

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. VZW AUDIO VIDEO STUDIO OOST-  
VLAAMSE TELEVISIE

(dossier nr. 2015/212B)

BESLISSING nr. 2016/007

25 januari 2016



**In de zaak van VRM tegen VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie,**

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 25 januari 2016,  
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 door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 10 oktober 2015 (17u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma AVS van VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie.

2. Op 17 november 2015 legt de onderzoekscel 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 23 november en 14 december 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie (hierna: AVS), met maatschappelijke zetel Maaltekouter 5 te 9051 Sint-Denijs-Westrem, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 21 december 2015 aan AVS meegedeeld.
5. AVS bezorgt per brief van 12 januari 2016 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
6. AVS maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 25 januari 2016.

## DE FEITEN

7. De onderzoekscel stelt vast dat de uitzendingen van AVS een programmatie in lusvorm omvatten, waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden (onder meer 'Mijn Huis, Mooi Huis' en 'Tendens'). Daarnaast worden er ook programma-aankondigingen, reclameblokken en publi-reportages uitgezonden.
8. Omstreeks 17u26 en 18u51 wordt een sponsorvermelding voor 'Van der Venet' uitgezonden, telkens tussen het einde van het programma 'De Woonkijker' en het begin van het programma 'Tendens'. De sponsorvermelding 'Van der Venet' duurt 5 seconden. De voice-over zegt: *"Van der Venet: in Brugge, Kuurne en Brussel."* De naam, het logo en de website van het bedrijf worden visueel getoond, alsook de vermelding *"geen particulieren, enkel BTW plichtigen"*. De sponsorvermelding bevat geen sponsoridentificatie.

Volgens de onderzoekscel moet de identificatie als sponsor van een programma, een programma-aankondiging of een omroepdienst duidelijk worden gemaakt door een duidelijk identificerend element: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst. De sponsorvermelding 'Van der Venet' bevat geen duidelijk identificerend element als sponsor. Door de afwezigheid van de sponsoridentificatie wordt de kijker onvoldoende duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst.

Bijgevolg begaat AVS, aldus de onderzoekscel, een inbreuk op artikel 91, 3° van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

9. Tijdens de onderzochte periode worden onder meer de programma's 'Tendens' en 'Mijn Huis, Mooi Huis' uitgezonden. In beide programma's is productplaatsing aanwezig.

Het programma 'Tendens' duurt ongeveer 25 minuten en bevat vier rubrieken: 'Prima Donna', 'Ecologische Beurs', 'Schoenenontwerpster Content' en '#lovemyhood'. Het programma wordt in de onderzochte periode twee keer uitgezonden.

Het programma wordt twee keer onderbroken voor het uitzenden van enkele publi-reportages. Het PP-logo wordt echter enkel getoond bij het begin en bij het einde van het programma.

De eerste onderbreking vindt plaats na het uitzenden van de rubrieken 'Prima Donna' en 'Ecologische Beurs' en duurt ongeveer 7 minuten. Bij het hernemen van het programma bij de rubriek 'Schoenenontwerpster Content' wordt het PP-logo echter niet opnieuw getoond.

Na de uitzending van de rubriek 'Schoenenontwerpster Content' volgt opnieuw een onderbreking van ongeveer 7 minuten voor vijf publi-reportages. Bij het hernemen van het programma bij de rubriek '#lovemyhood' wordt het PP-logo echter ook hier niet opnieuw getoond.

Het programma 'Mijn Huis, Mooi Huis' duurt ongeveer 20 minuten en wordt één keer uitgezonden in de onderzochte periode. Het programma brengt verslag uit van de bouwbeurs 'Bis', waarin de presentatrice verschillende verkopers interviewt.

Aan het begin en het einde van het programma wordt het PP-logo getoond. Het programma wordt twee keer onderbroken voor het uitzenden van publi-reportages. Bij de herneming van het programma wordt er telkens geen PP-logo getoond.

Aangezien het PP-logo bij beide programma's niet wordt getoond bij de herneming van de programma's na een onderbreking voor publi-reportages begaat AVS, aldus de onderzoekscel, een inbreuk op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 2, 1°, van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

## TOEPASSELIJKE REGELS

10. Artikel 91, 3°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

*"Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen: [...]"*

*3° de kijkers en de luisteraars worden duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Gesponsorde programma's of teletekstpagina's worden duidelijk als zodanig gekenmerkt door in het begin, tijdens en/of op het einde van het programma of het programmaonderdeel of teletekstpagina's op passende wijze de naam en/of het logo en/of een ander symbool van de sponsor, zoals een verwijzing naar zijn product(en) of dienst(en) of een onderscheidingsteken daarvan, te vermelden."*

11. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet schrijft voor:

*"De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden: [...]"*

*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.”*

12. De 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 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 AVS

13. AVS erkent het ontbreken van een sponsoridentificatie op de billboard 'Van der Venet' en wijt dit geheel aan interne miscommunicatie en aan een menselijke fout. AVS wil zich hiervoor excuseren en verklaart onmiddellijk de nodige maatregelen te hebben genomen om soortgelijke inbreuken in de toekomst te vermijden.
14. Met betrekking tot het ontbreken van een PP-logo na herneming van de programma's bij onderbrekingen voor publi-reportages, geeft AVS aan dat zij van oordeel was dat een PP-logo aan het begin en het einde van het programma in dergelijk geval volstond. Ook hier zijn de nodige maatregelen genomen om dergelijke inbreuken in de toekomst te voorkomen, aldus AVS.

## B. Beoordeling

15. Artikel 91, 3°, van het Mediadecreet schrijft voor dat de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Een sponsorvermelding dient daartoe een duidelijk identificerend element te bevatten: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst.

Tijdens de informatievergadering op 20 oktober 2014 betreffende commerciële communicatie heeft de VRM de principes overlopen die gelden bij uitzending van onder meer sponsorvermeldingen. Daarbij is met name gewezen op de noodzaak aan een sponsoridentificatie, gelet op het standpunt van de Europese Commissie hierover. Vanaf 1 januari 2015 wordt door de VRM toegezien op de aanwezigheid van dergelijke sponsoridentificatie.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat de uitgezonden sponsorvermelding voor 'Van der Venet' geen duidelijk identificerend element als sponsor bevat, hetgeen AVS erkent.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat AVS een inbreuk heeft begaan op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet

Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat de inbreuk op een menselijke fout berust en AVS verklaart inmiddels maatregelen te hebben genomen om soortgelijke inbreuken in de toekomst te vermijden.

Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

16. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet bepaalt dat bij programma's die productplaatsing bevatten de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Om verwarring bij de kijker te voorkomen dient dit zowel in het begin en op het einde van het programma, als na elke hervatting van het programma na een onderbreking voor reclame, met inbegrip van publi-reportages, te gebeuren. Bij besluit van 10 september 2010 heeft de Vlaamse Regering hiervoor een specifiek logo goedgekeurd en de manier verduidelijkt waarop dit PP-logo in beeld moet worden gebracht.

Uit de vaststellingen van de onderzoekscel en de beelden blijkt dat AVS tijdens de onderzochte periode twee programma's heeft uitgezonden die productplaatsing bevatten: 'Tendens' en 'Mijn Huis, Mooi Huis'. Beide programma's worden tweemaal onderbroken voor het uitzenden van publi-reportages. Hoewel in het begin en op het einde van de programma's telkens het voorgeschreven PP-logo wordt getoond, gebeurt dit niet na de hervattingen na de onderbrekingen. AVS betwist deze vaststellingen niet.

Uit het voorgaande volgt dat AVS een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 2, 1°, van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat de inbreuk op een misverstand berust en AVS ook hier verklaart inmiddels maatregelen te hebben genomen om soortgelijke inbreuken in de toekomst te vermijden.

Een waarschuwing is eveneens in dit geval een gepaste sanctie.

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

- In hoofde van VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie een inbreuk vast te stellen op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie hiervoor te waarschuwen.

- In hoofde van VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 2, 1°, van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010



betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 25 januari 2016.

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.