

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV BELGIAN BUSINESS TELEVISION

(dossier nr. 2018/317)

BESLISSING nr. 2018/020

26 maart 2018

In de zaak van VRM tegen NV Belgian Business Television,

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 26 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, heeft de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse particuliere televisieomroeporganisaties op 21 december 2017 van 17u tot 23u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Kanaal Z van NV Belgian Business Television.

2. Op 20 februari 2018 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 26 februari 2018 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Belgian Business Television (hierna: Kanaal Z), met maatschappelijke zetel Raketstraat 50 te 1130 Brussel, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 28 februari 2018 aan Kanaal Z meegedeeld.
5. Kanaal Z bezorgt op 23 maart 2018 schriftelijke opmerkingen aan de VRM, na uitstel te hebben gekregen.
6. Kanaal Z maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 26 maart 2018.

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode bij het begin van het programma 'Z Funds' telkens een sponsorboodschap voor 'Deutsche Bank' wordt getoond.

De sponsorboodschap duurt vijf seconden en wordt viermaal uitgezonden (om 17u47min18; 18u29min46; 19u12min14 en 19u54min42).

Een voice-over vermeldt : *"Voor uw beleggingen kiest u beter een partner die u meer dan één keuze biedt. Deutsche Bank."*

In het programma voert Pascal Paepen een gesprek met een beleggingsadviseur van Deutsche Bank over open architectuur en fondsen bij diverse banken.

7.2. De onderzoeksceel stelt vast dat de sponsorvermelding geen sponsoridentificatie bevat.

Volgens de onderzoeksceel moet de identificatie als sponsor van een programma duidelijk worden door een identificerend element: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst. Door de afwezigheid van een sponsoridentificatie wordt de kijker niet duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst.

Bijgevolg begaat Kanaal Z, volgens de onderzoeksceel, een inbreuk op artikel 91, 3°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 41^o, van het Mediadecreet bepaalt:

“In dit decreet wordt verstaan onder:

41^o 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.”

8.2. Artikel 91, 3^o, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen: [...]

3^o de kijkers en de luisteraars worden duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Gesponsorde programma's of teletekstpagina's worden duidelijk als zodanig gekenmerkt door in het begin, tijdens en/of op het einde van het programma of het programmaonderdeel of teletekstpagina's op passende wijze de naam en/of het logo en/of een ander symbool van de sponsor, zoals een verwijzing naar zijn product(en) of dienst(en) of een onderscheidingsteken daarvan, te vermelden.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9.1. Kanaal Z erkent de inbreuk en wijst op de omstandigheden die er aanleiding toe hebben gegeven.

De omroeporganisatie legt uit dat bij het opvragen van het promomateriaal bij Deutsche Bank gespecificeerd werd dat het materiaal moest worden aangeleverd conform de technische specificaties en met de vermelding van “*met dank aan/avec la collaboration de*” of “*sponsor*” op de billboard. Het betrokken materiaal werd slechts op het laatste nippertje vanuit Duitsland aangeleverd. Om de geplande uitzenddatum te kunnen respecteren, werd de

billboard rechtstreeks in de “*play-out*” van het productiehuis aangeleverd, waardoor het aan de gebruikelijke strikte controle bij Kanaal Z is ontsnapt.

9.2. Kanaal Z deelt tot slot de kijkcijfers en marktaandeel van het desbetreffende programma mee, alsook de gehanteerde tarieven voor sponsoring van een programma.

B. Beoordeling

10. Artikel 91, 3°, van het Mediadecreet schrijft voor dat de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Een sponsorvermelding dient daartoe een duidelijk identificerend element te bevatten: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst.

Tijdens de informatievergadering op 20 oktober 2014 betreffende commerciële communicatie heeft de VRM de principes overlopen die gelden bij uitzending van onder meer sponsorvermeldingen. Daarbij is met name gewezen op de noodzaak aan een sponsoridentificatie, gelet op het standpunt van de Europese Commissie hierover. Vanaf 1 januari 2015 wordt door de VRM toegezien op de aanwezigheid van dergelijke sponsoridentificatie.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat de uitgezonden sponsorvermelding voor ‘Deutsche Bank’ geen duidelijk identificerend element als sponsor bevat, hetgeen Kanaal Z erkent.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Kanaal Z een inbreuk heeft begaan op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet.

Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het beperkte tarief voor de sponsorvermelding, het beperkt marktaandeel van het omroepprogramma en het kleine aantal kijkers dat werd bereikt.

Een waarschuwing is daarom in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Belgian Business Television een inbreuk vast te stellen op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Belgian Business Television hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 26 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.