

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2017/262B)

BESLISSING nr. 2017/017

13 maart 2017

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 maart 2017,
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 3 december 2016 (08u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma ZES van NV SBS Belgium.

2. Op 12 januari 2017 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 23 januari 2017 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV SBS Belgium (hierna: SBS), met maatschappelijke zetel Harensessesteenweg 224 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende

brief van 27 januari 2017 aan SBS meegedeeld.

5. SBS bezorgt per mail en aangetekende brief van 13 februari 2017 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Op de hoorzitting van 13 maart 2017 wordt SBS vertegenwoordigd door Liesbet Hauben.

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel stelt vast dat van 8u00 tot 9u00 de uitzending van radio Nostalgie (NV Vlaanderen Eén) wordt doorgegeven via ZES (NV SBS Belgium).

Het auditieve deel van deze uitzending van Nostalgie via ZES bevat reclameblokken, jingles van Nostalgie, muziekprogramma's van Nostalgie en nieuwsuitzendingen zoals zij worden uitgezonden via radio Nostalgie.

Visueel worden doorlopend beeldvullende pancartes getoond waarop telkens het logo van radio Nostalgie te zien is. Er wordt een programma-aankondiging getoond van 'De Goeie Morgen – van maandag t.e.m. vrijdag op Nostalgie en ZES'. Op andere pancartes wordt aangespoord om te luisteren naar Nostalgie via de website en app : 'Nog meer Nostalgie?' – 'Luister naar de 10 zenders van Nostalgie Extra' en 'Luister overal naar Nostalgie via www.nostalgie.eu of met de Nostalgie app'.

De onderzoeksceel stelt vast dat deze pancartes louter dienen om de diensten en het imago van radio Nostalgie te promoten.

De radioprogramma's van radio Nostalgie gaan niet uit van NV SBS Belgium maar van een andere rechtspersoon (erkende landelijke radio NV Vlaanderen Eén).

De onderzoeksceel stelt vast dat ZES het zendkanaal aldus openstelt voor het promoten van de diensten en radioprogramma's van een andere omroep, zonder dat de kijker van het omroepprogramma ZES wordt gewezen op de aanwezigheid van commerciële communicatie voor radio Nostalgie.

De onderzoeksceel is van oordeel dat ZES door deze wijze van uitzenden de commerciële communicatie voor radio Nostalgie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar voor de kijker maakt.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie volgens de onderzoeksceel een inbreuk op artikel 53 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

7.2. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode omstreeks 19u43 bij het programma 'CSI' een sponsorvermelding voor 'LG' wordt uitgezonden.

Een voice-over vermeldt : "Ervaar de levensechte kleuren van dit programma dankzij LG OLED TV". Het logo 'LG OLED TV 4k' en het product worden getoond, alsook een slogan "Perfect Zwart creëert Perfecte Kleuren".

Volgens de onderzoeksceel bevat de sponsorvermelding echter geen duidelijk identificerend element als sponsor, waardoor de kijker onvoldoende duidelijk zou gewezen worden op het bestaan van een sponsoringovereenkomst.

Bijgevolg is de onderzoeksceel van oordeel dat de omroeporganisatie een inbreuk begaat op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 53 van het Mediadecreet bepaalt:

" Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut moeten gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn."

8.2. Artikel 91, 3°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

"Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen: [...]"

3° de kijkers en de luisteraars worden duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Gesponsorde programma's of teletekstpagina's worden duidelijk als zodanig gekenmerkt door in het begin, tijdens en/of op het einde van het programma of het programmaonderdeel of teletekstpagina's op passende wijze de naam en/of het logo en/of een ander symbool van de sponsor, zoals een verwijzing naar zijn product(en) of dienst(en) of een onderscheidingsteken daarvan, te vermelden."

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9.1. SBS erkent dat er commerciële communicatieboodschappen voor een derde partij werden uitgezonden, zonder dat deze boodschappen als zodanig herkenbaar zijn voor de kijker. Na ontvangst van de brief van de VRM heeft de omroeporganisatie het uitzenden van die commerciële boodschappen onmiddellijk geschorst.

Als verzachtende omstandigheden wijst SBS op het gegeven dat het om een eerste inbreuk gaat en deelt vertrouwelijk de kijkcijfers en reclame-inkomsten mee.

9.2. De omroeporganisatie erkent dat de sponsorvermelding voor 'LG' het sponsorlogo miste. Volgens SBS betreft het een menselijke fout en zijn intussen de nodige maatregelen genomen om de controle op het uitzenden van sponsorvermeldingen op het nieuwe ZES te verscherpen.

De omroeporganisatie merkt op dat het betreffende klokuur absoluut geen twaalf minuten reclametijd kende.

Tot slot deelt SBS vertrouwelijk de kijkcijfers en de inkomsten mee.

B. Beoordeling

10.1. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat SBS tijdens de onderzochte periode tussen 8u00 en 9u00, door middel van beeldvullende pancartes met promotionele boodschappen voor de radio-omroepprogramma's van radio Nostalgie, commerciële communicatie heeft uitgezonden die niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar is. Dit wordt niet betwist door de omroeporganisatie.

Bijgevolg heeft SBS de bepalingen van artikel 53 van het Mediadecreet geschonden.

Bij het bepalen van de sanctie kan de VRM er niet aan voorbijgaan dat de scheiding tussen redactionele inhoud en commerciële communicatie, en daaruit voortvloeiend dus ook het gemakkelijk herkenbaar zijn van commerciële communicatie voor de kijker, een basisprincipe van het Mediadecreet is en dat een inbreuk hierop daarom altijd als zeer ernstig wordt beschouwd. Daarenboven werd SBS, in tegenstelling tot wat de omroeporganisatie zelf beweert, reeds voor een gelijkaardige inbreuk gesanctioneerd (zie beslissing nr. 2016/009 van 08/02/2016).

Tegelijk houdt de VRM rekening met het uitzenduur, de beperkte kijkcijfers en reclame-inkomsten en met het gegeven dat het uitzenden van dergelijke commerciële communicatieboodschappen intussen geschorst zou zijn.

Daarom is een administratieve geldboete van 3000 euro in dit geval een gepaste sanctie.

10.2. Artikel 91, 3°, van het Mediadecreet schrijft voor dat de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Een sponsorvermelding dient daartoe een duidelijk identificerend element te bevatten: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst.

Tijdens de informatievergadering op 20 oktober 2014 betreffende commerciële communicatie heeft de VRM de principes overlopen die gelden bij uitzending van onder meer sponsorvermeldingen. Daarbij is met name gewezen op de noodzaak aan een sponsoridentificatie, gelet op het standpunt van de Europese Commissie hierover. Vanaf 1 januari 2015 wordt door de VRM toegezien op de aanwezigheid van dergelijke sponsoridentificatie.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat de uitgezonden sponsorvermelding voor 'LG' geen duidelijk identificerend element als sponsor bevat, hetgeen SBS erkent.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat SBS een inbreuk heeft begaan op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet.

Het verweer dat het betreffende klokuur geen twaalf minuten reclamezendtijd kende, doet hieraan geen afbreuk en is hier niet dienend.

Bij het bepalen van de sanctie kan de VRM er niet aan voorbijgaan dat SBS in het verleden reeds voor een gelijkaardige inbreuk gesanctioneerd werd (zie beslissing nr. 2015/041 van 8 juni 2015 – beslissing nr. 2015/079 van 14 december 2015). Tegelijk houdt de VRM rekening met de heel lage kijkcijfers en inkomsten.

Daarom is een administratieve geldboete van 1000 euro in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV SBS Belgium een administratieve geldboete van 3000 euro op te leggen.

2. In hoofde van NV SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV SBS Belgium een administratieve geldboete van 1000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 13 maart 2017.

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.