



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV LINT MEDIA

(dossier nr. 2014/155C)

BESLISSING
nr. 2014/043

13 oktober 2014

In de zaak van VRM tegen NV Lint Media,

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 13 oktober 2014,
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 diverse televisieomroeporganisaties op 19 juni 2014 van 17u tot 23u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Sport10 van NV Lint Media.

2. Op 18 juli 2014 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 8 september 2014 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Lint Media (hierna : Sport10), met maatschappelijke zetel Fabriekstraat 38 te 2547 Lint, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 11 september 2014 aan Sport10 meegedeeld.

5. Op 26 september 2014 ontvangt de VRM de schriftelijke opmerkingen van Sport10.

6. Sport10 maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 13 oktober 2014.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode omstreeks 17u26 het auto- en rallyprogramma 'Pitstoptv.be', een programma van Peter Baert AV Producties voor JUST, wordt uitgezonden. Voor de aanvang van het tweede deel wordt omstreeks 17u46 de sponsorvermelding voor www.ikrijslim.be (van het bedrijf "Cars4Pub", dat tevens visueel wordt vermeld) uitgezonden.

De spot duurt zeven seconden en bestaat uit een stilstaande en beeldvullende afbeelding van een witte wagen.

Bovenaan in beeld wordt volgende tekst vermeld : (*vraag*)... "ZIN IN EEN SPLINTERNIEUWE WAGEN?"... (*antwoord*) "WWW.IKRIJSLIM.BE". Naast de wagen werd een andere visuele vermelding weggeblurd.

De sponsorboodschap wordt uitgezonden ten behoeve van het bedrijf "ikrijslim.be" (merknaam van BVBA Cars4Publicity) dat de mogelijkheid biedt een wagen naar keuze te huren aan een scherpe prijs. Deze wagen is bedrukt met het handelsmerk, logo of slogan van een adverteerder waarmee het bedrijf samenwerkt.

Volgens de onderzoeksceel krijgt de sponsorboodschap het karakter van een reclameboodschap, waardoor ze niet strookt met artikel 2, 41^o, van het van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 2, 41^o, van het Mediadecreet bepaalt:

"In dit decreet wordt verstaan onder:

41^o sponsoring : elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming, een overheid of een natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve producties, aan de financiering van omroepdiensten of programma's met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven."

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9. Sport10 erkent de inbreuk maar beroept zich op verzachtende omstandigheden en vraagt om clementie.

De omroeporganisatie wijst er op dat het hier om een eerste inbreuk in zes jaar gaat, dat ze direct actie ondernomen heeft zodra ze in kennis gesteld werd van de mogelijke inbreuk en dat er preventieve maatregelen genomen zijn om een herhaling in de toekomst te vermijden.

Tenslotte herinnert Sport10 er aan dat zij een kleine nichezender zijn, enkel zichtbaar op Belgacomtv.

B. Beoordeling.

10.1. Sedert de inwerkingtreding van het decreet van 2 februari 2007 houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van het Mediadecreet, dat de basis is voor de huidige definitie van sponsoring, moet een sponsorvermelding beperkt blijven tot een vermelding van de sponsor(s), zo blijkt uit de memorie van toelichting : *"Hoewel [door het wegvallen van de tijdslimieten en het verbod op andere sponsorbepalingen] ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt (...) Bovendien moet het onderscheid duidelijk blijven tussen sponsorvermeldingen en reclamespots. Het is de bedoeling dat sponsorboodschappen beperkt blijven tot een vermelding, en dat dit geen audiovisuele reclamespots worden."* (Parl. St., VI. Parl., 2006-2007, nr. 1021/1, 7).

Het onderscheid tussen een sponsorvermelding en een reclameboodschap, zoals gezien door de decreetgever, wordt in de parlementaire voorbereiding als volgt verduidelijkt : *“Verder is het vanzelfsprekend dat een sponsorvermelding moet voldoen aan artikel 2, 16°, van de mediadecreten, waarin het beoogde doel en de andere elementen van sponsoring worden omschreven. Het onderscheidende criterium is dan ook de boodschap, en niet de vorm, van de sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor voldoet aan artikel 2, 16°, omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Parl. St., VI. Parl., 2006-2007, nr. 1218/4, 3).

In voorliggende zaak gaat het niet om een louter imago-ondersteunende boodschap van de sponsor in kwestie. De sponsorvermelding bevat specifieke promotionele elementen die aanzetten tot consumptie door het gebruik van de woorden ‘zin in’ en ‘splinternieuw’. Door de website “www.ikrijslim.be” als antwoord voor te stellen op de vraag “zin in een splinternieuwe wagen?” wordt de kijker aangespoord om die website te bezoeken. Daardoor is niet voldaan aan de bepalingen van artikel 2, 41°, van het Mediadecreet.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met de omvang van de omroeporganisatie, het feit dat de omroeporganisatie heeft aangekondigd zich onmiddellijk te zullen conformeren en dat het om een eerste inbreuk gaat. Daarom is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Lint Media een inbreuk vast te stellen op artikel 2, 41°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Lint Media te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 13 oktober 2014.

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.