



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2013/080)

BESLISSING
nr. 2013/005

25 februari 2013

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*,
Dhr R. LANNOO,
Mevr P. VALCKE,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 25 februari 2013,
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, heeft de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 1 december 2013 van 14 uur tot 20 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VIJF van NV SBS Belgium.

2. Op 18 januari 2013 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor inzake de naleving van de regelgeving.

3. Op 28 januari 2013 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen NV SBS Belgium (hierna : SBS), met maatschappelijke zetel Fabriekstraat 55 te 1930 Zaventem, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 1 februari 2013 aan SBS meegedeeld.

5. De VRM ontvangt de schriftelijke opmerkingen van SBS op 20 februari 2013.

6. SBS maakt geen gebruik van de mogelijkheid om op de zitting de opmerkingen toe te lichten.

DE FEITEN

7.1. De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode onder meer het programma 'Weekend Weg met VIJF' wordt uitgezonden.

De omroeporganisatie geeft te kennen dat er productplaatsing in het programma aanwezig is door het plaatsen van een PP-logo op de decretaal voorgeschreven momenten van de uitzending. Het programma wordt tweemaal onderbroken voor de uitzending van reclame.

Het programma draait rond een weekenduitstap van de presentatrice die bezienswaardigheden en voornamelijk handelszaken in Geel bezoekt.

Zo brengt zij onder meer een bezoek aan optiek Devos. Aan het begin en het einde van het bezoek worden de voorgevel en de belettering van de optiek met de benaming duidelijk in beeld gebracht. De benaming wordt door de presentatrice auditief vermeld bij het begin en het einde van het bezoek. Tijdens het gesprek wordt gedurende enkele seconden een pancarte getoond met de vermelding 'Bruno Devos opticien-optometrist'.

De uitbater wordt aan het woord gelaten over de huidige brillentrend en zijn eigen aanbod. Er is duidelijke visuele aandacht voor het kinderbrillenmerk 'Youpi!' waarvan het logo meermaals in close-up in beeld komt. De presentatrice showt vervolgens gedurende ongeveer veertig seconden diverse brilmonturen uit het aanbod van de optieker.

Een ander bezoek wordt gebracht aan juwelier Huybrechts. Het bezoek start met een beeld van het uithangbord 'Huybrechts juweliers'. De presentatrice vestigt onmiddellijk de aandacht op een juwelenmerk dat zij samen met de juwelier promoot. De merknaam 'Hulchi Belluni' wordt in beeld gebracht. De juwelier zelf vermeldt direct een nieuw trendy merk in zijn aanbod ('Tirisi Moda'). Hij past de presentatrice enkele stukken aan.

Tijdens het gesprek wordt gedurende zes seconden een pancarte in beeld gebracht met de vermelding 'Franz Huybrechts Juwelier Huybrechts'. De presentatrice laat zich bewonderend uit over een armband van het merk dat zij samen met de juwelier promoot. Ze vraagt de juwelier waarom hij voor het merk 'Hulchi Belluni' heeft gekozen. Hij gaat graag op de vraag in met een positief en lovend antwoord.

De presentatrice past nog enkele andere stukken uit de collectie waaronder de 'lucky bean'. Het bezoek eindigt met een beeld van een promotioneel display van de presentatrice dat permanent in de juwelierszaak aanwezig is.

De presentatrice bezoekt ook een kinderkledingwinkel 'Fien en Fons'. Het uithangbord op de gevel wordt gedurende enkele seconden in beeld gebracht. Dit onderdeel start met enkele lovende commentaren van de presentatrice. Tijdens het gesprek met de zaakvoerster verschijnt gedurende vijf seconden de pancarte 'Ann Schuurmans Fien en Fons'. De zaakvoerster vestigt de aandacht in primeur op de nieuwe collectie communiekledij.

Vervolgens volgt een korte modeshow waarbij een tiental kinderen het kledingaanbod op de catwalk showen. Aan het einde van de show roepen de kinderen allemaal samen 'Fien en Fons'.

Een laatste voorbeeld is het bezoek van de presentatrice aan de sauna 'Hezemeer' dat start met een beeld van de voorgevel met de benaming gedurende vijf seconden. De presentatrice prijst de aangeboden mogelijkheden aan en maakt er zelf gebruik van. Daarna wordt ze verwend met een etentje, haar aangeboden door de manager van 'Hezemeer'. De manager krijgt de mogelijkheid het verscheiden aanbod van het complex toe te lichten (sauna, beautybehandeling, culinaire afronding) en de aandacht te vestigen op een nieuwigheid, de Momentum afslankmethode. Tijdens dit gesprek verschijnt gedurende vijf seconden een pancarte met de vermelding 'Michel Peeters Manager Hezemeer'. Er wordt afgerond met informatie over de reservering van een bezoek en de deugden van een saunabezoek.

7.2. Volgens de onderzoeksceel is er sprake van overmatige aandacht met specifieke aanprijzingen van een product.

De onderzoeksceel is van oordeel dat dergelijk uitzendgedrag niet strookt met de toepassing van artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet bepaalt :

“De programma’s die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden :

(...)

2° ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen;

3° het product of de dienst in kwestie krijgt geen overmatige aandacht;

(...)”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9. SBS zegt geen fundamentele argumenten te kunnen ontwikkelen die de opmerkingen op het programma 'Weekendje Weg met VIJF' kunnen weerleggen.

B. Beoordeling.

10.1. De omroeporganisatie erkent de vaststellingen van de onderzoekscel.

De productplaatsing blijkt uit de talrijke visuele en auditieve vermeldingen van de bezochte handelszaken en aangeboden merken van diverse producten. Het bezoeken van de handelszaken vormt het hoofdaandeel van het programma en is er de eigenlijke bestaansreden van. De verwevenheid van redactionele inhoud en commerciële communicatie is in dit geval heel groot.

De betrokken handelszaken krijgen nagenoeg alle aandacht gedurende het programma, op een zodanige manier (onder meer visuele en auditieve vermeldingen, pancartes, gebruik van close-up, lovende commentaren) dat hier sprake is van overmatige aandacht.

De presentatrice, en bijgevolg ook de omroeporganisatie, verleent haar volledige medewerking aan de promotionele ondersteuning van deze handelszaken door de specifieke aanprijzingen van het aanbod, die een rode draad vormen doorheen het programma. De omroeporganisatie gedraagt zich als een promotiekanaal voor de betrokken handelszaken in Geel.

Hieruit volgt dat SBS een inbreuk begaat op artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet.

10.2. Gezien de ernst van de inbreuk is een administratieve geldboete van 5.000 euro in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV SBS Belgium een administratieve geldboete van 5.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 25 februari 2013.

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.