



ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t.
NV VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ**

(dossier nr. 2009/0498)

BESLISSING
nr. 2010/012

15 maart 2010

In de zaak van VRM tegen NV Vlaamse Media Maatschappij,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 15 februari 2010 en 15 maart 2010,
Neemt op de laatste datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit monitoring van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden door de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna : de Regulator) de uitzendingen van 6 diverse televisieomroeporganisaties, uitgezonden op 21 oktober 2009 van 16 uur tot 22 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma JIM van NV Vlaamse Media Maatschappij.

2. Op 9 december 2009 legt de onderzoeksceel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de uitzendingen op 21 oktober 2009 van het omroepprogramma JIM.

3. Op 21 december 2009 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen NV Vlaamse Media Maatschappij (hierna : VMMA), met maatschappelijke zetel Mediaaan 1 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 20 januari 2010 aan VMMA meegedeeld.

5. VMMA bezorgt op 4 februari 2010 de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator.

6. Op de hoorzitting van 15 februari 2010 wordt VMMA vertegenwoordigd door Ben Appel en Sven Van Damme.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat op 21 oktober 2009 tussen 16u00 en 22u00 het programma 'Spotlight' wordt uitgezonden. Dit programma is een gepresenteerd programma rond mode/fashion/lifestyle met diverse rubrieken.

Bij het begin en het einde van het programma wordt gedurende enkele seconden bovenaan rechts in beeld een PP-logo geprojecteerd dat wijst op de aanwezigheid van productplaatsing in het programma.

Tijdens dit programma wordt een rubriek uitgezonden rond de modezaak 'Sissy-Boy' (met een totale duur van ongeveer 2 minuten 45 seconden).

De onderzoeksceel is van oordeel dat deze rubriek een publi-reportage is die dan ook niet duidelijk herkenbaar is en onderscheiden wordt van de redactionele inhoud van het programma in kwestie.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 35°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna : het Mediadecreet) bepaalt :

"In dit decreet wordt verstaan onder :

35° reclame : de audiovisuele of auditieve boodschap van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon – in welke vorm dan ook – over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen, die tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel voor zelfpromotie in een lineaire omroepdienst wordt uitgezonden."

8.2. Artikel 79, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet luidt als volgt :

"Televisiereclame, zelfpromotie uitgezonderd, en telewinkelen moeten duidelijk herkenbaar zijn en moeten kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Zonder afbreuk te doen aan het gebruik van nieuwe reclametechnieken, moeten reclame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden."

8.3. Artikel 81, § 5, van het Mediadecreet schrijft voor :

“De regionale en private lineaire televisieomroeporganisaties mogen publi-reportages uitzenden die niet worden in aanmerking genomen bij de berekening van de percentages vermeld in § 2 van dit artikel, mits deze publi-reportages in overeenstemming zijn met alle bepalingen van dit hoofdstuk.

Onder publi-reportages wordt begrepen commerciële communicatie die meer tijd in beslag neemt dan reclamespots omdat het accent ligt op de redactionele en informatieve inhoud.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

9. VMMA schetst het ontstaan van artikel 81, § 5, van het Mediadecreet. Daaruit concludeert de omroeporganisatie dat publi-reportages een vorm van reclame zijn, die wel moeten voldoen aan de bepalingen inzake televisiereclame (waaronder het scheidingsbeginsel uit artikel 79) en dus in dat hoofdstuk van het Mediadecreet werden ondergebracht, maar die niet worden meegerekend in de uurlimiet van 20% die aan televisiereclame en telewinkelspots mag worden besteed.

VMMA voert aan dat ‘Spotlight’ een lifestyle en modemagazine is met verschillende rubrieken. Eén van die rubrieken is de ‘Spotlight hotspot’ waarin nieuwe places-to-be om te shoppen en/of cultuur op te snuiven in de ‘spotlight’ worden gezet. Dit item is een redactioneel programmaonderdeel maar geen reclame en dus geen publi-reportage. Kenmerkend onderdeel voor reclame is dat de uitzending geschiedt ‘tegen betaling of soortgelijke vergoeding’. Een gebrek hieraan verhindert de kwalificatie als reclame, zoals gedefinieerd in artikel 2, 35°, van het Mediadecreet. De omroeporganisatie verklaart nadrukkelijk dat voor de uitzending van het Spotlight Hotspot-item inzake ‘Sissy-Boy’ geen vergoeding werd ontvangen, wat impliceert dat het item niet beantwoordt aan de definitie van reclame en aldus evenmin een publi-reportage is.

B. Beoordeling.

10. Tijdens het beraad stelt zich de vraag of er geen mogelijke schending zou zijn van artikel 54 of artikel 100 van het Mediadecreet. Aangezien deze artikelen niet het voorwerp van het ambtshalve onderzoek zijn, heeft VMMA zich op deze punten niet kunnen verdedigen. Het ambtshalve onderzoek wordt bijgevolg uitgebreid tot de artikelen 54 en 100 van het Mediadecreet. Aan de omroeporganisatie moet dus de gelegenheid worden gegeven om haar argumenten met betrekking tot deze artikelen naar voren te brengen.

**OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR
VOOR DE MEDIA**

In hoofde van NV Vlaamse Media Maatschappij het ambtshalve onderzoek voort te zetten en uit te breiden zoals aangegeven in onderdeel 10 van deze beslissing.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 15 maart 2010.

D. PEEREMAN
griffier

E. BREWAEYS
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.