

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t. VZW TELE-VISIE-LIMBURG**

(dossier nr. 2020/463A)

BESLISSING nr. 2021/009

25 januari 2021



## **In de zaak van VRM tegen VZW Tele-Visie-Limburg,**

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,  
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE,  
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 25 januari 2021,  
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 onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 24 oktober 2020 van 17u tot 20u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma TVL van VZW Tele-Visie-Limburg.

2. Op 8 december 2020 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor inzake de naleving van de regelgeving.

3. Op 14 december 2020 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen VZW Tele-Visie-Limburg (hierna: TV Limburg), met maatschappelijke zetel Herkenrodesingel 16 te 3500 Hasselt, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 17 december 2020 aan TV Limburg meegedeeld.

5. Bij dezelfde aangetekende brief vraagt de VRM of TV Limburg, omwille van de dreiging van het coronavirus, akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting. Zij krijgt hierbij de mogelijkheid om nog een nota in te dienen, ter vervanging van de mondelinge toelichting.

6. TV Limburg bezorgt per e-mail en aangetekende brief van 5 januari 2021 schriftelijke opmerkingen aan de VRM en gaat akkoord met een volledige schriftelijke procedure. TV Limburg dient nadien geen bijkomende nota meer in.

7. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 25 januari 2021 op basis van de schriftelijke stukken.

## DE FEITEN

8. De onderzoeksceel stelt vast dat de uitzendingen van TV Limburg een programmering in lusvorm bevatten waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden.

### *Programma's met productplaatsing – zonder identificatie*

9. De omroeporganisatie zendt programma's uit waarin, aldus de onderzoeksceel, duidelijk productplaatsing aanwezig is.

In het programma 'Met Stijl' (uitgezonden van 17u23min tot 17u38min) ondergaat de presentatrice een restyling, waarbij diverse handels- en verzorgingszaken aandacht krijgen binnen het programma (*Villa Saporis – kledingzaak Orselli en O'sesoir – Electro Hauben – kapperszaak The Icing – huidverzorgingszaak The Powder Bar*), die ook worden vermeld als programmasponsors.

TV Limburg geeft de aanwezigheid van productplaatsing ook zelf aan door het tonen van een PP-logo aan het begin van het programma, zij het een transparant en weinig zichtbaar logo. Aan het einde van het programma wordt helemaal geen logo getoond.

In het korte programma 'Allemaal Eco' (uitgezonden van 18u28min tot 18u33min) vraagt de presentatrice advies aan een vertegenwoordiger van 'Vaillant' (producent van verwarmingsketels en programmasponsor) over de keuze tussen een condensatieketel en een warmtepomp. In verschillende fragmenten worden

volgens de onderzoeksceel duidelijk toestellen van 'Vaillant' in beeld gebracht gedurende de uitleg door de vertegenwoordiger van 'Vaillant'. De onderzoeksceel stelt vast dat noch aan het begin noch aan het einde van de uitzending een PP-logo getoond wordt.

10. Volgens de onderzoeksceel wordt de aanwezigheid van productplaatsing in geen van beide programma's op de voorgeschreven manier aangegeven. De onderzoeksceel meent dat TV Limburg hierdoor een inbreuk begaat op artikel 100, §1, 4°, het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) en de artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

#### *Ontbrekende sponsoridentificatie*

11. Het programma 'Koken' wordt o.a. gesponsord door 'Wijnhuis Christiaens', zoals blijkt uit een sponsorvermelding, met duidelijke vertoning van een sponsorlogo.

De onderzoeksceel stelt evenwel vast dat omstreeks 18u41min24 een aankondigingsspot voor het programma 'Koken' wordt uitgezonden, met vermelding van de sponsor maar zonder sponsoridentificatie.

Volgens de onderzoeksceel moet de identificatie als sponsor van een programma, een programma-aankondiging of een omroepdienst duidelijk worden door een identificerend element: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst. Door de afwezigheid van de sponsoridentificatie wordt de kijker onvoldoende duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst.

Bijgevolg begaat TV Limburg, volgens de onderzoeksceel, een inbreuk op artikel 91, 3°, van het Mediadecreet.

## **TOEPASSELIJKE REGELS**

12. Artikel 2, 30° en 41°, van het Mediadecreet bepaalt:

*"In dit decreet wordt verstaan onder:*

*30° productplaatsing: elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma;*

*41° sponsoring: elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming, een overheid of een natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve producties, aan de financiering van omroepdiensten of programma's met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven."*

13. 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.*

*Als in de aankondigingsspot de sponsors vermeld worden, zal dat gebeuren overeenkomstig de bepalingen van het eerste lid, 2° en 3°"*

14. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet schrijft voor:

*"De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden: [...]"*

*4° als het programma in kwestie is geproduceerd of besteld door de omroeporganisatie zelf of door een aan hem verbonden onderneming, worden de kijkers duidelijk gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Het programma in kwestie wordt in het begin en op het einde ervan, en als het na een reclamepauze wordt hervat, op passende wijze als zodanig aangeduid om verwarring bij de kijkers te voorkomen. De Vlaamse Regering kan daarover nadere regels bepalen."*

15. De artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing stellen:

*"Art. 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma's zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, door het tonen van het logo dat in de bijlage bij dit besluit is opgenomen.*

*Art. 2. De manier waarop het logo, vermeld in artikel 1, in beeld wordt gebracht, voldoet aan de volgende criteria:*

*1° het wordt op een duidelijke en contrasterende wijze gedurende ten minste vijf seconden ononderbroken in beeld gebracht in het begin van het programma, op het einde van het programma en na elke hervatting van het programma na een reclamepauze;*

*2° het wordt rechts bovenaan of rechts onderaan in beeld gebracht en voldoet aan de volgende minimumnormen:*

*a) grootte: 1) SD : breedte 35 px en hoogte 35 px;*

*2) HD: - resolutie 720 lijnen : breedte 42 px en hoogte 42 px;  
- resolutie 1080 lijnen : breedte 63 px en hoogte 63 px;*

*b) kleur: 255 (R) 255 (G) 255 (B) / 0 (R) 0 (G) 0 (B);*

*c) transparantie: 45 %.*

*Art. 3. Het logo, vermeld in artikel 1, wordt op een neutrale manier in beeld gebracht. De aanduiding van de aanwezigheid van productplaatsing in een programma mag de producten of de diensten waarop de productplaatsing betrekking heeft, niet vermelden of vertonen."*

**Bijlage.** Het logo voor productplaatsing, vermeld in artikel 1 van het besluit van de Vlaamse Regering betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.



---

## **A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie**

16. De omroeporganisatie erkent de inbreuken, die aan een menselijke fout of vergetelheid worden toegeschreven.

TV Limburg vraagt om mildheid bij de beoordeling en wijst op operationeel moeilijke maanden omwille van COVID-19 (eindregie met minimumbezetting).

De omroeporganisatie geeft tot slot mee dat de richtlijnen inzake vermelding van het PP-logo en de bepalingen inzake sponsorvermelding extra herhaald werden bij de medewerkers om deze inbreuken in de toekomst te kunnen vermijden.

## **B. Beoordeling**

### *Programma's met productplaatsing – zonder identificatie*

17. Overeenkomstig artikel 99 van het Mediadecreet is het omroeporganisaties toegestaan om programma's uit te zenden die productplaatsing bevatten, tegen betaling dan wel na gratis aanlevering van de betreffende goederen of diensten (zoals bij productiehulp). Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt de voorwaarden waaraan programma's die productplaatsing bevatten, moeten voldoen.

Uit de vaststellingen van de onderzoeksceel en de beelden blijkt dat de programma's 'Met Stijl' en 'Allemaal Eco' productplaatsing bevatten. TV Limburg betwist de aanwezigheid van productplaatsing niet.

18. Artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, van het Mediadecreet bepaalt dat bij programma's met productplaatsing de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Bij besluit van 10 september 2010 heeft de Vlaamse Regering hiervoor een specifiek logo goedgekeurd en de manier verduidelijkt waarop dit PP-logo in beeld moet worden gebracht.

Uit de vaststellingen van de onderzoeksceel en de beelden blijkt dat de programma's 'Met Stijl' en 'Allemaal Eco' niet op passende wijze door middel van een PP-logo worden aangeduid als programma's die productplaatsing bevatten.

19. Uit het voorgaande volgt dat TV Limburg een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, van het Mediadecreet en artikel 2, 1<sup>o</sup>, van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

### *Ontbrekende sponsoridentificatie*

20. Artikel 91, 3<sup>o</sup>, 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 bij de aankondigingsspot voor het programma 'Koken' geen duidelijk identificerend element als sponsor bevat, hetgeen TV Limburg erkent.

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

#### *Sanctie*

21. Bij het bepalen van de sanctie stelt de VRM vast dat de omroeporganisatie de voorbije jaren geen gelijkaardige inbreuken heeft begaan. De VRM houdt er ook rekening mee dat TV Limburg maatregelen heeft genomen om dergelijke inbreuken in de toekomst te vermijden.

Daarom is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

#### **OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

In hoofde van VZW Tele-Visie-Limburg een inbreuk vast te stellen op de artikelen 91, 3° en 100, §1, 4°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1<sup>o</sup>, van het Mediadecreet VZW Tele-Visie-Limburg hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 25 januari 2021.

D. PEEREMAN  
griffier

C. ADAMS  
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.