



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. BVBA VLAMEX

(dossier nr. 2011/019)

BESLISSING
nr. 2011/020

26 september 2011

In de zaak van VRM tegen BVBA Vlamex,

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 26 september 2011,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 31 mei 2010 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 diverse televisieomroeporganisaties op 12 mei 2011 van 17 uur tot 23 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Stories TV van BVBA Vlamex.

2. Op 21 juni 2011 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een onderzoeksrapport voor inzake de naleving van de regelgeving.

3. Op 27 juni 2011 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen BVBA Vlamex (hierna: Stories TV), met maatschappelijke zetel Lekestraat 33 te 9900 Eeklo, 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 28 juni 2011 aan Stories TV meegedeeld.

5. Ondanks regelmatige kennisgeving heeft Stories TV de aangetekende brief niet in ontvangst genomen. Stories TV bezorgt geen schriftelijke opmerkingen aan de VRM en maakt geen gebruik van de mogelijkheid om haar opmerkingen mondeling te komen toelichten op de hoorzitting van 26 september 2011.

DE FEITEN

6.1. Productplaatsing in het programma : Een Zaak met Smaak.

De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode driemaal een programma wordt uitgezonden onder de benaming 'Een Zaak met Smaak'. Eén uitzending betreft een herhaling. Er is dus sprake van twee verschillende afleveringen.

In deze programma's voert de presentator een gesprek met een genodigde tijdens een lunch in een restaurant. Er wordt telkens visueel melding gemaakt van het restaurant in kwestie (eenmaal 'De Zoete Zonde' en tweemaal 't Heilig Huizeken').

Het dessert wordt genuttigd op een andere plaats die een speciale betekenis heeft voor de genodigde. De gast en de presentator begeven zich daar naartoe in een wagen van het merk 'Lancia', met opdruk 'Gent Motors'. Bij het nuttigen van het dessert in één aflevering, deze met Peter Leyman, komt ook nadrukkelijk het bier 'Augustijn' in beeld.

De onderzoekscel is van oordeel dat hier sprake is van productplaatsing en stelt bij het begin en aan het einde van het programma de afwezigheid vast van het PP-logo, zoals opgelegd door artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna : het Mediadecreet) en nader omschreven in de artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing (hierna : het besluit van 10 september 2010).

Volgens de onderzoekscel stemt het ontbreken van het logo niet overeen met de toepassing van artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010.

6.2. Sponsorvermeldingen bij het journaal.

De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode vijfmaal een programma wordt uitgezonden onder de benaming 'De Vlaanders'.

Het programma in kwestie wordt geproduceerd in samenwerking met de regionale televisieomroeporganisaties AVS en Focus/WTV en belicht voornamelijk de actualiteit m.b.t. de provincies Oost- en West-Vlaanderen.

Aan het einde van het programma/journaal verschijnen enkele visuele vermeldingen : 'met dank aan De Client/Close-Up/Loewe'.

Volgens de onderzoekscel stemt het uitzenden van die sponsorvermeldingen niet overeen met de toepassing van artikel 96 van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

7.1. Artikel 96, eerste lid, van het Mediadecreet bepaalt :

“Journaals en politieke informatieprogramma's mogen niet worden gesponsord.”

7.2. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

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

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.”

7.3. Artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing schrijft voor :

“Artikel 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, door het tonen van het logo dat in de bijlage bij dit besluit is opgenomen.

Art. 2. De manier waarop het logo, vermeld in artikel 1, in beeld wordt gebracht, voldoet aan de volgende criteria :

1° het wordt op een duidelijke en contrasterende wijze gedurende ten minste vijf seconden ononderbroken in beeld gebracht in het begin van het programma, op het einde van het programma en na elke hervatting van het programma na een reclamepauze;

2° het wordt rechts bovenaan of rechts onderaan in beeld gebracht en voldoet aan de volgende minimumnormen :

a) grootte :

1) SD : breedte 35 px en hoogte 35 px;

2) HD :

— resolutie 720 lijnen : breedte 42 px en hoogte 42 px;

— resolutie 1080 lijnen : breedte 63 px en hoogte 63 px;

b) kleur : 255 (R) 255 (G) 255 (B) / 0 (R) 0 (G) 0 (B);

c) transparantie : 45 %.

Art. 3. Het logo, vermeld in artikel 1, wordt op een neutrale manier in beeld gebracht. De aanduiding van de aanwezigheid van productplaatsing in een programma mag de producten of de diensten waarop de productplaatsing betrekking heeft, niet vermelden of vertonen.”

Bijlage. Het logo voor productplaatsing, vermeld in artikel 1 van het besluit van de Vlaamse Regering betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.



A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

8. De omroeporganisatie heeft geen schriftelijke opmerkingen ingediend en werd niet vertegenwoordigd op de hoorzitting van 26 september 2011.

B. Beoordeling.

9.1. Productplaatsing in het programma : Een Zaak met Smaak.

Uit het onderzoek en uit de beelden blijkt dat in het programma duidelijk en intentioneel vormen van commerciële communicatie voorkomen, in het bijzonder productplaatsing : het restaurant in kwestie wordt telkens visueel vermeld, een verplaatsing gebeurt in een voertuig met een specifieke commerciële opdruk, de naam van een bier komt nadrukkelijk in beeld. Hier is dus voldaan aan de definitie van productplaatsing : elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffende handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma.

Het logo voor productplaatsing bij de aflevering in restaurant 'De Zoete Zonde' ontbreekt op het einde en bij de aflevering in restaurant 't Heilig Huizeken' ontbreekt het zowel bij het begin als op het einde.

Hieruit volgt dat Stories TV tijdens de uitzending van twee afleveringen van het programma 'Een Zaak met Smaak' op 12 mei 2011 een inbreuk begaan heeft op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

9.2. Sponsorvermeldingen bij het journaal.

Uit het onderzoek en uit de beelden blijkt dat het programma 'De Vlaanders' beschouwd moet worden als een journaal : het belicht voornamelijk de actualiteit m.b.t. de provincies Oost- en West-Vlaanderen.

Zo werden op 12 mei 2011 onder meer volgende actuele onderwerpen behandeld : de verslaggeving over de nachtelijke brand op 11 mei 2011 op de site van de Katoennatie (met een interview met burgemeester Termont), aandacht voor de ophef over de uitspraken van Bert De Graeve over het mogelijk vertrek van staalproducent Bekaert uit Vlaanderen, de aankondiging van Groen!-politica Vera Dua die stopt met de nationale en gemeentelijke politiek, aandacht voor de Internationale Dag van de

verpleegkundigen op 12 mei 2011, de vervanging van het Westerstaketsel te Blankenberge naar aanleiding van de lopende baggerwerken, het eerbetoon op 11 mei 2011 van het Scheldepeleton aan de overleden wielrenner Wouter Weylandt, het weerbericht voor de komende nacht en de dag nadien.

Aan het einde van het programma verschijnen enkele visuele vermeldingen voor onder meer 'De Client', 'Close-Up', 'Loewe'.

De VRM heeft reeds geoordeeld dat het leveren van faciliteiten of diensten zoals bijvoorbeeld kleding en haartooi, moet worden beschouwd als een bijdrage aan de financiering van het programma met het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven en dus beantwoordt aan de definitie van sponsoring, zoals vastgelegd in artikel 2, 41°, van het Mediadecreet (beslissingen 2010/004 d.d. 18/01/2010 - 2008/072 d.d. 17/11/2008 - 2007/047 d.d. 19/10/2007).

Hieruit volgt dat Stories TV tijdens de uitzending van het journaal 'De Vlaanders' op 12 mei 2011 een inbreuk begaan heeft op artikel 96, eerste lid, van het Mediadecreet.

9.3. Het is de eerste keer dat dergelijke inbreuken in hoofde van Stories TV worden vastgesteld. Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van BVBA Vlamex een inbreuk vast te stellen op artikel 96 en artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de artikelen 1 tot 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet BVBA Vlamex te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 26 september 2011.

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.