



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2008/0450)

BESLISSING
nr. 2009/018

23 februari 2009

In de zaak van VRM tegen NV SBS Belgium,

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

Dhr E. BREWAEYS, *voorzitter*,
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,
Mevr P. VALCKE,
Dhr R. LANNOO,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 23 februari 2009,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit monitoring van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden door de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna : de Regulator) de uitzendingen van 7 diverse televisieomroepen, uitgezonden op 3 november 2008 van 15 uur tot 21 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VT4 van NV SBS Belgium.

2. Op 5 december 2008 legt de onderzoeksceel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut tijdens de uitzendingen op 3 november 2008 van het omroepprogramma VT4.

3. Op 15 december 2008 beslist de algemene kamer van de Regulator 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. De beslissing om een procedure op tegenspraak op te starten wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 15 januari 2009 aan SBS meegedeeld.

5. SBS bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator bij aangetekende brief van 30 januari 2009.

6. Op de hoorzitting van 23 februari 2009 wordt SBS vertegenwoordigd door Alexandra Olbrechts en Annick Moons.

DE FEITEN

7.1. Alleenstaande spots 'The Simpsons Seizoen 11 DVD-box'.

De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode twee alleenstaande promotiespots worden uitgezonden voor een DVD-box van de animatieserie 'The Simpsons Seizoen 11' (om 19:07:15 met een duur van 30 seconden – om 19:36:51 met een duur van 20 seconden).

In beide spots wordt de kijker warm gemaakt zich deze DVD-box aan te schaffen (onder meer door vermeldingen : 'Eindelijk is hij te koop', 'Nu te koop', 'Niet te missen').

De eerste promotiespot wordt afgesloten met de vermelding van een SMS-wedstrijd tegen betaling waarbij deelnemers alle seizoenen van 'The Simpsons' op DVD kunnen winnen. De onderzoekscel is van oordeel dat de uitzending van oproepen om deel te nemen aan een wedstrijd tegen betaling alle elementen van telewinkelen bevat.

7.2. Prijzen in of gekoppeld aan aankondigingspots.

De onderzoekscel stelt vast dat aan het einde of volgend op aankondigingspots voor later uit te zenden films de kijker wordt opgeroepen deel te nemen aan betalende wedstrijden met vermelding van het tarief en met vermelding van de te winnen prijzen. Volgens de onderzoekscel betreffen dergelijke oproepen rechtstreekse aanbiedingen tegen betaling met vermelding van tarieven die alle elementen van de definitie van telewinkelen bevatten, doch de omroep verpakt die wedstrijden en de ter beschikking gestelde prijzen in een aankondigingspot.

HET RECHT

8. Artikel 101, § 1, van de Vlaamse decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna: het Mediadecreet) bepaalt :

"§ 1. Reclame en telewinkelen moeten duidelijk als dusdanig herkenbaar zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden zijn van de programma's.

§ 2. Reclame en telewinkelspots moeten worden gegroepeerd in niet-opevolgende tijdsblokken van beperkte duur.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

9.1. In hoofdde roept de omroep de onontvankelijkheid van het onderzoek in. Het onderzoek betreft uitzendingen van meer dan twee maanden geleden. Een omroep heeft de decretale verplichting om zijn uitzendingen gedurende twee maanden te bewaren. De facto wordt de verplichting opgelegd om het beeldmateriaal langer dan twee maanden te bewaren. In die zin schendt de Regulator artikel 176septies van het Mediadecreet en treedt buiten zijn decretale bevoegdheden. De omroep is derhalve van oordeel dat het onderzoek onontvankelijk moet worden verklaard.

In ondergeschikte orde voert de omroep een verdediging ten gronde aan.

9.2. Alleenstaande spots ‘The Simpsons Seizoen 11 DVD-box’.

Deze spots kunnen niet gedefinieerd worden als reclame omdat het aankondigingsspots zijn voor rechtstreeks van de serie afgeleide ondersteunende producten.

Zelfs indien de spots toch reclame zouden zijn, dan kunnen ze nog niet als alleenstaande reclameboodschappen omschreven worden omdat er in casu van exclusiviteit geen sprake is. Beide spots volgen immers onmiddellijk op de reguliere reclameblokken die elk minstens vijf verschillende reclameboodschappen bevatten.

Vervolgens stelt SBS de vraag welke kwalificatie uiteindelijk aan de eerste spot wordt gegeven vermits verder in het onderzoek beweerd wordt dat het om een telewinkelspot zou gaan.

De omroep wijst er bovendien op dat de spot geenszins als telewinkelen gekwalificeerd kan worden omdat er geen levering van goederen of diensten plaatsvindt. Zelfs al zou het wel om telewinkelen gaan, dan onderscheidt SBS de spot op auditieve en visuele wijze van de programma's : tijdens de hele duur van de wedstrijdspot wordt het toepasbare tarief duidelijk in beeld gebracht.

9.3. Prijzen in of gekoppeld aan aankondigingspots.

De omroep benadrukt in eerste instantie dat dergelijke wedstrijden geenszins als telewinkelen gekwalificeerd kunnen worden omdat er geen levering van goederen of diensten plaatsvindt.

Bovendien worden die kijkerswedstrijden wel degelijk op auditieve en visuele wijze onderscheiden van de programma's. Tijdens de hele duur van de wedstrijdspots wordt het toepasbare tarief duidelijk in beeld gebracht.

Tenslotte is de omroep van oordeel dat het vertonen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijzen ter beschikking te stellen wel toegelaten is in aankondigingspots na de decreetwijziging van 2 februari 2007. Deze decreetwijziging heeft een grote versoepeling ingevoerd voor wat betreft het vertonen van prijzen op televisie door het uitdrukkelijk verbod om prijzen in aankondigingspots te tonen en/of vermelden te schrappen.

Indien de Regulator toch tot een inbreuk op het Mediadecreet zou besluiten stelt de omroep dat een waarschuwing zou volstaan omdat hij in het verleden nog nooit een gelijkaardige inbreuk heeft begaan.

B. Beoordeling.

10.1. Onontvankelijkheid van het onderzoek.

De decretaal vastgelegde verplichting voor de omroepen om hun omroepsignalen gedurende twee maanden te bewaren, verhindert niet dat een procedure op tegenspraak wordt opgestart omtrent uitzendingen die ouder dan twee maanden zijn. Daardoor wordt geen verplichting aan de omroep opgelegd om de omroepsignalen langer te bewaren. Indien de omroep zelf niet meer over de bewuste omroepsignalen zou beschikken, kan hij die immers op eenvoudig verzoek van de Regulator ontvangen. De Regulator schendt derhalve geenszins het Mediadecreet en treedt niet buiten zijn decretale bevoegdheden door een onderzoek in te stellen naar uitzendingen die langer dan twee maanden teruggaan in de tijd.

De exceptie van onontvankelijkheid van het onderzoek wordt verworpen.

10.2. Alleenstaande spots 'The Simpsons Seizoen 11 DVD-box'.

Omdat de nadruk in de betreffende spots ligt op de verkoop van de DVD's en omdat er geen link gemaakt wordt met een uit te zenden programma, worden de betreffende spots niet als aankondigingspots beschouwd.

De vraag of die spots nu gekwalificeerd worden als reclameboodschappen, zelfpromotiespots of telewinkelspots zijn, doet hier niet ter zake. Zelfpromotie is immers een bijzondere vorm van reclame en valt net zoals reclameboodschappen en telewinkelspots onder de toepassing van artikel 101, § 1, van het Mediadecreet.

Uit het onderzoek blijkt dat de betrokken spots noch duidelijk als dusdanig herkenbaar, noch duidelijk onderscheiden van de programma's door optische en/of akoestische middelen, noch gegroepeerd werden uitgezonden.

Dit vormt een inbreuk op de bepalingen van artikel 101, § 1, van het Mediadecreet.

Bij het bepalen van de sanctie wordt rekening gehouden met het gegeven dat de spots onmiddellijk na een reclameblok werden uitgezonden en dat er enig verband bestaat tussen het product en een programma dat door de omroep wordt uitgezonden.

Gelet op de omstandigheden van de zaak is een waarschuwing een gepaste sanctie.

10.3. Prijzen in of gekoppeld aan aankondigingspots.

De uitzending van spots waarbij de kijker de mogelijkheid wordt aangeboden tegen betaling deel te nemen aan een wedstrijd om zo kans te maken op een prijs, moet worden beschouwd als telewinkelen, zoals gedefinieerd in artikel 2, 19°, van het Mediadecreet. Alle elementen van de definitie van telewinkelen zijn aanwezig bij het aanbieden van deze dienst tegen betaling.

De uitzending in kwestie van de wedstrijdspots moet als telewinkelspots worden beschouwd en moet dus voldoen aan artikel 101, § 1, van het Mediadecreet.

Gelet op de omstandigheden van de zaak is een waarschuwing 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 101, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 1°, van het Mediadecreet NV SBS Belgium daarvoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 23 februari 2009.

D. PEEREMAN
griffier

E. BREWAEYS
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.