



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. NV VLAMEX
(dossier nr. 2008/445/4)

BESLISSING
nr. 2008/081

15 december 2008

In de zaak van VRM tegen NV Vlamex,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 15 december 2008,

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 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de Regulator) de uitzendingen van 10 diverse televisieomroepen, uitgezonden op 23 juli 2008 van 00uur tot 24 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma S TV van NV Vlamex.

Het onderzoek werd uitgevoerd op basis van opnames van de betrokken uitzendingen door MediaXim.

2. Op 10 oktober 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 uitzendingen op 23 juli 2008 van het omroepprogramma S TV.

3. Op 20 oktober 2008 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Vlamex (hierna: S TV), met maatschappelijke zetel Baron Ruzettelaan 222 te 8310 Brugge, 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 6 november 2008 aan S TV meegedeeld.

5. S TV bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator bij faxbericht van 19 november 2008.

6. Op de hoorzitting van 15 december 2008 wordt S TV vertegenwoordigd door Peter Labens en Marc Hallez.

DE FEITEN

7.1. Alleenstaande telewinkelspots.

De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode vijf maal een alleenstaande telewinkelspot werd uitgezonden. De telewinkelspot zelf heeft een duurtijd van 30 seconden en wordt steeds voorafgegaan door een 5 seconden durende spot met een wisselende afbeelding van internationale artiesten waarin het logo 'Star' te zien is.

Naast deze alleenstaande telewinkelspot worden ook nog 55 reclameblokken met meerdere gegroepede reclameboodschappen of telewinkelspots uitgezonden.

7.2. Onderscheid reclame en programma's.

De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode zestien maal een individuele spot met een totale duurtijd van 1 minuut 40 seconden wordt uitgezonden rond de optredens te Blankenberge van zanger/stemmenimitator Steve Ryckier. Een voice-over verwijst voor contactgegevens en verdere informatie door naar de S TV-website. Aan het einde van deze spot verschijnt gedurende 5 seconden een pancarte met de tekst : "Steve Ryckier, van 19 juli tot en met 16 augustus, iedere zaterdagavond om 21u00 – Tickets : 10 euro – Voor reservatie : 050/432919".

Door de voice-over boodschap en de gegevens op de pancarte aan het einde van de spot krijgt deze het karakter van reclame zoals bedoeld in artikel 2, 15°, van het Mediadecreet. Daardoor betreft het een alleenstaande reclameboodschap die niet als dusdanig duidelijk herkenbaar is als reclame en die niet duidelijk onderscheiden is van de programma's door optische en/of akoestische middelen.

7.3. Sponsorvermeldingen.

De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode diverse programma's worden onderbroken voor de uitzending van sponsorvermeldingen :

Het programma 'S. Crimineel' (vier maal uitgezonden) wordt onderbroken door een 10 seconden durende sponsorvermelding (voor 'New Neon'). Deze sponsor wordt niet als dusdanig aan het begin en/of einde van het programma in kwestie als sponsor vermeld.

Het programma 'S. Lifestyle' (drie maal uitgezonden) wordt een eerste maal onderbroken door diverse sponsorvermeldingen (voor 'Acida'/'Kevada' en 'Bobo (Tremelo)' en 'Puro (Mechelen)') en een tweede maal door een sponsorvermelding voor 'www.traveltv.be'/'TAS BVBA'. Deze sponsors worden niet als dusdanig aan het begin en/of einde van het programma in kwestie als sponsor vermeld.

Het programma 'Petermolen' (één maal uitgezonden) wordt twee maal onderbroken voor een 5 seconden durende sponsorvermelding (voor 'Dovy Keukens'). Deze sponsor wordt niet als dusdanig aan het begin en/of einde van het programma in kwestie als sponsor vermeld.

HET RECHT

8.1. Artikel 2, 15°, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna genoemd : het Mediadecreet) bepaalt :

“ 15° reclame : de door een overheidsbedrijf of particuliere onderneming tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel ten behoeve van zelfpromotie uitgezonden boodschap – in welke vorm ook – in verband met de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een vrij beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen.”

8.2. Artikel 101, § 1, van het Mediadecreet luidt als volgt:

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

Reclame en telewinkelspots moeten worden gegroepeerd in niet-opvolgende tijdsblokken van beperkte duur.”

8.3. Artikel 106 van het Mediadecreet schrijft voor :

“De gesponsorde programma’s moeten 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.

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 de aankondigingspots mag melding worden gemaakt van de sponsors.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

9.1. Alleenstaande telewinkelspots.

S TV stelt nog steeds met een lussysteem te werken, zij het dat de wijze van uitzenden niet zeer doorzichtig is. De lus wordt immers op bepaalde tijdstippen doorbroken en deze onderbrekingen variëren dagelijks. Ingevolge een overeenkomst met ‘Star! TV’ mag S TV ondertitelde Star! TV-programma’s gebruiken, die echter niet elke dag op dezelfde tijdstippen zitten omdat die omroep ook volgens een gevarieerd zendschema werkt met regelmatig terugkerende programma’s op verschillende tijdstippen en dagen geprogrammeerd.

Op de hoorzitting verklaart de omroep strikt genomen niet meer in lussysteem uit te zenden. De omroep is bereid zich aan de zienswijze van de Regulator aan te passen.

Bovendien wijst de omroep er op dat het hier eigenlijk geen alleenstaande spot is. S TV besteedt bijzonder veel zorg aan het vermijden van alleenstaande boodschappen. Indien er slechts 1 spot in een blok zit, dan wordt dat blok opgevuld met extra spots die de omroep vrij kan uitzenden. In deze zaak was een spot voorzien van ‘Star! TV’, een omroep die een plaats heeft in de betaalkanalen van digitale televisie. S TV kan als omroep in het basispakket een aantal programma’s gratis aangeleverd krijgen van ‘Star! TV’ in ruil voor een aantal reclamespots. In het betrokken reclameblok diende volgens de afspraak een spot voor ‘Star! TV’ te worden uitgezonden. Om te vermijden dat dit een alleenstaande reclameboodschap zou worden, werd er door de omroep een telewinkelspot bijgeplaatst.

S TV erkent dat de 'Star! TV'-spot erg kort was. Op de hoorzitting verklaart de vertegenwoordiger dat S TV die spot zelf ingekort heeft omdat die spot al zo oud was en de nieuwe spot maar niet aangeleverd werd. Reeds erg geruime tijd zou nu een langere 'Star! TV'-spot draaien.

9.2. Onderscheid reclame en programma's.

S TV stelt dat de individuele spot rond Steve Ryckier een zenderactie is, verpakt in een miniprogramma, redactioneel opgebouwd met op het einde een verwijzing naar de website van de omroep, waarbij de kijkers kaarten konden winnen om naar optredens te gaan. Op het einde van het miniprogramma werd een billboard gratis aangeboden in ruil voor grote visibiliteit van de omroep ter plaatse.

9.3. Sponsorvermeldingen.

De omroep erkent de inbreuk voor het programma 'S. Crimineel' en zal in de toekomst nog enkel aan het begin en het einde van het programma bill-boards plaatsen.

Voor wat betreft het programma 'S. Lifestyle' en 'Petermolen' is de omroep van oordeel dat de bill-boards erg zorgvuldig en op de juiste plaats rond de afzonderlijke programmaonderdelen zijn geplaatst. De omroep stelt dat daardoor de sponsor niet meer hoeft vermeld te worden aan het begin of het einde van het totaalprogramma.

B. Beoordeling.

10.1. Alleenstaande telewinkelspots.

Uit de beelden blijkt dat de 'Star! TV'-spot geen duidelijke boodschap bezit waardoor de spot niet identificeerbaar is als reclameboodschap of telewinkelspot zodat er vijf maal een alleenstaande telewinkelspot werd uitgezonden.

Ten aanzien van alleenstaande reclame- en telewinkelspots heeft de Regulator op 20 oktober 2006 zijn standpunt bepaald. Blokken met slechts één spot moeten de uitzondering blijven. Dit betekent dat, naast de gevallen die de Europese Commissie in haar Interpretatieve Mededeling "over bepaalde aspecten van de bepalingen van de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen' betreffende televisiereclame" (*Pb. C.* 28 april 2004, afl. 102, 2) heeft aangestipt, en om het uitzonderlijk karakter van die praktijk te behouden,

blokken met slechts één spot beperkt moet blijven tot maximaal één blok per omroepprogramma per dag.

Omroepen die werken met uitzendlussen mogen evenwel per uitzendus één unieke spot vertonen, op voorwaarde dat de uitzendus lus 24 uur dezelfde blijft.

Tijdens de onderzochte periode worden diverse programma's meerdere keren herhaald terwijl andere diverse programma's slechts één maal in de programmatie voorkomen. Hierdoor is er in dit geval geen sprake van uitzendingen in lusvorm die 24 uur dezelfde blijven. S TV kan dan ook in dit geval geen aanspraak maken op de uitzonderingsgrond voor omroepen die in lusvorm uitzenden.

Het vijf maal uitzenden van een telewinkelspot op één zelfde dag is een inbreuk op artikel 101, §1, tweede lid, van het Mediadecreet.

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

10.2. Onderscheid reclame en programma's.

S TV voert aan dat de spot rond Steve Ryckier een miniprogramma zou zijn. De omroep toont echter niet aan dat de betrokken spot onder een afzonderlijke titel door S TV werd aangeboden, opdat de spot als een programma, zoals gedefinieerd in het Mediadecreet, beschouwd zou kunnen worden.

Door bovendien te stellen dat het billboard gratis werd aangeboden in ruil voor een grote visibiliteit van S TV tijdens de bewuste optredens, erkent de omroep zelf te voldoen aan de definitie van reclame zoals bedoeld in artikel 2, 15°, van het Mediadecreet. De definitie spreekt immers van een boodschap "tegen betaling of soortgelijke vergoeding". S TV verklaart dat hier sprake was van een 'soortgelijke vergoeding', met name de grote visibiliteit ter plaatse.

Hierdoor is er sprake van reclame die niet als dusdanig herkenbaar is en die niet duidelijk onderscheiden is van de programma's door optische en/of akoestische middelen.

Gelet op het bovenstaande vormt dit een inbreuk op artikel 101, §1, eerste lid, van het Mediadecreet.

Gelet op de aard en de ernst van de inbreuk is een geldboete van 1250 euro een gepaste sanctie.

10.3. Sponsorvermeldingen.

S TV betwist de inbreuk niet voor het programma ‘S. Crimineel’.

De andere programma’s (‘S. Lifestyle’ en ‘Petermolen’) moeten worden getoetst aan het voorschrift van het eerste lid van artikel 106 van het Mediadecreet. Op grond daarvan 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.

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 “totaalprogramma”, zoals S TV het aanhaalt, te vermelden.

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

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

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV Vlamex een inbreuk vast te stellen op artikel 101, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 4°, van het Mediadecreet een administratieve geldboete van 1250 euro op te leggen;

2. In hoofde van NV Vlamex een inbreuk vast te stellen op de artikelen 101, § 1, tweede lid, en 106, eerste lid, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 1^o, van het Mediadecreet NV Vlamex te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 15 december 2008.

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.