



ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM**

**t. NV LIFE! TV BROADCASTING COMPANY**

(dossier nr. 2013/079)

BESLISSING  
nr. 2013/004

25 februari 2013



**In de zaak van VRM tegen NV Life! TV Broadcasting Company,**

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

Dhr E. BREWAEYS, *voorzitter*,  
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO  
Mevr P. VALCKE, *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 6 november 2012 van 17u tot 23u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Life! TV van NV Life! TV Broadcasting Company (hierna: Life TV), met maatschappelijke zetel Keetberglaan 1 B te 9120 Melsele.

2. Op 15 januari 2013 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 28 januari 2013 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen Life TV een procedure op tegenspraak op te starten.

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

5. Life TV bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de VRM op 19 februari 2013.

6. Op de hoorzitting van 25 februari 2013 wordt Life TV vertegenwoordigd door Gert Van Mol, CEO, en advocaat Peter Marx.

## DE FEITEN

7. Tijdens de onderzochte periode wordt op het omroepprogramma Life! TV onder meer het programma 'GameNuts' (duurtijd ongeveer 32 min 10 sec) uitgezonden. De voorliggende aflevering is - op de korte rubriek 'GameNutsNews' (3 min 40 sec) na - volledig gewijd aan het nieuwe game 'Assassin's Creed III' voor diverse spelconsoles en een aparte versie voor Playstation Vita.

Life TV geeft door het tonen van het PP-logo aan dat het programma productplaatsing bevat.

Volgens de onderzoeksceel komen het videogame 'Assassin's Creed III', en de speciale versie ervan voor de Playstation Vita, door de becommentariëring en de visuele demonstraties gedurende de gehele uitzending op een commercieel en promotioneel gunstige wijze in het programma voor.

Er is geen neutrale benadering van het product in kwestie. De presentatoren tonen zich zeer enthousiast over het nieuwe game en diverse ontwikkelaars/producers (Ubisoft) worden uitgebreid aan het woord gelaten waarbij zij zich uiteraard lovend uitlaten over het eigen product. De kijker wordt warm gemaakt voor het pas uitgebrachte product.

De onderzoeksceel stelt vast dat het product in kwestie vrijwel alle aandacht krijgt gedurende het programma, zodat er niet alleen sprake is van meer dan overmatige aandacht doch zelfs van de aantasting van de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie. De presentatoren - en bijgevolg de omroeporganisatie zelf - verlenen hun volledige medewerking aan het promotionele uitbrengen van het spel in kwestie en prijzen het specifiek aan.

De onderzoeksceel leidt hieruit af dat de omroeporganisatie een inbreuk begaat op de toepassing van artikel 100 §1, 1° tot en met 3°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

## TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 5°, van het Mediadecreet bepaalt :

*"In dit decreet wordt verstaan onder:*

*5° commerciële communicatie: beelden of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, diensten of het imago van een natuurlijk persoon of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of voor*

*zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing.”*

8.2. Artikel 2, 30°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

*“In dit decreet wordt verstaan onder:*

*30° productplaatsing: elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma.”*

8.3. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor:

*‘De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden:*

*1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering ervan, worden nooit dusdanig beïnvloed dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;*

*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;*

*4° als het programma in kwestie is geproduceerd of besteld door de omroeporganisatie zelf of door een aan hem verbonden onderneming, worden de kijkers duidelijk gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Het programma in kwestie wordt in het begin en op het einde ervan, en als het na een reclamepauze wordt hervat, op passende wijze als zodanig aangeduid om verwarring bij de kijkers te voorkomen. De Vlaamse Regering kan daarover nadere regels bepalen.’*

## **A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.**

9.1. Life TV voert aan dat het programma ‘GameNuts’ de kijker wil informeren en up-to-date houden over het reilen en zeilen in de wereld van de computergames. Het programma is vergelijkbaar met andere beoordelingsprogramma’s rond auto’s, film of muziek die op een informatieve en neutrale manier berichten over de nieuwste producten, in dit geval games, op de markt. Het programma wordt gemaakt door onafhankelijke journalisten die hun onderwerpen autonoom en zelfstandig, zonder inbreng van de omroeporganisatie, kiezen.

9.2. Wat de voorliggende uitzending betreft, benadrukt Life TV, in de eerste plaats dat er geen commerciële afspraak bestaat met de verdelers van het

spel 'Assassin's Creed III' of de producent van de Playstation Vita (Sony Entertainment) waardoor, in ruil voor betaling, hun producten zouden worden aangeprezen. De makers ontvingen evenmin een financiële of andere vergoeding. Op de zitting licht Life TV de afspraken die bestaan tussen haarzelf en programmamakers of productiehuisen nader toe.

Volgens Life TV is er in het programma geen sprake van rechtstreeks aansporen tot aankoop van de Playstation Vita of het game 'Assassin's Creed III', noch wordt het spel specifiek aangeprezen. Wanneer door de journalist of door de designer/ontwikkelaar positief gereageerd wordt op het spel, dan is dat hun oprechte mening, respectievelijk gebaseerd op hun eigen speelervaring en het feit dat het om hun eigen ontwikkelingen gaat. Dat de kijkers op enthousiaste wijze worden geïnformeerd door de presentatoren is eigen aan dit soort producties dat zich in de eerste plaats tot de jeugd richt.

Life TV voert aan dat in het overgrote deel van het programma neutraal over het game wordt gesproken, waarbij op objectieve wijze de functionele eigenschappen ervan beschreven worden en waarbij wordt uitgelegd hoe het spel tot stand kwam en in welke setting het zich afspeelt. Het gaat om een loutere opsomming van feiten, zonder dat speciaal lovend wordt gesproken over het product.

Life TV voegt daaraan toe dat 'Assassin's Creed III' over het algemeen zeer positief wordt onthaald en erg lovende kritieken krijgt. De omroeporganisatie verwijst daarvoor naar de scores die het spel krijgt op de websites van de grootste game portalen.

Life TV is van mening dat er evenmin sprake is van overmatige aandacht voor het product, in de zin van artikel 100, § 1, 3°, van het Mediadecreet.

De reden dat het spel veel aandacht krijgt in de voorliggende aflevering van 'GameNuts' is omdat de makers het specifiek over de ontwikkeling en de kenmerken van dit product hebben (een 'special'). Bovendien wordt er ook aandacht besteed aan andere zaken tijdens het item 'GameNutsNews'.

Volgens de omroeporganisatie is de inhoud van het programma objectief en werd het niet beïnvloed door de verdelers van 'Assassin's Creed III'. Er is geen sprake van aantasting van de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie.

9.3. In ondergeschikte orde vraagt Life TV bij het bepalen van een eventuele sanctie rekening te houden met de aard van de vermeende inbreuk, haar beperkte marktaandeel, het gebrek aan kwaad opzet en het feit dat Life TV zich zal conformeren aan de wetgeving.

Waar de onderzoeksceel van de VRM verwijst naar twee voorgaande beslissingen van de VRM met betrekking tot game-programma's op Life! TV, geeft de omroeporganisatie aan dat deze programma's telkens gemaakt werden door een ander productiehuis, waardoor de herhaling van de inbreuk genuanceerd moet worden. Dit toont bovendien aan, aldus Life TV, dat de interpretatie van de VRM te streng is wat betreft het recenseren van videogames.

## **B. Beoordeling.**

10.1. Het merendeel van het programma 'GameNuts' wordt gewijd aan het nieuwe game 'Assassin's Creed III' en de speciale versie 'Assassin's Creed III Liberation' voor de Playstation Vita. Er is duidelijk sprake van het opnemen van of het verwijzen naar producten binnen het kader van een televisieprogramma. Life TV geeft hierbij zelf aan dat het een programma betreft waarin productplaatsing aanwezig is, door het tonen van het PP-logo. Hoewel Life TV verklaart dat er geen commerciële afspraak bestaat met de verdelers van het spel 'Assassin's Creed III' of de producent van de Playstation Vita (Sony Entertainment), verduidelijkt zij niet waarom het PP-logo werd getoond.

De definitie van commerciële communicatie (artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) neemt de beelden of geluiden als uitgangspunt om te oordelen of er van een promotionele doelstelling sprake is. Op basis van de uitgezonden beelden en rekening houdend met het feit dat Life TV zelf het PP-logo heeft getoond, is de VRM van oordeel dat er in voorliggend geval sprake is van commerciële communicatie onder de vorm van productplaatsing (artikel 2, 30°, van het Mediadecreet).

10.2. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat in het programma sprake is van specifieke aanprijzingen bij de bespreking van het voornoemde game. Het spel komt door demonstraties, beeldfragmenten en interviews met ontwikkelaars op een commercieel en promotioneel gunstige wijze in het programma voor en ook de bijhorende commentaren van de presentatoren zijn nagenoeg uitsluitend lovend en wervend.

Op die manier begaat Life TV een inbreuk op artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet dat voorschrijft dat de omroeporganisaties programma's met productplaatsing mogen uitzenden indien zij niet rechtstreeks aansporen tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen.

Ook indien het product over het algemeen heel positief wordt onthaald, zoals volgens Life TV in voorliggend geval blijkt uit de zeer goede beoordelingen op verschillende game portalen, moet een omroeporganisatie erover waken dat haar programma's, die productplaatsing bevatten, producten niet specifiek aanprijzen.

De onderzoeksceel heeft terecht vastgesteld dat het product in kwestie nagenoeg alle aandacht krijgt gedurende de gehele duur van het programma. Hierdoor is er sprake van overmatige aandacht. Het gegeven dat de voorliggende aflevering van 'GameNuts' specifiek handelt over de ontwikkeling en de kenmerken van het product verandert niets aan deze vaststelling. Nu in het programma bijna uitsluitend één enkel onderwerp wordt behandeld, namelijk het uitbrengen van 'Assassin's Creed III', wordt door de productplaatsing de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie aangetast. Het gegeven dat tijdens het item 'GameNutsNews' kort enkele andere onderwerpen worden aangesneden,

doet hier geen afbreuk aan. Hieruit volgt dat de bepalingen van artikel 100, § 1, 1° en 3°, van het Mediadecreet zijn overtreden.

10.3. Bij het bepalen van de sanctie voor de bovengenoemde inbreuk op artikel 100, § 1, 1°, 2° en 3°, van het Mediadecreet houdt de VRM er onder meer rekening mee dat het om een ernstige inbreuk gaat. Daarnaast kan de VRM er niet aan voorbijgaan dat de omroeporganisatie eerder reeds werd gesanctioneerd voor soortgelijke inbreuken (beslissing nr. 2011/028 van 24 oktober 2011 en nr. 2012/011 van 14 mei 2012). Dat bij deze eerdere inbreuken de programma's door andere productiehuisen werden gemaakt is niet van belang, aangezien de omroeporganisatie de eindverantwoordelijkheid draagt voor de programma's die ze uitzendt. Een administratieve geldboete van 1.750 euro is dan ook een gepaste sanctie.

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

In hoofde van NV Life! TV Broadcasting Company met betrekking tot het programma 'GameNuts' een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 1°, 2° en 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Life! TV Broadcasting Company een administratieve geldboete van 1.750 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.
--