



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. NV SBS BELGIUM
(dossier nr. 2008/449)

BESLISSING
nr. 2009/002

19 januari 2009

In de zaak van VRM tegen NV SBS Belgium,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 19 januari 2009,

Neemt op deze 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 om op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven gerichte controles uit te voeren inzake de naleving van de regels inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut op radio en televisie, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna : de Regulator) tijdens de maand september 2008 de uitzendingen van de serie 'The Block (Hoegaarden)' via het omroepprogramma VT4 van de particuliere televisieomroep die zich richt tot de gehele Vlaamse Gemeenschap NV SBS Belgium, aan een onderzoek onderworpen.
2. Op 17 november 2008 legt de onderzoekscel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut tijdens de uitzending van 'The Block (Hoegaarden)' op 2, 9, 16, 23 en 30 september 2008 van het omroepprogramma VT4.
3. Op 24 november 2008 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV SBS Belgium (hierna: VT4), met maatschappelijke zetel Fabrieksstraat 55 te 1930 Zaventem, 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 1 december 2008 aan VT4 meegedeeld.
5. VT4 bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator op 18 december 2008.
6. Op de hoorzitting van 19 januari 2008 wordt VT4 vertegenwoordigd door Alexandra Olbrechts en Annick Moons.

DE FEITEN

7.1. Sponsorvermeldingen.

Elke aflevering van 'The Block (Hoegaarden)' wordt voorafgegaan en gevolgd door een geanimeerde sponsorboodschap van 'Tic Tac'. Aan het einde van elke aflevering volgt in de aftiteling een vermelding van een 25-tal sponsors.

Voorafgaand aan het begin van de uitzending van het derde en het vierde programmaonderdeel, na een onderbreking voor reclame, komt in elk van de vijf afleveringen van het programma telkens een geanimeerde sponsorvermelding voor vanwege 'Flair' en 'Spotter'.

'Flair' noch 'Spotter' worden aan het begin en/of einde van het programma als sponsor vermeld. 'Flair' noch 'Spotter' komen als sponsor voor in de sponsorvermeldingen bij de aftiteling.

7.2. Reclame in het programma.

In elk van de afleveringen van het betrokken programma komen visuele vermeldingen van producten, merknamen, logo's en auditieve vermeldingen voor. Het gaat telkens om sponsors van het betrokken programma. In sommige gevallen stelt zich de vraag of het decretaal toelaatbaar is.

In de aflevering van 2 september 2008 kan de vraag gesteld worden of de wijze waarop de producten en de merkbenaming 'Makita' in het programma aanwezig zijn (visueel en aanprijzingen in lovende bewoordingen) in overeenstemming is met het Mediadecreet.

In de aflevering van 16 september 2008 zou de aandacht die besteed wordt aan de geschenkencheques van 'X2O' en 'Impermo' die de kandidaten ontvangen gevolgd door het bezoek aan het betrokken filiaal, een probleem kunnen stellen.

In dezelfde aflevering volgen ook diverse sequenties waarin de verhuiswagen van sponsor 'Dockx Rental' veelvuldig in beeld wordt gebracht.

In de aflevering van 23 september 2008 brengen de kandidaten een bezoek aan een filiaal van de programmasponsor 'Eurokitchen' en kopen er een keuken. De vraag rijst of de wijze waarop deze merkbenaming in het programma aanwezig is (visueel), strookt met de toepassing van het Mediadecreet.

In de afleveringen van 9 en 30 september 2008 stelt zich de vraag naar de aandacht die de sponsor 'Tic Tac' binnen het programma krijgt.

In de aflevering van 9 september 2008 bestempelt de programmapresentator het product van de sponsor als krachtvoer.

In de aflevering van 30 september 2008 vestigt de omroep zelf door een regie-ingreep (beeldtrucage) de aandacht helemaal op het product van de sponsor.

HET RECHT

8.1. Artikel 101, § 1, eerste lid, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna genoemd : het Mediadecreet) bepaalt :

“ Reclame en telewinkelen moeten duidelijk als dusdanig herkenbaar zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden zijn van de programma’s.”

8.2. Artikel 105 van het Mediadecreet luidt als volgt :

“§ 1. Met behoud van de toepassing van artikel 101, § 1, en artikel 104 mogen de programma’s geen reclame, in welke vorm dan ook, bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

Niet te vermijden reclame is reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt.

§ 2. Het tonen van naam, merk of logo bij verslaggeving van sportwedstrijden of cultuurmanifestaties wordt als niet te vermijden beschouwd.

Bij opnamen door of in opdracht van een televisieomroep mag het uitsluitend om niet-overheersende beelden gaan die niet veelvuldiger, niet langer of niet groter in beeld worden gebracht dan voor een goed verslag van het evenement noodzakelijk is.

§ 3. In een televisieprogramma is, inzake het vertonen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vertonen van het product of de dienst toegestaan op voorwaarde dat er geen ongegronde aandacht wordt besteed aan deze producten of diensten.

De prijzen mogen maximaal twee keer worden getoond of vermeld.

§ 4. In een radioprogramma is inzake het vermelden van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vermelden van naam of merk van het product of de dienst of van degene die de prijs aanbiedt, toegestaan op voorwaarde dat er geen gebruik wordt gemaakt van aanprijzingstechnieken. De vermelding mag maximaal twee keer voorkomen.

§ 5. Naam- en merkvermeldingen van producten en diensten, zonder de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen in andere programma’s,

kunnen worden aanvaard als ze voor het programma inhoudelijk verantwoord en noodzakelijk zijn.”

8.3. Artikel 106 van het Mediadecreet schrijft voor :

“ De gesponsorde programma’s moeten aan het begin en/of het einde duidelijk als gesponsorde programma’s worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor.

De sponsorvermelding moet een duidelijke verwijzing naar het gesponsorde programma bevatten, en moet voldoen aan de bepalingen van artikel 2, 16°.

De sponsorvermelding mag voorkomen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel.

Tijdens sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegestaan bij het tonen van tijdsaanduidingen en weergave van de stand.

In aankondigingspots mag melding worden gemaakt van de sponsors.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

9.1. Algemeen.

Alvorens de argumenten ten gronde uiteen te zetten, stelt VT4 de objectiviteit en de frequentie waarmee de onderzoekscel de omroep heeft gemonitord ernstig in vraag.

De omroep pleit enerzijds voor een meer objectieve en simultane monitoring zoals neergeschreven in het kaderbesluit monitoring van 22 april 2005.

Anderzijds getuigen de bewoordingen van het onderzoeksrapport geenszins van een objectieve en onafhankelijke houding jegens VT4. De omroep wijst in dit verband op het bestaan van het principe van het vermoeden van onschuld en de algemene beginselen van behoorlijk bestuur, welke voor de onderzoekscel en de Regulator gelden.

9.2. Sponsorvermeldingen.

De omroep voert aan dat het eerste en het derde lid van artikel 106 van het Mediadecreet niet cumulatief maar alternatief moeten worden opgevat. De omroep heeft aldus de keuze om de sponsorvermelding hetzij aan het begin en/of einde van het programma hetzij aan het begin en/of einde van een programmaonderdeel te plaatsen.

Mocht de Regulator toch een andere mening zijn toegedaan, dan volstaat een waarschuwing in de ogen van de omroep aangezien zij hiervoor in het verleden nooit eerder werden veroordeeld.

9.3. Reclame in het programma.

In hoofdorde meent de omroep dat de regels onder Afdeling II van het Mediadecreet “Reclame en Telewinkelen” geen toepassing kunnen vinden op de betwiste beelden, aangezien zij geen vormen van reclame uitmaken. De voorbeelden die door de onderzoekscel worden opgesomd zijn gevallen waar de sponsor toevallig in beeld komt, wat niet verwonderlijk is bij een verbouwingsprogramma. Enkel de regels in verband met sponsoring kunnen hierbij toepassing vinden.

Indien de Regulator van oordeel zou zijn dat de bepalingen van Afdeling II van het Mediadecreet toch van toepassing zouden zijn, voert VT4 in ondergeschikte orde aan dat de artikelen 101 en 105 van het Mediadecreet niet geschonden zijn. Een programma als “The Block” is een dure aangelegenheid. Daarom doet VT4 beroep op diverse sponsors, die bereid zijn een bijdrage te leveren aan het programma, in ruil voor een exclusieve logovermelding in de eindgeneriek en/of de vertoning van een billboard voor en/of na elk programmaonderdeel. De bijdrage is meestal een bijdrage in natura, bijvoorbeeld een waardebon voor keukens voor de appartementen (‘Euro Kitchen’), een verhuishwagen (‘Dockx Rental’), een bepaalde hoeveelheid tegels (‘Impermo’), enz. De opgemerkte sponsorvermeldingen zijn toevallig in het programma geslopen. Alle producten en diensten die in het programma voorkomen, spelen een noodzakelijke rol. De merken van producten en diensten die zichtbaar in de lofts te zien zijn, zijn onvermijdelijk. De getoonde materialen, producten en decors zijn alle inhoudelijk verantwoord. Op geen enkel moment worden merken of logo’s op zulke herhaaldelijke of nadrukkelijke wijze in beeld gebracht dat zij als vermijdbare reclame zouden kunnen gekwalificeerd worden.

Met betrekking tot de vermelding van ‘Makita’, ‘X2O’ en ‘Impermo’ beroept de omroep zich op artikel 105, § 3, van het Mediadecreet.

Wat ‘Dockx Rental’ betreft is de omroep van oordeel dat hij niet verantwoordelijk kan gesteld worden voor de vermelding van het logo op de verhuishwagen. De verhuishwagen maakte in de betrokken aflevering bovendien het voorwerp uit van onenigheid tussen de kandidaten. Het was geenszins ingegeven door de intentie van VT4 om ‘Dockx Rental’ als sponsor centraal te plaatsen.

Verder meent VT4 dat de eenvoudige vertoning van de etalage van ‘Euro Kitchen’ geenszins gekwalificeerd kan worden als een niet-toelaatbare vorm van reclame. Het maakt deel uit van het gewone straatbeeld. VT4 kan onmogelijk elke beeldflits van een logo onherkenbaar maken.

Met betrekking tot de zichtbaarheid van 'Tic Tac' ontkent VT4 niet dat de omroep enige invloed had kunnen uitoefenen op het in beeld komen van deze sponsorvermelding. De regie-ingreep was bedoeld als humoristische noot eerder dan een uitdrukkelijke aanprijzing van het product.

In uiterst ondergeschikte orde pleit VT4 voor een richtlijnconforme interpretatie van de regels in verband met reclame in programma's in deze zaak. De Richtlijn 2007/65/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 december 2007 tot wijziging van Richtlijn 89/552/EEG van de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten (hierna genoemd : de Richtlijn AVMD) maakt de voorschriften inzake reclame en sponsoring, zoals zij voorliggen op basis van het huidige Mediadecreet, minder rigide. VT4 is dan ook van oordeel dat de vormen van product plaatsing in de betrokken afleveringen van 'The Block (Hoegaarden)' in het kader van die richtlijn ongetwijfeld toegelaten zijn.

VT4 meent uit het standpunt van de Regulator van 6 juni 2008 met betrekking tot de belpelletjes af te leiden dat door de Regulator wordt opgeroepen om reeds met de bepalingen van de Richtlijn AVMD rekening te houden, ofschoon deze regels nog niet in Belgisch recht werden omgezet.

B. Beoordeling.

10.1. Algemeen.

Artikel 169, § 1, van het Mediadecreet stelt dat de Vlaamse Regulator voor de Media onder meer als missie heeft de handhaving van de mediaregelgeving binnen de Vlaamse Gemeenschap. In § 2 van datzelfde artikel verduidelijkt 1° dat één van de taken van de algemene kamer onder meer bestaat uit het toezicht op de naleving van en de beteugeling van de inbreuken op de bepalingen van de gecoördineerde decreten.

Deze taken zijn verder uitgewerkt in het kaderbesluit van 22 april 2005. Het besluit stelt dat het wenselijk is de controles per soort van omroepen zoveel als mogelijk simultaan uit te voeren maar behoudt tegelijk de mogelijkheid om onderzoeksopdrachten op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven gerichte controles uit te voeren.

Geen van de teksten sluit derhalve uit dat een programma zoals 'The Block' gedurende een aantal afleveringen gecontroleerd wordt. In de loop van 2008 zijn programma's zoals 'Thuis' (VRT) en 'Sara' (VMMa) door de onderzoekscel eveneens gedurende een aantal afleveringen gecontroleerd en werd, indien nodig, een procedure op tegenspraak opgestart.

Tot slot wordt er op gewezen dat het de algemene kamer toekomt te beslissen of er een ambtshalve onderzoek wordt opgestart, niet de onderzoekscol. Wanneer dergelijk onderzoek wordt opgestart, krijgt de omroep de mogelijkheid om zich schriftelijk te verdedigen. De omroep kan deze opmerkingen bovendien mondeling komen toelichten op een hoorzitting. Daarna is het opnieuw aan de algemene kamer om een beslissing te nemen, niet aan de onderzoekscol. Het principe van het vermoeden van onschuld komt dan ook nergens in het gedrang tijdens het beslissingsproces.

10.2. Sponsorvermeldingen.

Op grond van het eerste lid van artikel 106 van het Mediadecreet moeten programma's die gesponsord worden, aan het begin en/of aan het einde duidelijk als gesponsorde programma's worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor. Deze bepaling houdt een verplichting in voor de omroepen.

Het derde lid van artikel 106 van het Mediadecreet laat de omroepen evenwel toe om ook aan het begin en/ of aan het einde van een programmaonderdeel de sponsorvermelding te tonen. Deze bepaling vormt echter geen verplichting voor de omroepen. Evenmin ontslaat dat derde lid de omroepen van de verplichting om de sponsorvermelding ook aan het begin en/of aan het einde van het programma te vermelden.

Gelet op het bovenstaande heeft VT4 een inbreuk gepleegd op artikel 106, eerste lid, van het Mediadecreet.

Gelet op de omstandigheden van de zaak is een waarschuwing een gepaste sanctie.

10.3. Reclame in het programma.

10.3.1. In het Mediadecreet zijn regels opgenomen die bedoeld zijn om te voorkomen dat kijkers te pas en te onpas geconfronteerd worden met het tonen of vermelden van producten, diensten, merknamen en logo's in de programma's. Dit blijkt uit de parlementaire voorbereiding bij artikel 8 van het decreet van 12 juni 1991 tot regeling van de reclame en sponsoring op radio en televisie, dat intussen artikel 105 van het Mediadecreet geworden is (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 7). De voorliggende zaak heeft precies betrekking op het tonen of vermelden van producten, diensten, merknamen en logo's in de programma's en valt dan ook wel onder de toepassing van Afdeling II van het Mediadecreet, meer bepaald artikel 105.

10.3.2. In het Mediadecreet wordt uitgegaan van het basisprincipe dat er een duidelijke scheiding moet zijn tussen reclame en programma's.

Daarom wordt in artikel 105, § 1, van het Mediadecreet gesteld dat de programma's geen reclame, in welke vorm dan ook, mogen bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

Artikel 105, § 1, van het Mediadecreet beschrijft verder wat als niet te vermijden reclame beschouwd moet worden. Het gaat in de eerste plaats om reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en nadruk in een programma voorkomt. Men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Een omroep moet trachten te voorkomen dat bepaalde reclamevormen, door een aangepaste cameraregie, met nadruk in beeld komen. De mate van nadruk wordt door verschillende factoren beïnvloed zoals de tijd gedurende welke een reclamevorm in beeld is of de grootte van de reclamevorm ten opzichte van de totale oppervlakte van het beeldscherm (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 7).

In de onderzochte afleveringen van 'The Block (Hoegaarden)' is wel degelijk sprake van de intentionele plaatsing van producten en logo's die duidelijk in beeld worden gebracht. De merken 'Makita', 'X2O', 'Impermo', 'Dockx Rental' en 'Tic Tac' worden hetzij veelvuldig hetzij met nadruk getoond door ze ingezoomd en schermvullend in beeld te brengen of te vermelden, terwijl de omroep invloed kon uitoefenen op het in beeld brengen van deze reclame-uiting. Hier is dan ook geen sprake van niet te vermijden reclame-uitingen.

De uitzonderingen van §§ 2, 3 en 4, zijn in dit geval niet van toepassing. De bedoelde programma's zijn immers noch een verslaggeving van een sport- of culturele manifestatie, noch wordt daarin een prijs ter beschikking gesteld van het publiek.

Zelfs indien VT4 zich op artikel 105, § 3, van het Mediadecreet zou kunnen beroepen voor de vermeldingen van 'Makita', 'X2O' en 'Impermo', dan nog zou moeten worden vastgesteld dat de producten meer dan twee keer worden getoond of vermeld.

De betrokken omroep kan zich evenmin beroepen op artikel 105, § 5, van het Mediadecreet. Het gaat hier immers niet om een programma waarin het benoemen of tonen van een product noodzakelijk is (zie Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 8-9 : "*In een aantal programma's zal het benoemen en/of tonen van een product noodzakelijk zijn; een boek in een boekenrubriek, een auto in een programma over auto's, de naam van een bedrijf in een informatieprogramma, ...*"). Het programma is geen informatief programma over verbouwingen. Het is een wedstrijd tussen verschillende kandidaten om een appartement/loft het mooist/best te verbouwen. In een dergelijk programma bestaat er dan ook geen noodzaak om producten te benoemen of te tonen.

10.3.3. Tot slot kan ook de nieuwe Richtlijn AVMD geen toepassing vinden op de onderzochte uitzendingen van 'The Block (Hoegaarden)'. Deze richtlijn werd tot op heden niet omgezet in het interne recht en heeft geen rechtstreekse werking. De Vlaamse omroepen moeten dus rekening houden met de huidige bepalingen en voorwaarden uit het Mediadecreet, ook wat betreft de bepalingen omtrent reclame in programma's.

10.3.4. Gelet op bovenstaande heeft VT4 de bepalingen van artikel 105, § 1, van het Mediadecreet geschonden in de onderzochte periode op 2, 9, 16, 23 en 30 september 2008.

De vastgestelde overtredingen doen de Regulator besluiten een administratieve geldboete op te leggen.

Bij het bepalen van de grootte van de boete kan de Regulator niet voorbijgaan aan het gegeven dat VT4 eerder reeds voor gelijkaardige feiten een administratieve boete opgelegd heeft gekregen (zie beslissing 2007/030 van 22 juni 2007).

Gelet op de aard en de ernst van de inbreuken is een geldboete van 20.000 euro een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 106, eerste lid, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 1^o, van het Mediadecreet NV SBS Belgium daarvoor te waarschuwen;

2. In hoofde van NV SBS Belgium inbreuken vast te stellen op artikel 105, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 4°, van het Mediadecreet een administratieve geldboete van 20.000 euro op te leggen;

Aldus uitgesproken te Brussel op 19 januari 2009.

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.