

VLAAMSE RAAD VOOR RECLAME EN SPONSORING
OP RADIO EN TELEVISIE

ADVIES nr. 1995/02 dd. 10/04/1995

Gelet op het decreet van 12 juni 1991, inzonderheid op artikel 15, § 1, 3°;

Gelet op het ontwerp van Code goedgekeurd op de vergadering van de Raad van 11 april 1994;

Gelet op het advies 1994/01, dd. 10 oktober 1994 van de Raad;

Gelet op de brief dd. 24 november 1994 van de BRTN;

Gelet op het overleg met Mr. F. Van Elsen, voor VTM, en mevrouw L. Vercruyssen, adviseur-dienstchef van de Juridische Dienst van de BRTN;

brenkt de Vlaamse Raad voor reclame en sponsoring op 10 april 1995 volgend advies uit :

VOORAFGAAND

De Raad heeft naar aanleiding van het ambtshalve onderzoek m.b.t. de sponsorvermeldingen tijdens de BRTN-televisie-uitzendingen van de Wereldbeker Voetbal, waarvan de procedure werd stopgezet, beslist om de problematiek van de sponsoring op radio en televisie in zijn globaliteit te onderzoeken. De Raad heeft beslist zijn bevindingen in de vorm van een advies aan de minister te laten kennen.

De Raad heeft het advies aan de betrokken omroeporganisaties meegedeeld en beslist dit als richtlijn te hanteren bij verdere geschillen.

De BRTN heeft bij brief van 24 november 1994 haar opmerkingen bij het advies aan de Raad kenbaar gemaakt.

In zijn vergadering van 13 februari 1995 heeft de Raad beslist om de BRTN uit te nodigen voor een gesprek. De Raad heeft tevens beslist om VTM hiervan op de hoogte te brengen en ze in de gelegenheid te stellen aan het overleg deel te nemen.

Op 13 maart 1995 heeft de Raad overleg gepleegd met een afvaardiging van de BRTN en VTM.

In zijn vergadering van 10 april 1995 heeft de Raad het dossier opnieuw geëvalueerd en beslist enkele nuances aan zijn advies aan te brengen, meer bepaald aan de punten 1. en 2.1.

De Raad aanvaardt dat ook de indirecte financiële bijdrage aan een programma kan ressorteren onder de definitie van sponsoring en erkent dat het aan de omroepen zelf toekomt om te bepalen hoe de sponsorvermeldingen in de praktijk worden aangekondigd, voor zover duidelijk blijkt dat het om sponsoring gaat.

Op de andere punten meent de Raad niet te kunnen ingaan om de redenen die worden uiteengezet in het advies.

De Raad bevestigt dat het advies gebaseerd is op art. 15, § 1, 3° van het decreet, dat bepaalt dat de Raad op eigen initiatief advies kan verlenen m.b.t. reclame, sponsoring en televerkoop. Dat heeft als consequentie dat het advies een richtlijn ten indicatieve titel is, die de omroepen geen verdere beperkingen oplegt dan deze die zijn bepaald in het decreet en de Code.

ADVIES

1. In het decreet van 12 juni 1991 tot regeling van de reclame en sponsoring wordt sponsoring als volgt gedefinieerd : "elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezighoudt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele produkties aan de financiering van programma's met het doel hun naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven".

De Raad leidt uit deze definitie af dat sponsoring in essentie een bijdrage is aan de financiering van programma's.

De Raad is evenwel van mening dat hieruit niet kan worden afgeleid dat het gehele omroepprogramma van een omroep in zijn totaliteit kan worden gesponsord, aangezien dit zou kunnen leiden tot een uitholling van artikel 12 van het decreet van 12 juni 1991.

De Raad concludeert hieruit dat enkel individueel aantoonbare programma's kunnen worden gesponsord. Principieel lijkt het niet uitgesloten dat speelfilms kunnen worden gesponsord, op voorwaarde dat kan worden aangetoond dat de sponsor daadwerkelijk een financiële bijdrage heeft geleverd, om de programmatie van een bepaald programma of bepaalde programmareeksen mogelijk te maken.

Enkel sponsors van programma's of programma-onderdelen kunnen worden vermeld. Vermeldingen van sponsors van het door de omroeporganisatie uitgezonden of aangekondigde evenement, vallen niet onder de definitie van de toegelaten sponsoring, voor zover er geen directe of indirecte financiële bijdrage aan het programma wordt geleverd. Sponsorvermeldingen bij aankondigingsspots van evenementen, die niet zullen worden uitgezonden, beantwoorden in geen geval aan de definitie van sponsoring, zoals bedoeld in het decreet.

2. Artikel 10 van het decreet van 12 juni 1991, zoals het werd vervangen door het decreet van 15 december 1993 bepaalt de voorwaarden waaraan de sponsorvermeldingen dienen te beantwoorden. De Raad benadrukt hierbij dat de bedoeling van deze vermeldingen is, de kijker/luisteraar te informeren dat een sponsor een financiële bijdrage heeft geleverd aan een programma.

De Raad is van oordeel dat de beperkingen van artikel 10 in 4 essentiële knelpunten kunnen worden verrat :

- 2.1. De sponsoring moet duidelijk blijken uit een auditieve of visuele vermelding (eerste lid). Hierbij kan, bij wijze van voorbeeld, worden gedacht aan aankondigingen zoals "dit programma komt tot stand met de samenwerking van ...".
- 2.2. De vermeldingen mogen uitsluitend voorkomen aan het begin of einde van een programma of programma-onderdeel en in de aankondigingsspots (tweede lid).

De Raad heeft kunnen vaststellen dat bepaalde programma's - veelal sportprogramma's - kunstmatig worden opgesplitst, met het doel deze aldus door verschillende firma's te kunnen laten sponsoren.

De definitie die het decreet aan "programma-onderdeel" geeft, lijkt op zichzelf onvoldoende om deze praktijk tegen te gaan.

De Raad neemt zich voor om de bepalingen i.v.m. zelfstandige onderdelen van artikel 5, § 3 van het decreet analoog te interpreteren bij sponsoring. Bij wijze van voorbeeld kunnen enkel tijdens de pauzes van sportprogramma's en op soortgelijke wijze gestructureerde evenementen en opvoeringen sponsorvermeldingen worden toegelaten.

2.3. Het tonen van de dienst, het produkt zelf of de verpakking ervan zijn niet toegelaten (derde lid).

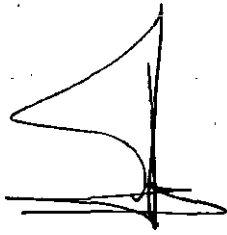
De Raad is van oordeel dat de decreetgever hier zeer duidelijk is en wenst te benadrukken dat dit verbod ook geldt, wanneer de verpakking van het produkt als merk zou zijn gedeponeerd.

2.4. Klank- of beeldherkenningstekens verbonden aan de sponsor zijn toegelaten (derde lid).

De Raad is van oordeel dat er een verband moet zijn tussen de gebruikte herkenningstekens en de sponsor.

Dit advies vervangt het advies 1994/01 van 10 oktober 1994.

Namens de Raad,

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line on the right, a horizontal line at the bottom, and a large, sweeping curve on the left that loops back towards the center.

H. Pas
voorzitter