

## **PRIJSVRAGEN – TELEWINKELSPOTS: STANDPUNT VAN DE REGULATOR**

De Regulator heeft naar aanleiding van een ambtshalve onderzoek tegen NV Media Ad Infinitum (Vitaya) een beslissing genomen inzake prijsvragen - telewinkelspots. (beslissing 2008/039)

Tussen de programma's werd diverse malen een spot uitgezonden waarin de kijker wordt uitgenodigd deel te nemen aan een wedstrijd waarbij een prijsvraag wordt gesteld die de kijker kan beantwoorden via telefoon en/of SMS tegen betaling, telkens met vermelding van het tarief. Driemaal werd een prijsvraag gesteld waarbij de kijker tickets kon winnen voor een spektakel, driemaal werd ook een prijsvraag gesteld waarbij tickets voor een bioscoopfilm konden gewonnen worden. Eenmaal werd in een spot de kijker uitgenodigd te sms'en (met tariefvermelding) om kans te maken op een verblijf in een hotel.

De Regulator heeft beslist dat het uitzenden van spots waarbij de kijker de mogelijkheid wordt geboden om tegen betaling deel te nemen aan een wedstrijd, om zo kans te maken op een prijs (zoals filmtickets of een hotelverblijf) moet worden beschouwd als telewinkelen, zoals gedefinieerd bij artikel 2, 19°, van het Mediadecreet. De Regulator meent dat alle elementen van de definitie van telewinkelen aanwezig zijn bij het aanbieden van dergelijke dienst tegen betaling.