

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. VZW AUDIO VIDEO STUDIO OOST-  
VLAAMSE TELEVISIE

(dossier nr. 2016/235B)

BESLISSING nr. 2016/038

6 juni 2016



**In de zaak van VRM tegen VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie,**

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

Dhr P. SOURBRON, *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 6 juni 2016,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

**PROCEDURE**

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014 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 de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 2 april 2016 (17u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma AVS van VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie.

2. Op 4 mei 2016 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzending.

3. Op 9 mei 2016 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie (hierna: AVS), met maatschappelijke zetel Maaltekouter 5 te 9051 Sint-Denijs-Westrem, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 17 mei 2016 aan AVS meegedeeld.

5. AVS bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de VRM bij aangetekende brief van 31 mei 2016.

6. AVS maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 6 juni 2016.

## DE FEITEN

7.1. De onderzoekscel stelt vast dat de uitzendingen van AVS een programmatie in lusvorm omvatten waarbij meermaals dezelfde programma's (Tendens, Mijn huis mooi huis, Kookplaat, Make Over) worden uitgezonden. Daarnaast zijn er ook programma-aankondigingen, zelfpromotiespots, publi-reportages en reclameblokken.

### 7.2. *Reclamespot D'ouwe Hoeve*

De onderzoekscel merkt op dat tijdens de onderzochte periode tussen een reclameblok met meerdere gegroepeerde reclameboodschappen en het programma 'Mijn huis mooi huis' na de afsluitende bumper van het reclameblok meermaals een reclameboodschap wordt uitgezonden (duurtijd vijftienveertig seconden) voor restaurant 'D'ouwe Hoeve'.

Doordat de reclameboodschap in kwestie volledig buiten het reclameblok – en zonder eindbumper – wordt uitgezonden en onmiddellijk gevolgd wordt door een sponsorvermelding voor het programma, is er geen duidelijk onderscheid met de rest van de programma's.

Aangezien er geen duidelijk herkenbare afbakening is van reclame en redactionele inhoud, is de onderzoekscel van oordeel dat de omroeporganisatie een inbreuk begaat op artikel 79, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

### 7.3. *Sponsorvermelding Immo Nobels*

De onderzoekscel stelt vast dat het programma 'Mijn huis mooi huis' meermaals wordt uitgezonden en voorafgegaan wordt door een sponsorvermelding voor 'Immo Nobels' met een duurtijd van tien seconden.

De voice-over zegt : *“Immo Nobels. Wij verkopen ook uw woning. Geen resultaat? Geen kosten!”*

Tijdens de sponsorvermelding verschijnt ook de visuele boodschap : *“Immo Nobels. Wij verkopen ook uw woning.”*, met vermelding van het algemeen telefoonnummer, van de website en van de vier vestigingen.

Volgens de onderzoekscel bevat de sponsorvermelding duidelijk een verkoopsbevorderend element : *“Geen resultaat? Geen kosten.”* Hier is er duidelijk sprake van een concreet voordeel van financiële aard of gunstige condities waarmee de sponsor de potentiële klant wil overtuigen beroep te doen op de diensten van het bedrijf.

De onderzoekscel is van mening dat de sponsorboodschap, in combinatie met de tekstuele en auditieve vermelding *“Wij verkopen uw huis.”*, de prominente vermelding van het telefoonnummer, de website en de vier vestigingen, een wervend karakter krijgt dat rechtstreeks aanspoort tot consumptie en daardoor conflicteert met een regelconforme toepassing van de voorwaarden inzake sponsoring.

Volgens de onderzoekscel doet deze boodschap meer dan louter de naam, het handelsmerk, het imago, de activiteiten of producten meer bekendheid geven : de boodschap zet aan tot consumptie en wordt bijgevolg aangewend voor een ander doel dan de door de decreetgever gecreëerde mogelijkheid.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie door de uitzending van deze sponsorvermelding volgens de onderzoekscel een inbreuk op artikel 2, 41°, van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 41°, van het Mediadecreet bepaalt:

*“In dit decreet wordt verstaan onder:*

*41° sponsoring: elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming, een overheid of een natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve producties, aan de financiering van omroepdiensten of programma's met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven.”*

8.2. Artikel 79, § 1, van Mediadecreet luidt als volgt:

*“Televisierelame, 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.*

*[...]”*

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

### *9.1. Reclamespot D’ouwe Hoeve*

AVS betreurt ten zeerste het ontbreken van de afgelijnde omkadering van het reclameblok door de gebruikelijke bumpers. De fout is onverklaarbaar en hoogstwaarschijnlijk te wijten aan een bug of een virus in het zopas vernieuwde play-outsysteem. De omroeporganisatie heeft dan ook de leverancier van het systeem aangeschreven met de vraag om een onderzoek te starten.

### *9.2. Sponsorvermelding Immo Nobels*

AVS voert aan verkeerdelijk van oordeel te zijn geweest dat de desbetreffende sponsorvermelding geen wervend of verkoopbevorderend karakter had. De omroeporganisatie heeft dan ook onmiddellijk de opdracht gegeven om de nodige aanpassingen door te voeren om deze sponsorvermelding geheel conform de regelgeving te maken om eventuele soortgelijke inbreuken in de toekomst te vermijden. AVS wenst zich dan ook uitvoerig te verontschuldigen.

## **B. Beoordeling**

### *10. Reclamespot D’ouwe Hoeve*

Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor dat televisiereclame duidelijk herkenbaar moet zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Reclame moet worden gescheiden van andere onderdelen van het programma met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen, opdat er bij de kijkers geen verwarring zou ontstaan tussen reclame en andere programmaonderdelen.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat AVS een reclameboodschap voor 'D'ouwe Hoeve' heeft uitgezonden. Deze reclameboodschap is buiten het reclameblok en zonder eindbumper uitgezonden, hetgeen door AVS niet wordt betwist. Daardoor is niet voldaan aan de verplichting dat reclame duidelijk herkenbaar moet zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud, zoals voorgeschreven in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat AVS een inbreuk heeft begaan op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

### 11. *Sponsorvermelding Immo Nobels*

11.1. Uit de definities in artikel 2, 5° en 41°, van het Mediadecreet volgt dat sponsoring een vorm van commerciële communicatie is met als doel om een onderneming, overheid of natuurlijke persoon zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven.

In verschillende parlementaire stukken heeft de decreetgever deze bepalingen en voorwaarden met betrekking tot sponsoring en sponsorvermeldingen nader toegelicht.

Sinds de inwerkingtreding van het decreet van 2 februari 2007, dat de basis is voor de huidige definitie van sponsoring, moet een sponsorvermelding beperkt blijven tot een vermelding van de sponsor(s), zo blijkt uit de memorie van toelichting: "*Hoewel [door het wegvallen van de tijdslimieten en het verbod op andere sponsorbepalingen] ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt [...]. Bovendien moet het onderscheid duidelijk blijven tussen sponsorvermeldingen en reclamespots. Het is de bedoeling dat sponsorboodschappen beperkt blijven tot een vermelding, en dat dit geen audiovisuele reclamespots worden.*" (Ontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, *Parl. St. Vl. Parl. 2006-2007, nr. 1021/1, 7*).

De decreetgever heeft een onderscheid willen maken tussen een sponsorvermelding en een reclameboodschap, die allebei vormen van commerciële communicatie zijn. Dit onderscheid wordt in de parlementaire voorbereiding bij het decreet van 29 juni 2007 als volgt verduidelijkt: "*Verder is het vanzelfsprekend dat een sponsorvermelding moet voldoen aan [de definitie van sponsoring], waarin het beoogde doel en de andere elementen van sponsoring worden omschreven. Het onderscheidende criterium is dan ook de boodschap, en niet de vorm, van de sponsorvermelding. Zo kan een*

*sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor voldoet aan [de definitie van sponsoring], omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Ontwerp van decreet houdende bepalingen tot begeleiding van de aanpassing van de begroting 2007, *Parl. St. VI. Parl. 2006-2007*, nr. 1218/4, 3).

Uit de memorie van toelichting bij het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie blijkt dat de decreetgever ervoor gekozen heeft om de bepalingen over sponsoring zoveel mogelijk ongewijzigd te laten ten opzichte van de vorige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005. De decreetgever herhaalt het principe: *“Sponsoring mag ook niet rechtstreeks tot het kopen of huren van goederen of diensten aanzetten. Het onderscheidend criterium is de boodschap, en niet de vorm van de sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor of van zijn producten of diensten, is toegestaan in de sponsorvermelding, omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Ontwerp van decreet betreffende de radio-omroep en televisie, *Parl. St. VI. Parl. 2008-2009*, nr. 2014/1, 39).

11.2. In voorliggend geval bevat de uitgezonden sponsorvermelding voor ‘*Immo Nobels*’ evenwel een duidelijk verkoopsbevorderend element dat aanzet tot consumptie. Door middel van een concreet voordeel van financiële aard of gunstige condities (*‘Geen resultaat? Geen kosten!’*) wordt de kijker immers aangespoord een beroep te doen op de diensten van het immobedrijf.

Door dit element, in combinatie met de overige tekstuele en auditieve vermeldingen (*‘Wij verkopen uw huis’*, prominente vermelding van het telefoonnummer, de website en de vier vestigingen), krijgt de sponsorvermelding een wervend karakter dat rechtstreeks aanspoort tot consumptie.

Deze sponsorvermelding is bijgevolg niet in overeenstemming met artikel 2, 41°, van het Mediadecreet.

AVS erkent de inbreuk.

11.3. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat het om een eerste inbreuk gaat.



Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie een inbreuk vast te stellen op artikel 2, 41°, en 79, §1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet VZW Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 6 juni 2016.

D. PEEREMAN  
griffier

P. SOURBRON  
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.