



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2007/0414/2)

BESLISSING
nr. 2008/022

14 maart 2008

In de zaak van VRM tegen NV SBS Belgium,

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

Dhr J. BAERT, *voorzitter*,
Dhr P. HERROELEN,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 18 januari 2008 en 14 maart 2008,

Neemt op de laatst vermelde 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 om op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven gerichte controles uit te voeren inzake de naleving van de regels inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut op radio en televisie, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de Regulator) de uitzendingen van volgende films onderzocht : ‘Serendipity’ via VTM (uitgezonden op 6 oktober 2007), ‘Rush Hour 2’ (uitgezonden op 12 oktober 2007) en ‘Unfaithful’ (uitgezonden op 13 oktober 2007) via KanaalTwee, ‘Remember the Titans’ (uitgezonden op 5 oktober 2007) en ‘Be cool’ (uitgezonden op 6 oktober 2007) via VT4 en ‘The Brooke Ellison Story’ (uitgezonden op 5 oktober 2007) via VijfTV.

Het betreft hier de uitzendingen van het omroepprogramma VT4 en VijfTV van NV SBS Belgium.

Het onderzoek werd uitgevoerd op basis van eigen opnamen van de betrokken uitzendingen ten kantore van de Regulator.

2. Met een nota van 7 december 2007 heeft de onderzoekscel van de Regulator de resultaten van het gevoerde onderzoek meegedeeld aan de algemene kamer van de Regulator.

3. De Regulator beslist op 14 december 2007 om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV SBS Belgium (hierna : SBS), met maatschappelijke zetel Fabrieksstraat 55 te 1930 Zaventem, een ambtshalve onderzoek te starten.

4. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met de bevindingen uit het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 19 december 2007 aan SBS meegedeeld. De omroep wordt tevens uitgenodigd om binnen vijftien dagen na ontvangst ervan zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt ook de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting op 18 januari 2008 indien hij daarom verzoekt.

5. Met een e-mailbericht van 7 januari 2008 bevestigt de Regulator dat SBS ten laatste op 14 januari 2008 zijn schriftelijke opmerkingen moet indienen.

6. Met een e-mail- en faxbericht van 14 januari 2008 bezorgt SBS zijn schriftelijke opmerkingen.

7. Op de hoorzitting van 18 januari 2008 wordt SBS vertegenwoordigd door Steven Allcock.

DE FEITEN

8. Film 'Remember the Titans'.

De film wordt voorafgegaan door een sponsorvermelding ('Panasonic'). Deze sponsorvermelding komt ook voor aan het einde van het eerste en het tweede deel van de film.

De vraag rijst of de diverse gedeelten van een speelfilm als programmaonderdeel in de decretaal gedefinieerde zin kunnen worden beschouwd en derhalve mogen worden voorafgegaan of gevolgd door een sponsorvermelding.

9. Film 'Be cool'.

9.1. De film wordt voorafgegaan door een sponsorvermelding ('Mentos Cube Chewing Gum'). Deze sponsorvermelding komt ook voor aan het einde van het eerste deel van de film en voor het begin van het tweede deel.

De vraag rijst of de diverse gedeelten van een speelfilm als programmaonderdeel in de decretaal gedefinieerde zin kunnen worden beschouwd en derhalve mogen worden voorafgegaan of gevolgd door een sponsorvermelding.

9.2. In de betrokken sponsorvermelding wordt zowel auditief als visueel de vermelding 'Nieuw' gehanteerd. De vraag rijst of dit als een specifiek promotioneel en verkoopsbevorderend element dient te worden beschouwd.

HET RECHT

10. Artikel 2, 11°, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna : het Mediadecreet) luidt als volgt :

“ Voor de toepassing van deze gecoördineerde decreten wordt verstaan onder :

11.° programmaonderdeel : het deel van een programma dat inhoudelijk één geheel vormt.”

11. Artikel 2, 16°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“ Voor de toepassing van deze gecoördineerde decreten wordt verstaan onder :

16° sponsoring : elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezig houdt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, aan de financiering van programma's met het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven.”

12. Artikel 101, § 4, van het Mediadecreet luidt als volgt :

“Audiovisuele producties zoals bioscoopfilms en televisiefilms (met uitzondering van series, feuilletons, amusementsprogramma's en documentaires) mogen één keer per volledig tijdvak van 45 minuten worden onderbroken, mits de geprogrammeerde duur ervan meer dan 45 minuten bedraagt. Indien de geprogrammeerde duur ervan tenminste 20 minuten langer is dan twee of meer volledige tijdvakken van 45 minuten, mag er nog één keer worden onderbroken.”

13. Artikel 106 van het Mediadecreet luidt als volgt:

“De gesponsorde programma’s moeten aan het begin en/of aan het einde duidelijk als gesponsorde programma’s worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor.

De sponsorvermelding moet een duidelijke verwijzing naar het gesponsorde programma bevatten, en moet voldoen aan de bepalingen van artikel 2, 16°.

De sponsorvermelding mag voorkomen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel.

Tijdens sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegestaan bij het tonen van tijdsaanduidingen en weergave van de stand.

In de aankondigingspots mag melding worden gemaakt van de sponsors.”

14. Artikel 109, 2°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

Gesponsorde programma’s of programmaonderdelen :

2° mogen niet aansporen tot aankoop of huur van producten of diensten van de sponsor of van derden, in het bijzonder door specifieke aanprijzingen van die producten of diensten.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep

15. SBS werpt de onontvankelijkheid van het ambtshalve onderzoek op. De beslissing tot ambtshalve onderzoek werd meer dan twee maanden na de betrokken uitzending meegedeeld. Decretaal is een omroep verplicht om de opnamen gedurende een termijn van twee maanden te bewaren. Deze bepaling heeft de medewerking van de omroepen tot doel bij de onderzoeken van de Regulator. Dit betekent in principe ook dat de Regulator een onderzoek kan doen naar feiten die maximaal twee maanden terug gaan in de tijd.

Deze bepaling biedt een vorm van rechtszekerheid aan de omroepen. Indien de omroepen binnen een periode van twee maanden na een bepaalde uitzenddag geen vragen hebben ontvangen van de Regulator, mogen zij er rechtmatig van uitgaan dat die betrokken uitzenddag niet in een procedure is betrokken en mogen de bewaarde omroepsignalen gewist worden.

De facto legt de Regulator de omroepen dus de verplichting op om hun beeldmateriaal voor een veel langere periode dan twee maanden bij te houden. In die zin schendt de Regulator het Mediadecreet en treedt buiten zijn decretale bevoegdheden.

Omwille van al deze redenen is SBS van oordeel dat de uitzendingen van 5 en 6 oktober 2007 op VT4 en VijfTV niet het voorwerp kunnen uitmaken van een ambtshalve onderzoek door de Regulator en dat dit onderzoek derhalve onontvankelijk moet worden verklaard.

16. Films 'Remember the Titans' en 'Be cool' : sponsorvermeldingen bij het begin of het einde van een gedeelte van een film.

SBS merkt op dat de onderzoekscel er een uiterst restrictieve en conservatieve interpretatie op nahoudt. De omroep wijst er op dat de praktijk van de vermelding van de sponsor aan het begin en/of einde van de onderdelen van een programma die ontstaan ten gevolge van de reclameonderbrekingen reeds vele seizoenen wordt toegepast. Bovendien heeft de onderzoekscel naar aanleiding van een monitoring van VT4 op 2 februari 2005 de nu geviseerde sponsorvermeldingen decreetconform beoordeeld. De Regulator heeft op die manier een legitiem vertrouwen opgewekt aangezien in het verleden identieke feiten niet als inbreuken beschouwd werden maar als conform met de decretale bepalingen.

Volgens de omroep baseert de onderzoekscel zijn standpunt op een zeer sybellijnse redenering in hoofdzaak gebaseerd op de voorbereidende werken met betrekking tot de wet van 6 februari 1987 betreffende de radiodistributie- en de teledistributienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie. SBS stelt dat de regel van artikel 106, derde lid, van het Mediadecreet en het daarin opgenomen begrip 'programmaonderdeel' duidelijk is, zowel juridisch als taalkundig. Duidelijke begrippen behoeven geen interpretatie. Bovendien heeft de Regulator tijdens een hoorzitting op 19 januari 2007 zelf mondeling verklaard dat een door SBS aangevoerd argument gebaseerd op de wet van 6 februari 1987 niet kon worden bijgetreden aangezien het wettelijk kader bepaald wordt door het Mediadecreet en niet door een federale wet van 1987. SBS gaat er derhalve van uit dat de Regulator op basis van het beginsel van rechtszekerheid deze zelfde houding zal aannemen in onderhavige zaak.

De onderzoekscel gaat voorbij aan het speciale statuut dat de decreetgever heeft gegeven aan de uitzending van films. Dit speciale statuut vloeit voort uit het 'continue' karakter van een film. Uit artikel 101, § 4, van het Mediadecreet volgt expliciet dat films mogen worden onderbroken voor commerciële boodschappen, ondanks het feit dat het om een continuüm

gaat. De decreetgever heeft met andere woorden het begrip programmaonderdelen uitgewerkt bij films.

De onderzoeksceel stelt dat de decretale bepalingen in verband met zelfstandige onderdelen van het Mediadecreet analoog moeten worden geïnterpreteerd bij sponsoring. SBS wijst er op dat het echter om onderscheiden begrippen gaat.

In ondergeschikte orde werpt SBS op dat de onderzoeksceel zonder overtuigende argumentatie stelt dat voor de interpretatie van het begrip 'programmaonderdeel' moet worden teruggesproken naar het voorbeeld van een voetbalmatch. De onderzoeksceel gaat echter voorbij aan de analogie met de pauze van een toneelstuk. Het onderbreken van een film staat qua analogie echter heel dicht bij het onderbreken van een toneelstuk. Ook een toneelstuk is één continuüm, net als een film. De pauze in een toneelstuk is vaak een beslissing van de regisseur, dramaturg. Zo kan een bepaald toneelstuk door het ene gezelschap wel worden onderbroken, terwijl een ander gezelschap het stuk als één geheel speelt tot het einde, zonder pauze. Er is met andere woorden net als bij onderbrekingen van films in het geval van onderbrekingen van toneelstukken ook steeds een menselijke beslissing om al dan niet te onderbreken.

Op grond van het bovenstaande is SBS van oordeel dat er geen inbreuk bestaat op artikel 106 van het Mediadecreet.

Indien de Regulator toch zou beslissen dat dergelijke sponsorvermeldingen niet toegelaten zijn, wordt er zwaar ingegrepen in de bestaande inkomstenstructuur van private omroepen en komt de werking van deze omroepen steeds meer in het gedrang.

Gelet op het feit dat in het verleden bij eerdere monitoringopdrachten nooit is opgetreden tegen deze beweerde inbreuk, is SBS van oordeel dat een waarschuwing voldoende is.

17. Film 'Be cool' : sponsorvermelding inhoudelijk.

17.1. De omroep wijst er vooreerst op dat het reeds vele seizoenen de door de onderzoeksceel gehekelde praktijk toepast en de Regulator of zijn rechtsvoorganger hierover nog nooit een opmerking heeft geuit niettegenstaande herhaaldelijke monitoring. De Regulator heeft opzichtens SBS een legitiem vertrouwen opgewekt aangezien het in het verleden over identieke feiten geen inbreuken heeft vastgesteld.

17.2. De omroep ontkent ten stelligste dat het in onderhavig geval artikel 109, 2°, van het Mediadecreet geschonden zou hebben. Het artikel handelt immers expliciet over de gesponsorde programma's of

programmaonderdelen zelf en niet over de sponsorvermelding an sich. De vereisten waaraan een sponsorvermelding moet beantwoorden, vindt men terug in artikel 106 van het Mediadecreet. In de film 'Be cool' wordt op geen enkele wijze referentie gemaakt naar Mentos Cube Chewing Gum. Er is derhalve geen enkele schending van artikel 109, 2°, van het Mediadecreet. Het spreekt voor zich dat aan SBS geen enkele sanctie kan worden opgelegd, bij gebrek aan een overtreding van welke regel ook.

17.3. De restrictieve interpretatie van de regeling rond sponsoring door de onderzoekscel staat haaks op de intentie van de decreetgever om deze regeling met het decreet van 2 februari 2007 zeer verregaand te vereenvoudigen.

De Regulator dient enkel te waken over het onderscheid tussen sponsorvermeldingen en reclamespots. 'Verkoopsbevordering' kan hierbij geen criterium zijn, aangezien dit element op zich reeds vervat zit in de decretale definitie van sponsoring. Het geven van meer bekendheid is ipso facto verkoopsbevorderend. Het verschil ligt tussen een vermelding – die meer mag zijn dan een baseline – en een spot.

De onderzoekscel lijkt sponsoring te willen beperken tot een baseline, wat slechts één element is vervat in de decretale definitie van sponsoring, namelijk meer bekendheid geven aan het 'imago'. In onderhavige zaak wou Mentos echter meer bekendheid geven aan een 'realisatie', namelijk een nieuw product Mentos Cube Chewing Gum. SBS is dan ook van oordeel dat de sponsorvermelding inzake 'Mentos Cube Chewing Gum' volledig conform is aan de decretale bepalingen.

B. Beoordeling

18. De Regulator merkt op dat de termijn van twee maanden gedurende dewelke een omroep de opnames decretaal dient te bewaren, niet verhindert dat de Regulator een ambtshalve onderzoek instelt omtrent uitzendingen die reeds ouder dan twee maanden zijn. De Regulator legt op die manier geenszins de facto de verplichting aan de omroepen op om hun beeldmateriaal voor een veel langere periode te bewaren. Indien de omroep zelf niet meer over de bewuste uitzendingen zou beschikken, kan hij die op eenvoudig verzoek van de Regulator ontvangen. De Regulator schendt derhalve geenszins het Mediadecreet en treedt noch buiten zijn decretale bevoegdheden door een ambtshalve onderzoek in te stellen naar uitzendingen die langer dan twee maanden teruggaan in de tijd. De Regulator verwerpt dan ook de exceptie van onontvankelijkheid van het ambtshalve onderzoek.

19. Films 'Remember the Titans' en 'Be cool' : sponsorvermeldingen bij het begin of het einde van een gedeelte van een film.

De Regulator stelt vast dat de decreetgever met artikel 101, § 4, van het Mediadecreet de onderbreking van films mogelijk maakt. De Regulator is van oordeel dat er precies door die decretaal toegelaten onderbreking een programmaonderdeel gecreëerd wordt, dat dan weer op zijn beurt mag worden voorafgegaan of gevolgd door een sponsorvermelding.

De Regulator sluit zich aan bij het verweer waar wordt opgemerkt dat de kwestie van sponsorvermeldingen aan het begin en/of einde van een programmaonderdeel ten onrechte naar analogie wordt geïnterpreteerd met de reclameonderbrekingen ten gevolge van zelfstandige onderdelen.

Gelet op bovenstaande aanvaardt de Regulator, wat deze tenlastelegging betreft, de argumentatie van SBS.

De Regulator kan derhalve, wat de sponsorvermeldingen bij de filmonderbrekingen betreft, geen inbreuk op artikel 106, derde lid, van het Mediadecreet vaststellen.

20. Film 'Be cool' : sponsorvermelding inhoudelijk.

20.1. In verband met het door de omroep ingeroepen vertrouwensbeginsel merkt de Regulator op dat het feit dat bij vorige controles geen inbreuken zijn vastgesteld, niet toelaat te besluiten dat er geen inbreuken waren. De Regulator kan er zich, gelet op de arbeidsintensiviteit van dergelijke controles, immers toe beperken slechts bepaalde soorten van inbreuken op te sporen.

20.2. De Regulator volgt SBS waar die stelt dat er geen sprake kan zijn van een schending van artikel 109, 2°, van het Mediadecreet. De omroep merkt terecht op dat dit artikel expliciet handelt over de gesponsorde programma's of programmaonderdelen zelf en niet over de sponsorvermelding an sich. De vereisten waaraan een sponsorvermelding moet beantwoorden, vindt men inderdaad terug in artikel 106 van het Mediadecreet.

20.3. De omroep heeft daarnaast echter ook een verweer opgebouwd om aan te tonen dat de sponsorvermelding volledig conform is aan de decretale bepalingen waarbij wordt verwezen naar de intentie van de decreetgever en de interpretatie van de regeling rond sponsoring. De Regulator is dan ook van mening dat er geen afbreuk wordt gedaan aan de rechten van de verdediging wanneer hij hier op ingaat en eventueel tot een andere conclusie komt dan de omroep.

De Regulator volgt de omroep waar die stelt dat de decreetgever er met het decreet van 2 februari 2007 naar gestreefd heeft om inzake sponsoring de regeling zeer verregaand te vereenvoudigen.

Zo stelt de Regulator vast dat, sedert de inwerkingtreding van het decreet van 2 februari 2007, het verbod van andere sponsorbepalingen dan diegenen die bedoeld werden in het toenmalig artikel 106 van het Mediadecreet (met name : de naam van de sponsor, de handelsnaam, het logo, het product, de naam van het product, de dienst of de naam van de dienst) is weggefallen. Een sponsorvermelding moet echter 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., 2006-07, 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., 2006-07, nr. 1218/4, 3).

De Regulator stelt derhalve vast dat het onderscheidende criterium tussen een sponsorvermelding en een reclamespot de boodschap van de sponsorvermelding is en niet de vorm. De omroep merkt terecht op dat ‘verkoopsbevordering’ hierbij geen criterium kan zijn. De boodschap mag een imago-ondersteunende slogan of baseline bevatten maar ze mag geen promotionele elementen bevatten, die aanzetten tot consumptie. Dit geldt in alle gevallen van sponsoring, dus ook wanneer men meer bekendheid wil geven aan een realisatie, zoals in onderhavige zaak het geval was.

De Regulator stelt vast dat de sponsorvermelding voor ‘Mentos Cube Chewing Gum’ een specifiek promotioneel element bevat dat aanzet tot consumptie door het gebruik van het woord ‘Nieuw’. Dit woord kan niet beschouwd worden als een louter imago-ondersteunende slogan voor de sponsor zodat niet voldaan is aan de bepalingen van artikel 2, 16°, van het Mediadecreet en derhalve artikel 106, tweede lid, van het Mediadecreet geschonden is.

De aard en de ernst van de vastgestelde overtreding doet de Regulator besluiten dat een waarschuwing een gepaste sanctie is.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van de particuliere televisieomroep NV SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 2, 16°, en artikel 106, tweede lid, van het Mediadecreet.

2. Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de particuliere televisieomroep NV SBS Belgium daarvoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 14 maart 2008.

D. PEEREMAN
griffier

J. BAERT
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.