

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN G. C. t. NV VLAAMSE RADIO- EN
TELEVISIEOMROEPORGANISATIE**

(dossier nr. 2018/343)

BESLISSING nr. 2018/032

9 juli 2018

In de zaak van G. C. tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie,

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

Dhr C. ADAMS, *dienstdoend voorzitter*,
Dhr R. LANNOO,
Mevr P. VALCKE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 9 juli 2018,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Met een e-mail en bij brief van 14 juni 2018 dient G. C. een klacht in bij de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: VRM) tegen de NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (hierna : VRT), met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel.

De klacht heeft betrekking op de rubriek 'De Stamboom' tijdens het programma 'Iedereen Beroemd', uitgezonden van maandag tot vrijdag in week 23. Volgens de klager zou deze rubriek uitgezonden zijn als een lange reclametrailer voor een bedrijf in ballonvaarten en zou er sprake zijn van ongepaste productplaatsing. De klager is van mening dat door de uitzending de imagoschade voor de ballonvaartsector en zijn professioneel bedrijf groot is.

2. Bij aangetekende brief van 19 juni 2018 wordt een afschrift van de klacht aan de VRT bezorgd. De omroeporganisatie wordt met dezelfde brief uitgenodigd om schriftelijke opmerkingen in te dienen en wordt tevens uitgenodigd voor de zitting op 9 juli 2018.

3. Bij aangetekende brief van 19 juni 2018 wordt de klager uitgenodigd voor de zitting op 9 juli 2018.

4. Op 2 juli 2018 ontvangt de VRM de schriftelijke opmerkingen van de VRT, die bij aangetekende brief van 3 juli 2018 aan de klager worden bezorgd.

5. Bij aangetekende brief van 3 juli 2018 verontschuldigt de klager zich voor zijn afwezigheid op de zitting van 9 juli 2018. Voor de VRT verschijnen H. S. en L. H. op de hoorzitting.

TOEPASSELIJKE REGELS

6. Artikel 2, 5°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende de radio-omroep en de televisie (hierna: het Mediadecreet) definieert commerciële communicatie als volgt:

“beelden of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke persoon of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of voor zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing”.

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

7.1. De VRT legt uit dat het programma ‘Iedereen Beroemd’ tot stand komt via een samenwerking met het productiehuis ‘De Chinezen’. Bepaalde rubrieken worden door de VRT geproduceerd, andere, waaronder de betrokken rubriek ‘De Stamboom’, door het productiehuis.

De omroeporganisatie vervolgt dat het programma ‘Iedereen Beroemd’ een dagelijks magazine is dat de gewone mens in beeld brengt waarbij verschillende korte rubrieken mekaar opvolgen met elk hun eigen thema.

In de rubriek ‘De Stamboom’ gaat de redactie op zoek naar interessante families waarvan het portret gebracht wordt, verspreid over vijf afleveringen van die week. Er worden families gevolgd met een bijzondere passie zoals onder meer brandweer, bakkers- en slaggersfamilies. De omroeporganisatie benadrukt ook tijdens de hoorzitting dat de insteek daarbij absoluut niet commercieel is. Met die rubriek wordt er human interest gebracht, portretten van mensen. Men gaat op zoek naar bijzondere families met hun eigenheden

die het Vlaamse publiek een week lang kunnen boeien. Soms zijn daar familiebedrijven bij maar het kan evengoed gaan om een gezamenlijke passie of hobby. Tijdens de hoorzitting wordt herhaald dat de regisseurs er bedacht op zijn dat er steeds enige gelaagdheid in de verschillende scènes aanwezig moet zijn : in elke scène moet emotie, info of humor zitten.

In de betrokken rubriek staat het dagelijkse leven van een familie op alle vlakken in het teken van hun éne grote passie, namelijk ballonvaarten. De VRT begrijpt de bekommernis van de klager omdat de bedrijfsnaam inderdaad meermaals in beeld komt en vermeld wordt, hetgeen volgens de omroeporganisatie onvermijdelijk is wanneer men een portret van een familie brengt met een familiebedrijf dat hun familienaam draagt.

7.2. De VRT merkt op dat de klager geen artikels van het Mediadecreet vermeldt die de VRT niet zou hebben nageleefd. De omroeporganisatie heeft dan ook enkel een vermoeden om welke artikels het zou kunnen gaan.

Zo is er volgens de VRT geen inbreuk op artikel 50 van het Mediadecreet waarbij het de omroeporganisatie verboden is om reclame te brengen, met uitzondering van radioreclame en reclame gericht op zelfpromotie. Het gaat hier immers om een reportage die onafhankelijk door het productiehuis geproduceerd is. Het gaat dus om redactionele inhoud en geenszins om reclame. Noch de VRT noch het productiehuis hebben een betaling van het familiebedrijf ontvangen om de rubriek aan hun familie te wijden.

De VRT is van mening dat er evenmin sprake is van een inbreuk op artikel 54 van het Mediadecreet dat sluikreclame verbiedt. De omroeporganisatie tracht immers in geen geval haar kijkers te misleiden omtrent de aard van de vertoning : 'Iedereen Beroemd' wil een portret brengen van een interessante familie, zonder enige promotionele aandacht.

De omroeporganisatie is evenmin van oordeel dat het hier productplaatsing betreft. Mocht de VRM de betrokken rubriek toch als productplaatsing beschouwen, zijn volgens de VRT de voorwaarden voor productplaatsing van artikel 100 van het Mediadecreet niet geschonden.

Vooreerst herhaalt de VRT dat het om een puur redactioneel stuk gaat waar geen enkele vergoeding tegenover staat. Er zijn geen akkoorden gesloten tussen de redactie van het programma en het familiebedrijf omtrent eventuele voordelen voor de VRT en/of het productiehuis.

Zelfs al zou de rubriek onder de noemer van productplaatsing vallen, dan nog komt de redactionele autonomie niet in het gedrang, worden de diensten of producten van het familiebedrijf niet aangeprezen, krijgen de diensten of producten van het familiebedrijf geen overmatige aandacht en wordt er een PP-logo aan het begin en aan het einde van het programma getoond, zij het omwille van overeenkomsten met andere partners voor het programma.

Ten slotte haalt de VRT aan dat de klager de geleden imagoschade geenszins heeft aangetoond, voor zover de VRM voor de beoordeling daarvan bevoegd zou zijn.

7.3. Op de hoorzitting legt de VRT uit hoe de betrokken rubriek tot stand komt, vorm krijgt en hoe een onderwerp gekozen wordt.

B. Beoordeling

8.1. Volgens de klager zou er in de betrokken rubriek sprake zijn zowel van reclame als productplaatsing.

Artikel 2, 5°, van het Mediadecreet bepaalt dat onder meer reclame en productplaatsing een vorm van commerciële communicatie zijn, een begrip dat door datzelfde artikel gedefinieerd wordt.

8.2. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat het programma 'Iedereen Beroemd' met een duurtijd van ongeveer twintig minuten, uitgezonden van maandag 4 juni 2018 tot en met vrijdag 8 juni 2018, in de rubriek 'De Stamboom', gedurende telkens een viertal minuten, een beeld schetst van een familie wiens dagelijks leven volledig gewijd is aan hun passie van het ballonvaren. De bedrijfsnaam van het familiebedrijf in ballonvaarten omvat hun familienaam.

8.3. Het gegeven dat in de betrokken rubriek de bedrijfsnaam herhaaldelijk wordt vermeld en het logo meermaals wordt getoond op onder meer petjes en kledij, volstaat niet om te concluderen dat het om commerciële communicatie gaat. Uit de definitie van commerciële communicatie volgt dat er sprake moet zijn van promotie van een goed, een dienst of een handelsmerk. Uit onderzoek van de uitgezonden beelden kan niet worden afgeleid dat deze een promotioneel karakter zouden hebben.

Er is immers geen sprake van eenzijdig positieve aandacht gericht op het promoten van het maken van ballonvaarten met dit bedrijf. De rubriek schetst een familieportret en toont de betrokken familie in haar eigenheid en haar passie voor het ballonvaren, waarbij de insteek niet commercieel getint is. Dit blijkt onder meer uit de aanwezigheid van scènes zoals die waarin de zoon van de familie het herstellen van een ballon vergelijkt met een zonsondergang op vakantie, of zoals de scène waarin een familielid over zijn overleden vader

praat en daarbij uitlegt hoe hij zich door het ballonvaren dicht bij zijn vader voelt. Een ander voorbeeld is de scène waarbij de familie naar het wielrennen op televisie kijkt, niet om de wedstrijd te volgen maar omdat ze een glimp willen opvangen van de posters en reclamemateriaal die ze de nacht voordien langs het parcours hadden opgehangen.

8.4. Vermits er geen aanwijzingen zijn dat in de bedoelde rubriek sprake is van het promoten van de diensten van het betrokken familiebedrijf, is niet voldaan aan de definitie van commerciële communicatie, zoals vastgelegd in artikel 2, 5°, van het Mediadecreet. Bijgevolg kan er geen sprake zijn van aanwezigheid van reclame of productplaatsing in de betrokken rubriek. Er wordt dan ook geen inbreuk op het Mediadecreet vastgesteld.

8.5. Voor zover de klager in zijn klacht al enige imagoschade, veroorzaakt door de betrokken uitzending, zou hebben aangetoond, komt het niet aan de VRM toe om daar enige uitspraak over te doen, laat staan een schadevergoeding toe te kennen.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

de klacht van G. C. ongegrond te verklaren.

Aldus uitgesproken te Brussel op 9 juli 2018.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
dienstdoend 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.