

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t. VZW REGIONALE TELEVISIE VOOR HET
NOORDEN VAN WEST-VLAANDEREN**

(dossier nr. 2019/397D)

BESLISSING nr. 2019/026

24 juni 2019

In de zaak van VRM tegen VZW Regionale Televisie voor het noorden van West-Vlaanderen,

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,
Dhr R. LANNOO,
Mevr P. VALCKE,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 24 juni 2019,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014, tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroeporganisaties, heeft de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 30 maart 2019 van 16u tot 19u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Focus van VZW Regionale Televisie voor het noorden van West-Vlaanderen.

2. Op 14 mei 2019 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 27 mei 2019 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen VZW Regionale Televisie voor het noorden van West-Vlaanderen (hierna: Focus), met maatschappelijke zetel Koningsstraat 104 bus 8 te 8400 Oostende, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 4 juni 2019 aan Focus meegedeeld.

5. Focus bezorgt per e-mailbericht van 11 juni 2019 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Focus maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 24 juni 2019.

DE FEITEN

7. De uitzendingen van Focus bevatten een programmatie in lusvorm waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden. De programmatie op de betrokken datum is vrijwel identiek aan de programmatie van WTV.

De onderzoekscel stelt vast dat in het aanvangsitem (met een duurtijd van ongeveer 4 minuten) in het programma 'Tendens' productplaatsing aanwezig is onder vorm van diverse cosmetica- en verzorgingsmerken die op een cosmeticabeurs worden voorgesteld. Het programma wordt tijdens de onderzochte periode 4 x uitgezonden.

Productplaatsing is aanwezig in de reportage over de beurs 'Estetika' te Brussel met enkele vertegenwoordigers van 'Aesthetic Solutions' (2 x), van 'Magic White' en van 'G. Cosmetics'. Er wordt gefilmd op hun stand waarbij hun productaanbod in beeld wordt gebracht en de vertegenwoordigers vertellen over de vernieuwende behandelingen die zij aanbieden.

De aanwezigheid van productplaatsing is duidelijk doch niet overmatig; de vertegenwoordigers zijn positief over het eigen aanbod doch de aanprijzingen blijven beperkt.

De omroep blijkt zich wel degelijk bewust te zijn van het verplicht gebruik van het PP-logo bij de aanwezigheid van productplaatsing doch geeft dit enkel weer aan het einde van het programma, dus niet aan het begin ervan.

De manier waarop het specifieke logo dat de kijker wijst op de aanwezigheid van productplaatsing moet worden in beeld gebracht, werd vastgelegd in het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

Door het onvermeld laten van het voorgeschreven PP-logo aan het begin van het programma begaat de omroeporganisatie een overtreding op de toepassing van artikel 100 §1, 4°, van het Mediadecreet en op de toepassing van artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 100, § 1, 4^o, van het Mediadecreet bepaalt:

“De programma’s die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden: [...]”

4^o als het programma in kwestie is geproduceerd of besteld door de omroeporganisatie zelf of door een aan hem verbonden onderneming, worden de kijkers duidelijk gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Het programma in kwestie wordt in het begin en op het einde ervan, en als het na een reclamepauze wordt hervat, op passende wijze als zodanig aangeduid om verwarring bij de kijkers te voorkomen. De Vlaamse Regering kan daarover nadere regels bepalen.”

8.2. De artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing schrijven voor:

“Art. 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4^o, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, door het tonen van het logo dat in de bijlage bij dit besluit is opgenomen.

Art. 2. De manier waarop het logo, vermeld in artikel 1, in beeld wordt gebracht, voldoet aan de volgende criteria:

1^o het wordt op een duidelijke en contrasterende wijze gedurende ten minste vijf seconden ononderbroken in beeld gebracht in het begin van het programma, op het einde van het programma en na elke hervatting van het programma na een reclamepauze;

2^o het wordt rechts bovenaan of rechts onderaan in beeld gebracht en voldoet aan de volgende minimumnormen:

a) grootte: 1) SD : breedte 35 px en hoogte 35 px;

*2) HD: - resolutie 720 lijnen : breedte 42 px en hoogte 42 px;
- resolutie 1080 lijnen : breedte 63 px en hoogte 63 px;*

b) kleur: 255 (R) 255 (G) 255 (B) / 0 (R) 0 (G) 0 (B);

c) transparantie: 45 %.

Art. 3. Het logo, vermeld in artikel 1, wordt op een neutrale manier in beeld gebracht. De aanduiding van de aanwezigheid van productplaatsing in een programma mag de producten of de diensten waarop de productplaatsing betrekking heeft, niet vermelden of vertonen.”

Bijlage. Het logo voor productplaatsing, vermeld in artikel 1 van het besluit van de Vlaamse Regering betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.



A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9. Focus voert aan dat er wel degelijk een PP-logo aan het begin én aan het einde van het programma wordt uitgezonden. De omroeporganisatie voegt bij het schriftelijk verweer een link naar de volledige uitzending van het programma en stelt dat het logo op ongeveer seconde 9 op de tijdlijn vanaf de start van het programma rechtsonder in beeld wordt gebracht volgens de voorgeschreven richtlijnen van de regelgeving terzake.

Focus meent dat de vaststelling door de onderzoekscel van enige inbreuk wellicht op een vergissing berust, minstens als niet bewezen voorkomt.

B. Beoordeling

10. Uit het onderzoek van alle beelden blijkt dat er een PP-logo zowel aan het begin als aan het einde van het programma wordt uitgezonden.

Het verweer van Focus wordt in dit geval dan ook gevolgd.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van VZW Regionale Televisie voor het noorden van West-Vlaanderen geen inbreuk op het Mediadecreet vast te stellen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 24 juni 2019.

D. PEEREMAN
griffier

P. SOURBRON
waarnemend 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 bestuursrechtspraak van de Raad van State.