



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. BVBA MTV NETWORKS BELGIUM
(dossier nr. 2008/0427)

BESLISSING
nr. 2008/033

16 juni 2008

In de zaak van VRM tegen BVBA MTV Networks Belgium

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

Dhr E. BREWAEYS, *voorzitter*,
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,
Mevr P. VALCKE,
Dhr P. VANDEBORNE,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,
en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 16 juni 2008,
Neemt op dezelfde 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) de uitzendingen op 7 oktober 2007 van onder meer de particuliere televisieomroep die zich richt tot de gehele Vlaamse Gemeenschap BVBA MTW Networks Belgium (omroepprogramma TMF) onderzocht.

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

Aan betrokken omroep werd tevens verzocht de opnames te bezorgen gedurende 24 uur van de voorafgaande datum (6 oktober 2007).

2. Op 6 maart 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 6 en 7 oktober 2008 van het omroepprogramma TMF.

3. Op 14 maart 2008 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen BVBA MTV Networks Belgium (hierna: MTV Networks), met maatschappelijke zetel Fabriekstraat 38 te 2547 Lint, een ambtshalve onderzoek te starten.

4. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 maart 2008 aan MTV Networks meegedeeld.

5. De omroep wordt bij dezelfde aangetekende brief van 27 maart 2008 uitgenodigd om binnen twee weken na ontvangst van de bevindingen uit het onderzoeksrapport zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt tevens de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting op 18 april 2008, indien hij daarom verzoekt.

6. MTV Networks bezorgt zijn schriftelijke opmerkingen aan de Regulator bij brief van 9 april 2008.

7. De Regulator deelt aan de omroep mee dat de oorspronkelijk geplande hoorzitting van 18 april 2008 niet kan doorgaan en naar een later tijdstip zal verschoven worden.

Bij aangetekende brief van 3 juni 2008 wordt MTV Networks uitgenodigd op de hoorzitting van 16 juni 2008.

8. Op de hoorzitting van 16 juni 2008 wordt MTV Networks vertegenwoordigd door Vanessa Ling, distribution and affiliate manager, en Jochen Houbrechts, sale support executive.

DE FEITEN

9.1. De onderzoeksceel stelt in zijn rapport vast dat tijdens de uitzendingen van TMF op 6 oktober 2007 tweemaal een overschrijding werd vastgesteld van het maximaal toegelaten percentage zendtijd voor reclame en telewinkelen per uur. Tussen 13u00 en 14u00 werd 20,58% zendtijd besteed aan reclame en telewinkelspots en tussen 22u00 en 23u00 werd 21,58% besteed aan reclame en telewinkelspots.

Op 7 oktober 2007 werd tussen 19u00 en 20u00 21,1% zendtijd besteed aan reclame en telewinkelspots en 22,2% van de zendtijd tussen 22u00 en 23u00.

9.2. De onderzoeksceel stelt vast dat in de gevisioneerde reclameblokken diverse aankondigingspots worden uitgezonden. De onderzoeksceel is van oordeel dat het gemengd karakter van dergelijke reclameblokken de duidelijkheid van wat als reclame en telewinkelen dient te worden beschouwd niet ten goede komt, wat niet in overeenstemming is met artikel 101, § 1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie (hierna: het Mediadecreet), dat stelt dat reclame en telewinkelen duidelijk als dusdanig herkenbaar moeten zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk moeten onderscheiden zijn van de programma's.

De onderzoeksceel is tevens van mening dat door de plaatsing tussen twee aankondigingspots van reclameboodschappen of telewinkelspots deze een alleenstaand karakter krijgen, wat niet in overeenstemming is met artikel 101, § 1, tweede lid, van het Mediadecreet, dat bepaalt dat reclame en telewinkelspots moeten worden gegroepeerd in niet-openvolgende

tijdsblokken van beperkte duur.

HET RECHT

10. Artikel 2, 10°, van het Mediadecreet definieert programma als volgt: *“het geheel van klank- en/of beeldinhouden of andere signalen, in welke vorm ook, dat onder een afzonderlijke titel door een omroep wordt aangeboden”*.

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

“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-openvolgende tijdsblokken van beperkte duur.”

Artikel 101, § 7, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“De Vlaamse Regering bepaalt de maximale duur van de reclame en telewinkelspots, evenals het maximale aantal tijdsblokken per uur en per dag, met dien verstande dat:

1° voor alle omroepen van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap, met uitzondering van de regionale omroepen en de telewinkeldomroepen:

a) de zendtijd voor reclame en telewinkelspots niet meer mag bedragen dan 15 procent van de dagelijkse zendtijd;

b) de zendtijd voor reclame en telewinkelspots binnen een periode van één uur niet meer dan 20 procent mag bedragen;

2° voor de regionale omroepen de zendtijd voor reclame en telewinkelspots niet meer mag bedragen dan 15 procent van de jaarlijkse zendtijd, met een maximum van zeshonderd uur;

3° voor de telewinkeldomroepen de zendtijd voor reclame niet meer mag bedragen dan 15 procent van de dagelijkse zendtijd.

Voor de toepassing van deze paragraaf, met uitzondering van de regionale omroepen, omvat reclame tevens de betaalde boodschappen van algemeen nut.

Voor de toepassing van deze paragraaf omvat reclame niet:

a) aankondigingen door de omroepen in verband met eigen programma's en met rechtstreeks daarvan afgeleide ondersteunende producten;

b) mededelingen van de overheid en humanitaire verenigingen die gratis worden uitgezonden.

Met het oog op wat voorafgaat, moeten de omroepen van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap, met uitzondering van de regionale omroepen, de Vlaamse Regulator voor de Media meedelen welke boodschappen van algemeen nut ze gratis uitzenden.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

Zendtijd reclame/telewinkelen

11. MTV Networks ontkent niet dat kon worden vastgesteld dat in de uitzendingen van TMF op 6 en 7 oktober 2007 het maximaal toegelaten percentage zendtijd werd overschreden. MTV Networks benadrukt echter hiertoe geen intentie te hebben gehad en verwijst hiervoor naar de originele plannings waaruit blijkt dat het wel degelijk de bedoeling was om binnen de toegelaten marges te blijven. MTV Networks geeft aan dat binnen enkele maanden gebruik zal worden gemaakt van geavanceerde software programma's, waardoor de kansen op verschuivingen zullen kunnen worden vermeden.

Uit de berekeningen van MTV Networks blijkt dat na aftrek van de promotie voor de eigen diensten van de omroep (i.c. de promo's voor de jaarlijkse TMF Awards) bij toepassing van artikel 101, § 7, derde lid, b, van het Mediadecreet, slechts in twee van de door de onderzoekscel aangehaalde gevallen de toegelaten zendtijd aan reclame of telewinkelen werd overschreden.

Aankondigingsspots in reclameblokken

12. MTV Networks voert aan dat aankondigingsspots niet beantwoorden aan de definitie van programma's, zoals bepaald bij artikel 2, 10°, van het Mediadecreet. Aankondigingsspots worden immers niet onder een afzonderlijke titel aangeboden, maar verwijzen slechts naar een “*geheel van klank- en/of beeldinhouden of andere signalen, in welke vorm ook, dat onder een afzonderlijke titel door een omroep wordt aangeboden*” (art. 2, 10°, van het Mediadecreet).

MTV Networks leidt hieruit af dat het uitzenden van aankondigingsspots in reclameblokken geen afbreuk doet aan de verplichting om de reclame af te scheiden van de programma's, zoals voorgeschreven is bij artikel 101, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet.

MTV Networks is tevens van mening dat er ook nog sprake is van groeperen, zoals bedoeld bij artikel 101, § 1, tweede lid, van het Mediadecreet, indien binnen de reclameblokken aankondigingspots worden uitgezonden.

B. Beoordeling.

Zendtijd reclame/telewinkelen

13. MTV Networks erkent dat kon worden vastgesteld dat in de uitzendingen van TMF op 6 en 7 oktober 2007 het maximaal toegelaten percentage zendtijd voor reclame en telewinkelen per uur enkele malen werd overschreden.

Gelet op het voorgaande stelt de Regulator een inbreuk vast op de bepalingen van artikel 101, § 7, eerste lid, 1^o, b, van het Mediadecreet.

Het gegeven dat het hier om een geringe overschrijding van het toegelaten percentage gaat, doet de Regulator besluiten dat het hier om een lichte overtreding gaat. De Regulator neemt er tevens akte van dat de omroep zich voorneemt om de nodige maatregelen te treffen om een herhaling te voorkomen.

De Regulator beslist voor deze inbreuk op artikel 101, § 7, eerste lid, van het Mediadecreet, rekening houdend met de beperkte schaalgrootte van het omroepprogramma TMF, een boete van 1.250 euro op te leggen.

Aankondigingspots in reclameblokken

14. De Regulator volgt het verweer van MTV Networks dat aankondigingspots niet beantwoorden aan de definitie van programma's, zoals bepaald in artikel 2, 10^o, van het Mediadecreet.

Artikel 101, § 1, eerste lid van het Mediadecreet, dat de scheiding tussen reclame (en telewinkelen) en de programma's verplicht stelt, wordt niet geschonden door in reclameblokken aankondigingspots uit te zenden.

De Regulator stelt geen inbreuk vast op de bepalingen van artikel 101, § 1, van het Mediadecreet.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van BVBA MTV Networks Belgium een inbreuk op artikel 101, § 7, eerste lid, b, van het Mediadecreet vast te stellen.

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 4°, van het Mediadecreet BVBA MTV Networks Belgium daarvoor een administratieve geldboete van 1.250 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 16 juni 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.