

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. CVBA DE VIJFDE WEG HERZELE

(dossier nr. 2018/345B)

BESLISSING nr. 2018/042

24 september 2018

In de zaak van VRM tegen CVBA De Vijfde Weg Herzele,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 24 september 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 7 mei 2018 (16u tot 22u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Eclips TV van CVBA De Vijfde Weg Herzele.

2. Op 5 juli 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 uitzending.
3. Op 9 juli 2018 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, CVBA De Vijfde Weg Herzele (hierna: Eclips TV), met maatschappelijke zetel Burstdorp 3, bus 15 te 9420 Burst, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 12 juli 2018 aan Eclips TV meegedeeld.
5. Eclips TV bezorgt per brief van 24 augustus 2018 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
6. Eclips TV maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 24 september 2018.

DE FEITEN

7. De onderzoekscel stelt in de eerste plaats vast dat tijdens de onderzochte periode (om 16u31) de Vlaamse filmproductie 'Moatje' (deel 1) wordt uitgezonden.

Aan het einde van de uitzending wordt eerst een reclamespot uitgezonden voor de DVD-versie van 'Moatje' (duurtijd 7 seconden) en vervolgens een reclamespot voor drie andere DVD-titels van dezelfde producent 'DK Entertainment' (nl. 'Ten Huize Goetgebuer', 'Aan de oevers van de Leie', 'Wafelijzers en schietgeweren') (duurtijd 10 seconden), telkens met de visuele boodschap: *"Nu op DVD verkrijgbaar"*.

Bij beide reclamespots zijn respectievelijk ook volgende voice-over boodschappen te horen: *"Moatje, nu ook verkrijgbaar op DVD."* en *"Ten Huize Goetgebuer, nu ook verkrijgbaar op DVD. Meer info op www.dkentertainment.be."*

De dubbele reclamespot wordt evenwel uitgezonden zonder enige aankondiging of afkondiging als reclame door middel van reclamebumpers.

Aangezien er geen duidelijk herkenbare afbakening is van reclame en redactionele inhoud, begaat Eclips TV volgens de onderzoekscel een inbreuk op artikel 79, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

8. De onderzoekscel stelt vervolgens ook vast dat Eclips TV tijdens de onderzochte periode een programma uitzendt met de naam 'Groentips' (met een duurtijd van 25 minuten) dat is opgebouwd rond het groene thema (tuinen, planten...).

Aan het einde van het programma volgt een kookitem met een duurtijd van ongeveer 5 minuten. De presentator stelt een nieuw kookboek (het 'Restjeskookboek') voor van 'VLACO', een programmasponsor, en gaat zelf mee in de keuken aan de slag met keukenrestjes.

Aan het einde van dit kookitem verschijnt het kookboek close-up in beeld en prijst de presentator het boek auditief aan: *"Alle mogelijke suggesties die je met restjes kan klaarmaken, vind je in dit gloednieuwe boek van 'VLACO', het 'Restjeskookboek', boordevol handige tips en recepten voor smakelijke gerechten met restjes die anders zouden vergeten worden."*

De onderzoeksceel stelt vast dat Eclips TV de aanwezigheid van productplaatsing in het programma aangeeft door het tonen van een PP-logo bij de aanvang en het einde ervan.

De onderzoeksceel is van oordeel dat er duidelijk sprake is van specifieke aanprijzingen van het kookboek in kwestie en daardoor van aansporing tot aankoop van een commercieel product van één van de programmasponsors, nl. 'VLACO', waardoor Eclips TV een inbreuk begaat op de toepassing van artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

9. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“Televisierelame, 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 relame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden.

[...]”

10. Artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet bepaalt:

“§ 1. De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden: [...]

2° ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen;

[...]”

A. Argumenten van Eclips TV

11. Eclips TV erkent de vaststellingen van de onderzoeksceel van de VRM en wenst zich te verontschuldigen voor deze inbreuken. Het gaat volgens Eclips TV om beelden die worden aangeleverd door derden en bij haar eigen diensten door de mazen van het net zijn geglijpt.

Eclips TV geeft aan dat zij onmiddellijk contact heeft opgenomen met de betrokken partijen om dit euvel recht te zetten, hetgeen intussen ook is

gebeurd, aldus de omroeporganisatie.

B. Beoordeling

Reclamespots

12. 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, opdat er bij de kijkers geen verwarring zou ontstaan tussen reclame en andere programmaonderdelen.
13. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat Eclips TV tijdens de onderzochte periode twee reclamespots (voor de DVD-versie van de film 'Moatje' en voor drie andere DVD-titels van de producent 'DK Entertainment') heeft uitgezonden zonder enige aankondiging of afkondiging als reclame. Eclips TV betwist deze vaststellingen niet.

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

Productplaatsing 'Groentips'

14. Overeenkomstig artikel 99 van het Mediadecreet is het omroeporganisaties toegestaan om programma's uit te zenden die productplaatsing bevatten, tegen betaling dan wel na gratis aanlevering van de betreffende goederen of diensten (zoals bij productiehulp).

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat in het programma 'Groentips', zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode, productplaatsing aanwezig is. De productplaatsing blijkt uit het opnemen van en verwijzen naar merken en producten (met name het 'Restjeskookboek' van 'VLACO') binnen het kader van het programma, hetgeen door Eclips TV niet wordt betwist. De omroeporganisatie heeft dan ook een PP-logo aangebracht bij de aanvang en aan het einde van het programma.

15. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt de voorwaarden waaraan programma's die productplaatsing bevatten, moeten voldoen. Zo mogen dergelijke programma's onder meer niet rechtstreeks aansporen tot aankoop van goederen, in het bijzonder door die producten specifiek aan te prijzen.
16. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat aan het einde van de betrokken aflevering van het programma 'Groentips' een kookitem wordt getoond, waarin de presentator aan de slag gaat met keukenrestjes en daarbij het

“gloednieuwe” ‘Restjeskookboek’ van ‘VLACO’ aanprijst: *“een lekkere aanrader”*. De kijker wordt dan ook rechtstreeks aangespoord tot aankoop van het product.

17. Uit het voorgaande volgt dat Eclips TV een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet bij de uitzending van ‘Groentips’ tijdens de onderzochte periode.
18. Het gegeven dat de vastgestelde inbreuken betrekking hebben op beelden (reclamespots en een programma) die niet door haarzelf gerealiseerd worden, zoals Eclips TV aanvoert, doet geen afbreuk aan deze vaststellingen en ontslaat de omroeporganisatie evenmin van haar verplichting om de bepalingen van het Mediadecreet na te leven.

Sanctie

19. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM enerzijds rekening met de ernst van de inbreuken, maar anderzijds ook met het beperkte marktaandeel van de omroeporganisatie en het gering aantal kijkers dat bereikt werd.

Een administratieve geldboete van 1000 euro is in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van CVBA De Vijfde Weg Herzele inbreuken vast te stellen op artikel 79, § 1, en artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet aan CVBA De Vijfde Weg Herzele een administratieve geldboete van 1000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 24 september 2018.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
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.