



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. NV VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ
(dossier nr. 2007/0383/2)

BESLISSING
nr. 2007/029

22 juni 2007

In de zaak van VRM tegen NV Vlaamse Media Maatschappij,

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

Dhr J. BAERT, *voorzitter*,
Dhr D. ALBRECHT, *ondervoorzitter*,
Dhr P. HERROELEN,
Dhr P. VANDEBORNE,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 25 mei en 22 juni 2007,

Neemt op de laatst vermelde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit monitoring van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 om op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven gerichte controles uit te voeren inzake de naleving van de regels inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut op radio en televisie, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media de televisie-uitzendingen van een aantal programma's onderzocht. Het gaat om de programma's 'Witse' en 'Debby en Nancy's Happy Hour', uitgezonden op respectievelijk 26 november 2006 en 28 januari 2007 op de openbare omroep VRT NV (Eén), 'Wittekerke' en 'Nieuwjaarsduik 2007', uitgezonden op respectievelijk 28 november 2006 en 7 januari 2007 op de particuliere televisieomroep met een algemeen karakter VMMA NV (VTM en Kanaal 2) en 'The Block Falconplein' uitgezonden op 28 november 2006 op de particuliere televisieomroep met een algemeen karakter SBS Belgium NV (VT4).

Met een onderzoeksrapport van 13 maart 2007 zijn de resultaten door de onderzoekscel meegedeeld aan de algemene kamer.

2. Op 16 maart 2007 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen de NV Vlaamse Media Maatschappij (VMMA), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een ambtshalve onderzoek te starten. Aan de onderzoekscel wordt gevraagd het onderzoeksrapport aan te vullen.

3. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met de bevindingen uit het aangevulde onderzoeksrapport van 2 april 2007 bij aangetekende brief van 26 april 2007 aan VMMA meegedeeld.

4. De omroep wordt bij dezelfde aangetekende brief van 26 april 2007 uitgenodigd om binnen twee weken na ontvangst van de bevindingen uit het onderzoeksrapport zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt tevens de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten

op een hoorzitting op 25 mei 2007 indien hij daarom verzoekt.

5. VMMA bezorgt haar schriftelijke opmerkingen aan de Regulator bij brief van 11 mei 2007.

Op de hoorzitting van 25 mei 2007 wordt de particuliere televisieomroep VMMA vertegenwoordigd door Ben Appel.

DE FEITEN

6. *Het televisieprogramma ‘Supernanny’ (uitgezonden op 28 november 2006, voorafgaand aan het programma ‘Wittekerke’).*

In het programma komt een scène voor in een winkel met muziekinstrumenten. De onderzoekscel merkt op dat bij het verlaten van de winkel de voorzijde van gevel van de winkel met prominent naamlogo ‘Key’ nadrukkelijk in beeld wordt gebracht gedurende twee seconden.

Vermits het doel van het bezoek aan de betrokken muziekwinkel de aanschaf of de mogelijke schenking van een muziekinstrument betreft, lijkt volgens de onderzoekscel de beeldweergave van de voorgevel met naamlogo van deze handelszaak, met name ‘Key’, een vorm van ‘product plaatsing’ met potentieel wervend effect.

7. *Het televisieprogramma ‘Nieuwjaarsduik 2007’.*

Bij de aanvang van het programma wordt de kijker als volgt verwelkomd: “Welkom iedereen, namens Actimel van Danone en Kanaal 2 voor de Nieuwjaarsduik in Oostende”. Aan het einde van het programma blijkt uit de aftiteling dat het programma door ‘Danone’ en ‘Actimel’ wordt gesponsord.

De bedoelde uitzending speelt zich af op het strand van Oostende waar op diverse plaatsen spandoeken, panelen en vlaggen met het Actimel logo zijn aangebracht. Gedurende een groot gedeelte van het programma worden het Actimel-logo en Actimel-producten in beeld gebracht.

Tijdens de uitzending wordt 14 maal een aftellende klok gedurende enkele seconden in beeld gebracht. Samen met de klok worden naam en logo van Actimel nadrukkelijk vermeld.

HET RECHT

8. Artikel 104 van het Mediadecreet luidt als volgt: “*Sluikreclame en verkapt telewinkelen zijn verboden*”.

Artikel 2, 18°, van het Mediadecreet definieert ‘sluikreclame’ als volgt: “*het*

vermelden of vertonen van goederen, diensten, naam, handelsmerk of activiteiten van een producent van goederen of een dienstverlener in programma's, als dat door de omroep wordt gedaan met de bedoeling reclame te maken en als het publiek kan worden misleid omtrent de aard van deze vermelding of vertoning. Deze bedoeling wordt met name aanwezig geacht als tegenover de vermelding of vertoning een geldelijke of andere vergoeding staat”.

Artikel 105, § 1, van het Mediadecreet bepaalt: *‘Met behoud van de toepassing van artikel 101, § 1, en artikel 104 mogen de programma's geen reclame, in welke vorm dan ook, bevatten, tenzij die niet te vermijden is.*

Niet te vermijden reclame is reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt.’

Artikel 105, § 2, van het Mediadecreet luidt als volgt: *“Het tonen van naam, merk of logo in verslaggeving van sportwedstrijden of cultuurmanifestaties wordt als niet te vermijden beschouwd.*

Bij opnamen door of in opdracht van een televisieomroep mag het uitsluitend om niet-overheersende beelden gaan die niet veelvuldiger, niet langer of niet groter in beeld worden gebracht dan voor een goed verslag van het evenement noodzakelijk is”.

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

9. Supernanny.

Met betrekking tot het programma ‘Supernanny’ betreft VMMA dat niet wordt aangegeven op basis van welk artikel van het Mediadecreet een ambtshalve onderzoek werd opgestart. VMMA gaat er van uit dat verwezen wordt naar de bepalingen inzake sluikreclame, zoals vervat in artikel 104 van het Mediadecreet.

VMMA verwijst in dit verband naar de Interpretatieve Mededeling van de Europese Commissie over bepaalde aspecten van de bepalingen van de richtlijn ‘Televisie zonder Grenzen’. De Commissie acht het zinvol om met betrekking tot sluikreclame het criterium te hanteren van de ‘ongegronde aandacht’ voor goederen, diensten, naam, handelsmerk of naam van marktdeelnemers.

VMMA voert aan dat het gegeven dat de gevel van de winkel getoond wordt, te maken heeft met een redactionele keuze ter plekke door de producent. In dit geval was in het binnengaan een beeld van nabij genomen en -ter afwisseling- werd bij het buitengaan een shot van verderaf genomen, waardoor de hele gevel te zien was met inderdaad het prominente logo van Key. Volgens VMMA kan dit logo worden beschouwd als tot het normale straatbeeld behorend en werd het zonder opzet of specifieke nadruk gedurende twee seconden in beeld gebracht.

10. *Nieuwjaarsduik.*

Met betrekking tot het Kanaal 2-programma ‘Nieuwjaarsduik’ betwist VMMA niet dat Actimel veelvuldig in beeld komt. De omroep is evenwel van mening dat de bepalingen van artikel 105, § 1, van het Mediadecreet niet werden overtreden.

VMMA voert aan dat Nieuwjaarsduik een evenement is dat jaarlijks door Toerisme Oostende vzw wordt georganiseerd. Voor de organisatie van het evenement in 2007 heeft de organisator Actimel (Danone) aangezocht als sponsor. Uit een bijgevoegde brief van Toerisme Oostende vzw blijkt dat Danone ter plekke met een grote hoeveelheid visibiliteitsmateriaal aanwezig was. VMMA concludeert hieruit dat bij verslaggeving van dit evenement het niet tonen van ‘Actimel’ volstrekt onmogelijk zou zijn.

VMMA voegt hier nog aan toe dat Actimel niet met opzet of nadrukkelijk in beeld werd gebracht.

B. Beoordeling.

11. De Regulator verwijst naar de parlementaire voorbereiding bij artikel 8 van het decreet van 12 juni 1991 tot regeling van de reclame en sponsoring op radio en televisie, dat intussen artikel 105 van het Mediadecreet is geworden.

Uit die parlementaire voorbereiding blijkt dat de in artikel 105 van het Mediadecreet opgenomen regels bedoeld zijn om te *“beletten dat de kijkers te pas en te onpas met het tonen of vermelden van produkten, diensten, merknamen en logo’s [worden] geconfronteerd”* in de programma’s en om *“product-placement zo goed als onmogelijk”* te maken (...)” (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 7).

Uit artikel 105, § 1, tweede lid, van het Mediadecreet en de memorie van toelichting blijkt dat *“reclame-uitingen die behoren tot de gewone leefomgeving of het normale straatbeeld en die onopzettelijk en zonder nadruk gedurende enkele seconden in een programma voorkomen”* (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 7), als niet-vermijdbaar moeten worden beschouwd.

Uit de memorie blijkt voorts dat men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen, wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Hieruit wordt geconcludeerd dat een omroep maximaal moet trachten te voorkomen dat bepaalde reclamevormen, door een aangepaste cameraregie, met nadruk in beeld komen: *“De mate van nadruk kan door tal van factoren beïnvloed worden zoals bijvoorbeeld de tijd gedurende welke een reclamevorm in beeld is of de grootte van de reclamevorm ten opzichte van de totale oppervlakte van het beeldscherm (...)”* (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 7).

12. *Supernanny.*

Gelet op het voorgaande dient de Regulator, wat het programma ‘Supernanny’ betreft, vast te stellen dat het in beeld brengen van de gevel van de winkel, met de naam ‘Key’ in grote letters duidelijk in beeld, vermeden had kunnen worden door een aangepaste cameraregie.

De Regulator beslist voor deze overtreding een boete van 2.500 euro op te leggen.

13. *Nieuwjaarsduik.*

Wat het Kanaal 2-programma ‘Nieuwjaarsduik’ betreft, verwijst de Regulator naar de reeds vermelde memorie van toelichting bij artikel 8 van het decreet van 12 juni 1991:

“In sommige gevallen zullen vermijdbare reclamevormen, die in theorie vermeden hadden kunnen worden, omwille van de aard van het programma toch toegelaten zijn.

In § 2 wordt daarom rekening gehouden met de niet te vermijden aanwezigheid van sponsoring bij sportwedstrijden en bij cultuurmanifestaties. Een goed verslag van het evenement moet in elk geval vooropstaan.

Het zeze duidelijk dat het hier gaat om verslaggeving. Verslaggeving heeft te maken met informatie. Dus, een programma als ‘Tien om te Zien’ of ‘Diamond Awards’ valt hier niet onder. (...) Wel valt hier onder verslaggeving of rechtstreekse uitzendingen (of in uitgesteld relais) van sportwedstrijden of items van cultuur- of sportevenementen in informatie-uitzendingen.

Wat de tweede alinea van § 2 betreft zeze opgemerkt dat de term, ‘in opdracht van’ als zo ruim mogelijk dient beschouwd. D.w.z. dat van zodra de omroep enigszins betrokken is bij de verantwoordelijkheid van hetgeen uitgezonden wordt, betrokken alinea van toepassing is. Dit kan gebeuren indien de omroep een contract afsluit met een derde om de verslaggeving te doen, of indien de omroep een verslag aankoopt, en uiteraard indien de omroep zelf het verslag verzorgt met eigen cameramensen.

Alleen wanneer de omroep, gelet op internationale verbanden (vb. overname van de uitzending van de Ronde van Frankrijk) geen onmiddellijke impact heeft op de verslaggeving is hij vrijgesteld van de verplichtingen van bedoelde alinea 2 van § 2.” (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 1, blz. 8).

Ook in het commissieverslag wordt een en ander verduidelijkt:

“Het begrip verslaggeving over een sport- of cultuurmanifestatie moet in zijn normale betekenis worden begrepen. Indien een verslag wordt gebracht over het optreden van Pavarotti in het sportpaleis van Antwerpen is het onvermijdbaar dat logo’s worden getoond. Anderzijds is een programma als Diamond Awards geen verslaggeving, maar wel een gewoon programma waarvoor artikel 7 speelt” (Parl. St., Vlaamse Raad, 489 (1990-1991), Nr. 5, blz. 25).

De ‘Nieuwjaarsduik’ wordt door Toerisme Oostende VZW georganiseerd en wordt door de Regulator beschouwd als een sportmanifestatie in de brede

betekenis van die term. Het op 7 januari 2007 in uitgesteld relais uitgezonden verslag van die manifestatie is gerealiseerd door VMMA. Hieruit volgt dat toepassing moet worden gemaakt van de regels vervat in artikel 105, § 2, tweede lid, van het Mediadecreet.

De Regulator stelt vast dat tijdens het programma regelmatig gedurende een aantal seconden een aftellende klok in beeld is gebracht met daarbij verschillende ‘Actimel’-logo’s prominent in beeld. Dit gebeurt 14 maal tijdens het programma.

De Regulator merkt in dit verband op dat de naam en het logo van ‘Actimel’ gedurende de hele duur van de uitzending o.a. via spandoeken, panelen en vlaggen overheersend, veelvuldig en nadrukkelijk in beeld komt, terwijl niet is aangetoond dat dit noodzakelijk is voor een goed verslag van het evenement. Met name het gegeven dat bij het evenement zelf de aanwezigheid van ‘Actimel’ “overheersend en volledig” was, zoals VMMA opmerkt, verklaart op zich niet waarom dat ook zou moeten gelden voor het verslag. De aftellende klok bijvoorbeeld kon mits een andere cameraregie in beeld worden gebracht zonder de ‘Actimel’-logo’s.

Daarenboven heeft de omroep zelf bijgedragen tot de alomtegenwoordige aanwezigheid ervan, onder meer door in het begin van het programma de kijkers mede namens ‘Actimel van Danone’ te verwelkomen – wat niet als een loutere sponsorvermelding kan worden gekwalificeerd, aangezien daardoor de indruk wordt gewekt dat de betrokken merken mede verantwoordelijk zijn voor de inhoud van het programma -, door de aftellende klok 14 keer in beeld te brengen, door bepaalde camerabewegingen tijdens het programma waardoor bijvoorbeeld de nadruk wordt gelegd op het Actimel-logo op de achtergrond.

De VRM komt tot de conclusie dat met betrekking tot het programma ‘Nieuwjaarsduik’ de bepalingen van artikel 105, § 2, tweede lid, niet werden nageleefd.

Gelet op de ernst van de overtreding, besluit de Regulator een administratieve geldboete van 15.000 euro op te leggen.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV Vlaamse Media Maatschappij een inbreuk op artikel 105, § 1, van het Mediadecreet en een ernstige inbreuk op artikel 105, § 2, tweede lid, van het Mediadecreet vast te stellen;

2. Overeenkomstig artikel 176, § 1, 4°, van het Mediadecreet een administratieve geldboete van 17.500 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 22 juni 2007.

D. PEEREMAN
griffier

J. BAERT
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.