



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV VLAMEX

(dossier nr. 2011/031)

BESLISSING
nr. 2011/032

28 november 2011

In de zaak van VRM tegen NV Vlamex,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 28 november 2011,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 31 mei 2010 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroeporganisaties, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 19 september 2011 van 17 uur tot 23 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Stories TV van BVBA Vlamex.

2. Op 14 oktober 2011 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor inzake de naleving van de regelgeving.

3. Op 24 oktober 2011 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen BVBA Vlamex (hierna: Stories TV), met maatschappelijke zetel Lekestraat 33 te 9900 Eeklo, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. De beslissing om een procedure op tegenspraak op te starten wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 28 oktober 2011 aan Stories TV meegedeeld.

5. Bij brief van 17 november 2011 deelt Stories TV het nieuwe adres van de maatschappelijke zetel mee (Koning Albertstraat 6 te 9900 Eeklo) en verklaart zij dat de rechtspersoon voortaan een NV is.

6. VRM ontvangt op 28 november 2011 de schriftelijke opmerkingen van Stories TV.

7. Op de zitting van 28 november 2011 wordt Stories TV vertegenwoordigd door Peter Labens.

DE FEITEN

8.1. Productplaatsing in het programma : Tendens Huis.

De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode tweemaal eenzelfde kort programma wordt uitgezonden onder de benaming 'Tendens Huis' (met een duurtijd van ongeveer 6min 7sec).

Dit programma heeft als thema de plaatsing en de voordelen van vloerisolatie en vloerverwarming. In het programma komen enkel deskundigen en/of vertegenwoordigers van bedrijven in deze specifieke sector aan het woord.

In één geval wordt er duidelijk aandacht besteed aan 'Recticel', wiens merknaam en logo prominent in beeld wordt gebracht op isolatiemateriaal in twee fragmenten gedurende minimaal zeventien seconden en elf seconden.

Aan het einde van het programma volgt tijdens de aftiteling gedurende ongeveer vijftien seconden een over het scherm rollende lijst met korte visuele vermeldingen van programmasponsors, waaronder 'Recticel' (gedurende één à twee seconden). Bovenaan rechts verschijnt ook de vermelding 'sponsor'.

De onderzoekscel is van oordeel dat hier sprake is van productplaatsing die evenwel – omwille van het ontbreken van het PP-logo bij het begin en aan het einde van het programma – niet in overeenstemming is met de voorwaarden opgelegd door artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna : het Mediadecreet) en nader omschreven in de artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing (hierna : het besluit van 10 september 2010).

8.2. Sponsorvermeldingen bij het journaal.

De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode viermaal een programma wordt uitgezonden onder de benaming 'De Vlaanders'.

Het programma in kwestie wordt geproduceerd in samenwerking met de regionale televisieomroeporganisaties AVS en Focus/WTV en belicht voornamelijk de actualiteit m.b.t. de provincies Oost- en West-Vlaanderen.

Aan het einde van het programma/journaal verschijnen enkele visuele vermeldingen : 'met dank aan De Client/Close-Up/Loewe'.

Volgens de onderzoeksceel stemt het uitzenden van die sponsorvermeldingen niet overeen met de toepassing van artikel 96 van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

9.1. Artikel 96, eerste lid, van het Mediadecreet bepaalt :

"Journaals en politieke informatieprogramma's mogen niet worden gesponsord."

9.2. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

"De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden :

4° 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."

9.3. 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 schrijft voor :

“Artikel 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4°, 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° 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° 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.

10.1. Productplaatsing in het programma : Tendens Huis.

Stories TV betwist in zijn schriftelijke opmerkingen en in de mondelinge toelichting daarbij tijdens de hoorzitting, niet dat het programma 'Tendens Huis' productplaatsing bevat maar wijt het weglaten van het PP-logo aan een nalatigheid bij de montage.

10.2. Sponsorvermeldingen bij het journaal.

Stories TV brengt geen journaal. Het magazine 'De Vlaanders' is een niet-actueel gebonden magazine waarin naast tijdloze human interest items soms items vervat zitten die reeds eerder op de regionale omroepen te zien waren in hun journaals. Wanneer het item gebracht wordt in 'De Vlaanders' als magazine is het al lang geen nieuws meer maar een fait divers, soms pas dagen later gebracht (nooit de dag zelf zoals in een journaal).

Na de kennisgeving van de beslissing nr. 2011/020 van 26 september 2011 heeft de omroep beslist om in afwachting van de uitspraak in de huidige zaak alle logo's te verwijderen.

B. Beoordeling.

11.1. Productplaatsing in het programma : Tendens Huis.

Uit het onderzoek en uit de beelden blijkt dat in het programma duidelijk en intentioneel vormen van commerciële communicatie voorkomen, in het bijzonder productplaatsing : de goederen van de programmasponsor 'Recticel' zijn met zichtbare merknaam en logo duidelijk visueel en eerder langdurig aanwezig in het programma en worden als een vorm van productiehulp beschouwd.

Hier is dus voldaan aan de definitie van productplaatsing : elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffende handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma.

Het logo voor productplaatsing ontbreekt zowel bij het begin als op het einde van het programma.

Hieruit volgt dat Stories TV tijdens de uitzending van het programma 'Tendens Huis' op 19 september 2011 een inbreuk begaan heeft op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

11.2. Sponsorvermeldingen bij het journaal.

In tegenstelling tot wat Stories TV aanvoert, moet het programma 'De Vlaanders' beschouwd worden als een journaal : het belicht voornamelijk de actualiteit m.b.t. de provincies Oost- en West-Vlaanderen (zie ook beslissing 2011/019 d.d. 26 september 2011).

De behandelde onderwerpen in de uitzending van 19 september 2011 spreken tegen dat het programma om een niet-actueel gebonden magazine zou gaan dat geen dagverse items brengt, maar enkel feiten die al lang geen nieuws meer zijn. De items die aan bod kwamen betroffen namelijk: 1) verslaggeving over de autoloze zondag te Gent op 18 september 2011, 2) de anti-stress campagne in lagere scholen in Oost-Vlaanderen (met verdeling van stresskipetjes) op 19 september 2011, 3) de driejaarlijkse Bier- en Hoppefeesten te Poperinge op 16-17-18 september 2011, 4) de viering van de opening van het nieuwe complex van de Universiteit Gent op 19 september 2011, 5) de expositie van de schilderwerken van Mark Eyskens in het Belfort te Brugge, die startte in het weekend van 17-18 september 2011, 6) de Siertoer met promotie voor de sierteelt te Lochristi/Melle op 18 september 2011, 7) de ophef rond en de reacties i.v.m. de parcourswijziging van de Ronde van Vlaanderen, die op 16 september 2011 werd bekendgemaakt, 8) het weerbericht voor de komende nacht en de dag nadien.

De presentatrice neemt ook afscheid met het vooruitzicht op 'meer nieuws en weer' in de aflevering van de dag nadien.

Aan het einde van het programma verschijnen enkele visuele vermeldingen voor onder meer 'De Client', 'Close-Up', 'Loewe'. De VRM heeft reeds geoordeeld dat het leveren van faciliteiten of diensten zoals bijvoorbeeld kleding en haartooi, moet worden beschouwd als een bijdrage aan de financiering van het programma met het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven en dus beantwoordt aan de definitie van sponsoring, zoals vastgelegd in artikel 2, 41°, van het Mediadecreet (beslissingen 2011/019 d.d. 26/09/2011 - 2010/004 d.d. 18/01/2010 - 2008/072 d.d. 17/11/2008 - 2007/047 d.d. 19/10/2007).

Hieruit volgt dat Stories TV tijdens de uitzending van het journaal 'De Vlaanders' op 19 september 2011 een inbreuk begaan heeft op artikel 96, eerste lid, van het Mediadecreet.

11.3. Door de aard van de inbreuken en de afwezigheid van kwade trouw in hoofde van Stories TV is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Vlamex een inbreuk vast te stellen op artikel 96 en artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Vlamex te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 28 november 2011.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
dienstdoend 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.