



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV PRIME PROJECTS MEDIA GROUP

(dossier nr. 2009/0465)

BESLISSING
nr. 2009/037

20 april 2009

In de zaak van VRM tegen NV Prime Projects Media Group,

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr E. BREWAEYS, *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 20 april 2009,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit monitoring van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de Regulator) de uitzendingen van 6 diverse televisieomroepen, uitgezonden op 28 februari 2009 van 17 uur tot 23 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Move-On TV van NV Prime Projects Media Group.

Het onderzoek werd uitgevoerd op basis van opnames door Mediaxim.

2. Op 16 maart 2009 legt de onderzoekscel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut tijdens de uitzendingen op 28 februari 2009 van het omroepprogramma Move-On TV.

3. Op 23 maart 2009 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Prime Projects Media Group (hierna: PPMG), met maatschappelijke zetel Haachtsebaan 123 te 3140 Keerbergen, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. De beslissing om een procedure op tegenspraak op te starten wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 26 maart 2009 meegedeeld aan de heer Ludwig Stevens, advocaat, Kapitein Gilsonplein 20 te 3200 Aarschot. Bij vonnis van de rechtbank van koophandel te Leuven van 11 februari 2009, werd PPMG in staat van faillissement verklaard, met als curator Mr. Stevens.

5. Mr. Stevens wordt bij dezelfde aangetekende brief van 26 maart 2009 uitgenodigd om binnen twee weken na ontvangst van de bevindingen uit het onderzoeksrapport zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. Mr. Stevens krijgt ook de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting op 20 april 2009.

6. De heer Ludwig Stevens meldt per fax van 31 maart 2009 aan de Regulator PPMG aan te manen alle activiteiten stop te zetten.

Mr. Stevens is niet aanwezig op de hoorzitting van 20 april 2009.

DE FEITEN

7. PPMG werd in het verleden reeds in drie verschillende beslissingen van de Regulator een administratieve geldboete opgelegd wegens uitzendingen met reclame in programma's op het omroepprogramma Move-On TV (zie beslissing nr. 2008/011 van 18 januari 2008, beslissing nr. 2008/053 van 15 september 2008 en beslissing nr. 2009/001 van 19 januari 2009).

8. *Reclame in programma's*

8.1. Het programma 'Fashion & Beauty' bestaat uit zes korte reportages (Datai, Pumabag/Francis Ferent, Clinique, Hilfiger, Cartier, Natan).

Tijdens de reportage rond het merk Hilfiger wordt een interview getoond met de Training & Promotion Manager Benelux waarbij deze de mogelijkheid wordt geboden de 'Hilfiger'-geur te promoten en waarbij doorlopend beeldopnamen van Hilfigerkledij, Hilfigerparfum (of eau de toilette) en -verzorgingsproducten in beeld worden gebracht met duidelijk zichtbaar logo.

De reportage rond het merk Clinique toont interviews met een PR manager, een Brand General Manager en een Executive Director Research & Development, die de mogelijkheid worden geboden de kwaliteiten van het allernieuwste product 'Clinique Superdefense' toe te lichten bij de lancering ervan; de interviews vinden allemaal plaats voor een display waarop een duidelijke foto te zien is van het product in kwestie met duidelijk herkenbare merknaam.

8.2. In het programma 'Move' worden (onder meer) nieuwe modellen van diverse automerken voorgesteld (Opel 'Insignia' en Alfa Romeo 'Mito'). In de reportages wordt uitgebreid aandacht besteed aan de nieuwe modellen van de respectievelijke merken, die uitvoerig in beeld worden gebracht en waarvan de eigenschappen door vertegenwoordigers van de respectievelijke automerken worden besproken.

Er worden lovende bewoordingen, superlatieven en aantrekkelijke beeldopnames gehanteerd die de betrokken automerken zeker promotioneel ten goede komen. Tijdens de reportages worden tussen de vraaggesprekken en toelichtingen stevast beelden gebruikt uit

publiciteitscampagnes of promotionele bedrijfs filmpjes die door de betrokken automerken zelf blijken ter beschikking te zijn gesteld.

8.3. Het programma 'Travelling & Adventure' bestaat uit 3 reportages rond locaties (Torre de Alta Mar, Custo en Shoko) te Barcelona. Het programma zelf blijkt te zijn gesponsord door Tao (drinks). Tijdens het programma blijken regelmatig beelden voor te komen van mensen die uit een blikje Toa drinken.

In een reportage rond het hotel 'Torre de Alta Mar' krijgt de betrokken hotelmanager ook uitgebreid de kans de troeven van het hotel toe te lichten doch hierbij wordt steeds een blik Tao met duidelijk zichtbaar logo strategisch op de voorgrond in beeld gebracht.

HET RECHT

9.1. Artikel 101, § 1, eerste lid, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna: Mediadecreet) luidt als volgt:

“§ 1. Reclame en telewinkelen moeten duidelijk als dusdanig herkenbaar zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden zijn van de programma's.”

9.2. Artikel 105 van het Mediadecreet bepaalt:

“§ 1. Met behoud van de toepassing van artikel 101, § 1, en artikel 104 mogen de programma's geen reclame, in welke vorm dan ook, bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

Niet te vermijden reclame is reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt.

§ 2. Het tonen van naam, merk of logo bij verslaggeving van sportwedstrijden of cultuurmanifestaties wordt als niet te vermijden beschouwd.

Bij opnamen door of in opdracht van een televisieomroep mag het uitsluitend om niet-overheersende beelden gaan die niet veelvuldiger, niet langer of niet groter in beeld worden gebracht dan voor een goed verslag van het evenement noodzakelijk is.

§ 3. In een televisieprogramma is, inzake het vertonen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vertonen van het product of de dienst toegestaan op voorwaarde dat er geen ongegronde aandacht wordt besteed aan deze producten of diensten. De prijzen mogen maximaal twee keer worden getoond of vermeld.

§ 4. *In een radioprogramma is inzake het vermelden van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vermelden van naam of merk van het product of de dienst of van degene die de prijs aanbiedt, toegestaan op voorwaarde dat er geen gebruik wordt gemaakt van aanprijzingstechnieken. De vermelding mag maximaal twee keer voorkomen.*

§ 5. *Naam- en merkvermeldingen van producten of diensten, zonder de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen in andere programma's, kunnen worden aanvaard als ze voor het programma inhoudelijk verantwoord en noodzakelijk zijn."*

A. Argumenten van PPMG

10. De curator Mr. Stevens verklaart PPMG aan te manen alle verdere activiteiten vanaf de datum van het faillissement onmiddellijk te beëindigen.

B. Beoordeling

11.1. In het Mediadecreet wordt in artikel 101, § 1, eerste lid, uitgegaan van het basisprincipe dat er een duidelijke scheiding moet zijn tussen reclame en programma's.

11.2. Daarom wordt in artikel 105, § 1, van het Mediadecreet gesteld dat de programma's geen reclame, in welke vorm dan ook, mogen bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

11.3. Artikel 105 beschrijft wat als niet te vermijden reclame beschouwd moet worden. Het gaat in de eerste plaats om reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt (§ 1). De uitzonderingen van §§ 2, 3 en 4, zijn in dit geval niet van toepassing. De bedoelde programma's zijn immers noch een verslaggeving van een sport- of culturele manifestatie, noch wordt daarin een prijs ter beschikking gesteld van het publiek.

11.4. De betrokken omroep kan zich niet beroepen op artikel 105, § 5, van het Mediadecreet. In dat geval moet immers aangetoond worden dat het, gelet op de inhoudelijke relevantie voor het programma, om niet te vermijden reclame gaat. Tijdens de parlementaire behandeling van de betrokken bepaling in de commissie is in dit verband het volgende opgetekend: "*Voorwaarde is dat deze vermelding of vertoning op een evenwichtige wijze in het programma voorkomt en in een redelijke verhouding staat tot het (niet-commerciële) doel van het programma*" (Parl.Doc. VI. R. 1990-91, nr. 489/1, 8-9).

11.5. De bovengenoemde programma's bevatten reclame onder de vorm van naam- en merkvermeldingen, enerzijds van merken, anderzijds van welbepaalde producten. In feite gaat het telkens om korte

publiciteitsreportages die, ondanks het aangemeten informatief karakter, evenzeer een verkoopsbevorderend karakter hebben.

De merken en/of producten worden vrij langdurig en veelvuldig getoond. Daaruit moet worden afgeleid dat deze reclamevorm in de verschillende programma's met nadruk in beeld werd gebracht, terwijl PPMG invloed kon uitoefenen op het in beeld brengen van deze reclame-uiting. Aldus gaat het niet om niet te vermijden reclame-uitingen.

11.6. PPMG heeft de bepalingen van artikel 101, § 1, eerste lid, en 105, § 1, van het Mediadecreet geschonden in de onderzochte periode op 28 februari 2009.

De vastgestelde overtredingen doen de Regulator besluiten de erkenning van PPMG als doelgroep- en themaomroep voor het omroepprogramma 'Move-On TV' in te trekken.

Bij het bepalen van de sanctie kan de Regulator niet voorbijgaan aan het gegeven dat PPMG eerder reeds voor gelijkaardige feiten administratieve geldboetes opgelegd heeft gekregen (zie beslissing nr. 2008/011 van 18 januari 2008 en beslissing nr. 2008/053 van 15 september 2008 en beslissing nr. 2009/001 van 19 januari 2009).

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Prime Projects Media Group inbreuken vast te stellen op artikel 101, § 1, eerste lid, en 105, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 176, § 1, 6°, van het Mediadecreet de erkenning van NV Prime Projects Media Group als doelgroep- en themaomroep voor het omroepprogramma 'Move-On TV' in te trekken.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 20 april 2009.

D. PEEREMAN
griffier

E. BREWAEYS
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.