

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

KLACHT VAN B. H. t. NV VLAAMSE RADIO- EN
TELEVISIEOMROEPORGANISATIE

(dossier nr. 2016/224)

BESLISSING nr. 2016/025

11 april 2016

In de zaak van B. H. tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie

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 11 april 2016,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

FEITEN EN PROCEDURE

1. Met een e-mail van 1 maart 2016 dient B. H. via het digitale klachtenformulier een klacht in bij de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: VRM) tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (hierna: VRT), met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel.

De klacht heeft betrekking op een reclamespot in verband met diabetes, uitgezonden op 1 maart 2016 op Radio 2, een omroepprogramma van VRT. Volgens dat reclamespotje kan diabetes voorkomen worden indien men tijdig naar de dokter gaat.

De tekst van de betrokken spot was als volgt :

“De kans dat dit (muziekfragment) uw favoriete plaat is tijdens Plaat Préfééré, is zeer klein.

De kans dat u diabetes krijgt, is helaas groot : 1 op 4.

Hoe groot is uw kans op diabetes? Doe vandaag nog de test op voorkomdiabetes.be en praat erover met uw huisarts. Diabetes is niet te genezen, maar wél te voorkomen.”

Klager voert aan dat het spotje de mensen niet correct informeert omdat het geen onderscheid maakt tussen diabetes type 1 en type 2. In het spotje doelt men op diabetes type 2, wat in veel gevallen door een gezonde levensstijl voorkomen kan worden. Diabetes type 1 daarentegen kan niet voorkomen worden. Klager is dan ook van oordeel dat het reclamespotje misleidend is, wenst dat dit rechtgezet wordt en dat het spotje onmiddellijk uit de ether wordt gehaald.

Behalve artikel 60, haalt klager nog een aantal artikelen uit het Mediadecreet aan die geschonden zouden zijn.

Klager deelt ook mee klacht te hebben neergelegd bij de Jury voor Eerlijke Handelspraktijken (hierna : JEP).

2. De klacht wordt bij aangetekende brief van 7 maart 2016 aan VRT meegedeeld.

3. VRT bezorgt per aangetekende brief en per e-mail op 14 maart 2016 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

4. Bij aangetekende brieven van 25 maart 2016 worden de partijen uitgenodigd voor de hoorzitting op 11 april 2016.

5. De VRM bezorgt de schriftelijke opmerkingen van VRT bij aangetekende brief van 25 maart 2016 aan de klager.

6. Klager laat per e-mail van 8 april 2016 aan de VRM weten in de onmogelijkheid te verkeren om de hoorzitting bij te wonen. Klager voegt daarbij een reactie op de schriftelijke opmerkingen van VRT.

7. Op de zitting van 11 april 2016 wordt VRT, vertegenwoordigd door Janne Lust, gehoord.

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 60 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en de televisie (hierna: het Mediadecreet) bepaalt :

“ § 1. Commerciële communicatie mag geen elementen bevatten die erop gericht zijn de consument te misleiden op het gebied van :

1° de kenmerken van de goederen of de diensten, zoals beschikbaarheid, aard, uitvoering, samenstelling, procedé en datum van fabricatie of levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong of van het gebruik te verwachten resultaten, of uitslagen en essentiële uitkomsten van onderzoek van de goederen of diensten;

2° prijs of de wijze van prijsberekening, alsook de voorwaarden waaronder de goederen worden geleverd of de diensten worden verricht;

3° de hoedanigheid, kwalificaties en rechten van de adverteerder, zoals zijn identiteit en zijn vermogen, zijn bekwaamheden en zijn industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn bekroningen en onderscheidingen.

§2. Onder misleidende commerciële communicatie wordt elke vorm van reclame verstaan die op enigerlei wijze, waaronder begrepen wordt haar opmaak, de personen tot wie ze zich richt of die ze bereikt, misleidt of kan misleiden en die door haar misleidende karakter hun economische gedrag kan beïnvloeden, of die om die redenen een concurrent schade toebrengt of kan toebrengen.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9.1. VRT verduidelijkt dat de betrokken radiospot een spot van de NV Eurogenerics betreft die een sensibiliseringscampagne lanceerde om zoveel mogelijk mensen er toe aan te zetten om hun risico op diabetes type 2 te bepalen. Het aantal Belgen dat mogelijks een risico op diabetes type 2 loopt, is namelijk enorm. En eens de ziekte is vastgesteld is de situatie onomkeerbaar. Diabetes type 2 houdt verband met een ongezonde levensstijl en kan grotendeels voorkomen worden. Om die reden is preventie van onschatbaar belang. De algemene slogan op de radio zorgt er voor dat veel mensen zich aangesproken voelen in de hoop dat dit dan weer zorgt voor een toename in de screenings.

9.2. VRT erkent dat er verkeerdelijk van uit gegaan werd dat het vanzelfsprekend was dat de sensibiliseringscampagne sloeg op de preventie van diabetes type 2. VRT merkt op als omroep geen medische expertise ter zake te hebben. De omroeporganisatie wijst er echter op dat het uiteraard nooit op enig moment de bedoeling geweest is om patiënten met diabetes type 1 te stigmatiseren of met de vinger te wijzen en excuseert zich daar uitdrukkelijk voor indien dat toch zo ervaren werd.

Omdat VRT begrip heeft voor de situatie van patiënten met diabetes type 1 werd de radiospot teruggetrokken zodra de adverteerder kennis kreeg van de klachten omtrent de inhoud van de spot. Het nodige werd gedaan om te vermelden dat de spot enkel slaat op diabetes type 2 waarna de aangepaste spot werd gelanceerd.

9.3. VRT benadrukt evenwel dat zij, los van de stappen die ze gezet heeft om de bezorgdheden van klager tegemoet te komen, van oordeel is als omroep aan haar verplichtingen opgenomen in het Mediadecreet te hebben voldaan. De omroeporganisatie merkt op dat het overeenkomstig artikel 52 van het Mediadecreet de verantwoordelijkheid van de omroep is om geen commerciële communicatie die in strijd zou zijn met wettelijke bepalingen uit te zenden. VRT is van oordeel deze plicht te hebben vervuld.

Tenslotte argumenteert VRT waarom de door de klager aangehaalde artikelen uit het Mediadecreet niet geschonden zouden zijn. Wat betreft artikel 60 van het Mediadecreet, voert VRT aan dat deze bepaling niet relevant zou zijn. De adverteerder wil de mensen met de campagne oproepen zich te laten screenen en heeft nooit de intentie gehad om de consument te misleiden. Er is evenmin sprake van het schaden van een concurrent.

VRT benadrukt dat het bovendien niet in de positie is om inhoudelijk de al dan niet misleidende aard van een reclameboodschap te evalueren omdat het eenvoudigweg vaak de nodige markt op inhoudelijke expertise mist om die evaluatie te maken. De omroeporganisatie verwijst in dit verband naar een advies van de SARC waarin alle Vlaamse omroepen aangaven dat hun enkel de taak toekomt van een wettelijke marginale toetsing met betrekking tot reclamespots en dat wat betreft de zogenaamde kwalitatieve voorschriften, zoals het verbod op misleidende reclame, de verantwoordelijkheid bij de adverteerder rust.

B. Beoordeling

10.1. Gelet op de rechten van verdediging en het gegeven dat de procedure geen weerwoord van de klager op de schriftelijke opmerkingen van de aangeklaagde omroeporganisatie voorziet, wordt verder geen rekening gehouden met de reactie van klager, verstuurd per e-mailbericht van 8 april 2016.

10.2. Uit het geluidsfragment en het onderzoek blijkt dat er nergens in de opmaak van de betrokken spot een onderscheid wordt gemaakt tussen diabetes type 1 en type 2.

In zijn beslissing van 9 maart 2016 kwam de JEP tot de bevinding dat de bewering "*diabetes is niet te genezen, maar wel te voorkomen.*" te absoluut geformuleerd is waardoor de radiospot van aard is om de luisteraars te kunnen misleiden op dit punt. Volgens de JEP moet de radiospot specificeren dat de boodschap betrekking heeft op diabetes type 2. De radiospot diende dan ook in die zin gewijzigd te worden, en bij gebreke daaraan niet meer verspreid worden.

De JEP heeft zijn beslissing onder meer gesteund op de artikelen 3 en 5 van de code van de Internationale Kamer van Koophandel. Deze bepalingen zijn in de Vlaamse omroepregelgeving overgenomen in artikel 60 van het Mediadecreet. Hoewel dat artikel volgens VRT niet relevant zou zijn geeft de omroeporganisatie niettemin toe dat de reclamespot misleidend was wanneer ze erkent dat het verkeerd was er van uit te gaan dat de reclamespot vanzelfsprekend sloeg op diabetes type 2.

Door in de opmaak van de spot geen onderscheid te maken tussen diabetes type 1 en type 2 kunnen de luisteraars misleid worden omtrent het voorkomen van diabetes. De spot, die uitgaat van een adverteerder die handelt in voedingssupplementen die helpen een normale bloedsuikerspiegel te behouden, beoogt meer dan een loutere sensibiliseringscampagne zoals VRT argumenteert. Een reclamespot dient immers om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van de adverteerder te promoten, in dit geval de producten voor het behoud van een normale bloedsuikerspiegel. Bijgevolg is hier sprake van misleidende reclame.

Uit het bovenstaande volgt dan ook dat een inbreuk kan worden vastgesteld op artikel 60 van het Mediadecreet.

10.3. Omdat het onderscheid dat de spot had moeten maken tussen diabetes type 1 en type 2 niet zo algemeen bekend is dat een omroeporganisatie dit kon weten en omdat de spot intussen is aangepast waardoor klager genoegdoening heeft gekregen, is er geen reden om, naast de vaststelling van de inbreuk, een sanctie op te leggen aan VRT.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een inbreuk vast te stellen op artikel 60 van het Mediadecreet;

Om NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie geen sanctie op te leggen voor de vastgestelde inbreuk.

Aldus uitgesproken te Brussel op 11 april 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.