



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. NV VLAAMSE MEDIAMAATSCHAPPIJ

(dossier nr. 2007/0414)

BESLISSING
nr. 2008/025
14 maart 2008

In de zaak van VRM tegen NV Vlaamse Mediamaatschappij,

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

Dhr J. BAERT, *voorzitter*,
Dhr P. HERROELEN,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 18 januari 2008 en 14 maart 2008,

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 (hierna: de Regulator) de uitzendingen van volgende films onderzocht : ‘Serendipity’ via VTM (uitgezonden op 6 oktober 2007), ‘Rush Hour 2’ (uitgezonden op 12 oktober 2007) en ‘Unfaithful’ (uitgezonden op 13 oktober 2007) via KanaalTwee, ‘Remember the Titans’ (uitgezonden op 5 oktober 2007) en ‘Be cool’ (uitgezonden op 6 oktober 2007) via VT4 en ‘The Brooke Ellison Story’ (uitgezonden op 5 oktober 2007) via VijfTV.

Het betreft hier de uitzendingen van het omroepprogramma VTM en KanaalTwee van NV Vlaamse Media Maatschappij.

Het onderzoek werd uitgevoerd op basis van eigen opnamen van de betrokken uitzendingen ten kantore van de Regulator.

2. Met een nota van 7 december 2007 heeft de onderzoekscel van de Regulator de resultaten van het gevoerde onderzoek meegedeeld aan de algemene kamer van de Regulator.

3. De Regulator beslist op 14 december 2007 om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Vlaamse Media Maatschappij (hierna : VMMA), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een ambtshalve onderzoek te starten.

4. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met de bevindingen uit het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 19 december 2007 aan VMMA meegedeeld. De omroep wordt tevens uitgenodigd om binnen vijftien dagen na ontvangst ervan zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt ook de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting op 18 januari 2008 indien hij daarom verzoekt.

5. Met een e-mailbericht van 10 januari 2008 bevestigt de Regulator dat VMMA ten laatste op 14 januari 2008 zijn schriftelijke opmerkingen moet indienen.

6. Met een e-mail- en faxbericht van 14 januari 2008 bezorgt VMMA zijn schriftelijke opmerkingen.

7. Op de hoorzitting van 18 januari 2008 wordt VMMA vertegenwoordigd door Ben Appel.

DE FEITEN

8. Film 'Serendipity'.

8.1. De uitzending van de film 'Serendipity' start na een aankondigingspot, eindigt na 1 uur 29 minuten en 51 seconden en wordt tweemaal onderbroken. Dit zou kunnen betekenen dat de geprogrammeerde duur van de film iets minder lang is dan 2 tijdvakken van 45 minuten en dus geen tweemaal mocht worden onderbroken.

8.2. Tijdens en aan het einde van de uitzending van reclameblokken worden aankondigingspots uitgezonden voor nieuwe programma's die zullen worden uitgezonden via het omroepprogramma KanaalTwee. De reclameboodschappen lopen dus over in een aankondigingspot. Pas na de aankondigingspot volgt een korte afkondiging van de reclame.

8.3. Tijdens een aankondigingspot, uitgezonden vlak na het einde van de film, voor een journaal ('Het Late Nieuws'), wordt een sponsorvermelding uitgezonden ('Kleding Faroek : Pal Zileri'). Aangezien het journaal niet gesponsord mag worden, rijst de vraag of in een aankondigingspot voor het journaal melding mag worden gemaakt van de sponsors.

9. Films ‘Rush Hour 2’ en ‘Unfaithful’.

De film wordt voorafgegaan door een sponsorvermelding (‘Tic Tac’). Deze sponsorvermelding komt ook voor aan het einde van het eerste deel van de film en voor het begin van het tweede deel van de film. De vraag rijst of de diverse gedeelten van een speelfilm als programmaonderdeel in de decretaal gedefinieerde zin kunnen worden beschouwd en derhalve mogen worden voorafgegaan of gevolgd door een sponsorvermelding.

HET RECHT

10. Artikel 2, 11°, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna : het Mediadecreet) luidt als volgt :

“ Voor de toepassing van deze gecoördineerde decreten wordt verstaan onder :

11.° programmaonderdeel : het deel van een programma dat inhoudelijk één geheel vormt.”

11. Artikel 101, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“ Reclame en telewinkelen moeten duidelijk als dusdanig herkenbaar zijn en door optische en/of akoestische middelen onderscheiden zijn van de programma’s.”

12. Artikel 101, § 4, eerste lid, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“Audiovisuele producties zoals bioscoopfilms en televisiefilms (met uitzondering van series, feuilletons, amusementsprogramma’s en documentaires) mogen één keer per volledig tijdvak van 45 minuten worden onderbroken, mits de geprogrammeerde duur ervan meer dan 45 minuten bedraagt. Indien de geprogrammeerde duur ervan ten minste 20 minuten langer is dan twee of meer volledige tijdvakken van 45 minuten, mag er nog één keer worden onderbroken.”

13. Artikel 106 van het Mediadecreet luidt als volgt:

“De gesponsorde programma’s moeten aan het begin en/of aan het einde duidelijk als gesponsorde programma’s worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor.

De sponsorvermelding moet een duidelijke verwijzing naar het gesponsorde programma bevatten, en moet voldoen aan de bepalingen van artikel 2, 16°.

De sponsorvermelding mag voorkomen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel.

Tijdens sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegestaan bij het tonen van tijdsaanduidingen en weergave van de stand.

In de aankondigingspots mag melding worden gemaakt van de sponsors.”

14. Artikel 109, laatste lid, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“Journaals en politieke informatieprogramma’s of –programmaonderdelen mogen niet worden gesponsord.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep

15. Voorafgaand merkt VMMA op dat de beslissing tot ambtshalve onderzoek meer dan twee maanden na de betrokken uitzending werd meegedeeld. Decretaal is een omroep maar verplicht om de opnamen gedurende een termijn van twee maanden te bewaren. VMMA verzoekt om in de toekomst in een dergelijke situatie een kopie van de uitzendingen samen met de beslissing tot ambtshalve onderzoek te willen bezorgen.

16. Film ‘Serendipity’.

16.1. De omroep voert aan dat de onderzoekscel er een foutieve interpretatie van artikel 101, § 4, van het Mediadecreet op na houdt.

De onderzoekscel verstaat onder ‘geprogrammeerde duur’ de duur gemeten vanaf het begin van de film tot het einde ervan. Volgens de omroep verwijst ‘geprogrammeerde duur’ echter naar de duur zoals die in het schema van het desbetreffende omroepprogramma werd geprogrammeerd of nog naar de duur zoals is aangekondigd in de programmagids. Een andere interpretatie zou de verwijzing naar het begrip ‘geprogrammeerde duur’ overbodig

maken. VMMA wijst er op dat in dit geval de geprogrammeerde duur dus 1 uur en 40 minuten is.

16.2. De omroep begrijpt niet dat artikel 101, § 1, van het Mediadecreet geschonden zou zijn doordat op het omroepprogramma VTM aankondigingsspots voor programma's van KanaalTwee worden uitgezonden. Het betreft een vorm van zelfpromotie. Het artikel belet niet, maar verplicht evenmin gelet op de bijzondere aard van de zelfpromotie, dat in een reclameblok aankondigingsspots voor programma's kunnen worden uitgezonden. Meer nog, stelt de omroep, met het decreet van 2 februari 2007 wordt het verbod om in reclame (en telewinkelen) naar een programma te verwijzen, opgeheven.

16.3. Wat de sponsorvermelding in een aankondigingspot voor het journaal betreft, merkt de omroep op dat de onderzoekscel uitlegt dat het de uitzendingen van de openbare omroep in het onderzoek niet heeft betrokken omdat dat zich specifiek richtte naar onderbrekingen in speelfilms. VMMA vindt het dan ook opmerkelijk dat er ook een onderzoek wordt gevoerd naar een inbreuk die niet gerelateerd is aan een speelfilm.

De omroep ontkent de gedane vaststelling niet, die evenwel het gevolg is van een interne misinterpretatie. Men is er verkeerdelijk vanuit gegaan dat de leveranciers van kledij in een aankondigingspot van het journaal vermeld konden worden. VMMA verbindt zich ertoe om zich naar de toekomst toe op dit punt aan de Mediadecreten te conformeren en verzoekt de Regulator zich er in die omstandigheden toe te beperken om hieromtrent een waarschuwing op te leggen.

17. Films 'Rush Hour 2' en 'Unfaithful'.

Volgens de omroep is de regel van artikel 106, derde lid, van het Mediadecreet duidelijk, ondubbelzinnig en behoeft hij dus geen enkele verdere interpretatie. Het erin gebruikte begrip 'programmaonderdeel' is spraakkundig ook glashelder en bovendien door de decreetgever uitdrukkelijk gedefinieerd in artikel 2, 11°, van het Mediadecreet. De onderzoekscel toont niet aan waarom deze definitie onduidelijk zou zijn en waarom dus een verdere interpretatie nodig is. Een toegelaten reclameonderbreking van een programma, een film in dit geval, creëert een programmaonderdeel omdat door de onderbreking in se telkens een inhoudelijk geheel ontstaat.

De omroep wijst er op dat de praktijk van de vermelding van de sponsor aan het begin en/of einde van de onderdelen van een programma die ontstaan ten gevolge van de reclameonderbrekingen sinds jaar en dag in voege is. Desondanks werd hieromtrent tot op heden door de onderzoekscel noch het Vlaams Commissariaat voor de Media noch de Regulator, ondanks

verschillende onderzoeken waarin zulke sponsorvermeldingen voorkwamen, geen enkele opmerking gemaakt. De omroepen mogen er immers vanuit gaan dat tijdens de duur van een monitoring alle regels op hun naleving gecontroleerd worden. Terugkomen op een eerder onderzochte handelswijze zou ook de rechtszekerheid en het opgewekte vertrouwen aantasten.

De interpretatie van de onderzoeksceel is in elk geval onvolledig en leidt daarom tot een verkeerde conclusie. De onderzoeksceel interpreteert immers de kwestie van sponsorvermeldingen aan het begin en/of einde van een programmaonderdeel ten onrechte naar analogie met de reclameonderbrekingen ten gevolge van zelfstandige onderdelen. Het betreft nochtans duidelijk afzonderlijke begrippen, onderworpen aan een eigen stelsel waarbij het stelsel van sponsoring van programmaonderdelen bovendien op een later tijdstip in de regelgeving is ingevoerd dan dat van de reclameonderbrekingen ten gevolge van zelfstandige onderdelen.

Gelet op de meest recente wijziging van artikel 106, derde lid, van het Mediadecreet die een versoepeling van de sponsorregels beoogde, zou een analoge toepassing van de regel inzake zelfstandige onderdelen bij reclameonderbrekingen strijdig zijn met de duidelijke wil van de regelgever.

B. Beoordeling

18. Op grond van artikel 176^{septies}, derde lid, van het Mediadecreet is iedere omroep verplicht om een kopie van al zijn omroepsignalen te bewaren gedurende twee maanden te beginnen vanaf de datum van uitzending, en die op de eerste vraag ter beschikking te stellen van de Vlaamse Regulator voor de Media.

De Regulator merkt op dat de termijn van twee maanden gedurende dewelke de opnames kunnen worden opgevraagd, niet verhindert dat de Regulator een ambtshalve onderzoek instelt omtrent uitzendingen die reeds ouder dan twee maanden zijn. Indien de omroep zelf niet meer over de bewuste uitzendingen zou beschikken, kan hij die op eenvoudig verzoek van de Regulator ontvangen. Bovendien heeft de omroep recht op inzage van het desbetreffende administratief dossier (artikel 13 van het reglement van orde van de algemene kamer) en dus ook van de erin opgenomen omroepsignalen.

19. Film ‘Serendipity’.

19.1. De Regulator onderschrijft de zienswijze van VMMA over het begrip ‘geprogrammeerde duur’. De Regulator stelt vast dat de geprogrammeerde duur van de film 10 minuten langer is dan twee volledige tijdvakken van 45 minuten en dat de film tweemaal werd onderbroken.

Gelet op bovenstaande is de Regulator dan ook van oordeel dat de film conform het Mediadecreet tweemaal mocht worden onderbroken.

De Regulator kan derhalve, wat de filmonderbrekingen betreft, geen inbreuk op artikel 101, § 4, van het Mediadecreet vaststellen.

19.2. Wat het uitzenden van aankondigingspots in een reclameblok betreft, verwijst de Regulator naar de parlementaire voorbereiding van het decreet van 28 april 1998 tot wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 25 januari 1995:

“De definities van omroep, reclame, Europese producties en telewinkelen worden aangepast aan de nieuwe Europese Richtlijn Televisie zonder Grenzen. De nieuwe definitie voor reclame bevat eveneens zelfpromotie. Zelfpromotie wordt in de overwegingen van de Richtlijn omschreven als: “een bijzondere vorm van reclame waarbij de omroeporganisatie haar eigen producten, diensten, programma’s of netten aanprijst”. Toch vallen niet alle vormen van zelfpromotie onder de definitie van reclame zoals die door de Richtlijn gehanteerd wordt omdat hierin uitdrukkelijk wordt gesteld dat het enkel gaat om boodschappen in verband met de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een vrij beroep ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten. Zelfpromotie voor eigen programma’s en netten valt dus niet onder deze definitie van reclame.”

(Parl.Doc. VI. Parl., 1997-98, nr. 876/1, 3; vergelijk trouwens met overweging 39 van richtlijn 97/36/EG van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie van 30 juni 1997 tot wijziging van richtlijn 89/552/EEG van de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisie-omroepactiviteiten: “dat het nodig is te verduidelijken dat zelfpromotieactiviteiten een bijzondere vorm van reclame zijn, waarbij de omroeporganisatie haar eigen producten, diensten, programma’s of netten aanprijst; dat vooral trailers die bestaan in programma-uittreksels als programma’s moeten worden beschouwd;...”).

Hieruit leidt de Regulator af dat (niet-commerciële) aankondigingspots voor eigen programma’s niet onder de definitie van reclame ressorteren en derhalve niet in de reclameblokken kunnen worden uitgezonden.

De Regulator kan er dan ook niet aan voorbijgaan dat VMMA artikel 101, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet, dat de scheiding tussen reclame (en telewinkelen) en de rest van het programma-aanbod (d.w.z. redactionele inhoud) verplicht stelt, geschonden heeft door in reclameblokken aankondigingspots uit te zenden.

Het gegeven dat de Regulator zich voor de eerste keer over deze aangelegenheid uitsprekt, doet hem besluiten dat een waarschuwing hier een gepaste sanctie is.

19.3. De Regulator stelt vast dat VMMA in de onderzochte periode tijdens een aankondigingspot voor een journaal, een sponsorvermelding heeft uitgezonden.

Hoewel artikel 106, laatste lid, van het Mediadecreet bepaalt dat in de aankondigingspots melding mag worden gemaakt van de sponsors, kan een aankondigingspot voor een programma dat zelf niet mag gesponsord worden, geen sponsorvermelding bevatten. Artikel 109, laatste lid, van het Mediadecreet stelt duidelijk dat een journaal niet mag worden gesponsord. Hieruit volgt dat in de aankondigingspot van het journaal geen melding van een sponsor mag voorkomen.

De Regulator stelt vast dat de omroep deze inbreuk erkent en zich ertoe verbindt zich op dit punt naar de toekomst te conformeren aan het Mediadecreet.

Gelet op bovenstaande kan de Regulator er derhalve niet aan voorbijgaan dat VMMA artikel 109, laatste lid, van het Mediadecreet geschonden heeft door in een aankondigingspot van het journaal een sponsor te vermelden.

De aard van de vastgestelde overtreding doet de Regulator besluiten dat een waarschuwing een gepaste sanctie is.

Wat de opmerking van de omroep betreft dat er ook een onderzoek wordt gevoerd naar een inbreuk die niet gerelateerd is aan een speelfilm, kan worden geantwoord dat het feit dat het onderzoek specifiek was gericht op onderbrekingen in speelfilms de Regulator niet verhindert om ook eventuele andere overtredingen vast te stellen.

20. Films 'Rush Hour 2' en 'Unfaithful'.

De Regulator stelt vast dat de decreetgever de onderbreking van films mogelijk maakt. De Regulator is van oordeel dat er precies door die decretaal toegelaten onderbreking een programmaonderdeel gecreëerd wordt, dat dan weer op zijn beurt mag worden voorafgegaan of gevolgd door een sponsorvermelding.

De Regulator sluit zich aan bij het verweer waar wordt opgemerkt dat in het onderzoeksrapport de kwestie van sponsorvermeldingen aan het begin en/of einde van een programmaonderdeel ten onrechte naar analogie wordt geïnterpreteerd met de reclameonderbrekingen ten gevolge van zelfstandige onderdelen.

Gelet op bovenstaande aanvaardt de Regulator, wat deze tenlastelegging betreft, de argumentatie van VMMA.

De Regulator kan derhalve, wat de sponsorvermeldingen bij de filmonderbrekingen betreft, geen inbreuk op artikel 106, derde lid, van het Mediadecreet vaststellen.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van de particuliere televisieomroep NV Vlaamse Media Maatschappij een inbreuk vast te stellen op de artikelen 101, § 1, eerste lid, en 109, laatste lid, van het Mediadecreet.

2. Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de particuliere televisieomroep NV Vlaamse Media Maatschappij daarvoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 14 maart 2008.

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.