

VLAAMSE RAAD VOOR RECLAME EN SPONSORING

OP RADIO EN TELEVISIE

BESLISSING 1994/07  
dd.14/11/1994

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

Gelet op het besluit van de Vlaamse Executieve van 31 juli 1991 betreffende de samenstelling en werking van de Vlaamse raad voor reclame en sponsoring op radio en televisie;

Gelet op het besluit van de Vlaamse Executieve van 12 mei 1993 houdende goedkeuring van het reglement van orde van de Vlaamse raad voor reclame en sponsoring op radio en televisie;

Gelet op de beslissing van 10 oktober 1994 van de Vlaamse raad voor reclame en sponsoring op radio en televisie om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek met betrekking tot mogelijke inbreuken op de bepalingen van artikel 4, 3°, d van het decreet van 12 juni 1991, naar aanleiding van reclameboodschappen gebracht op VTM;

Gelet op de aangetekende brief van 17 oktober 1994, waarbij VTM in kennis werd gesteld van de beslissing van de raad van 10 oktober 1994 en tevens werd uitgenodigd op de hoorzitting van 14 november 1994;

Gezien de schriftelijke memorie van 26 oktober 1994 van L. DE LEERSNYDER, directeur-generaal van VTM;

Gehoord ter zitting van de raad van 14 november 1994  
Meester F. VAN ELSSEN voor VTM;

Neemt de raad de volgende beslissing

## VOORAFGAAND

op 10 oktober 1994 heeft de Raad na de visie van reclameboodschappen die werden gebracht op VTM, met name op 29/09/1994, 3/10/1994, 4/10/1994 en 6/10/1994, beslist om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek m.b.t. mogelijke inbreuken op de bepalingen van het decreet van 12/06/1994, meer bepaald op artikel 4, 3°, d.

Deze mogelijke inbreuken houden in dat in de bovenbedoelde reclameboodschappen prijsvermeldingen voorkomen, terwijl het reclame betreft voor produkten of diensten van particuliere ondernemingen of overheidsbedrijven die rechtstreeks aan de consument verkopen.

## 2. TEN GRONDE

### 2.1. "De reclame mag ...

rechtstreeks noch onrechtstreeks betrekking hebben op ...  
 prijsvermeldingen, behalve in reclame voor produkten of diensten die uitgaan van particuliere ondernemingen of overheidsbedrijven die niet rechtstreeks aan de consument verkopen".  
 (decreet art. 4, 3°, d gewijzigd bij decreet van 15/12/1993).

VTM voert aan dat de hierboven geciteerde decreetsbepaling strijdig is met de EG-Verdragsbepalingen betreffende het vrije verkeer van goederen, zoals vastgelegd in artikel 30 van het EG-Verdrag, aangezien de tussenstaatse handel wordt belemmerd door het feit dat dit artikel - gedeeltelijk - prijsvermeldingen in reclameboodschappen verbiedt.

VTM komt tot de conclusie, dat de bedoelde decreetsbepaling enerzijds niet beantwoordt aan de noodzakelijke rechtvaardigingsgrond en anderzijds niet evenredig is met de vooropgestelde doelstellingen.

Wat de rechtvaardigingsgrond betreft, verwijst VTM naar het arrest van het Hof van Justitie dd. 7/03/1990 in de zaak GB-INNO-BM t./ Confédération du Commerce luxembourgoise.

Wat de tweede voorwaarde betreft benadrukt VTM de positieve invloed van prijsvermeldingen in reclameboodschappen op vlak van de voorlichting van de consument.

Daarenboven wijst VTM op de wet van 14/07/1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichtingen en bescherming van de consument.

Er wordt verder aangestipt dat de EG-richtlijn "Televisie zonder Grenzen" geen verbod van prijsvermeldingen in reclameboodschappen bevat.

VTM herinnert er tenslotte aan dat zowel de Mediaraad als de Raad (advies 1993/02 dd. 10/06/1993) de minister hebben geadviseerd om het verbod op prijsvermeldingen te schrappen.

De Raad stelt vast dat art. 4, 3°, d niet uiteraard en noodzakelijk inbreuk maakt op artikel 30 van het EG-verdrag en dat in het voorliggende geval alle relevante aspecten in verband met de toepassing van artikel 4, 3°, d van het decreet van 12/06/1991 gesitueerd zijn en zich afspelen binnen de grenzen van één Lid-staat.

De Raad concludeert hieruit dat, in casu, het interstatenverkeer niet wordt belemmerd. Hierover ondervraagd kan de gevolmachtigde van VTM geen verdere informatie aanbrengen.

De Raad heeft bij de visie van de in het onderzoek bedoelde VTM-reclamespots het volgende kunnen vaststellen :

- op 29/09/1994 werd in het reclameblok na het VTM-nieuws van 19u. o.m. een reclameboodschap uitgezonden, waarbij twee zetels werden vertoond, begeleid met de visuele vermeldingen "Lederland" en "39.800 fr.";
- op 3/10/1994 werd in het reclameblok vóór het VTM-nieuws van 19u. o.m. een reclameboodschap uitgezonden met de auditieve en visuele vermelding "De bloemkool aan 33 fr. per stuk, dit tot en met woensdag bij GB";
- op 4/10/1994 werd in het reclameblok vóór het VTM-nieuws van 19 u. o.m. een reclameboodschap uitgezonden waarbij de volgende visuele vermelding werd vertoond : "Hele hoge vrouwenlaarzen. Vanaf 1.499 fr. bij Brantano";
- op 6/10/1994 werd in het reclameblok na het VTM-nieuws van 13u. o.m. een reclameboodschap uitgezonden met de auditieve vermelding : "De verse tong aan 369 fr. per kilo, deze week bij GB".

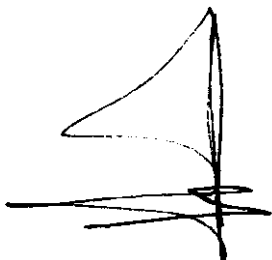
Hierbij aansluitend werd een reclameboodschap m.b.t. "Sun Parks" uitgezonden, waarbij de volgende visuele vermelding werd vertoond : "Reeds voor 6.000 fr. - 4 personen, 4 nachten". Er werd tevens zowel visueel als auditief vermeld dat men bij "Sun Parks" kan genieten van 2.000 fr. korting op de basisprijs.

De Raad stelt vast dat bovengenoemde reclameboodschappen betrekking hebben op prijsvermeldingen. De Raad stelt tevens vast dat GB, Lederland, Brantano en Sun Parks moeten worden beschouwd als particuliere ondernemingen die rechtstreeks aan de consument verkopen.

### **BESLISSING**

Gelet op het voorgaande beslist de Raad dat de reclameboodschappen op VTM voor respectievelijk "Lederland" (29/09/1994), "GB" (3/10 en 6/10/1994), "Brantano" (4/10/1994) en "Sun Parks" (6/10/1994) een inbreuk vormen op artikel 4, 3°, d van het decreet van 12/06/1991.

Namens de raad,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, somewhat abstract scribble that appears to be the name 'H. PAS'.

H. PAS  
Voorzitter.