

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN GVC SERVICES LIMITED EN DERBEY SA
t. NV SBS BELGIUM**

(dossier nr. 2021/474)

BESLISSING nr. 2021/028

10 mei 2021

In de zaak van GVC Services Limited en Derby sa tegen nv SBS Belgium,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 12 april en 10 mei 2021,

Neemt op de laatste datum de volgende beslissing:

FEITEN EN PROCEDURE

1. Per aangetekende brief van 12 februari 2021 hebben GVC Services Limited, gevestigd Suite 6, Europort Avenue GXII IAA, Atlantic Suites te Gibraltar (handelend onder de merknaam 'BWIN') en Derby sa, gevestigd Waversesteenweg 1100/3 te 1160 Oudergem (handelend onder de merknaam 'Ladbrokes') (hierna: de klagende partijen) samen een klacht ingediend bij de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: VRM) tegen nv SBS Belgium, met maatschappelijke zetel Harensesesteenweg 224 te 1800 Vilvoorde.

De klacht heeft betrekking op de reclameblokken bij het programma 'Sports Late Night', uitgezonden op zaterdag- en zondagavond 30 en 31 januari 2021 op 'Play4' van nv SBS Belgium.

Volgens de klagende partijen werden op beide dagen zowel voor, tijdens als na het programma twee reclamespots voor aanbieders van sportwedenschappen uitgezonden in één reclameblok, in strijd met het artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en wedenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten (hierna: het koninklijk besluit van 25 oktober 2018).

De klagende partijen zijn van oordeel dat er minstens ook een schending was van artikel 79 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet), aangezien het reclameblok niet afdoende werd onderbroken of afgescheiden.

2. De VRM heeft de klacht per aangetekend schrijven van 3 maart 2021 bezorgd aan nv SBS Belgium.

3. Nv SBS Belgium heeft op 30 maart 2021 schriftelijke opmerkingen bij de klacht aan de VRM bezorgd.
4. Zowel nv SBS Belgium als de klagende partijen stemmen ermee in, op vraag van de VRM, om de procedure volledig schriftelijk te voeren, omwille van de dreiging van het coronavirus. Ter vervanging van een mondelinge toelichting op een hoorzitting bij de VRM, krijgen zij de mogelijkheid om een bijkomende nota in te dienen.
5. Aldus bezorgen de klagende partijen op 6 april 2021 aan de VRM bijkomende opmerkingen. Zij leggen ook een brief voor van 31 maart 2021 van de Kansspelcommissie, het controleorgaan voor kansspelen, met vaststellingen betreffende inbreuken bij de reclameblokken bij het programma 'Sports Late Night'.
6. Op 7 april 2021 ontvangt de VRM zelf ook een brief (met bijgevoegd rapport van de Controlecel) van de Kansspelcommissie met betrekking tot deze vaststellingen. Deze stukken worden door de VRM ook aan de klagende partijen en nv SBS Belgium bezorgd.
7. Per e-mail van 7 april 2021 verzoekt nv SBS Belgium om een redelijke termijn om te reageren op zowel de bijkomende stukken van de klagende partijen als het rapport van de Controlecel van de Kansspelcommissie.
8. Op 12 april 2021 beslist de algemene kamer van de VRM om nv SBS Belgium tot 27 april 2021 de tijd te geven om nog bijkomende opmerkingen in te dienen.
9. Daarop bezorgt nv SBS Belgium op 26 april 2021 aanvullende schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
10. De algemene kamer van de VRM behandelt ten slotte de zaak ter zitting van 10 mei 2021 op basis van de schriftelijke stukken.

TOEPASSELIJKE REGELS

11. Artikel 2, 5°, 35° en 41°, van het Mediadecreet gaan als volgt:

"In dit decreet wordt verstaan onder: [...]

5° commerciële communicatie: beelden, al dan niet met geluid, of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma of van door gebruikers gegenereerde inhoud, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of ten behoeve van

zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing;

35° reclame : de audiovisuele of auditieve boodschap van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon - in welke vorm dan ook - over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen, die tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel voor zelfpromotie in een lineaire omroepdienst wordt uitgezonden;

41° sponsoring: elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of videoplatformdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve werken, aan de financiering van omroepdiensten, videoplatformdiensten, door gebruikers gegenereerde inhoud of programma's, met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven;"

12. Artikel 52 van het Mediadecreet stelt dat:

"De aanbieders van omroepdiensten mogen geen commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut uitzenden die in strijd zijn met wettelijke bepalingen."

13. Artikel 79, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet gaat als volgt:

"Televisierclame, 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."

14. Artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 bepaalt:

"[...] Per reclameblok wordt het aantal mogelijke reclamespots voor aanbieders van online sportwedenschappen beperkt tot 1. [...]"

A. Argumenten van de klagende partijen

15. In hun klachtbrief voeren de klagende partijen aan dat de *"mediaregelgeving niet nageleefd [wordt] tijdens de reclameblokken uitgezonden [...] voor, na & tijdens de programma's 'Sports Late Night'"* op zowel zaterdag 30 januari 2021 van 23u15 tot 00u20 als zondag 31 januari 2021 van 22u50 tot 00u20.

Met name artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 zou hierbij zijn geschonden, doordat nv SBS Belgium in één reclameblok twee reclamespots opnam voor aanbieders van sportwedenschappen, *“namelijk een ‘gewone’ reclamespot en, op het einde een korte reclamespot voor een andere aanbieder van online sportwedenschappen, doch dit slechts voor enkele seconden.”* Volgens de klagende partijen wordt deze laatste reclamespot voorafgegaan door een reclamemededeling over het TV-kanaal, maar is de spot toch een integraal onderdeel van het volledige reclameblok.

De klagende partijen voeren hierbij nog aan dat *“voor zover met de mededeling over haar eigen TV-kanaal nv SBS Belgium tracht voor te houden dat hierdoor het reclameblok zou onderbroken worden, is er minstens een schending van artikel 79 van het Mediadecreet waarin uitdrukkelijk wordt gesteld dat televisiereclame duidelijk herkenbaar moet zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud.”*

B. Schriftelijke opmerkingen van nv SBS Belgium

16. Wat de ontvankelijkheid van de klacht en de bevoegdheid van de VRM betreft, meent nv SBS Belgium in de eerste plaats dat de klagende partijen in gebreke blijven om een minimale band aan te tonen met de grief die in huidige procedure naar voren wordt gebracht en dat de klacht dan ook onontvankelijk dient te worden verklaard.

Bovendien betreft het hier volgens nv SBS Belgium een potentieel contractueel geschil tussen verschillende partijen.

Ten slotte is nv SBS Belgium ook van oordeel dat de VRM niet bevoegd is om uitspraak te doen over een eventuele inbreuk op het koninklijk besluit van 25 oktober 2018, gezien de welomlijnde en decretaal vastgelegde taken van de algemene kamer van de VRM in artikel 218, § 2, van het Mediadecreet.

17. Wat de gegrondheid van de klacht betreft, meent nv SBS Belgium dat er alleszins geen sprake is van een inbreuk op artikel 3, § 1, van het voormelde koninklijk besluit.

Tijdens de aangeklaagde uitzendingen is immers per reclameblok niet meer dan één reclamespot voor aanbieders van online sportwedenschappen uitgezonden, aldus nv SBS Belgium. De uitgezonden commerciële communicatie van ‘BWIN’ enerzijds en ‘UNIBET’ anderzijds betrof immers respectievelijk reclame (in de zin van artikel 2, 35°, van het Mediadecreet) en sponsoring (in de zin van artikel 2, 41°, van het Mediadecreet). Het betreft volgens nv SBS Belgium dus twee verschillende vormen van commerciële communicatie en er is slechts één keer per reclameblok sprake van reclame.

Nv SBS Belgium verwijst naar het verslag aan de Koning bij het koninklijk

besluit van 25 oktober 2018. Volgens nv SBS Belgium vindt de ruime interpretatie door de klagende partijen van het begrip ‘reclame’, waarbij wordt ingegaan tegen de bewoordingen van het koninklijk besluit, immers geen steun in dat verslag. Daarin staat integendeel een duidelijke, beperkende definitie opgenomen van wat onder deze term moet worden begrepen, namelijk reclamespots of de gebruikelijke 30 seconden spot. Deze reclamespots dienen te worden onderscheiden van andere vormen van commerciële communicatie, zoals bijvoorbeeld telewinkelen, sponsoring, productplaatsing, etc.

Concreet betekent dit in voorliggende procedure dat het uitzenden van zowel een reclamespot voor ‘BWIN’ binnen het reclameblok als een sponsoringboodschap voor ‘UNIBET’ buiten het reclameblok mogelijk is, aldus nv SBS Belgium.

Bovendien viseert artikel 3 van het voornoemde koninklijk besluit volgens nv SBS Belgium enkel reclamespots die *“in opdracht van de adverteerder”* door de omroep worden uitgezonden.

18. Nv SBS Belgium ontkent tot slot ten stelligste op voormelde data enige inbreuk te hebben gepleegd op artikel 79 van het Mediadecreet: na het einde van de reclameblokken werd steeds de gebruikelijke bumper – die altijd door nv SBS Belgium wordt uitgezonden op het einde van de reclameblokken – uitgezonden.

De klagende partijen laten volgens nv SBS Belgium trouwens na te specificeren welke concrete inbreuk zij in dit verband zou hebben gepleegd.

C. Bijkomende toelichting klagende partijen

19. In hun bijkomende schriftelijke toelichting van 6 april 2021 benadrukken de klagende partijen wel degelijk belang te hebben bij de ingediende klacht. Beiden zijn aanbieders van sportwedenschappen en als zodanig concurrenten van ‘UNIBET’, ten voordele van wie de tweede reclamespot werd uitgezonden. Deze uitzending heeft rechtstreeks negatieve invloed op de omzet van de klagende partijen.

Of er al dan niet een contractuele relatie is tussen nv SBS Belgium en de klagende partijen, is volgens hen van geen belang voor de behandeling van de klacht.

De klagende partijen geven aan dat hun klacht werd ingediend wegens schending van het Vlaams Mediadecreet en zijn uitvoeringsbesluiten. Krachtens artikel 218, § 2, eerste lid, van het Mediadecreet is de VRM bevoegd om toezicht uit te oefenen en de inbreuken te beteugelen op het Vlaams Mediadecreet, aldus de klagende partijen.

20. Volgens de klagende partijen tracht nv SBS Belgium ten onrechte in de uitgezonden reclameblokken het onderscheid tussen reclame en sponsoring te koppelen aan de duurtijd van de uitzending, terwijl het onderscheid dient te liggen in de aard en de inhoud van de boodschap.

Door het gebruik van de slogan *“Van spelers, voor spelers”* in de spot van ‘UNIBET’ worden de kijkers volgens de klagende partijen actief aangezet om een weddenschapspeler te worden. Zij zijn dan ook van oordeel dat deze spot te beschouwen is als reclame.

Volgens de klagende partijen is de bedoeling van de wetgever duidelijk het beperken van één boodschap ten voordele van één aanbieder van sportweddenschappen per reclameblok. Het uitzenden van meerdere reclameboodschappen, al dan niet voorgesteld als sponsorboodschap, gaat in tegen deze doelstelling, aldus de klagende partijen.

21. Zij bezorgen aan de VRM ook nog een schrijven van de Kansspelcommissie van 31 maart 2021, gericht aan de licentiehouders van ‘BWIN’, in navolging van een gelijkaardige klacht van 4 december 2021 ingediend door de klagende partijen bij de Kansspelcommissie met betrekking tot de reclameblokken bij ‘Sports Late Night’.

De Controlecel van de Kansspelcommissie geeft daarin aan te hebben vastgesteld dat artikel 3, § 1, 2^o, tweede lid, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 wordt geschonden en vraagt met aandrang dat de licentiehouders van ‘BWIN’ de regelgeving doet respecteren bij het aankopen van zendtijd bij een televisiezender voor het maken van reclame.

D. Bijkomende toelichting nv SBS Belgium

22. In haar e-mail van 7 april 2021 voert nv SBS Belgium aan dat de bijkomende stukken van de klagende partijen waarop zij zich eerder hadden kunnen beroepen uit de debatten moeten worden geweerd.

Wat het onderzoeksrapport van de Kansspelcommissie zelf betreft, stelt nv SBS Belgium minstens vast dat ten onrechte wordt gemeld dat de sponsoringboodschap van ‘UNIBET’ zich in enig reclameblok bevindt.

Bovendien wenst nv SBS Belgium te benadrukken dat de commerciële communicatie van ‘UNIBET’ niet kan worden gekwalificeerd als reclame, maar het een sponsorboodschap betreft.

23. In haar laatste e-mail van 26 april 2021 betwist nv SBS Belgium dat de omzet van de klagende partijen negatief zou worden beïnvloed door de uitzendingen van de billboards van ‘UNIBET’, vermits er omtrent de

verplichte uitzending van de reclamespots van 'BWIN' geen contractuele afspraken werden gemaakt tussen nv SBS Belgium en 'BWIN'.

Zij herhaalt dat de baseline van 'UNIBET' "*Van spelers, voor spelers*", zoals gehanteerd in de billboards die het voorwerp uitmaken van deze procedure, geenszins als verkoopsbevorderend kan worden beschouwd. Het betreft volgens nv SBS Belgium de baseline van 'UNIBET', die reeds sinds 2012 wordt gebruikt.

Nv SBS Belgium bezorgt ten slotte twee voorbeelden waaruit volgens haar blijkt dat er wel degelijk een afdoende onderscheid was tussen de uitzendingen van de billboards enerzijds en de reclameblokken anderzijds.

E. Beoordeling

Bevoegdheid van de algemene kamer

24. De algemene kamer van de VRM houdt, zoals decretaal vastgelegd, toezicht op de naleving van en de beteugeling van de inbreuken op de bepalingen van het Mediadecreet en zijn uitvoeringsbesluiten (artikel 218, § 2, 1^o, van het Mediadecreet).

Artikel 52 van het Mediadecreet bepaalt dat "*de aanbieders van omroepdiensten [...] geen commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut [mogen] uitzenden die in strijd zijn met wettelijke bepalingen*". De bepalingen uit het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 met betrekking tot het uitzenden van commerciële communicatie worden op die manier uitdrukkelijk van toepassing gemaakt op aanbieders van omroepdiensten.

Anders dan nv SBS Belgium voorhoudt, behoort het bijgevolg tot de bevoegdheid van de algemene kamer van de VRM om eveneens toezicht te houden op de naleving door aanbieders van omroepdiensten van de betreffende bepalingen van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018, waaronder het hier ingeroepen artikel 3, § 1.

Ontvankelijkheid van de klacht

25. Om ontvankelijk te zijn dient een klacht bij de algemene kamer van de VRM te voldoen aan de ontvankelijkheidsvoorwaarden opgesomd in artikel 220, § 1, van het Mediadecreet, en nader uitgewerkt in artikel 12, eerste lid, van het besluit van de Vlaamse Regering van 30 juni 2006 betreffende de procedure voor de Vlaamse Regulator voor de Media.

Bij klachten met betrekking tot de bepalingen over commerciële communicatie is niet vereist, in tegenstelling tot wat nv SBS Belgium

aanvoert, om blijk te geven van een benadeling of een belang. Dergelijke klachten kunnen dan ook worden ingediend *“door elke natuurlijke persoon of rechtspersoon.”*

De voorliggende klacht is dan ook ontvankelijk.

Ten gronde

26. De klacht is in hoofdorde gesteund op een vermeende schending van artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018, doordat in de betreffende reclameblokken steeds twee reclamespots voor aanbieders van sportwedenschappen (voor 'BWIN' en voor 'UNIBET') zouden zijn opgenomen, terwijl het toegelaten aantal beperkt is tot één.

De klagende partijen verwijzen naar artikel 2, 35°, van het Mediadecreet om te stellen dat beide spots in kwestie wel degelijk als 'reclame' moeten worden beschouwd. Zij menen bovendien dat artikel 79 van het Mediadecreet werd geschonden en het reclameblok niet afdoende werd afgescheiden, waardoor beide spots zich in één reclameblok bevonden.

27. Voor de beoordeling van de voorliggende zaak is het dus in de eerste plaats van belang hoe de term 'reclame' wordt gedefinieerd en ingevuld, om vervolgens concreet te kunnen onderzoeken of de betwiste spots daadwerkelijk reclamespots betreffen en desgevallend of zij ook samen in één reclameblok werden uitgezonden. Dat de spots in kwestie uitgaan van aanbieders van online sportwedenschappen wordt te dezen niet betwist.

28. In artikel 2, 35°, van het Mediadecreet wordt reclame gedefinieerd als *“de audiovisuele of auditieve boodschap van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon - in welke vorm dan ook - over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen, die tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel voor zelfpromotie in een lineaire omroepdienst wordt uitgezonden.”*

Reclame in het Mediadecreet moet worden onderscheiden van 'sponsoring', eveneens een vorm van commerciële communicatie, die bestaat uit elke bijdrage van een onderneming of natuurlijke persoon aan de financiering van onder meer omroepdiensten of programma's, met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven (artikel 2, 41°, van het Mediadecreet).

Anders dan een reclameboodschap mag een sponsorvermelding niet rechtstreeks aansporen tot de levering tegen betaling van goederen of diensten en beperkt de boodschap zich tot het verhogen van merkbekendheid.

29. In het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 worden de begrippen 'reclame' en 'reclamespot' echter niet nader gedefinieerd.

Het verslag aan de Koning bij het koninklijk besluit van 25 oktober 2018, geeft wel meer toelichting bij deze begrippen uit artikel 3 (BS 7 december 2018, p. 96247). Het bepaalt onder meer: *"Onder reclamespots dient de gebruikelijke 30 seconden spot begrepen, te onderscheiden van andere vormen van commerciële communicatie, zijnde in dit geval de audiovisuele of auditieve boodschap van een publieke of particuliere onderneming, of natuurlijke persoon over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, die tegen betaling of soortgelijke vergoeding in een lineaire omroepdienst worden uitgezonden."*

Uit het verslag aan de Koning blijkt dan ook duidelijk dat de invulling van 'reclame' vrijwel identiek is aan de definitie uit het Mediadecreet en dat de beperkingen opgelegd in artikel 3 van het voornoemde koninklijk besluit niet van toepassing zijn op andere vormen van commerciële communicatie, zoals sponsoring.

Dat de Kansspelcommissie hierover een ander standpunt heeft ingenomen, doet geen afbreuk aan het voorgaande.

30. Uit de beelden blijkt dat het programma 'Sports Late Night' op 'Play4' op zaterdag 30 januari 2021 (23u15 tot 00u20) en zondag 31 januari 2021 (22u50 tot 00u20) telkens wordt voorafgegaan, gevolgd en onderbroken door een reclameblok. Het reclameblok begint steeds met een reclamebumper (met vermelding van het woord "RECLAME") en wordt aan het einde ook afgesloten met een reclamebumper.

Zowel in de reclameblokken die het programma voorafgaan als in de reclameblokken die tijdens de onderbreking van het programma worden uitgezonden, is de voorlaatste spot telkens een reclamespot voor 'BWIN' (duurtijd 20 seconden). Daarna volgt nog een andere reclamespot en wordt het reclameblok afgesloten met een bumper. Vervolgens wordt een spot voor 'UNIBET' (voorzien van sponsorlogo) getoond waarin de volgende boodschap wordt meegegeven: *"Al sinds 1997 zetten wij verantwoord de toon. UNIBET. Van spelers, voor spelers"*. Na het tonen van deze boodschap (duurtijd ongeveer 7 seconden) start dan het programmaonderdeel).

Aan het einde van het programma wordt (in omgekeerde volgorde) eerst deze spot voor 'UNIBET' uitgezonden. Dan volgt nog een aankondiging voor eigen programma's later die week, respectievelijk 'Dag Dokter' en 'Bye Bye Belgium'. En vervolgens start het reclameblok en wordt als tweede reclamespot na de reclamebeginbumper de spot voor 'BWIN' getoond.

31. In de eerste plaats kan op basis van de beelden duidelijk worden vastgesteld dat de spot voor 'BWIN' een reclamespot betreft. Dit wordt door nv SBS

Belgium ook niet betwist. Het gaat onmiskenbaar om een spot met een verkoopsbevorderende boodschap die rechtstreeks aanspoort tot consumptie.

32. Wat vervolgens de kwalificatie van de spot voor 'UNIBET' betreft, kan op basis van de beelden worden vastgesteld dat deze spot, in tegenstelling tot wat de klagende partijen aanvoeren, geen reclame in de zin van het Mediadecreet betreft en het wel degelijk gaat om een sponsorvermelding. De boodschap, die overigens vergezeld gaat van het decretaal vereiste sponsorlogo, beperkt zich tot het verhogen van de merkbekendheid en zet niet rechtstreeks aan tot consumptie. Het gebruik van de slogan "*Van spelers, voor spelers*" doet daaraan geen afbreuk.

Dit houdt in dat de spot niet als 'reclame' kan worden beschouwd, ook niet voor de toepassing van artikel 3 van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018. Er kan immers niet worden voorbijgegaan aan het verslag aan de Koning dat uitdrukkelijk stelt dat de in artikel 3 bedoelde reclamespots moeten worden onderscheiden van andere vormen van commerciële communicatie.

33. Gelet op het voorgaande zijn er dan ook geen twee reclamespots voor aanbieders van sportweddenschappen uitgezonden maar wel een reclamespot en een sponsorvermelding. Er blijkt bijgevolg geen inbreuk op artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018. Deze bepaling verbiedt immers niet uitdrukkelijk dat een reclamespot voor een aanbieder van online sportweddenschappen wordt gevolgd door een sponsorvermelding voor een aanbieder van online sportweddenschappen, zoals in voorliggend geval.
34. Waar de klagende partijen nog aanvoeren dat er minstens een schending van artikel 79 van het Mediadecreet zou zijn geweest, blijkt uit de beelden dat bij de reclameblokken gebruik werd gemaakt van begin- en eindbumpers, dit in overeenstemming met het standpunt van de VRM van 23 februari 2015, waardoor het scheidingsprincipe tussen reclame en redactionele inhoud werd gerespecteerd.

In dat opzicht is er ook geen schending van artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 28 oktober 2018, *a fortiori* niet nu reeds is gebleken dat geen sprake is van twee reclamespots voor aanbieders van online sportweddenschappen maar van één reclamespot, die na het reclameblok wordt gevolgd door een sponsorboodschap.

35. De algemene kamer van de VRM is in het licht van de hiervoor aangehaalde elementen van oordeel dat nv SBS Belgium bij de uitzending van de reclameblokken bij het programma 'Sports Late Night' op 'Play4' op zaterdag 30 januari 2021 (23u15 tot 00u20) en zondag 31 januari 2021 (22u50 tot 00u20), geen inbreuken heeft begaan op artikel 3, § 1, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 en evenmin op artikel 79 van het Mediadecreet.

De klacht is bijgevolg ongegrond.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

de klacht van GVC Services Limited en Derby sa tegen nv SBS Belgium ontvankelijk doch ongegrond te verklaren;

Aldus uitgesproken te Brussel op 10 mei 2021.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
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.