

VLAAMSE RAAD VOOR RECLAME EN SPONSORING  
OP RADIO EN TELEVISIE

ADVIES NR. 1994/01 dd. 10/10/1994

Gelet op het decreet van 12 juni 1991, inzonderheid op artikel 15, § 1, 3°

Gelet op het ontwerp van Code goedgekeurd op de vergadering van de Raad van 11 april 1994;

brengt de Vlaamse Raad voor reclame en sponsoring op 10 oktober volgend advies uit :

**VOORAFGAAND**

De Raad heeft naar aanleiding van het ambtshalve onderzoek m.b.t. de sponsorvermeldingen tijdens de BRTN-televisie-uitzendingen van de Wereldbeker Voetbal, waarvan de procedure werd stopgezet, beslist om de problematiek van de sponsoring op radio en televisie in zijn globaliteit te onderzoeken. De Raad heeft beslist zijn bevindingen in de vorm van een advies aan de minister te laten kennen.

De Raad zal dit advies meedelen aan de betrokken omroeporganisaties en dit als richtlijn hanteren bij verdere geschillen.

**ADVIES**

1. In het decreet van 12 juni 1991 tot regeling van de reclame en sponsoring wordt sponsoring als volgt gedefinieerd : "elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezighoudt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele produkties aan de financiering van programma's met het doel hun naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven".

De Raad leidt uit deze definitie af dat sponsoring in essentie een bijdrage is aan de financiering van programma's. De Raad is evenwel van mening dat hieruit niet kan worden afgeleid dat het gehele omroepprogramma van een omroep in zijn totaliteit kan worden gesponsord, aangezien dit zou kunnen leiden tot een uitholling van artikel 12 van het decreet van 12 juni 1991.

De Raad concludeert hieruit dat enkel individueel aantoonbare programma's kunnen worden gesponsord. Principieel lijkt het niet uitgesloten dat speelfilms kunnen worden gesponsord, op voorwaarde dat kan worden aangetoond dat de sponsor daadwerkelijk een financiële bijdrage heeft geleverd, om de programmatie van een bepaald programma of bepaalde programmareeksen mogelijk te maken.

Enkel sponsors van programma's of programma-onderdelen kunnen worden vermeld. Vermeldingen van sponsors van het door de omroeporganisatie uitgezonden of aangekondigde evenement, vallen niet onder de definitie van de toegelaten sponsoring.

2. Artikel 10 van het decreet van 12 juni 1991, zoals het werd vervangen door het decreet van 4 mei 1994, bepaalt de voorwaarden waaraan de sponsorvermeldingen dienen te beantwoorden. De Raad benadrukt hierbij dat de bedoeling van deze vermeldingen is, de kijker/luisteraar te informeren dat een sponsor een financiële bijdrage heeft geleverd aan een programma.

De Raad is van oordeel dat de beperkingen van artikel 10 in 4 essentiële knelpunten kunnen worden vervat :

- 2.1. De sponsoring moet duidelijk blijken uit een auditieve of visuele vermelding (eerste lid). Hierbij kan worden gedacht aan aankondigingen zoals "dit programma wordt gesponsord door..." of "dit programma komt tot stand met de samenwerking van ...".
- 2.2. De vermeldingen mogen uitsluitend voorkomen aan het begin of einde van een programmaonderdeel en in de aankondigingsspot (tweede lid).

De Raad heeft kunnen vaststellen dat bepaalde programma's - veelal sportprogramma's - kunstmatig worden opgesplitst, met het doel deze aldus door verschillende firma's te kunnen laten sponsoren. De definitie die het decreet aan "programma-onderdeel" geeft, lijkt op zichzelf onvoldoende om deze praktijk tegen te gaan. De Raad neemt zich voor om de bepalingen i.v.m. zelfstandige onderdelen van artikel 5, §3 van het decreet analoog te interpreteren bij sponsoring. Bij wijze van voorbeeld kunnen enkel tijdens de pauzes van sportprogramma's en op soortgelijke wijze gestructureerde evenementen en opvoeringen sponsorvermeldingen worden toegelaten.

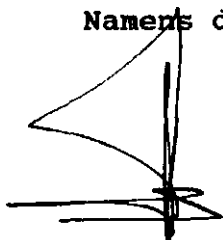
- 2.3. Het tonen van de dienst, het produkt zelf of de verpakking ervan zijn niet toegelaten (derde lid).

De Raad is van oordeel dat de decreetgever hier zeer duidelijk is en wenst te benadrukken dat dit verbod ook geldt, wanneer de verpakking van het produkt als merk zou zijn gedeponeerd.

2.4. Klank- of beeldherkenningstekens verbonden aan de sponsor zijn toegelaten (derde lid).

De Raad is van oordeel dat er een verband moet zijn tussen de gebruikte herkenningstekens en de sponsor.

~~Namens~~ de Raad,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'H. PAS', written over a horizontal line.

H. PAS  
voorzitter