

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2016/240)

BESLISSING nr. 2016/043

27 juni 2016

In de zaak van VRM tegen NV MEDIALAAN,

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 27 juni 2016,
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) een eigen monitoring gedaan van de uitzendingen door NV MEDIALAAN (VTM) van vrijdag 20 mei 2016 (20u40 tot 23u00) waarbij het programma 'The Voice van Vlaanderen' aan een onderzoek werd onderworpen.
2. Op 30 mei 2016 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzending.
3. Op 6 juni 2016 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak op te starten.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende

brief van 7 juni 2016 aan Medialaan meegedeeld.

5. Medialaan bezorgt per brief van 22 juni 2016 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Op de zitting van 27 juni 2016 wordt Medialaan vertegenwoordigd door Katrien Lefever.

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel doet bij de uitzending van het programma 'The Voice van Vlaanderen' op 20 mei 2016 (20u40 tot 23u00), een muzikale talentenjacht, de volgende vaststellingen.

Het programma wordt 4 keer onderbroken. Tijdens sommige delen van het programma en tijdens sommige onderdelen van de onderbrekingen kan er gestemd worden voor bepaalde deelnemers via sms (0,75 euro/sms).

Aan het einde van het eerste deel van het programma meldt de presentator: *"Zo meteen gaat Ann de lijnen sluiten tijdens de break. Tot zo!"*

Er wordt een beginbumper getoond die het reclameblok aankondigt waarna 12 reclamespots volgen.

Na deze 12^{de} reclamespot volgt onmiddellijk de boodschap van de presentatrice van het programma 'The Voice van Vlaanderen':

"U was verwittigd: ik kom even tussen om de lijnen voor team Bent te sluiten en wel vanaf nu. U kan dus niet meer stemmen. Zo dadelijk zijn we terug met The Voice van Vlaanderen."

Onderaan in beeld verschijnt een pancarte met het logo van het programma, de naam van het team waarvoor gestemd kon worden en de melding 'de lijnen zijn gesloten'. Het zenderlogo van VTM is niet zichtbaar.

Na deze boodschap volgen er onmiddellijk nog 4 reclamespots. Na de laatste reclamespot wordt het reclameblok afgesloten met een eindbumper.

Aan het einde van het tweede deel van het programma 'The Voice van Vlaanderen' zegt de presentatrice: *"U weet het, stemmen is de boodschap, de lijnen staan nu open maar tijdens de onderbreking sluit ik ze alweer. U weet wat u te doen staat, tot zo meteen."*

Een bumper die het reclameblok aankondigt wordt getoond waarna 14 reclamespots volgen.

Na deze 14^{de} reclamespot volgt opnieuw onmiddellijk de boodschap van de presentatrice:

“Hier ben ik weer. Maak nog snel die naam af, druk op verzenden en ... stop. Want de lijnen van team ‘Koen’ gaan dicht vanaf nu. Hopelijk heb jij jouw favoriet meegenomen naar volgende week. Zo dadelijk kom je het te weten in The Voice van Vlaanderen.”

Na deze boodschap volgen er onmiddellijk nog 4 reclamespots. Na de laatste reclamespot wordt het reclameblok afgesloten met een eindbumper.

Aan het einde van het derde deel van het programma ‘The Voice van Vlaanderen’ zegt de presentatrice: *“Stemmen doe je best onmiddellijk want tijdens de reclameonderbreking sluit ik de lijnen. Als je vindt dat iemand zéker de finale moet halen, dan is sms’en de boodschap. Tot zo dadelijk!”*

Een bumper die het reclameblok aankondigt wordt getoond waarna 11 reclamespots volgen.

Na de 11^{de} reclamespot volgt opnieuw onmiddellijk een boodschap van de presentatrice:

“Mag ik even storen? ‘k Heb een mededeling van groot belang. De stemmers van team Natalia mogen stoppen met sms’en want de lijnen sluiten en wel nu. Zo dadelijk kan je weer verder genieten van The Voice van Vlaanderen en weet je wie door mag voor team Natalia. Tot zo!”

Na deze boodschap volgen er onmiddellijk nog 4 reclamespots. Na de laatste reclamespot wordt het reclameblok afgesloten met een eindbumper.

Tijdens de vierde onderbreking van het programma kan er niet gestemd worden. Er wordt dan ook geen extra boodschap uitgezonden.

7.2. De onderzoekscel stelt vast dat in 3 reclameblokken telkens een fragment met redactionele inhoud wordt getoond, namelijk de mededeling door de presentatrice van het programma ‘The Voice van Vlaanderen’ dat de sms-lijnen op dat ogenblik sluiten.

Bijgevolg begaat Medialaan, aldus de onderzoekscel, een inbreuk op artikel 79, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 79, § 1, van Mediadecreet luidt als volgt:

“Televisierelame, 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.

(...)”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9. Medialaan voert aan dat de reclameblokken, waarnaar in het onderzoeksrapport wordt verwezen, voldoen aan de vereisten zoals opgenomen in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet. Medialaan wijst erop dat het standpunt van de VRM van 23 februari 2015, dat bepaalt dat reclamebumpers minimaal 2 seconden beeldvullend worden uitgezonden en dat op de beginbumper het woord ‘reclame’ wordt vermeld, in casu werd toegepast. Medialaan is van mening dat het scheidingsprincipe niet van toepassing is op redactionele inhoud of onderdelen van programma’s die tijdens een reclameblok worden getoond. Volgens Medialaan kan er immers geen verwarring ontstaan bij de kijker, omdat door de uitzending van de beginbumper van een reclameblok reeds duidelijk is dat men het programma heeft verlaten en in een commerciële omgeving terechtgekomen is.

Medialaan wijst er tevens op dat eerdere monitorings door de onderzoekscel van het programma ‘The Voice van Vlaanderen’ op 7/02/2014, 9/05/2014 en 19/02/2016, geen aanleiding hebben gegeven tot een ambtshalve onderzoek. Medialaan is er te goeder trouw van uitgegaan dat de uitzendingen van ‘The Voice van Vlaanderen’, inclusief de mededeling van de presentatrice in de reclameblokken dat er niet meer kan gestemd worden, in overeenstemming waren met de bepalingen van het Mediadecreet.

B. Beoordeling

10.1 Het verweer dat het scheidingsprincipe, zoals vastgelegd in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet, niet van toepassing is op redactionele inhoud of onderdelen van programma's die tijdens de reclameblokken worden getoond, kan niet worden aanvaard.

Wanneer reclameboodschappen afgewisseld worden met eigen redactionele fragmenten, dient het scheidingsprincipe gerespecteerd te worden. Zowel het Mediadecreet als de Europese regels en de interpretatie ervan bepalen dat reclame op elk ogenblik moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud, opdat ze niet met elkaar zouden worden verward door de kijker.

Door het afwisselen of vermengen van reclameboodschappen met eigen, redactionele fragmenten en dus niet-commerciële inhoud is de reclame niet onderscheiden van de redactionele inhoud en kan bij de kijker verwarring ontstaan over de aard van de boodschap waarnaar hij kijkt.

Artikel 79, §1, van het Mediadecreet bepaalt dat televisiereclame duidelijk moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Het gegeven dat de reclameblokken waarin de reclameboodschappen en eigen, redactionele fragmenten vervat zitten, van de andere programma's afgescheiden worden door een reclamebumper, doet hieraan geen afbreuk en verhindert niet dat de boodschappen onderling niet van mekaar zijn onderscheiden.

10.2. Tijdens de onderzochte uitzendingen wordt in drie reclameblokken telkens een fragment met redactionele inhoud getoond, waarin de presentatrice van het programma 'The Voice van Vlaanderen' meldt dat de lijnen sluiten en dat vanaf dat specifieke moment de kijker dus geen geldige stem meer kan uitbrengen voor zijn favoriete deelnemer.

Noch aan het begin van deze redactionele boodschap noch aan het einde van de redactionele boodschap is er een visueel, akoestisch of ruimtelijk middel waarvan de reclamespots van deze redactionele boodschap worden onderscheiden.

Hieruit volgt dat de omroeporganisatie een inbreuk begaat op artikel 79, §1, van het Mediadecreet door in de reclameblokken eigen, redactionele fragmenten in te lassen.

Het feit dat eerdere controles van het programma 'The Voice van Vlaanderen' geen aanleiding hebben gegeven tot het opstarten van een ambtshalve onderzoek, sluit geenszins uit dat via de huidige ambtshalve procedure een

inbreuk wordt vastgesteld. Bovendien toont Medialaan niet aan dat tijdens de uitzendingen waar zij naar verwijst de reclameblokken werden onderbroken door een redactionele mededeling.

10.3. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat het miskennen van het scheidingsprincipe tussen reclameboodschappen en redactionele inhoud een ernstige inbreuk betreft. Daarenboven weegt de wijze waarop reclame en redactionele inhoud wordt vermengd extra zwaar door. Door de aankondiging dat tijdens de onderbreking voor reclame een mededeling zal plaatsvinden over het afsluiten van de sms-lijnen, wordt de kijker ertoe aangezet om de reclameblokken te bekijken.

Tot slot houdt de VRM tevens rekening met het feit dat aan Medialaan voor een eerdere inbreuk op art. 79, § 1, van het Mediadecreet, een boete van 5000 euro werd opgelegd (beslissing 2015/039 van 11 mei 2015).

Gelet op het voorgaande en het hoge tarief van de reclamespots is een administratieve geldboete van 15.000 euro in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV MEDIALAAN een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV MEDIALAAN een administratieve geldboete van 15.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 27 juni 2016.

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.