

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV VLAAMSE RADIO- EN
TELEVISIEOMROEPORGANISATIE

(dossier nr. 2016/236A)

BESLISSING nr. 2016/041

27 juni 2016

In de zaak van VRM 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 27 juni 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, heeft de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 10 april 2016 (17u tot 23u) onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Eén van NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie.

2. Op 3 mei 2016 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 9 mei 2016 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (hierna: VRT), met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 18 mei 2016 aan VRT meegedeeld.

5. VRT bezorgt op 7 juni 2016 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Op de zitting van 27 juni 2016 wordt VRT vertegenwoordigd door Louise Saverys en Paul Driesen.

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode twee keer een sponsorvermelding voor 'bol.com' wordt uitgezonden (omstreeks 18u12 en 18u58 bij het programma 'Dagelijkse Kost'), die telkens vijf seconden duurt.

De sponsorvermelding toont een geanimeerde pancarte waarop enkele keukenartikelen te zien zijn. Een voice-over vermeldt : *"Denk je aan koken? Denk je aan onze kookwinkel. Bol.com – de winkel van ons allemaal."* Op de pancarte wordt de vermelding 'kookwinkel' ook op een visuele wijze weergegeven.

Op het einde van de sponsorvermelding is een pancarte te zien waarop de naam, de mascotte, het logo en de slogan 'bol.com – de winkel van ons allemaal' vermeld wordt.

De sponsoridentificatie is gedurende de gehele sponsorvermelding duidelijk zichtbaar.

7.2. Volgens de onderzoeksceel doet deze boodschap meer dan louter de naam, het handelsmerk, het imago, de activiteiten of producten meer bekendheid geven : door de rechtstreekse aanspreking van de kijker via vraag en antwoord zou de boodschap aanzetten tot consumptie van de producten op 'bol.com' en wordt deze bijgevolg aangewend voor een ander doel dan de door de decreetgever gecreëerde mogelijkheid.

7.3. Bijgevolg begaat VRT, aldus de onderzoeksceel, een inbreuk op artikel 2, 41°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 2, 41°, van Mediadecreet luidt als volgt:

"In dit decreet wordt verstaan onder:

41° sponsoring: elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming, een overheid of een natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve producties, aan de financiering van omroepdiensten of programma's

met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9.1. VRT is van oordeel dat ze met deze sponsorvermelding geen inbreuk begaat op artikel 2, 41^o, van het Mediadecreet.

9.2. De sponsorvermelding van 'bol.com' beperkt zich volgens de omroeporganisatie tot het *minimum minimorum* inzake bekendheid geven aan de webwinkel 'bol.com' en diens verschillende winkelcategorieën. VRT wijst erop dat 'bol.com' een online distributiekanaal is, dat men niet zomaar kan afbeelden of benoemen. Via de billboard wil men de kernactiviteit van 'bol.com' onder de aandacht brengen en meer bekendheid geven aan diens diverse producten/activiteiten. De spot is niet zo opgevat dat de kijker meteen terecht komt op een bepaald product of aangezet wordt om één bepaald product te consumeren.

Op de hoorzitting verduidelijkt VRT dat 'de kookwinkel' niet als onderdeel *as such* op de webwinkel 'bol.com' bestaat. Er werd gekozen voor de term 'de kookwinkel' om een link te maken met het programma dat gesponsord wordt, in dit geval een kookprogramma.

Volgens VRT kan hier geen enkele verwarring bestaan tussen deze sponsorvermelding en de reclameboodschappen van 'bol.com' waarbij het promotionele karakter voor zich spreekt en er audiovisueel niets aan de verbeelding wordt overgelaten. De sponsorvermelding van 'bol.com' zou geen promotionele spot zijn maar zou puur als communicatietool ingezet worden teneinde de merkbekendheid op te bouwen.

9.3. Tenslotte betwist VRT dat de sponsorvermelding de kijker rechtstreeks zou vragen of hij aan de kookwinkel van 'bol.com' denkt. Volgens de omroeporganisatie wordt mededelend gesteld ook eens aan de kookwinkel van 'bol.com' te willen denken wanneer men aan koken denkt. Op die manier beoogt 'bol.com' bekendheid te geven aan één van zijn diensten. Op de hoorzitting vult VRT aan dat dit gebeurt zonder daarbij één product te specificeren of aan te prijzen.

B. Beoordeling

10. Uit de beelden blijkt dat de woorden “*denk je aan koken, denk je aan onze kookwinkel*” uitsluitend auditief maar niet visueel worden vermeld.

De VRM stelt dan ook vast dat deze bewoordingen en de gehanteerde intonatie door de voice-over in de betrokken sponsorvermelding vrij vaag zijn zodat niet kan worden gesproken van een vraagstelling of rechtstreekse aanspreking die de kijker zou aanzetten tot consumptie van de producten op de webwinkel ‘bol.com’.

Hieruit volgt dat er geen inbreuk kan worden vastgesteld op artikel 2, 41^o, van het Mediadecreet.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie geen inbreuk vast te stellen op artikel 2, 41^o, van het Mediadecreet.

Aldus uitgesproken te Brussel op 27 juni 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.