

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

KLACHT VAN C. L. t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2016/222)

BESLISSING nr. 2016/046

26 september 2016

In de zaak van C. L. tegen NV Medialaan

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 26 september 2016,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

FEITEN EN PROCEDURE

1. Op 15 februari 2016 heeft C. L. per aangetekende brief bij de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: VRM) een klacht ingediend met betrekking tot het telewinkelprogramma 'TV Winkel' en het product 'InstaLife' dat daarin wordt aangeboden.

Het betreft de uitzending van 'TV Winkel' op 14 februari 2016 omstreeks 14u54 op 2BE, een omroepprogramma van NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde.

Volgens de klager is er sprake van "*misleidende of ongeoorloofde reclame voor 'InstaLife'*", doordat in de bedoelde spot wordt beweerd dat lage rugpijn kan worden voorkomen door het aanbrengen van een brace op het onderbeen. Volgens de klager kan niet wetenschappelijk worden aangetoond dat lage rugpijn kan worden tegengegaan door een brace op het onderbeen aan te brengen.

2. Per aangetekende brief en per e-mail van 15 maart 2016 heeft Medialaan gereageerd op de voornoemde klacht.
3. C. L. en Medialaan zijn vervolgens aangetekend uitgenodigd voor een hoorzitting op 11 april 2016 bij de VRM.

De klager heeft laten weten niet aanwezig te kunnen zijn op de

hoorzitting. Medialaan wordt op de zitting van 11 april 2016 vertegenwoordigd door Katrien Lefever, bedrijfsjurist. Medialaan geeft tijdens de hoorzitting aan dat de Algemene Directie Economische Inspectie van de Federale Overheidsdienst Economie (hierna: FOD Economie) een onderzoek voert naar de handelspraktijken met het product 'InstaLife'.

4. Bij beslissing nr. 2016/024 van 11 april 2016 beslist de algemene kamer dat de verdere behandeling van de voorliggende klacht van C. L. wordt uitgesteld tot de FOD Economie het onderzoek heeft afgerond naar het mogelijk misleidend karakter van de commerciële communicatie voor 'InstaLife'.
5. Bij brief van 6 juli 2016 deelt de FOD Economie de resultaten van zijn onderzoek mee aan de VRM. De FOD Economie is van mening dat *“de voorstelling van dit product een misleidende en oneerlijke handelspraktijk is (...) waarvoor Medialaan mogelijks medeverantwoordelijk gesteld kan worden.”*
6. C. L. en Medialaan worden aangetekend op de hoogte gebracht van de brief van de FOD economie en worden uitgenodigd voor een hoorzitting op 26 september 2016 bij de VRM.

Medialaan wordt op de hoorzitting vertegenwoordigd door Katrien Lefever, bedrijfsjurist. Klager verschijnt in persoon.

TOEPASSELIJKE REGELS

7. Artikel 60 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) bepaalt :

“ § 1. Commerciële communicatie mag geen elementen bevatten die erop gericht zijn de consument te misleiden op het gebied van :

1° de kenmerken van de goederen of de diensten, zoals beschikbaarheid, aard, uitvoering, samenstelling, procedé en datum van fabricatie of levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong of van het gebruik te verwachten resultaten, of uitslagen en essentiële uitkomsten van onderzoek van de goederen of diensten;

2° prijs of de wijze van prijsberekening, alsook de voorwaarden waaronder de goederen worden geleverd of de diensten worden verricht;

3° de hoedanigheid, kwalificaties en rechten van de adverteerder, zoals

zijn identiteit en zijn vermogen, zijn bekwaamheden en zijn industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn bekroningen en onderscheidingen.

§2. Onder misleidende commerciële communicatie wordt elke vorm van reclame verstaan die op enigerlei wijze, waaronder begrepen wordt haar opmaak, de personen tot wie ze zich richt of die ze bereikt, misleidt of kan misleiden en die door haar misleidende karakter hun economische gedrag kan beïnvloeden, of die om die redenen een concurrent schade toebrengt of kan toebrengen.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

- 8.1. Medialaan is van mening dat de klacht van C. L. onontvankelijk verklaard moet worden. Medialaan geeft aan in haar rechten van verdediging te zijn geschonden omdat de klager slechts aangeeft dat er sprake zou zijn van ‘misleidende reclame’, zonder aan te geven welk artikel zou zijn geschonden. Medialaan wijst op het belang van het opgeven van een juiste rechtsbasis in een klacht.
- 8.2. Medialaan verwijst naar het verweer van de adverteerder, zoals opgenomen in haar brief van 15 maart 2016. De adverteerder had daarin verwezen naar een studie waarin wordt gemeten naar de tevredenheid van de gebruiker en de afwezigheid van ongewenste neveneffecten.

Als reactie op het onderzoek van de FOD Economie ontkent Medialaan mede-aansprakelijk te kunnen worden gesteld voor de inhoud van commerciële communicatie.

Medialaan wijst er op dat de omroeporganisaties enkel de taak toekomt van een wettelijke marginale toetsing met betrekking tot de inhoud van commerciële communicatie, maar dat die marginale toetsing moet beperkt blijven tot flagrante schendingen van wettelijke of decretale bepalingen, zoals bv. het verbod op tabakreclame. Medialaan verwijst in dit verband naar verschillende adviezen van de Sectorraad Media, met name Advies 22 van 14 juli 2008, Advies 11 van 17 september 2008 en Advies 15 van 15 juli 2011. Medialaan wijst er tevens op dat contractueel is bepaald dat de adverteerder de volledige verantwoordelijkheid draagt wat zijn telewinkelprogramma betreft.

- 8.3. Indien de VRM toch een inbreuk op de mediaregelgeving zou vaststellen, vraagt Medialaan dat de VRM er rekening mee houdt dat van Medialaan niet kan worden verwacht om over de vereiste medische expertise te

beschikken om over de correctheid van de inhoud te oordelen en dat de telewinkelspot niet langer wordt uitgezonden.

B. Beoordeling

9.1. Het argument dat de klacht niet ontvankelijk is kan niet worden gevolgd. Uit de gebruikte bewoordingen van C. L. (*'misleidende en ongeoorloofde reclame'*) blijkt voldoende duidelijk dat de klacht betrekking heeft op artikel 60 van het Mediadecreet.

9.2. In het verweer van de adverteerder, dat door Medialaan werd bezorgd, wordt verwezen naar een studie waarin de tevredenheid van de gebruiker wordt gemeten, maar zonder dat daarin wordt nagegaan hoe het product moet werken. De verweerder maakt nergens de juistheid van de in de bedoelde telewinkelspot beweerde werking aannemelijk. Er wordt nergens wetenschappelijk aangetoond hoe lage rugpijn, die in de bewoordingen van de spot begint in de onderrug, kan worden tegengegaan door het aanbrengen van een brace op het onderbeen.

Uit het voorgaande volgt dat de bedoelde spot misleidend is in de zin van artikel 60 van het Mediadecreet.

Ook in de brief van de FOD Economie van 6 juli 2016 wordt overigens gesteld dat de voorstelling van het product een misleidende en oneerlijke handelspraktijk is.

9.3. Uit het bovenstaande volgt dat een inbreuk wordt vastgesteld op artikel 60 van het Mediadecreet.

Volgens het Mediadecreet is Medialaan aansprakelijk voor de commerciële communicatie uitgezonden op haar kanalen. Hieraan wordt geen afbreuk gedaan door een contractuele bepaling, afgesloten tussen Medialaan en de adverteerder, waarbij de volledige verantwoordelijkheid bij de adverteerder wordt gelegd wat zijn telewinkelprogramma betreft.

De VRM houdt er wel rekening mee dat Medialaan niet over de vereiste medische expertise beschikt om over de correctheid van de inhoud van de telewinkelspot te kunnen oordelen. De VRM stelt tevens vast dat de bedoelde telewinkelspot niet langer wordt uitgezonden.

Een waarschuwing is dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV MEDIALAAN een inbreuk vast te stellen op artikel 60 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1^o, van het Mediadecreet NV MEDIALAAN hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 26 september 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.