



## ALGEMENE KAMER

### **ZAAK VAN VRM t. NV T-VGAS**

(dossier nr. 2009/0495)

BESLISSING  
nr. 2010/003

18 januari 2010



**In de zaak van VRM tegen NV T-VGAS,**

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 18 januari 2010,  
Neemt op dezelfde 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 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden door de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna : de Regulator) de uitzendingen van diverse televisieomroepprogramma's, uitgezonden op 29 september 2009 van 17 uur tot 23 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Gunk TV van NV T-VGAS.

2. De onderzoeksceel van de Regulator legt aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande de analyse van deze uitzendingen van het omroepprogramma Gunk TV met het oog op nuttige vaststellingen inzake de naleving van de regelgeving.

3. Op 16 november 2009 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen NV T-VGAS (hierna : Gunk TV), met maatschappelijke zetel Ballaarstraat 99 te 2018 Antwerpen, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. De beslissing om een procedure op tegenspraak op te starten wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 15 december 2009 aan Gunk TV meegedeeld.

5. Ondanks regelmatige kennisgeving heeft Gunk TV de aangetekende brief niet in ontvangst genomen. Gunk TV bezorgt geen schriftelijke opmerkingen aan de Regulator en maakt geen gebruik van de mogelijkheid om haar opmerkingen mondeling te komen toelichten op de hoorzitting van 18 januari 2010.

## DE FEITEN

### 6.1. Publiciteitsreportages.

In het programma 'Game Force 1' komt een rubriek aan bod waarin een vraaggesprek wordt gevoerd tussen de programmapresentator en de algemeen directeur (Benelux) van het audiomerk 'Bose' (duurtijd ongeveer 3 minuten 50 seconden). De vertegenwoordiger van 'Bose' krijgt in dit vraaggesprek een podium om de allernieuwste producten van het merk voor te stellen en aan te prijzen, daarin enthousiast gesteund door de presentator.

Het merklogo blijft steeds op de achtergrond in beeld tijdens het vraaggesprek, dat enkel wordt onderbroken om publiciteitsafbeeldingen van de betrokken producten te projecteren. Aan het eind van het gesprek verwijst de presentator de kijker expliciet door naar de website van het merk.

In het programma 'Start to game' komt een rubriek voor die bestaat uit een vraaggesprek tussen de programmapresentatrice en een vertegenwoordigster van het gamemerk 'Ubisoft' (duurtijd ongeveer 4 minuten 50 seconden). De vertegenwoordigster van 'Ubisoft' krijgt in dit vraaggesprek een podium om een nieuw product (fitness game) van het merk voor te stellen en aan te prijzen, daarin bijgestaan door de programmapresentatrice.

De onderzoekscol is van oordeel dat het in deze beide gevallen om een publiciteitsreportage gaat.

In het programma 'Infashion' komt een rubriek voor rond de modewinkel 'Histoires des Femmes' te Mechelen, de schoenenzaak 'La Bottega' te Hasselt en de kapperszaak 'Toni Kalin' te Antwerpen.

Elk van deze rubrieken blijken, ondanks het informerend aangemeten karakter, in feite publiciteitsreportages voor elk van de betrokken handelszaken, waarbij deze op een aantrekkelijke en gunstige wijze belicht worden, zowel visueel als auditief door de begeleidende toelichting door de zaakvoerders en door de steeds enthousiaste programmapresentatrice zelf. Ook hier wordt de kijker aan het eind van de reportages steeds doorverwezen naar de website van de betrokken handelszaken door een visuele aankondiging.

Door al deze publiciteitsreportages telkens in het programma zelf op te nemen, zonder deze duidelijk af te bakenen van de overige redactionele inhoud van het programma en zonder deze duidelijk herkenbaar te maken als publiciteitsreportage, zijn volgens de onderzoekscol de artikelen 79, § 1, eerste lid, en 81, § 5, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie geschonden.

### 6.2. Productplaatsing.

In het programma 'Praga goes gaming' wordt een nieuw computergame (Halo 3 ODST) getest en besproken. Het product in kwestie komt door de wijze waarop dit via een speeldemonstratie in beeld wordt gebracht op een commercieel en promotioneel gunstige wijze in het programma voor. Daarnaast prijst de deskundige gamer/presentator van dienst het product aan op enthousiaste wijze en spoort de kijker letterlijk aan dit game aan te schaffen.

Het is decretaal mogelijk om diverse producten of diensten op te nemen in de programma's zelf bij wijze van productplaatsing maar de aanwezigheid van productplaatsing is wel gebonden aan een aantal voorwaarden. De onderzoekscol is van oordeel dat het hierboven vermelde programmaonderdeel door de specifieke aanprijzingen en de overmatige aandacht, niet in overeenstemming is met de toepassing van de decretale voorwaarden waarbinnen productplaatsing is toegestaan, bepaald in artikel 100, § 1, 2°, en 3°, van het Mediadecreet.

### 6.3. Reclamespots.

In het programma 'Start to game' komen tussen de andere onderwerpen in twee korte rubrieken voor waarin de nieuwe games 'Professor Layton & the diabolical box' (duurtijd ongeveer 1 minuut 10 seconden) en 'Teenage Mutant Ninja Turtle Smash Up' (duurtijd ongeveer 2 minuten 10 seconden) via voice-over en als publiciteitsfilmpje worden voorgesteld.

Door de relatief korte duur en de presentatievorm van beide rubrieken krijgen deze het karakter van een reclamespot. De producten in kwestie (games) vormen het enige onderwerp van de spots en worden daarbij specifiek aangeprezen via voice-over. De betrokken spots zijn geïntegreerd in het programma zelf maar zonder dat deze als dusdanig duidelijk herkenbaar worden gemaakt of onderscheiden van de rest van het programma en de overige redactionele inhoud.

De onderzoekscol meent daarom dat de uitzending van deze beide spots een schending inhouden van artikel 79, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

7.1. Artikel 79, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet bepaalt :

*“Televisier reclame, 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 reclame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden.”*

7.2. Artikel 81, § 5, van het Mediadecreet luidt als volgt :

*“De regionale en private lineaire televisieomroeporganisaties mogen publi-reportages uitzenden die niet worden in aanmerking genomen bij de berekening van de percentages vermeld in § 2 van dit artikel, mits deze publi-reportages in overeenstemming zijn met alle bepalingen van dit hoofdstuk.*

*Onder publi-reportages wordt begrepen commerciële communicatie die meer tijd in beslag neemt dan reclamespots omdat het accent ligt op redactionele en informatieve inhoud.”*

7.3. Artikel 100, § 1, 2°, en 3°, van het Mediadecreet schrijft voor :

*“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;*

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

*(...)”*

### **A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.**

8. De omroeporganisatie heeft geen schriftelijke opmerkingen ingediend en werd niet vertegenwoordigd op de hoorzitting van 18 januari 2010.

## **B. Beoordeling.**

### 9.1. Publiciteitsreportages.

Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Gunk TV in de programma's 'Game Force 1', 'Start to game' en 'Infashion' publiciteitsreportages heeft uitgezonden voor respectievelijk 'Bose', 'Ubisoft', 'Histoires des Femmes', 'La Bottega' en 'Toni Kalin' zonder deze duidelijk af te bakenen van de overige redactionele inhoud van het programma en zonder deze duidelijk herkenbaar te maken als publiciteitsreportage.

Hieruit volgt dat Gunk TV met het uitzenden van de betrokken publiciteitsreportages op 29 september 2009 artikel 79, § 1, eerste lid, en artikel 81, § 5, van het Mediadecreet geschonden heeft.

Gelet op de aard van de inbreuk en het gegeven dat het om een eerste inbreuk gaat, is een waarschuwing een gepaste sanctie.

### 9.2. Productplaatsing.

Uit het onderzoeksrapport blijkt dat in het programma 'Praga goes gaming' sprake is van specifieke aanprijzingen en overmatige aandacht bij het testen en bespreken van een nieuw computergame (Halo 3 ODST).

Hieruit volgt dat Gunk TV met de rubriek over 'Halo 3 ODST', zoals uitgezonden tijdens het programma 'Praga goes gaming' op 29 september 2009, artikel 100, § 1, 2°, en 3°, van het Mediadecreet geschonden heeft.

Bij het bepalen van de sanctie gaat de Regulator niet voorbij aan het gegeven dat het om een zeer ernstige inbreuk gaat. Anderzijds houdt de Regulator rekening met het gegeven dat het om een eerste inbreuk gaat en met het feit dat de omroeporganisatie, die op 1 mei 2009 van start ging, zich in een opstartfase bevindt.

Gelet op deze redenen is een administratieve geldboete van €1500 een gepaste sanctie.

### 9.3. Reclamespots.

Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Gunk TV in het programma 'Start to game' zelf twee reclamespots heeft uitgezonden, terwijl deze niet afgebakend waren van de rest van het programma en van de redactionele inhoud.

Hieruit volgt dat Gunk TV met de spots van 'Professor Layton & the diabolical box' en 'Teenage Mutant Ninja Turtle Smash Up', zoals uitgezonden tijdens het programma 'Start to game' op 29 september 2009, artikel 79, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet geschonden heeft.

Gelet op de aard van de inbreuk en het gegeven dat het om een eerste inbreuk gaat, is een waarschuwing een gepaste sanctie.

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

1. In hoofde van NV T-VGAS inbreuken vast te stellen op artikel 79, § 1, eerste lid, en artikel 81, § 5, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV T-VGAS daarvoor te waarschuwen.

2. In hoofde van NV T-VGAS een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 2°, en 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV T-VGAS daarvoor een administratieve geldboete van €1500 op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 18 januari 2010.

D. PEEREMAN  
griffier

E. BREWAEYS  
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.