



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2014/154)

BESLISSING  
nr. 2014/041

13 oktober 2014



**In de zaak van VRM tegen NV SBS BELGIUM,**

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 31 mei 2010 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 televisieomroepprogramma's op 28 mei 2014 van 16u tot 24u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VIER van NV SBS BELGIUM.

2. Op 13 augustus 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 SBS Belgium (hierna: SBS), met maatschappelijke zetel Fabrieksstraat 55 te 1930 Zaventem, een procedure op tegenspraak op te starten.

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

5. SBS bezorgt op 26 september 2014 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Op de zitting van 13 oktober 2014 wordt SBS vertegenwoordigd door Liesbet Hauben.

## DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode omstreeks 20u04 een sponsorvermelding ten behoeve van 'Chanel' wordt uitgezonden op het omroepprogramma VIER van SBS. De spot duurt ongeveer 15 seconden.

De spot toont een man die aan het surfen is. De merknaam 'Chanel' wordt in het begin gedurende 3 seconden getoond. Op de achtergrond is louter het geluid van de zee te horen. Aan het einde wordt het product auditief vermeld: "Allure Homme Sport, eau extrême" en wordt het parfumsflesje 1,5 seconden getoond.

De onderzoeksceel komt tot de bevinding dat het hier niet gaat om een louter imago-ondersteunende boodschap, slogan of baseline van de sponsor. Hoewel de spot geen expliciete promotionele elementen bevat, creëren de beelden een bepaalde sfeer die aanzet tot consumptie van het getoonde product.

De onderzoeksceel stelt vast dat deze zelfde spot in dezelfde vorm en met dezelfde tijdsduur rond 20u28 uitgezonden wordt op 2BE (NV MEDIALAAN) als reclamespot in een reclameblok.

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

## TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 2, 41°, van het Mediadecreet bepaalt:

*"In dit decreet wordt verstaan onder:*

*41° 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. SBS wijst er op dat de sponsor er voor heeft gekozen om in de bedoelde sponsorvermelding enkel beelden en een – bijzonder beperkte – tekst te gebruiken, die de baseline van de sponsor vormen. De boodschap bevat volgens SBS dan ook geen specifieke promotionele elementen. De omroeporganisatie verwijst naar het onderzoeksrapport van de onderzoeksceel waarin wordt bevestigd dat *‘de spot geen expliciete promotionele elementen bevat.’*

Dat de gebruikte beelden en tekst de baseline van de sponsor vormen, blijkt volgens SBS des te meer uit het feit dat een identieke spot blijkbaar ook door MEDIALAAN werd uitgezonden. Dat de sponsor er voor heeft gekozen om bij MEDIALAAN de spot tijdens de reguliere reclameblokken uit te zenden, belemmert volgens SBS niet dat de sponsor en SBS er voor hebben gekozen om de bedoelde spot op VIER als sponsorvermelding uit te zenden, net omwille van het ontbreken van expliciete promotionele elementen.

SBS merkt nog op dat een identieke spot van Chanel van 9 tot en met 29 september 2013 als sponsorboodschap en reclamespot werd uitgezonden op onder meer de omroepprogramma's van SBS, zonder dat dit heeft geleid tot een onderzoek van de onderzoeksceel.

## **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, slogan of baseline van de sponsor in kwestie.

De opbouw van de spot is qua uitzicht en vorm vergelijkbaar met andere reclamespots voor parfum. Hoewel de spot geen expliciete promotionele elementen bevat, wordt door de beelden een sfeer gecreëerd, die aanzet tot consumptie van het getoonde beeld.

De spot krijgt dan ook het feitelijk karakter van een reclameboodschap. Dit wordt nog versterkt door het gegeven dat dezelfde spot door een andere private televisieomroeporganisatie als reclameboodschap in het reclameblok werd uitgezonden.

SBS begaat door de uitzending van de sponsorboodschap in kwestie om bovenstaande redenen een inbreuk op artikel 2, 41°, van het Mediadecreet. Het gegeven dat dezelfde spot eerder reeds door SBS als sponsorvermelding werd uitgezonden, zonder dat dit aanleiding heeft gegeven tot een ambtshalve onderzoek, doet hier geen afbreuk aan.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat de uurlimiet voor reclame – de duur van de sponsorvermelding meegeteld – niet werd overschreden. Daarom is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

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

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

Overeenkomstig artikel 228, 1º, van het Mediadecreet NV SBS Belgium 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.