultuur en Brusselse Aangelegenheden om inzake het voorontwerp van decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 1991 houdende het statuut van de Nederlandse Radio- en Televisie-uitzendingen in België, Omroep van de Vlaamse Gemeenschap, en tot wijziging van het decreet van 12 juni 1991 tot regeling van de reclame en sponsoring op radio en televisie, een advies te verstrekken,

brengt de Vlaamse raad voor reclame en sponsoring op radio en televisie op 10 juni 1993, punt 1.1. uitgezonderd, unaniem volgend advies uit :

1. Wijzigingen aan het decreet van 12 Juni 1991

I.I. Art. 2

De Raad is van mening dat noch een totaal verbod op verkoopprijsmeldingen noch een beperking van het verbod tot ondernemingen die rechtstreeks aan de consument verkopen kan worden verantwoord. Het verbod op verkoopprijsmeldingen wordt dan ook beter geschrapt¹.

De Raad acht het daarnaast wenselijk dat de term "prijsvermelding" anders wordt omschreven, teneinde elke verwarring met het begrip "prijs" (art. 8, § 3 van het decreet) te vermijden.

1.2. Art. 3

1.2.1. De Raad is van oordeel dat de toevoeging in fine bij art. 5, § 6 beter wordt ondergebracht bij § 4 van hetzelfde artikel.

1.2.2. Art. 11, vijfde lid van de E.G.-richtlijn van 3 oktober 1989 splitst het begrip "informatieve programma's" uit in "televisiejournals, actualiteitenmagazines en documentaires".

¹ Stemming : 6 ja, 1 neen, 1 onthouding

Mede gezien het bepaalde in sub. 1.2.1. wordt de eerste zin van art. 5, § 6 beter geformuleerd als volgt: "In programma's van religieuze erediensten, in radio- en televisiejournaals, actualiteitenmagazines, godsdienstige uitzendingen en in programma's en programma-onderdelen voor kinderen mag geen reclame worden ingelast."

- 1.2.3. De Raad betwijfelt sterk het juistheidsgehalte van het gestelde in het vijfde lid van de artikelsgewijze bespreking.

De Raad is van mening dat de 5-minutenregel m.b.t. reclameboodschappen in de onmiddellijke nabijheid van kinderprogramma's eerder dient te worden uitgebreid dan wel afgeschaft. Het zou tevens nuttig zijn om in het decreet nader te omschrijven wat precies bedoeld wordt met programma's bestemd voor kinderen.

De Raad geeft bijgevolg een negatief advies t.a.v. de schrapping van de tweede en de derde volzin van art. 5, § 6.

- 1.3. Art. 4
omwille van de duidelijkheid wordt art. 10, tweede lid beter vervangen door : "De vermelding dat een programma of een programma-onderdeel gesponsord is, mag uitsluitend voorkomen aan het begin en aan het einde van het programma of van het programma-onderdeel, alsmede in de aankondigingsspots van het programma of van het programma-onderdeel."

De Raad is tevens van oordeel dat het begrip "programma-onderdeel" (art. 2, 9*) duidelijker dient te worden omschreven.

- 1.4. Art. 5
De Raad meent dat "de benaming" en "het letterwoord" beter worden geschrapt. Omwille van de duidelijkheid wordt art. 10, derde lid beter als volgt geformuleerd : "De vermelding aan het begin of aan het einde van een programma of programma-onderdeel, of in een aankondigingsspot mag uitsluitend de naam of de handelsnaam van de sponsor of ten hoogste twee merken van de sponsor bevatten. Klank- of beeldherkenningsstekens zijn toegelaten, wanneer die verbonden zijn aan de vermelding van de sponsor. Deze herkenningstekens kunnen enkel bestaan uit het logo en andere herkenningfactoren met uitsluiting van de dienst of het produkt zelf of de verpakking ervan. Die vermelding mag geanimeerd zijn en mag niet langer dan 5 seconden per sponsor en 10 seconden in totaal bedragen."

1.5. Art. 6

Aangezien enkel beoogd wordt om de beperkingen t.a.v. de openbare omroep en de private televisie-omroep, die zich tot de hele Vlaamse Gemeenschap richt, op te heffen, worden het eerste en het tweede lid van art. 9 beter opgeheven, zonder in een vervanging te voorzien.

1.6. Aanvullende opmerkingen

De Raad is tevens van mening dat het nuttig is om de reclameregeling aan te passen aan de specifieke werking van het medium radio. Het verdient met name aanbeveling om art. 5 van het decreet, alsmede enkele andere bepalingen, in deze optiek te verfijnen.

2. Wijzigingen aan het decreet van 27 maart 1991

2.1. Art. 7

Inhoudelijk heeft de Raad geen opmerkingen bij de voorgestelde wijzigingen aan art. 2.

Er wordt voorgesteld om de beoogde aanvulling in de vorm van een tweede paragraaf bij art. 2 te formuleren, die dan als volgt luidt :

"Wat de co-productie en de co-financiering betreft, wordt het opzetten en/of realiseren van een produktie met het oog op de beoordeling van de levering van goederen of diensten of om meer bekendheid te geven aan naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties van de partner hieronder niet begrepen. Marktgerichte samenwerking wordt uitgesloten.

De naam van de partner wordt vermeld op dezelfde wijze als de overige medewerkenden aan de produktie zonder enige vermelding van logo, produkt of merk."

2.2. Art: 8 en Art. 9 : gunstig advies.

Namens de Raad,

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a horizontal crossbar and a large, stylized flourish on the left side.

H. PAS
Voorzitter.