

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV BITES EUROPE

(dossier nr. 2017/281B)

BESLISSING nr. 2017/035

11 september 2017



**In de zaak van VRM tegen NV Bites Europe,**

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

Dhr P. SOURBRON, *voorzitter*,  
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 11 september 2017,  
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 onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 3 mei 2017 (18u tot 24u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma CAZ van NV Bites Europe.

2. Op 12 juni 2017 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 26 juni 2017 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Bites Europe (hierna: CAZ), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 28 juni 2017 aan CAZ meegedeeld.

5. CAZ bezorgt de schriftelijke opmerkingen van 7 juli 2017 aan de VRM.

6. CAZ maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 11 september 2017.

## DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode zeventien reclameblokken worden uitgezonden.

Drie reclameblokken daarvan, die worden uitgezonden omstreeks 18u54, 20u05 en 21u06, worden aangekondigd door een reclamebeginbumper die telkens slechts 1,5 seconde duurt. Daarna volgt telkens een reclamespot voor 'Knack'.

De tekst 'reclame' wordt gedurende de gehele bumper getoond. De tekengrootte waarin de tekst 'reclame' getoond wordt, is echter zeer klein waardoor deze tekst voor de gemiddelde kijker niet duidelijk leesbaar is. De tekst wordt daarbij ook deels overlapt door de uitvergroting van de letters van 'CAZ'.

De overige reclameblokken worden aangekondigd door een reclamebumper die ongeveer twee à drie seconden duurt. De tekst 'reclame' is op deze reclamebeginbumpers leesbaar.

Volgens de onderzoeksceel is er geen duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud, doordat de beginbumper driemaal telkens minder dan twee seconden beeldvullend getoond wordt en daarbij het woord 'reclame' door de kleine tekengrootte én de overlapping niet gemakkelijk leesbaar is voor de doorsnee kijker. De onderzoeksceel verwijst hiervoor naar het standpunt van de VRM van 23 februari 2015 omtrent de afscheiding tussen reclame en redactionele inhoud.

Bijgevolg begaat CAZ, aldus de onderzoeksceel, een inbreuk op artikel 79, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

## TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet bepaalt:

*"Televisiereclame, zelfpromotie uitgezonderd, en telewinkelen moeten duidelijk herkenbaar zijn en moeten kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Zonder afbreuk te doen aan het gebruik van nieuwe reclametechnieken, moeten reclame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden.*

*[...]."*

## A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9.1. CAZ wijst er vooreerst op dat de bepalingen uit artikel 79, § 1, van het Mediadecreet moeten worden gelezen in het licht van de Interpretatieve Mededeling van de Europese Commissie over bepaalde aspecten van de bepalingen van de richtlijn Televisie zonder grenzen betreffende televisiereclame (Pb.C. 28 april 2004, afl. 102, 2).

Daaruit volgt, aldus CAZ, dat de verplichting uit het Mediadecreet dat reclame en programma's van elkaar gescheiden moeten worden met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen, tot doel heeft de televisiekijker in staat te stellen onderscheid te maken tussen redactionele inhoud en reclameboodschappen.

Volgens CAZ is de verplichting om voorafgaand aan de start van het reclameblok op visuele of auditieve wijze het woord 'reclame' te vermelden, uit de Vlaamse regelgeving geschrapt wegens strenger dan de Europese bepalingen.

CAZ verwijst vervolgens naar het arrest van het Hof van Justitie van 17 februari 2016 (Sanoma Media Finland Oy/Nelonen Media t. Viestintävirasto, zaak C-314/14). Daarin leest de omroeporganisatie dat het gebruik van slechts één middel, zoals een visuele scheiding tussen reclame en programma's, voldoende kan zijn ter bescherming van de kijker, zonder dat er extra voorwaarden, zoals minimale duurtijd of vermelding van het woord 'reclame' op de bumper, (moeten) worden aan verbonden. Aangezien de Vlaamse decreetgever geen gebruik heeft gemaakt van de mogelijkheid die het Hof laat om strengere regels te bepalen, kan daaruit volgens CAZ worden afgeleid dat ook een bumper zonder het woord 'reclame' en zonder minimale duurtijd volstaat als visueel middel om programma's en reclame te scheiden.

De onderzoekscel en de VRM lezen volgens CAZ elementen in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet die er niet zijn in opgenomen. Deze bepaling legt immers geen minimumduur op noch een verplichting het woord 'reclame' te vermelden op bumpers die slechts twee seconden zouden duren. CAZ is van oordeel dat de VRM zich bij de controle op de naleving van het Mediadecreet moet richten naar de keuzes van de decreetgever en geen autonome bevoegdheid heeft om zelf, op algemene wijze, strengere regels uit te vaardigen. De VRM heeft terzake enkel de bevoegdheid om, geval per geval, na te gaan of een welbepaalde visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke scheiding tussen reclame en het programma objectief gezien volstaat om duidelijk herkenbaar te zijn en zodoende voldoet aan de vereiste zoals opgenomen in artikel 79, §1, van het Mediadecreet. In het arrest van de Raad van State van 27 juni 2017 stelde de Raad dat bumpers korter dan twee seconden potentieel verwarring stichten maar dat er bij kortere reclamebumpers nog steeds in concreto moet worden nagegaan of er voldaan is aan artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

9.2. CAZ is van oordeel dat aan de vereisten van artikel 79, §1, van het Mediadecreet is voldaan wanneer de reclameblokken starten met een beeldvullende bumper (zonder een minimale duurtijd en zonder de vermelding van het woord 'reclame'). Er is dan immers een scheiding met een visueel middel tussen het programma en de reclame en de kijker zal in geen geval de indruk hebben dat het programma voort loopt.

Zoals door de onderzoeksceel aangegeven, duurden de drie beginbumpers 1,5 seconde en werd het woord 'reclame' vermeld, aldus CAZ. Zij is van oordeel dat deze reclameblokken voldoen aan de doelstelling van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet en ziet niet in hoe een kijker in verwarring kan worden gebracht wanneer tussen een programma en een reclameblok dergelijke reclamebumpers worden getoond. Dat het woord 'reclame' niet gemakkelijk leesbaar zou zijn voor de kijker, zoals de onderzoeksceel aanvoert, door het gebruik van een te kleine tekengrootte en de overlapping door de uitvergroting van de letters "CAZ", wordt volgens de omroeporganisatie niet onderbouwd.

9.3. Ten slotte geeft CAZ aan dat haar *policy* erin bestaat de reclamebumpers minimaal 2 seconden beeldvullend uit te zenden en op de beginbumpers ook het woord 'reclame' te vermelden. Ze benadrukt wel dat dit geen erkenning inhoudt dat kortere bumpers, bumpers zonder het woord 'reclame' of bumpers met de vermelding van het woord 'reclame' in 'kleine lettertypes', per definitie 'verwarrend' zouden zijn.

Bovendien heeft CAZ na de beslissing 2017/004 van de VRM van 23 januari 2017 beslist om de reclamebeginbumpers van CAZ aan te passen. Dit werd door de onderzoeksceel opgemerkt want zoals aangegeven in onderhavig onderzoeksrapport is de tekst 'reclame' op de aangepaste reclamebeginbumpers nu leesbaar.

De reden waarom drie van de zeventien beginbumpers slechts 1,5 seconde duurden, is te wijten aan een menselijke fout. Bij de integratie van de reclamebeginbumper met de reclamespot van 'Knack' werd de reclamebeginbumper per ongeluk ingekort.

De reden waarom de tekst 'reclame' verschillend was in de andere veertien reclamebeginbumpers, is dat de dienst die de integratie van de reclamebeginbumper met de reclamespot 'Knack' verzorgde, niet beschikte over de aangepaste reclamebeginbumpers van CAZ. Dit zou volgens de omroeporganisatie intussen zijn opgelost.

Volgens CAZ bewijst het feit dat de reclamebumpers van de overige reclameblokken wel een minimale duurtijd van twee seconden en de vermelding van het woord 'reclame' op een leesbare manier hadden, dat er geen sprake was van een bewuste beslissing bij CAZ.

CAZ hoopt dat de VRM behalve hiermee bij het bepalen van de sanctie ook rekening zal houden met het zeer beperkte marktaandeel van de omroeporganisatie op het moment van de uitzending.

## **B. Beoordeling**

10. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor dat televisiereclame duidelijk herkenbaar moet zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Reclame moet worden gescheiden van andere onderdelen van het programma met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen.

Zoals CAZ zelf aanvoert, blijkt uit de parlementaire voorbereiding bij deze bepaling, met verwijzing naar de Interpretatieve Mededeling van de Europese Commissie, dat de doelstelling ervan is om te vermijden dat er bij de kijkers verwarring ontstaat tussen reclame en andere programmaonderdelen. (Parl. St. VI. Parl. 2008-2009, nr. 2014/1, 36).

Daaruit volgt dat het loutere feit dat van enig visueel en/of akoestisch en/of ruimtelijk middel gebruik wordt gemaakt om de reclame te scheiden van de programma's, op zich niet volstaat om aan de bepalingen van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet te voldoen. De reclame moet door deze afscheiding of afbakening bovendien voor de kijker duidelijk herkenbaar zijn en kunnen worden onderscheiden van de redactionele inhoud.

Zoals CAZ aangeeft, wordt in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet inderdaad geen minimumduur voor bumpers bepaald, noch wordt de verplichte vermelding van het woord 'reclame' opgelegd. CAZ wijst er ook terecht op dat bij de toetsing van een bepaalde uitzending aan artikel 79, § 1, van het Mediadecreet, telkens in concreto moet worden nagegaan of de gebruikte middelen om reclame te scheiden van andere onderdelen van het programma, doeltreffend zijn. Bij de beoordeling van deze elementen in een concrete zaak moet mogelijke verwarring bij de kijker als leidraad dienen.

Voor zover het arrest van het Hof van Justitie, waarnaar wordt verwezen, in deze zaak al nuttig zou kunnen worden aangehaald – het arrest beantwoordt immers de vraag of visuele, akoestische en ruimtelijke middelen al dan niet cumulatief gebruikt moeten worden, hetgeen niet het voorwerp van deze zaak uitmaakt – bevestigt dit alleen maar het bovenstaande. Het arrest benoemt de twee principevereisten, namelijk televisiereclame (en telewinkelprogramma's)

moet duidelijk herkenbaar zijn en moet kunnen worden onderscheiden van de redactionele inhoud. Daarbij bepaalt het arrest dat het aan de verwijzende rechterlijke instantie (of mediaregulator) toekomt om concreet te beoordelen of de gebruikte middelen volstaan om te voldoen aan die principevereisten. Uit het arrest volgt dan ook dat de VRM nog steeds in concreto moet nagaan of de gebruikte middelen om reclame te scheiden van andere onderdelen van het programma, doeltreffend zijn. Zoals CAZ zelf aanvoert, heeft ook de Raad van State deze zienswijze bevestigd in zijn arrest van 27 juni 2017.

11. Zoals blijkt uit de beelden en het onderzoek duren de beginbumpers van drie reclameblokken, in de onderzochte periode respectievelijk uitgezonden om 18u54, 20u05 en 21u06, telkens slechts 1,5 seconde en wordt het woord 'reclame' gedurende de gehele bumper getoond. De tekengrootte waarin de tekst 'reclame' getoond wordt, is echter zeer klein en bovendien wordt de tekst daarbij ook deels overlapt door de uitvergroting van de letters van 'CAZ'. Bijgevolg volstaat de bumper niet opdat de reclamespots duidelijk herkenbaar zouden zijn en kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud, zoals voorgeschreven in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet. Door de zeer korte duur van deze bumpers moet de kijker hier zeer oplettend zijn om de bumpers gezien te hebben. Door de bumpers slechts 1,5 seconde te tonen, flitsen de bumpers en de tekst van het woord 'reclame' voor de gemiddelde kijker voorbij waardoor de tekst op zich al onvoldoende leesbaar is. In dit geval wordt de onleesbaarheid nog versterkt door de bijzonder kleine tekengrootte van de tekst 'reclame', die daarenboven ook nog deels overlapt wordt door de uitvergroting van de gekleurde letters van 'CAZ'.

Daardoor wordt in voorliggend geval dan ook niet vermeden dat bij de kijkers verwarring kan ontstaan tussen reclame en andere programmaonderdelen. Het hanteren van dergelijke korte beginbumpers, zonder dat het woord 'reclame' gemakkelijk leesbaar wordt vermeld, zorgt niet voor een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud.

Uit het voorgaande volgt dat CAZ een inbreuk heeft begaan op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

12. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat de schending van het principe van de scheiding van reclame en redactionele inhoud een ernstige inbreuk betreft, evenals met een eerdere gelijkaardige veroordeling van de omroeporganisatie (zie beslissingen 2017/004 van 23 januari 2017). Daarnaast houdt de VRM ook rekening met het zeer laag marktaandeel van het omroepprogramma op het moment van de uitzending.



Daarom is een administratieve geldboete van 2500 euro in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van NV Bites Europe een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Bites Europe een administratieve geldboete van 2500 euro op te leggen

Aldus uitgesproken te Brussel op 11 september 2017.

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.