

## **PRIJS IN AANKONDIGINGSPOT: STANDPUNT VRM**

Naar aanleiding van een ambtshalve onderzoek tegen NV Media Ad Infinitum (omroepprogramma Vitaya) heeft de VRM zijn standpunt bekendgemaakt aangaande het ter beschikking stellen van prijzen in een aankondigingspot. (beslissing 2008/039)

In dit dossier werd een aankondigingspot uitgezonden voor het eigen programma 'Dit is mijn huis'. In dit programma werd door een elektriciteitsleverancier een prijs aangeboden die kon gewonnen worden door te sms'en naar een betaalnummer met tariefvermelding. De mogelijkheid om de prijs in de wacht te slepen zat vervat in de aankondigingspot zelf.

De Regulator is van oordeel dat bij het vertonen, zowel in televisieprogramma's als in aankondigingspots, van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen rekening moet gehouden worden met artikel 105, § 3, van het Mediadecreet. Tengevolge van de decreetwijziging van 2 februari 2007, met inwerkingtreding op 5 maart 2007, geldt een versoepeling van de bepaling inzake het vertonen door televisieomroepen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen. Het verbod om prijzen te tonen en/of te vermelden in aankondigingspots bleef echter bestaan, daar het decreet op die punten niet gewijzigd is. Al is de expliciete vermelding van het verbod om prijzen te tonen en/of te vermelden in aankondigingspots, die voorkwam in artikel 105, § 3, vierde lid, van het Mediadecreet, niet in de nieuwe tekst van artikel 105, § 3, overgenomen, de nieuwe tekst laat slechts het vertonen ervan toe in "televisieprogramma's". De door Vitaya uitgezonden aankondigingspot is echter geen "programma" zoals omschreven in artikel 2, 10°, van het Mediadecreet.