



VLAAMSE *R*EGULATOR
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. NV VLAMEX

(dossier nr. 2007/0413/1)

BESLISSING
nr. 2008/023

14 maart 2008

In de zaak van VRM tegen NV VLAMEX,

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 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) uitzendingen op zaterdag 17 september 2007 van 6 diverse televisieomroepen aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma S TV van de particuliere televisieomroep die zich richt tot de gehele Vlaamse Gemeenschap NV VLAMEX.

Het onderzoek werd uitgevoerd op basis van opnames van de betrokken uitzendingen door Mediaxim.

2. Op 6 december 2007 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 17 september 2007 van S TV (van 13 uur tot 14 uur).

3. Op 14 december 2007 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV VLAMEX, met maatschappelijke zetel Baron Ruzettelaan 222 te 8310 Brugge, een ambtshalve onderzoek te starten.

4. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 19 december 2007 aan NV VLAMEX meegedeeld.

5. De omroep wordt bij dezelfde aangetekende brief van 19 december 2007 uitgenodigd om binnen twee weken na ontvangst van de bevindingen uit het onderzoeksrapport zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt tevens de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting op 18 januari 2008, indien hij daarom verzoekt.

6. NV VLAMEX bezorgt haar schriftelijke opmerkingen aan de Regulator bij brief van 31 december 2007.

Op de hoorzitting van 18 januari 2008 wordt NV VLAMEX vertegenwoordigd door Marc Hallez en Peter Labens.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt in zijn rapport vast dat het omroepprogramma S TV continu digitaal wordt uitgezonden, maar ook drie uren analoog te bekijken is via het mozaïekkanaal. De uitzendingen van S TV bevatten een programmatie in lusvorm waarbij telkens dezelfde programma's worden heruitgezonden na ongeveer een half uur.

Tijdens de onderzochte periode (van 13 uur tot 14 uur) wordt twee maal een alleenstaande telewinkelspot en eenmaal een alleenstaande reclameboodschap uitgezonden (13:14:34 – 13:15:15; 13:35:17 – 13:35:48; 13:48:44 – 13:49:25). Eén lus bevat één alleenstaande telewinkelspot en één alleenstaande reclameboodschap.

De onderzoeksceel stelt vast dat in de telewinkelspots de kijker de mogelijkheid wordt geboden om zijn persoonlijke horoscoop op te vragen tegen betaling. De alleenstaande reclameboodschap betreft een reclameboodschap voor www.traveltv.be.

De spots worden duidelijk van de programma's onderscheiden door een korte visuele aan- en afkondiging doch steeds met visuele vermelding van de term 'reclame', ook bij de telewinkelspots.

HET RECHT

8. Artikel 2, 15°, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie (hierna: het Mediadecreet) luidt als volgt:

“15° reclame: de door een overheidsbedrijf of particuliere onderneming tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel ten behoeve van zelfpromotie uitgezonden boodschap - in welke vorm ook - in verband met de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een vrij beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen;”

Artikel 2, 19°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“19° telewinkelen: rechtstreekse aanbiedingen aan het publiek die worden uitgezonden met het oog op de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen;”

Artikel 101, § 1, van het 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.

Reclame en telewinkelspots moeten worden gegroepeerd in niet-opvolgende tijdsblokken van beperkte duur.”

A. Argumenten van de partijen

9. De omroep voert aan dat de alleenstaande boodschap voor ‘TravelTV’ geen reclameboodschap is, aangezien het een trailer betreft voor één van de eigen programma's waarin markante reisbestemmingen onder de loep worden genomen. Het programma heeft een crossmediale link met de website www.traveltv.be waarin S TV partner is.

10. De omroep voert verder aan dat, aangezien de aankondiging van ‘TravelTV’ geen alleenstaande reclameboodschap is, er in één lus slechts één alleenstaande spot van ‘Madame Soleil’ voorkomt. Door per lus slechts één alleenstaande reclameboodschap op te nemen meent de omroep te voldoen aan de interpretatie die door de Regulator werd gegeven aan artikel 101, § 1, tweede lid, van het Mediadecreet. De mededeling van de Regulator van 20 oktober 2006 bepaalt immers dat één enkele alleenstaande reclameboodschap of telewinkelspot beperkt moet blijven tot één spot per dag. Volgens de omroep geldt deze beperking bij programmatie in lusvorm niet per dag, maar per lus, aangezien een normale kijker slechts één keer naar een uitzending van een bepaalde lus kijkt.

NV VLAMEX wijst er tevens op dat hij, waar mogelijk, meerdere reclameboodschappen in één reclameblok steekt. Gezien hij echter een kleine opstartende digitale omroep is, worden er moeilijk reclamespots geboekt. Wanneer een reclameblok een alleenstaande reclameboodschap bevat dan is dat dus te wijten aan het gegeven dat er niet meer spots werden verkocht.

11. Wat de spot van 'Madame Soleil' betreft, geeft de omroep aan dat hij in de overtuiging verkeerde dat het om reclame ging i.p.v. om een telewinkelspot, zoals de onderzoekscel vaststelt in zijn onderzoeksrapport. NV VLAMEX dacht dan ook met de visuele vermelding van de term 'reclame' bij de aan- en afkondiging van de spot te voldoen aan de decretale bepalingen. Het bestuur heeft echter onmiddellijk de opdracht gegeven om dergelijke spots voortaan aan te duiden met de term 'telewinkelen'.

12. Tenslotte vraagt NV VLAMEX aan de Regulator om rekening te houden met de minieme draagkracht van het digitale initiatief S TV. Daarom vraagt de omroep om bij eventuele inbreuken een waarschuwing te geven eerder dan een administratieve geldboete en indien een administratieve geldboete onvermijdbaar is, enige mildheid aan de dag te leggen.

B. Beoordeling

13. De Regulator is van oordeel dat de spot voor 'TravelTV' niet als promotie voor een eigen programma kan worden beschouwd, zoals de omroep beweert, maar wel als reclame in de zin van artikel 2, 15°, van het Mediadecreet. Er wordt in de spot immers promotie gemaakt voor de website www.traveltv.be van BVBA T/A/S. Het feit dat deze website onder meer reisreportages bevat, waarvan er sinds 4 september 2006 dagelijks één te zien is op S TV, volstaat niet om van zelfpromotie voor eigen programma's en netten te kunnen spreken die niet onder de definitie van reclame valt.

14. De Regulator meent dat de spots van 'Madame Soleil', waarin de kijker de mogelijkheid wordt geboden om zijn persoonlijke horoscoop te kennen tegen betaling, als telewinkelspots moeten worden beschouwd. De Regulator stelt vast dat alle elementen van de definitie van telewinkelen aanwezig zijn.

De Regulator stelt, aangezien deze telewinkelspots worden aan- en afgekondigd met visuele vermelding van de term 'reclame', geen inbreuk vast op de verplichting dat reclame en telewinkelen duidelijk als dusdanig

herkenbaar moeten zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden van de programma's.

De Regulator stelt geen inbreuk vast op artikel 101, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet.

15. Gelet op het voorgaande, stelt de Regulator vast dat S TV per lus een alleenstaande reclameboodschap voor www.traveltv.be en een alleenstaande telewinkelspot voor 'Madame Soleil' uitzendt.

De Regulator heeft op 20 oktober 2006 zijn standpunt bepaald ten aanzien van alleenstaande reclame- en telewinkelspots. De Regulator is van oordeel dat blokken met slechts één spot de uitzondering moeten blijven. Dit betekent inzonderheid dat, naast de gevallen die de Europese Commissie in haar Interpretatieve Mededeling "over bepaalde aspecten van de bepalingen van de richtlijn 'Televisie zonder grenzen' betreffende televisiereclame" (*Pb. C.* 28 april 2004, afl. 102, 2) heeft aangestipt, en om het uitzonderlijk karakter van die praktijk te behouden, blokken met slechts één reclamespot beperkt moet blijven tot maximaal één blok per omroepprogramma per dag.

De Regulator meent echter dat zijn standpunt van 20 oktober 2006 in die zin moet worden geïnterpreteerd dat bij omroepprogramma's die in lusvorm worden uitgezonden en op voorwaarde dat de uitgezonden lus 24 uur dezelfde blijft per lus maximaal één keer een zgn. 'unieke spot' mag worden aangeboden.

In dit geval heeft NV VLAMEX in een korte tijdspanne (van één lus) twee alleenstaande reclame- en telewinkelspots uitgezonden. Voor de eerste alleenstaande boodschap kan de omroep zich, gelet op het voorgaande, beroepen op de praktijk van de 'unieke spot' om één keer per lus een uitzondering te maken. Voor de tweede alleenstaande boodschap geeft de omroep de verklaring dat er niet meer spots werden verkocht.

De Regulator stelt geen inbreuk vast op artikel 101, § 1, laatste lid, van het Mediadecreet.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE
REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van de particuliere televisieomroep die zich richt tot de gehele Vlaamse Gemeenschap NV VLAMEX geen inbreuken vast te stellen op artikel 101, § 1, van het Mediadecreet.

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.