

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2018/314B)

BESLISSING nr. 2018/013

12 maart 2018

In de zaak van VRM tegen NV MEDIALAAN,

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 12 maart 2018,
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 diverse televisieomroeporganisaties op 2 december 2017 (8u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VTM van NV MEDIALAAN.
2. Op 7 februari 2018 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 uitzendingen.
3. Op 12 februari 2018 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 14 februari 2018 aan Medialaan meegedeeld.
5. Medialaan bezorgt per aangetekend schrijven van 22 februari 2018 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
6. Medialaan maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 12 maart 2018.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode omstreeks 18u59 in het reclameblok een reclamespot van 'Ferrero Rocher' (duurtijd 30 seconden) wordt getoond.

Volgens de onderzoeksceel betreft de spot van 'Ferrero Rocher' commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed (nl. een chocoladesnoep met hazelnoot, chocolade en een wafeltje) en ontbreekt bij de uitzending van deze reclamespot een tandenborstel-logo.

Bijgevolg begaat Medialaan, aldus de onderzoeksceel, door het vertonen van commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed zonder de bijbehorende gestileerde afbeelding van een tandenborstel te tonen, een inbreuk op artikel 69 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 69 van Mediadecreet luidt als volgt:

“Commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed moet op een duidelijke en contrasterende wijze een gestileerde afbeelding van een tandenborstel tonen gedurende de hele uitzending van de commerciële communicatie, naar rato van een tiende van de hoogte van het filmbeeld, verhoudingsgewijs weergegeven zoals hierna afgebeeld.”



A. Argumenten van Medialaan

9. Medialaan betwist niet dat bij commerciële communicatie voor suikerhoudend snoepgoed een gestileerd logo van een tandenborstel moet worden toegevoegd, en erkent dat dit ook het geval had moeten zijn bij de reclamespot voor 'Ferrero Rocher'.

De betrokken afdeling controleert normaal gezien of de aangeleverde boodschappen het tandenborstel-logo bevatten, aldus Medialaan. Na

navraag is gebleken dat het ontbreken van het logo een vergetelheid van de adverteerder betreft die niet werd opgemerkt door Medialaan. Volgens Medialaan was het dus zeker geen bewuste beslissing van de adverteerder of haarzelf om het logo van een tandenborstel niet te vermelden op deze boodschap. Zij heeft de toeleveranciers van reclamespots nogmaals gewezen op de bestaande regels omtrent suikerhoudend snoepgoed.

B. Beoordeling

10. Artikel 69 van het Mediadecreet schrijft voor dat commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed op een duidelijke en contrasterende wijze een gestileerde afbeelding van een tandenborstel moet tonen.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat dit logo tijdens de onderzochte periode ontbreekt bij de reclamespot van 'Ferrero Rocher', terwijl het commerciële communicatie betreft over suikerhoudend snoepgoed. Dit wordt erkend door Medialaan.

Uit het voorgaande volgt dat Medialaan een inbreuk heeft begaan op artikel 69 van het Mediadecreet.

11. Medialaan heeft laatst bij VRM beslissing nr. 2017/033 van 10 juli 2017 voor een gelijkaardige inbreuk een administratieve geldboete van 2500 euro gekregen.

Gelet op de aard van de inbreuk en de omstandigheden van de zaak is ook in voorliggend geval een administratieve geldboete van 2500 euro een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV MEDIALAAN een inbreuk vast te stellen op artikel 69 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet aan NV MEDIALAAN een administratieve geldboete van 2500 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 12 maart 2018.

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.