

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2015/194/B)

BESLISSING nr. 2015/056

14 september 2015

In de zaak van VRM tegen NV SBS Belgium,

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 14 september 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, werden de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 9 april 2015 (17u tot 23u) aan een onderzoek onderworpen.

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

2. Op 28 mei 2015 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzending.

3. Op 8 juni 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV SBS Belgium (hierna: SBS), met maatschappelijke zetel Fabrieksstraat 55 te 1930 Zaventem, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 11 juni 2015 aan SBS meegedeeld.

5. SBS bezorgt de schriftelijke opmerkingen van 25 juni 2015 aan de VRM.

6. Op de zitting van 14 september 2015 wordt SBS vertegenwoordigd door Liesbet Hauben.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat SBS tijdens de onderzochte periode tweemaal een spot uitzendt in opdracht van Walibi. De spot duurt 1 minuut en 37 seconden en wordt telkens voorafgegaan door een duidelijke bumper met de tekst 'publireportage'.

De spot toont hoe presentator Roel Vanderstukken een dagje Walibi beleeft met de familie Siemens. De presentator kondigt aan: "*Dit is de familie Siemens en ik ga met deze fijne mensen een geweldige dag beleven, hier in Walibi.*" Vervolgens worden gedurende een vijftigtal seconden beelden getoond van deze familie en de presentator in de verschillende attracties. Er is muziek te horen en er wordt slechts sporadisch iets gezegd ("*Denk je dat ze er zo gaan uitzien als ze er straks uitkomen*", "*'t Schijnt dat er drogers zijn als je daar uit komt hé...*").

Daarna zit de familie en de presentator op een bankje wanneer een meisje vraagt: "*Meneer Vanderstukken, gaan we nu nog zwemmen?*". De presentator antwoordt: "*Als je daar nu echt goesting in hebt.*" De muziek start opnieuw terwijl er gedurende acht seconden beelden getoond worden van personen in 'Aqualibi'.

Op het einde van de spot zit de presentator alleen op het bankje en hij zegt: "*Toffe familie hé.*" Ten slotte wordt er een beeldvullend scherm getoond met de tekst en het logo van 'Walibi – play it loud.'

Het logo van Walibi is gedurende de gehele uitzending duidelijk zichtbaar onderaan in beeld.

Inhoudelijk valt er volgens de onderzoeksceel geen wezenlijk onderscheid waar te nemen tussen deze 'Walibi-spot' en een reguliere reclameboodschap.

Door een spot onterecht aan te duiden als publi-reportage, begaat SBS volgens de onderzoekscel een inbreuk op artikel 81, § 5, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 81, § 5, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“De regionale en private lineaire televisieomroeporganisaties mogen publi-reportages uitzenden die niet worden in aanmerking genomen bij de berekening van de percentages vermeld in § 2 van dit artikel, mits deze publi-reportages in overeenstemming zijn met alle bepalingen van dit hoofdstuk.

Onder publi-reportages wordt begrepen commerciële communicatie die meer tijd in beslag neemt dan reclamespots omdat het accent ligt op redactionele en informatieve inhoud.”

A. Argumenten van SBS

9. SBS voert aan dat de bewuste Walibi reportage kan worden gekwalificeerd als een publi-reportage. SBS is van mening dat de reportage wel degelijk voldoende redactionele inhoud heeft, omwille van het verslag en het verhaal dat achter de belevingsdag van de familie Siemens en de presentator zit verrat. Gelet op het gegeven dat het gaat om een pretpark, is het logisch dat veel nadruk wordt gelegd op de setting. SBS wijst er op dat de reportage een duurtijd heeft van 1 minuut en 37 seconden, en zodoende meer tijd in beslag neemt dan een gewone reclamespot van 30 seconden.

Om deze redenen is SBS van oordeel dat de reportage meer informatie bevat dan een reguliere reclamespot.

SBS geeft nog mee dat door een administratieve vergissing het logo van Walibi tijdens de periode van 9 april tot en met 13 april gedurende de volledige duur van de Walibi reportage werd getoond. Van zodra deze vergissing werd opgemerkt, werd de reportage (vanaf 14 april tot en met 23 mei) uitgezonden tijdens de reguliere reclameblokken.

Indien de VRM toch van oordeel zou zijn dat de bedoelde reportages als gewone reclamespots moeten worden gekwalificeerd, vraagt SBS rekening te willen houden met het laag marktaandeel van de reportages en met het gegeven dat de toegelaten uurlimiet voor reclame niet werd overschreden.

B. Beoordeling

10.1. Volgens de omroeporganisatie moet de 'Walibi-spot' als een publi-reportage worden beschouwd en niet als een reclamespot. De argumenten die SBS hiervoor aanhaalt overtuigen niet.

Het accent van het filmpje ligt niet op de redactionele en informatieve inhoud. Er wordt geen enkele informatie verschaft over de attracties in het pretpark. In het filmpje dat 1 minuut en 37 seconden duurt, wordt een sfeerbeeld geschetst van een familie die 'een geweldige dag' in Walibi beleeft, waarbij het logo van Walibi duidelijk zichtbaar gedurende de hele uitzending in beeld is.

Uit het bovenstaande volgt dat de Walibi-spots door de relatief korte duur en de presentatievorm het karakter van een reclamespot krijgen en niet als een publi-reportage kunnen worden beschouwd. Hieruit volgt dat de omroeporganisatie een inbreuk heeft begaan op artikel 81, § 5, van het Mediadecreet.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het feit dat de uurlimiet van reclame niet wordt overschreden en met het laag marktaandeel van de reportages. Daarom is een waarschuwing 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 81, § 5, van het Mediadecreet.

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV SBS Belgium te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 14 september 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.