

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t. VZW REGIONALE OMROEP BRABANT**

(dossier nr. 2019/397B)

BESLISSING nr. 2019/024

24 juni 2019



**In de zaak van VRM tegen VZW Regionale Omroep Brabant,**

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 24 juni 2019,  
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, heeft de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 30 maart 2019 van 16u tot 19u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma ROB-TV van VZW Regionale Omroep Brabant.

2. Op 14 mei 2019 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 27 mei 2019 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen VZW Regionale Omroep Brabant (hierna: ROB-TV), met maatschappelijke zetel Vaartdijk 3 bus 401 te 3018 Wijgmaal, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 4 juni 2019 aan ROB-TV meegedeeld.

5. ROB-TV bezorgt per brief van 14 juni 2019 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. ROB-TV wenst geen gebruik te maken van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 24 juni 2019.

## DE FEITEN

7.1. De uitzendingen van ROB-TV omvatten een programmatie in lusvorm waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden.

De onderzoeksceel stelt vast dat in het programma 'Cocktail' productplaatsing aanwezig is. Het programma met een duurtijd van ongeveer 25min wordt tijdens de onderzochte periode 3 x uitgezonden.

De omroeporganisatie geeft de aanwezigheid van productplaatsing aan door het tonen van het PP-logo bij het begin en aan het einde van de uitzending ervan.

7.2. De presentatrice ontvangt in de studio de zaakvoerster van een bij naam genoemde fair trade- en eco-shop, waarvan de website een paar keer tijdens het item gedurende 5 seconden in beeld gebracht wordt en waarvan het adres een paar keer tijdens het gesprek vermeld wordt.

In de studio staan op een tafeltje in het midden een aantal producten uit de winkel uitgesteld.

Op vraag van de presentatrice omschrijft de zaakvoerster haar winkel, de soort producten die worden verkocht, de materialen waaruit die bestaan en het brede gamma dat wordt aangeboden.

De presentatrice stelt voor om naar een filmpje te kijken. Daarbij worden de winkel en de diverse producten gedurende 1 minuut in beeld gebracht. De presentatrice omschrijft de winkel als gezellig en kleurrijk terwijl de zaakvoerster getuigt over de positieve reacties van haar cliënteel.

Verder informeert de presentatrice naar de missie van de zaak, vertelt de zaakvoerster op welke wijze het initiatief voor de eco-shop en de webshop is ontstaan, wordt er door de presentatrice geïnformeerd naar de workshops die worden aangeboden waarop de zaakvoerster 3 voorbeelden geeft en wordt er op lovende wijze door zowel de presentatrice als de zaakvoerster een bepaald soort handtas besproken.

Volgens de presentatrice loont het de moeite om deze shop te bezoeken, kondigt ze aan dat er een mooi geschenk voor de kijkers is, namelijk 3 geschenkbonnen voor een gratis workshop en roept ze de kijkers even later op

om te SMS'en om de geschenkbonnen te winnen. De zaakvoerster had daarbij eerder al naar de website doorverwezen voor de keuze in de workshops.

7.3. Volgens de onderzoeksceel is het onderwerp van het programma-onderdeel de bedrijfsactiviteit van een 'ecologische' shop waar men duurzame consumptiemiddelen verkoopt.

Volgens de onderzoeksceel toont de presentatrice zich niet enkel benieuwd maar uit zij nadrukkelijk haar persoonlijke sympathie door de kijker zelf aan te sporen om de eco-shop te gaan bezoeken.

De presentatrice en de omroep in kwestie verlenen hun volledige medewerking aan de promotie van de eco-shop door de zaakvoerster de mogelijkheid te geven om het aanbod van de zaak aan te prijzen waarbij de zaakvoerster geschenkbonnen ter beschikking stelt.

Door de specifieke aanprijzingen en aansporingen tot aankoop is er volgens de onderzoeksceel sprake van een te verregaande verwevenheid tussen redactionele inhoud en commerciële communicatie in dit programma.

De onderzoeksceel meent dat ROB-TV hierdoor een inbreuk begaat op de toepassing van artikel 100 §1, 2°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

## TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 99 van het Mediadecreet luidt als volgt:

*"Productplaatsing is toegestaan ten aanzien van:*

*1° het opnemen of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk tegen betaling. In voorkomend geval is productplaatsing enkel toegestaan in (televisie)films, series, sportprogramma's en lichte amusementsprogramma's, met uitzondering van kinderprogramma's;*

*2° goederen of diensten die gratis worden geleverd, zoals productiehulp en prijzen, met het oog op de opname ervan in een programma. In voorkomend geval is productplaatsing toegestaan in alle soorten programma's, behoudens in alle kinderprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap. De Vlaamse Regering kan dit verbod uitbreiden tot de kinderprogramma's van de andere omroeporganisaties."*

8.2. Artikel 100, § 1, 2º, van het Mediadecreet bepaalt :

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

*2º ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen.”*

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

9. ROB-TV erkent de vaststellingen gemaakt door de onderzoekscel en betreurt de overtreding.

De omroeporganisatie geeft verder mee dat de exploitatie van de omroep recent door een exploitatiemaatschappij gebeurt, die er op zal toezien dat dergelijke overtreding in de toekomst vermeden zal worden.

Tot slot meent ROB-TV dat een waarschuwing zou kunnen volstaan rekening houdende met onder meer het beperkte bereik van het programma. De omroeporganisatie deelt ten slotte de kijkcijfers mee.

### **B. Beoordeling**

10.1. Overeenkomstig artikel 99 van het Mediadecreet is het omroeporganisaties toegestaan om programma’s uit te zenden die productplaatsing bevatten, tegen betaling dan wel na gratis aanlevering van de betreffende goederen of diensten (zoals bij productiehulp).

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat in het programma ‘Cocktail’, zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode, productplaatsing aanwezig is. De productplaatsing blijkt uit de talrijke visuele en auditieve vermeldingen van de eco-shop/webshop, haar producten en het PP-logo door ROB-TV aangebracht bij de aanvang en aan het einde van de programma. Deze vaststelling wordt door ROB-TV niet betwist.

Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt de voorwaarden waaraan programma’s die productplaatsing bevatten, moeten voldoen. Dergelijke programma’s mogen onder meer niet rechtstreeks aansporen tot aankoop van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen (artikel 100, § 1, 2º, van het Mediadecreet).

10.2. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat in het betreffende programma-onderdeel de economische activiteit van één specifieke handelszaak centraal wordt gesteld. De activiteit van de betrokken eco-shop/webshop is immers de verkoop van consumptieartikelen en workshops, die in de winkel en via de webshop worden aangeboden.

Er wordt gebruik gemaakt van een promotioneel ondersteunende beeldvorming (o.m. door beeldkadering en close-ups) van het aanbod van de handelszaak.

Voor zover die beeldvorming op zich al geen rechtstreekse aansporing voor de kijker vormt, is dit zeker het geval door de combinatie van deze beeldvorming met het enthousiasme van de presentatrice. Zo is de presentatrice in voorliggend geval onder meer van oordeel dat het de moeite loont om de handelszaak te bezoeken en roept ze de kijkers op om deel te nemen aan de SMS-wedstrijd om de geschenkbonnen voor een gratis workshop, aangeboden door de zaakvoester, te winnen.

De Raad van State heeft overigens in dit verband verduidelijkt dat niet moet worden uitgegaan *“van een al te restrictieve interpretatie van de notie ‘rechtstreeks aansporen’, in de zin dat de audiovisuele clip een expliciete aansporing tot aankopen moet bevatten, zoals [...] ‘Ga dat boek kopen’, het geven van kortingen of promoties of de aansporing om [...] te bezoeken [...]. Ook zonder dergelijke woordelijke aansporing kan het geheel van elementen waaruit de audiovisuele clip is opgebouwd nopen tot de conclusie dat [...] de consument in feite zonder omwegen en recht op het doel af – rechtstreeks – wordt aangespoord om het product aan te kopen.”* (Zie RvS 8 november 2018, nr. 242.892, p. 22).

De uitzending van dit programma-onderdeel heeft louter de promotie en gunstige belichting van de handelszaak in kwestie tot doel. De omroeporganisatie verleent daar haar volledige medewerking aan.

ROB-TV betwist de vaststellingen niet.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat ROB-TV een inbreuk heeft begaan op artikel 100, §1, 2<sup>o</sup>, van het Mediadecreet bij de uitzending van ‘Cocktail’ tijdens de onderzochte periode.

11. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het beperkte marktaandeel van het omroepprogramma en het gegeven dat er geen gelijkaardige inbreuken in het verleden zijn geweest.

Daarom is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van VZW Regionale Omroep Brabant een inbreuk vast te stellen op artikel 100, §1, 2°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet VZW Regionale Omroep Brabant hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 24 juni 2019.

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.