

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. VZW TELE-VISIE-LIMBURG

(dossier nr. 2015/192F)

BESLISSING
nr. 2015/051

22 juni 2015

In de zaak van VRM tegen VZW Tele-Visie-Limburg,

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

Dhr P. SOURBRON, *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 22 juni 2015,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

////////////////////////////////////

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014 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 de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 28 maart 2015 van 17u tot 20u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma TV Limburg van VZW Tele-Visie-Limburg.

2. Op 29 april 2015 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 11 mei 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen VZW Tele-Visie-Limburg (hierna: TV Limburg), met maatschappelijke zetel Via Media 4 te 3500 Hasselt, een procedure op tegenspraak te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 12 mei 2015 aan TV Limburg meegedeeld.

5. TV Limburg bezorgt per brief van 27 mei 2015 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. TV Limburg maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 22 juni 2015.

////////////////////////////////////

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel stelt vast dat de uitzendingen van TV Limburg een programmatie in lusvorm omvatten, waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden ('Tjing Tjing' en 'TVL Wonen') samen met programma-aankondigingen, publi-reportages, zelfpromotiespots en reclameblokken.

Volgens de onderzoeksceel is er in het programma 'TVL Wonen' (duurtijd 24 minuten), dat tijdens de onderzochte periode twee keer volledig wordt uitgezonden, productplaatsing aanwezig.

De omroeporganisatie geeft dit ook aan door het tonen van het PP-logo bij het begin en aan het einde van de uitzending ervan, aldus de onderzoeksceel. Het programma wordt ook twee maal onderbroken (voor een publi-reportage). Na de onderbrekingen wordt het PP-logo echter niet getoond.

In het programma komt naast een item over het architectenbureau 'Cleuren-Merken' (duurtijd 7 minuten) een reportage voor in twee delen waarbij de presentatrice zich laat rondleiden in het woonproject 'Holeven' van het bedrijf 'Kolmont' (duurtijd 8 minuten). De presentatrice krijgt een rondleiding in de nabije omgeving, bezoekt een kijkwoning en praat met de architect van het project.

Het eerste deel van de reportage vat aan met de uitzending gedurende enkele seconden van een beeld van een groot bord met de boodschap "*moderne woningen te koop HOLEVEN*" met de gegevens van het bedrijf 'Kolmont'.

De commentaarstem situeert de gunstige ligging van het woonproject vlakbij het centrum van Genk en naast "*één van de mooiste reservaten van Vlaanderen, het natuurgebied, de Maten*". De presentatrice brengt een bezoekje aan het natuurgebied en is erg onder de indruk van de stilte en de schoonheid van het gebied dat volgens de communicatieverantwoordelijke van het bedrijf eigenlijk de achtertuin van het woonproject is en volgens de presentatrice ideaal is voor sportbeoefening. De nabijheid van het centrum van Genk is volgens de communicatieverantwoordelijke gunstig voor shoppers en de nabijheid van het domein 'Bokrijk' is ideaal voor gezinnen met kinderen.

De presentatrice wordt rondgeleid in een kijkwoning en prijst de ruime woonkamer, de bewoonbare oppervlakte van de woningen, de lichtinval in de woning, de strakke moderne keuken, de handige tuinberging...

Het tweede deel van de reportage vat opnieuw aan met de uitzending gedurende enkele seconden van een beeld van een groot bord met de boodschap *“moderne woningen te koop HOLEVEN”* met de gegevens van het bedrijf ‘Kolmont’.

De commentaarstem vermeldt dat de woningen stuk voor stuk genieten van een goede zonligging aan een verkeersvrij pad. De presentatrice is onder de indruk van het aantal slaapkamers en de mooie bergruimte. De communicatieverantwoordelijke benadrukt de energiezuinigheid van de woning en vermeldt dat er nog heel wat woningen te koop zijn, die instapklaar worden afgewerkt. Tijdens de rondleiding worden de ruimtes en inrichting van de woning in beeld gebracht op een manier die het best kan worden vergeleken met beelden uit een reclamefolder.

De reportage eindigt met een gesprek met de architect. De presentatrice prijst de schoonheid van het mooie project en de rust in de autovrije straat. De architect vermeldt de variëteit in de woningtypes en de kwaliteit van alle woningen. Het paneel met de aankondiging van het ‘Holeven’-project wordt opnieuw gedurende 5 seconden in beeld gebracht, terwijl de presentatrice het energiezuinig karakter van de woningen ter sprake brengt. De architect licht dit uiteraard toe.

Aan het einde verschijnt gedurende 6 seconden onderaan in beeld door een regie-ingreep de vermelding *“www.kolmont.com”*.

7.2. Volgens de onderzoekscel bevat het programma in kwestie duidelijk productplaatsing en wordt de kijker hiervoor niet steeds gewaarschuwd op de decretaal vereiste wijze. Het PP-logo wordt wel aan het begin en aan het einde van het programma getoond doch niet na beide onderbrekingen van het programma. De onderzoekscel meent dat TV Limburg hierdoor een inbreuk begaat op artikel 100, § 1, 4^o, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) en artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

De onderzoekscel is bovendien van oordeel dat de omroeporganisatie zich bij de uitzending van het programma-item over het woonproject ‘Holeven’ als een promotiekanaal voor de betrokken bouwfirma gedraagt en door de overmatige aandacht en de talrijke aanprijzingen bijgevolg ook een inbreuk begaat op de toepassing van artikel 100 § 1, 2^o en 3^o, van het Mediadecreet.

////////////////////////////////////

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. 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.”

8.2. De artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010 bepalen:

“Art. 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, door het tonen van het logo dat in de bijlage bij dit besluit is opgenomen.

Art. 2. De manier waarop het logo, vermeld in artikel 1, in beeld wordt gebracht, voldoet aan de volgende criteria:

1° het wordt op een duidelijke en contrasterende wijze gedurende ten minste vijf seconden ononderbroken in beeld gebracht in het begin van het programma, op het einde van het programma en na elke hervatting van het programma na een reclamepauze;

2° het wordt rechts bovenaan of rechts onderaan in beeld gebracht en voldoet aan de volgende minimumnormen :

a) grootte : 1) SD : breedte 35 px en hoogte 35 px;

2) HD : - resolutie 720 lijnen : breedte 42 px en hoogte 42 px;

- resolutie 1080 lijnen : breedte 63 px en hoogte 63 px;

b) kleur : 255 (R) 255 (G) 255 (B) / 0 (R) 0 (G) 0 (B);

c) transparantie : 45 %.

Art. 3. Het logo, vermeld in artikel 1, wordt op een neutrale manier in beeld gebracht. De aanduiding van de aanwezigheid van productplaatsing in een programma mag de producten of de diensten waarop de productplaatsing betrekking heeft, niet vermelden of vertonen."

Bijlage. Het logo voor productplaatsing, vermeld in artikel 1 van het besluit van de Vlaamse Regering betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.



////////////////////////////////////

A. Argumenten van TV Limburg

9. TV Limburg geeft aan dat zij consequent in de begin- en eindgeneriek een PP-logo plaatst, doch niet na elke reclame-onderbreking. TV Limburg was per vergissing van oordeel dat dit volstond en wenst zich hiervoor te excuseren.

TV Limburg zegt meteen na het ontvangen van het onderzoeksrapport het PP-logo te hebben opgenomen na elke reclame-onderbreking. Zij hoopt dan ook dat een geldboete voor deze jammerlijke fout kan uitblijven.

////////////////////////////////////

B. Beoordeling.

10.1. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat in het programma 'TVL Wonen', zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode op 28 maart 2015, productplaatsing aanwezig was. Dit wordt niet betwist door TV Limburg, die het PP-logo bij het begin en aan het einde van het programma heeft aangebracht.

De reportage in 'TVL Wonen' over het nieuwbouwproject 'Holeven' lijkt slechts één enkel doel te hebben: de kijker als potentiële koper warm te maken voor één van de 25 nieuwbouwwoningen in het woonproject van de firma 'Kolmont' (waarvan tijdens de onderzochte periode ook meermaals reclamespots worden uitgezonden). Deze reportage heeft louter de promotie en gunstige belichting

van dit vastgoedproject als opzet. Het concept bestaat erin het woonproject te bezoeken, de vertegenwoordigers van het bouwbedrijf de mogelijkheid te geven om de voordelen en de kwaliteiten van het woningaanbod aan te prijzen en de kijker te informeren over de beschikbaarheid van het aanbod, met de duidelijke medewerking van de programmamaker. De verwevenheid tussen redactionele inhoud en commerciële communicatie in dit programma-item, dat het grootste deel van het programma 'TVL Wonen' in beslag neemt, is de facto totaal.

Het woonproject 'Holeven' en de firma 'Kolmont' krijgen nagenoeg alle aandacht, op een zodanige manier (onder meer door visuele en auditieve vermeldingen, pancartes, 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 de firma door de specifieke aanprijzingen van het woonproject. De omroeporganisatie gedraagt zich als een promotiekanaal voor de betrokken bouwfirma.

Bovendien is de kijker niet op de decretaal voorgeschreven wijze gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing in het betrokken programma. Het PP-logo moet niet alleen in het begin en op het einde van het programma worden getoond, maar ook als het na een reclamepauze wordt hervat.

Uit het voorgaande volgt dat TV Limburg een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 2° tot en met 4°, van het Mediadecreet en artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het feit dat TV Limburg inmiddels maatregelen heeft genomen om dergelijke inbreuken in de toekomst te vermijden.

Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van VZW Tele-Visie-Limburg een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 2° tot en met 4°, van het Mediadecreet en de artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet VZW Tele-Visie-Limburg hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 22 juni 2015.

D. PEEREMAN
griffier

P. SOURBRON
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.