



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ

(dossier nr. 2009/0493)

BESLISSING
nr. 2009/079

21 december 2009

In de zaak van VRM tegen NV Vlaamse Media Maatschappij,

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 21 december 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 onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna : de Regulator) de uitzendingen van 6 diverse televisieomroepen, uitgezonden op 8 september 2009 van 17 uur tot 23 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VTM van NV Vlaamse Media Maatschappij.

2. Op 12 oktober 2009 legt de onderzoeksceel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving inzake commerciële communicatie tijdens de uitzendingen op 8 september 2009 van het omroepprogramma VTM.

3. Op 19 oktober 2009 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen NV Vlaamse Media Maatschappij (hierna : VMMA), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, 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 29 oktober 2009 aan VMMA meegedeeld.

5. VMMA bezorgt op 13 november 2009 de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator.

6. Op de hoorzitting van 21 december 2009 wordt VMMA vertegenwoordigd door Ben Appel en Sven Vandamme.

DE FEITEN

7.1. Totale zendtijd reclame en telewinkelen.

De onderzoekscel stelt vast dat op 8 september 2009 tussen 20u00 en 21u00 en tussen 22u00 en 23u00 20,1% zendtijd aan reclame en telewinkelspots werd besteed.

De onderzoekscel is van oordeel dat op deze tijdstippen sprake is van een overschrijding van het maximaal toegelaten percentage zendtijd voor reclame en telewinkelspots per (vast klok)uur.

7.2. Publi-reportage VW Golf.

De onderzoekscel stelt vast dat tussen twee programma-aankondigingen in een 'publi-reportage' wordt getoond voor VW Golf. Deze 'reportage' duurt twee minuten en toont een aantal reeds vroeger uitgezonden stukjes uit de preselecties van het VTM-programma 'Idool', waarin tijdens de laatste tien seconden een link gelegd wordt met de nieuwe Polo van VW Golf met de slogan : 'De nieuwe Polo. Meteen in je geheugen gegrift.'

De onderzoekscel stelt dat het accent in deze 'reportage' geenszins ligt op redactionele en informatieve inhoud zodat deze dan ook als een reclamespot dient te worden beschouwd.

Aangezien het percentage reclame en telewinkelen voor het klokuur 17u00 en 18u00 reeds 19,9% bedraagt, betekent dit volgens de onderzoekscel tevens een overschrijding van het maximaal toegelaten percentage zendtijd voor reclame en telewinkelspots per (vast klok)uur.

7.3. Alleenstaande reclameboodschappen.

De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode tweemaal een alleenstaande reclameboodschap – of een reclameblok met slechts één reclameboodschap – werd uitgezonden (19.36.01 – 19.36.21 : 'Garnier' en 19.57.30 – 19.57.37 : 'DVD Marley & Me' , tussen twee programma-aankondigingen in). Naast deze alleenstaande reclameboodschappen worden ook nog twintig reclameblokken met meerdere gegroepeerde reclameboodschappen uitgezonden.

De onderzoeksceel is van oordeel dat het uitzenden van meerdere alleenstaande reclameboodschappen op éénzelfde dag niet overeenstemt met de toepassing van artikel 79, § 2, van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 79, § 2, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna : het Mediadecreet) bepaalt :

“Afzonderlijke reclame- en telewinkelspots blijven een uitzondering. Een afzonderlijke reclame- of telewinkelspot is toegestaan per televisieomroepprogramma per dag.

Daarnaast zijn afzonderlijke reclame- en telewinkelspots toegestaan :

1° in uitzendingen van sportevenementen;

2° als er een langdurige spot wordt uitgezonden van minimaal twee minuten;

3° als een omroeporganisatie er niet in geslaagd is voor een specifiek reclameblok meer dan een reclame- of telewinkelspot te verkopen, bij gebrek aan interesse van de klanten.”

8.2. Artikel 81, § 2, van het Mediadecreet luidt als volgt :

“Het aandeel van televisiereclame- en telewinkelspots mag per klokuur niet meer dan 20 percent bedragen.”

8.3. Artikel 81, § 5, van het Mediadecreet schrijft voor :

“De regionale en private lineaire televisieomroeporganisaties mogen publi-reportages uitzenden die niet worden in aanmerking genomen bij de berekening van de percentages vermeld in § 2 van dit artikel, mits deze publi-reportages in overeenstemming zijn met alle bepalingen van dit hoofdstuk.

Onder publi-reportages wordt begrepen commerciële communicatie die meer tijd in beslag neemt dan reclamespots omdat het accent ligt op redactionele en informatieve inhoud.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep.

9.1. Algemeen.

VMMA maakt in eerste instantie voorbehoud voor de excepties betreffende het kaderbesluit monitoring van 22 april 2005, de schending van de artikelen 20 en 21 van het reglement van orde van de Algemene Kamer en de vaststellingen door Mediatrix. De omroep verwijst hiervoor naar zijn verzoekschriften tot vernietiging neergelegd bij de Raad van State.

9.2. Totale zendtijd reclame en telewinkelen.

Volgens het eigen meetsysteem van de omroeporganisatie zou in de uurschijf tussen 20u00 en 21u00 minder dan 20% zendtijd aan reclame en telewinkelspots besteed zijn, met name 11' 58", en in de uurschijf tussen 21u00 en 22u00 zou 20% zendtijd aan reclame en telewinkelspots besteed zijn.

9.3. Publi-reportage VW Golf.

VMMA erkent dat het geen publi-reportage betreft. Bij de inwerkingtreding van het nieuwe Mediadecreet heeft VMMA ervoor geopteerd om de kijker duidelijk te informeren en aan te geven wanneer er een publi-reportage start, en dit aan de hand van een specifieke aankondiging daartoe. Die aankondiging werd per vergissing uitgezonden voor de start van het programma "In je geheugen gegrift". Dit kort programma kadert binnen het 20-jarig bestaan van de omroeporganisatie. Er werden verschillende episodes van dat korte programma uitgezonden in de maand september. Ten onrechte leidt de onderzoekscel echter af dat het een reclamespot betreft. Er wordt in de link immers niet rechtstreeks aangezet tot de aankoop van de desbetreffende wagen. Tijdens de hoorzitting voert de vertegenwoordiger aan dat het om een sponsorvermelding zou gaan. Aangezien het ten onrechte gekwalificeerd wordt als reclame, is er ook geen overschrijding van het toegelaten percentage zendtijd besteed aan reclame en telewinkelspots.

9.4. Alleenstaande reclameboodschappen.

VMMA erkent de inbreuk.

B. Beoordeling.

10.1. Algemeen.

Het komt niet toe aan de Regulator om zich uit te spreken over de wettigheid van het kaderbesluit van 22 april 2005, het reglement van orde van de Algemene Kamer en de vaststellingen gedaan door Mediatrix. Zolang de Raad van State de onwettigheid van deze teksten niet heeft vastgesteld, blijft de Regulator deze toepassen en gebruik maken van de vaststellingen door Mediatrix. De Regulator gaat dan ook niet verder in op deze middelen, ontwikkeld in een verzoekschrift tot nietigverklaring dat op het moment van deze beslissing hangende is bij de Raad van State.

De artikelen 20 en 21 van het Reglement van Orde van de Algemene kamer, de Kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen, het college van voorzitters en de algemene vergadering van de Vlaamse Regulator voor de Media van 18 mei 2009 betreffen bovendien de procedure inzake vergunningen voor het aanbieden van een etheromroepnetwerk, toestemmingen en kennisgevingen. Deze artikelen zijn niet van toepassing in deze zaak.

10.2. Totale zendtijd reclame en telewinkelen.

Omdat de overschrijding van het percentage van de zendtijd die besteed mag worden aan reclame en telewinkelspots voor de klokuren tussen 20u00 en 21u00 en tussen 22u00 en 23u00 onvoldoende duidelijk blijkt uit het onderzoeksrapport, wordt voor deze klokuren geen inbreuk vastgesteld op artikel 81, § 2, van het Mediadecreet.

10.3. Publi-reportage VW Golf.

Uit het onderzoeksrapport blijkt dat het accent in de betrokken uitzending geenszins op redactionele en informatieve inhoud ligt, waardoor niet voldaan is aan de omschrijving van publi-reportage in artikel 81, § 5, van het Mediadecreet. De omroeporganisatie betwist die vaststelling niet.

De omroeporganisatie betwist wel dat het om reclame zou gaan omdat de betrokken spot niet rechtstreeks zou aanzetten tot de aankoop van de desbetreffende wagen. Het zou dan ook een sponsorvermelding zijn. Dit verweer kan niet worden gevolgd.

Uit de memorie van toelichting bij het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie blijkt dat de wetgever ervoor gekozen heeft om de bepalingen over sponsoring zoveel mogelijk ongewijzigd te laten ten opzichte van de vorige bepalingen van de decreten betreffende

de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005. Zo wordt het principe herhaald dat *“Sponsoring niet rechtstreeks tot het kopen of huren van goederen of diensten [mag] aanzetten. Het onderscheidend criterium is de boodschap, en niet de vorm van een sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor of van zijn producten of diensten, is toegestaan in de sponsorvermelding, omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Parl.St., VI. Parl., 2008-2009, nr. 2014/1, 39).

Door het woord ‘Nieuw’ te gebruiken, hanteert men een specifiek promotioneel element dat aanzet tot consumptie. Het woord ‘Nieuw’ kan niet beschouwd worden als een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor.

Hieruit volgt dat de spot betreffende VW Golf als reclame meegeteld dient te worden voor de berekening van het percentage zendtijd besteed aan reclame en telewinkelspots voor het klokuur 17u00 – 18u00. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat dit percentage zonder deze spot reeds 19,9% bedroeg.

Uit het voorgaande volgt dat het maximaal toegelaten percentage zendtijd voor reclame en telewinkelspots voor het klokuur 17u00 – 18u00, zoals uitgezonden op 8 september 2009, werd overschreden.

Er wordt dan ook een schending vastgesteld van artikel 81, §2, en § 5, van het Mediadecreet.

Gelet op de omstandigheden van de zaak is een waarschuwing een gepaste sanctie.

10.4. Alleenstaande reclameboodschappen.

Uit het onderzoeksrapport blijkt dat tijdens de onderzochte periode tweemaal een alleenstaande reclameboodschap werd uitgezonden. De omroeporganisatie betwist die vaststelling niet.

Er wordt dan ook een schending vastgesteld van artikel 79, § 2, van het Mediadecreet.

Bij het bepalen van de sanctie wordt rekening gehouden met het gegeven dat de omroeporganisatie reeds meerdere malen voor dezelfde soort inbreuk gesanctioneerd werd.

Gelet op de omstandigheden van de zaak is een administratieve geldboete van €1250 een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV Vlaamse Media Maatschappij een inbreuk vast te stellen op artikel 81, § 2, en § 5, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Vlaamse Media Maatschappij hiervoor te waarschuwen.

2. In hoofde van NV Vlaamse Media Maatschappij een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 2, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Vlaamse Media Maatschappij een administratieve geldboete van €1250 op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 21 december 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.