

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. VIA PLAZA NV

(dossier nr. 2018/361)

BESLISSING nr. 2018/047

26 november 2018



**In de zaak van VRM tegen Via Plaza NV,**

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 26 november 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 6 diverse televisieomroeporganisaties op 4 september 2018 (17u tot 23u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Evenaar van Via Plaza NV.

2. Op 17 oktober 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 22 oktober 2018 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, Via Plaza NV (hierna: Evenaar), met maatschappelijke zetel Oude Leeuwenrui 44 te 2000 Antwerpen, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 23 oktober 2018 aan Evenaar meegedeeld.
5. Op 20 november 2018 heeft de VRM schriftelijke opmerkingen ontvangen van Evenaar.
6. Evenaar laat weten niet aanwezig te kunnen zijn op de zitting van 26 november 2018.

## DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode het programma 'Vakantievrienden' (duurtijd: 6 minuten) wordt uitgezonden om 18u15.

In het programma 'Vakantievrienden' bezoekt de presentator gedurende de gehele aflevering het nieuwe themapark 'Comics Station' in het Centraal Station van Antwerpen. Het park 'Comics Station' komt hierbij gedurende de gehele aflevering uitgebreid in beeld. De verschillende afdelingen met specifieke thema's en attracties worden uitgebreid belicht.

De CEO Wim Hubrechtsen wordt geïnterviewd over de totstandkoming van het park en krijgt zo de kans om meer toelichting te geven over de verschillende mogelijkheden en attracties van het park (*"Of bij Jommeke bijvoorbeeld: ik, als klein kindje, heb altijd al gedroomd om als avonturier in die vliegende bol op ontdekking te gaan."*) De besproken thema's en hun bijbehorende attracties worden hierbij uitgebreid in beeld gebracht.

Vervolgens gaat de presentator verder: *"En alsof dat nog niet genoeg is Vakantievriendjes, hebben ze hier ook nog eens de grootste indoor glijbaan ter wereld."* Ook de 3D-cinema wordt bezocht.

In een tweede interview met Wim Hubrechtsen wordt de voordelige ligging van het pretpark in het Centraal Station van Antwerpen besproken.

Tot slot gaat de presentator met enkele kinderen een laatste attractie uittesten.

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

Volgens de onderzoeksceel gaat het gebruik van de commerciële communicatie voor 'Comics Station' echter veel verder dan de toegelaten voorwaarden voor het gebruik van productplaatsing. Het volledige pretpark wordt gedurende het gehele programma op een positieve en vrolijke wijze in beeld gebracht. De gemakkelijke toegankelijke ligging wordt toegelicht en de verschillende attracties worden uitgetest.

Door de positieve wijze waarop het gehele pretpark in beeld wordt gebracht en de attracties worden uitgetest, krijgt dit programma het feitelijke karakter van een publireportage, aldus de onderzoeksceel.

Het programma spoort rechtstreeks aan tot het brengen van een bezoek aan 'Comics Station' door de voortdurende aanprijzing van de verschillende attracties en de vermelding van de gemakkelijke bereikbaarheid van het pretpark. De aandacht voor het pretpark 'Comics Station' is in dit programma totaal en moet dan ook als overmatig beschouwd worden.

De onderzoeksceel is van oordeel dat de omroeporganisatie door de overmatige aandacht en de aanprijzingen bijgevolg inbreuken begaat op de toepassing van artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

## TOEPASSELIJKE REGELS

9. Artikel 99 van het Mediadecreet luidt als volgt:

*"Productplaatsing is toegestaan ten aanzien van:*

*1° het opnemen of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk tegen betaling. In voorkomend geval is product plaatsing enkel toegestaan in (televisie)films, series, sportprogramma's en lichte amusementsprogramma's, met uitzondering van kinderprogramma's;*

*2° goederen of diensten die gratis worden geleverd, zoals productiehulp en prijzen, met het oog op de opname ervan in een programma. In voorkomend geval is productplaatsing toegestaan in alle soorten programma's, behoudens in alle kinderprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap. De Vlaamse Regering kan dit verbod uitbreiden tot de kinderprogramma's van de andere omroeporganisaties."*

10. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor:

*"De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden:*

*1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering ervan, worden nooit dusdanig beïnvloed dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;*

*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;*

*3° het product of de dienst in kwestie krijgt geen overmatige aandacht;*

*4° als het programma in kwestie is geproduceerd of besteld door de omroeporganisatie zelf of door een aan hem verbonden onderneming, worden de kijkers duidelijk gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Het programma in kwestie wordt in het begin en op het einde ervan, en als het na een reclamepauze wordt hervat, op passende wijze als zodanig aangeduid om verwarring bij de kijkers te voorkomen. De Vlaamse Regering kan daarover nadere regels bepalen.”*

## A. Argumenten van Evenaar

11. Evenaar is in hoofdorde van oordeel dat er geen sprake is van een schending van artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet.

‘Vakantievrienden’ is immers een toeristisch reisprogramma dat bepaalde bestemmingen en attracties in de kijker stelt, waarbij telkens op een locatie wordt gedraaid. Het is volgens Evenaar de rol van een toeristisch programma concrete tips aan te reiken om naar bepaalde bestemmingen te gaan en te laten zien wat er de moeite waard is en wat de troeven zijn van een bepaalde bestemming.

Ook in het voorliggende geval is dit gebeurd met betrekking tot ‘Comics Station’. Evenaar meent dat het dan ook logisch en objectief is dat er gesproken wordt over de makkelijke bereikbaarheid van de bestemming die nu éénmaal gelegen is in het Centraal Station van Antwerpen, zonder dat de bestemming hierdoor wordt aangeprezen.

Ook de *“grootste indoor glijbaan van de wereld”* is een objectieve vaststelling die de journalist/presenator in volle redactionele onafhankelijkheid heeft gemaakt. Bovendien past het volgens Evenaar ook volledig in de redactionele lijn van een dergelijk programma dat de journalist/presentator bepaalde attracties test bij het bezoek aan een pretpark. Dat hij zich hierbij enthousiast toont sluit aan bij de ervaringen die ook een gemiddelde bezoeker aan een dergelijk park ervaart.

12. In ondergeschikte orde vraagt Evenaar, mocht de VRM toch een inbreuk vaststellen, om bij de eventuele sanctionering rekening te houden met de korte duur van het programma (6 minuten), het heel beperkte bereik en het gegeven dat Evenaar voordien nog geen inbreuken op het Mediadecreet heeft begaan, waardoor een waarschuwing in voorkomend geval dan ook een gepaste sanctionering lijkt.

## B. Beoordeling

13. Overeenkomstig artikel 99 van het Mediadecreet is het omroeporganisaties toegestaan om programma's (waaronder toeristische reisprogramma'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 'Vakantievrienden', zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode, productplaatsing aanwezig is. De productplaatsing blijkt uit de talrijke visuele en auditieve vermeldingen van (de verschillende afdelingen en attracties van) het pretpark 'Comics Station', gefilmd op locatie, en wordt op zich niet betwist door Evenaar, die het PP-logo bij het begin en aan het einde van het programma heeft aangebracht.

14. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt de voorwaarden waaraan programma's die productplaatsing bevatten, moeten voldoen. Dergelijke programma's mogen onder meer niet rechtstreeks aansporen tot aankoop van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen (artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet), noch mogen de producten of diensten in kwestie overmatige aandacht krijgen (artikel 100, § 1, 3°, van het Mediadecreet).

Deze voorwaarden sluiten op zich niet uit dat – wat Evenaar de rol van een toeristisch programma noemt – concrete tips worden aangereikt om naar bepaalde bestemmingen te gaan en wordt getoond wat er de moeite waard is en wat de troeven zijn van een bepaalde bestemming.

De voorliggende aflevering van het programma 'Vakantievrienden' is evenwel volledig gewijd aan het bezoeken van één bestemming, het nieuwe themapark 'Comics Station' in het Centraal Station van Antwerpen. Hierbij is er op geen enkel moment sprake van een neutrale of onderzoekende benadering vanuit een consumentenperspectief, wel van een louter positieve belichting door de lovende en aanprijzende becomingtariëring, zoals bijvoorbeeld: *"Je vindt ze hier allemaal he: 'Suske en Wiske', 'Lucky Luke', 'Jommeke', 'De Kiekeboes' en zelfs 'Urbanus'. Ze zijn allemaal vertegenwoordigd in 'Comics Station'"; "Het is een pretpark. Mensen kunnen zich hier echt amuseren. Hier zijn attracties. [...] We willen dat we de mensen kunnen onderdompelen in de leefwereld van de striphelden"; "Wie wil er niet eens in het magische bos van 'De Smurfen' op bezoek gaan?" en "En alsof dat nog niet genoeg is Vakantievriendjes, hebben ze hier ook nog eens de grootste indoor glijbaan ter wereld".* Daarenboven worden het pretpark en de verschillende uitgeteste attracties op een heel positieve, vrolijke en flitsende manier in beeld gebracht (onder meer door close-ups en beeldkadering), vergezeld van opgewekte muziek en geluidseffecten.

Voor zover die beeldvorming of die lovende becommentariëring op zich al geen rechtstreekse aansporing voor de kijker vormt, is dit zeker het geval door de combinatie van deze elementen. Bovendien wordt ook de gemakkelijke bereikbaarheid van het pretpark meerdere malen vermeld, bv. *“Mobiliteit wordt alsmaar meer een probleem, dus dachten we, waar beter dan in het Centraal Station van Antwerpen kunnen we een park gaan bouwen.”*

De Raad van State heeft bevestigd dat niet moet worden uitgegaan *“van een al te restrictieve interpretatie van de notie ‘rechtstreeks aansporen’, in de zin dat de audiovisuele clip een expliciete aansporing tot aankopen moet bevatten, zoals [...] ‘Ga dat boek kopen’, het geven van kortingen of promoties of de aansporing om [...] te bezoeken [...]. Ook zonder dergelijke woordelijke aansporing kan het geheel van elementen waaruit de audiovisuele clip is opgebouwd nopen tot de conclusie dat [...] de consument in feite zonder omwegen en recht op het doel af – rechtstreeks – wordt aangespoord om het product aan te kopen.”* (Zie RvS 8 november 2018, nr. 242.892, p. 22).

Het nieuwe pretpark ‘Comics Station’ krijgt in de uitzending alle aandacht, op een zodanige manier (onder meer door de uitspraken en opmerkingen van de presentator en de CEO van het pretpark, de visuele en auditieve vermeldingen en de lovende commentaren zoals hierboven beschreven) dat de omroeporganisatie de limieten van de aandacht die ingeval van productplaatsing aan handelszaken, handelsmerken, producten en diensten mag worden besteed, overschrijdt. Derhalve is hier sprake van overmatige aandacht. De omroeporganisatie verleent haar volledige medewerking, laat de bedrijfsleider zeer uitgebreid aan het woord en gedraagt zich als een promotiekanaal voor het pretpark.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Evenaar inbreuken heeft begaan op artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet bij de uitzending van ‘Vakantievrienden’ tijdens de onderzochte periode.

15. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het beperkte bereik van het programma en het gegeven dat dergelijke inbreuken voor het eerst bij Evenaar worden vastgesteld.

Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van Via Plaza NV inbreuken vast te stellen op artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet;



Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Via Plaza NV te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 26 november 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.