



VLAAMSE *R*EGULATOR  
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VRM t. NV PRIME PROJECTS MEDIA GROUP**

*(dossier nr. 2007/0398/5)*

BESLISSING  
nr. 2007/072

14 december 2007



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

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 19 oktober 2007 en 14 december 2007,

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 een aantal programma's, gericht op een jeugdig publiek en/of op kinderen, uitgezonden op 31 mei 2007 van 10 tot 13 uur, onderzocht.

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

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

Met een onderzoeksrapport van 27 augustus 2007 zijn de resultaten door de onderzoekscel meegedeeld aan de Regulator.

2. De Regulator beslist op de vergadering van 21 september 2007 om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen de particuliere doelgroep- en themaomroep NV Prime Projects Media Group (hierna : PPMG), met maatschappelijke zetel Haachtsebaan 123 te 3140 Keerbergen, een ambtshalve onderzoek te starten.

3. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met de bevindingen uit het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 september 2007 aan PPMG meegedeeld.

4. De betrokken omroep wordt bij dezelfde aangetekende brief van 27 september 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 19 oktober 2007 indien hij daarom verzoekt.

De betrokken omroep maakt geen gebruik van deze mogelijkheid.

## DE FEITEN

5. Tijdens de onderzochte periode wordt in het programma ‘... van de maand’ door middel van een publiciteitsreportage gedurende 3 minuten aandacht besteed aan een trendy eethuis ‘Tasty World’ te Gent. Hierbij worden de eet- en drinkwaren uitgebreid in beeld gebracht, klanten worden gepolst naar hun tevredenheid en aan de zaakvoerder wordt de mogelijkheid geboden om de eigen zaak en de kwaliteit van de producten aan te prijzen. Op het einde van de publiciteitsreportage verschijnen gedurende 6 seconden de adres- en contactgegevens van het eethuis in kwestie in beeld.

6. Tijdens de onderzochte periode wordt in het programma ‘Move-X Games’ door middel van een publiciteitsreportage gedurende 4 minuten 18 seconden aandacht besteed aan de spelconsole ‘Playstation 3’. Hierbij worden de toepassingen in beeld gebracht en verschaft een vertegenwoordiger van Sony uitgebreid toelichting bij de diverse mogelijkheden van de console in kwestie.

## HET RECHT

7. Artikel 105, § 1, van het Mediadecreet bepaalt dat, met behoud van artikel 101, § 1, en artikel 104, de programma’s geen reclame mogen bevatten, in welke vorm dan ook, 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.

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

8. PPMG heeft geen schriftelijke opmerkingen bezorgd.

## B. Beoordeling

9. De Regulator stelt vast dat met betrekking tot reclame het Mediadecreet uitgaat van het basisprincipe dat er een duidelijke scheiding moet zijn tussen reclame en programma's (d.w.z. redactionele inhoud).

10. Op basis daarvan wordt in artikel 105, § 1, van het Mediadecreet ondubbelzinnig verwoord dat de programma's geen reclame, in welke vorm dan ook, mogen bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

De Regulator verwijst naar de parlementaire voorbereiding bij artikel 8 van het decreet van 12 juni 1991, dat intussen artikel 105 van het Mediadecreet is geworden. Uit die parlementaire voorbereiding blijkt dat de in dat artikel opgenomen regels bedoeld zijn om te beletten dat de kijkers te pas en te onpas met het tonen of vermelden van producten, diensten, merknamen en logo's worden geconfronteerd in de programma's (zie *Parl Doc.*, VI. R. 1990-91, nr. 489/1, 7).

11. Het artikel 105 beschrijft wat als niet te vermijden reclame beschouwd moet worden: reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt (§ 1), verslaggeving van sportwedstrijden en culturele manifestaties (§ 2), het tonen van prijzen in een programma (§§ 3 en 4), naam- en merkvermeldingen van producten en diensten die niet als prijs ter beschikking worden gesteld in een programma als ze voor het programma inhoudelijk verantwoord en noodzakelijk zijn (§ 5). In die gevallen mogen reclame-uitingen in de programma's voorkomen indien dat voorkomen niet te vermijden is.

12. De Regulator stelt vast dat de uitzonderingen van §§ 2, 3 en 4, in dit geval niet van toepassing zijn. De bedoelde programma's betreffen immers noch een verslaggeving van een sport- of culturele manifestatie, noch het ter beschikking stellen van een prijs.

13. De Regulator is van oordeel dat in dit geval ook geen toepassing kan worden gemaakt van de uitzondering bedoeld in artikel 105, § 5, van het Mediadecreet. Het gaat hier immers niet om gevallen waarin het benoemen of tonen van een merkproduct noodzakelijk is. De Regulator verwijst hiervoor naar de memorie van toelichting bij artikel 8, § 5, van het decreet van 12 juli 1991 (nu artikel 105, § 5, van het Mediadecreet): *"In een aantal programma's zal het benoemen en/of tonen van een produkt noodzakelijk zijn; een boek in een boekenrubriek, een auto in een programma over auto's, de naam van een bedrijf in een informatieprogramma, ..."* (*Parl Doc.*, VI. R. 1990-91, nr. 489/1, 8).

14.1. De Regulator dient derhalve te onderzoeken of er sprake is van niet te vermijden reclame-uitingen omdat die behoren tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomen (artikel 105, § 1, van het Mediadecreet).

Uit de memorie blijkt voorts dat men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen, wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Hieruit wordt geconcludeerd dat een omroep maximaal moet trachten te voorkomen dat bepaalde reclamevormen, door een aangepaste cameraregie, met nadruk in beeld komen: *“De mate van nadruk kan door tal van factoren beïnvloed worden zoals bijvoorbeeld de tijd gedurende welke een reclamevorm in beeld is of de grootte van de reclamevorm ten opzichte van de totale oppervlakte van het beeldscherm (...)”* (Parl Doc., VI. R. 1990-91, nr. 489/1, 7).

14.2. De Regulator stelt vast dat beide programma’s reclame blijken te bevatten onder de vorm van naam- en merkvermeldingen, enerzijds van een handelszaak, anderzijds van een welbepaald product. In feite gaat het om korte publiciteitsreportages die, ondanks het aangemeten informatief karakter, evenzeer een verkoopsbevorderend karakter hebben.

Gelet op de duur gedurende dewelke al deze producten getoond worden en de wijze waarop ze in beeld gebracht worden (inzoomen), is de Regulator van oordeel dat deze reclamevorm in beide programma’s met nadruk in beeld werd gebracht, terwijl invloed kon worden uitgeoefend op het in beeld komen van deze reclame-uiting.

15. De Regulator wijst er op dat dergelijke publiciteitsreportages wel kunnen worden uitgezonden indien deze gegroepeerd worden in een reclameblok, met name overeenkomstig de voorwaarden van art. 101, § 1 van het Mediadecreet.

16. De Regulator herinnert er aan dat er, ondanks het gegeven dat in de omschrijving van 'reclame' (artikel 2, 15°) is vermeld dat het gaat om een boodschap die wordt uitgezonden “tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel ten behoeve van zelfpromotie”, en om onder het relatieve verbod van artikel 105 van het Mediadecreet te vallen - en los van het geval dat het om zelfpromotie gaat - niet noodzakelijk moet zijn aangetoond dat een financiële of andere tegenprestatie is geleverd. Uit de tekst van artikel 105 evenals uit de parlementaire voorbereiding van de betrokken bepalingen blijkt dat reclame-uitingen die in programma's voorkomen, ook als niet is aangetoond dat daarvoor aan de omroep een tegenprestatie is geleverd, slechts binnen zekere grenzen toegelaten zijn.

Uit artikel 105 van het Mediadecreet, en uit de parlementaire voorbereiding ervan, blijkt aldus dat de decreetgever impliciet, maar duidelijk is afgeweken van de notie 'reclame' zoals omschreven in artikel 2, 15°, van

het Mediadecreet. De Regulator verwijst hiervoor, voor zoveel als nodig, naar zijn beslissing 2007/045 van 19 oktober 2007.

17. De Regulator kan er derhalve niet aan voorbijgaan dat PPMG de bepalingen van artikel 105, § 1, van het Mediadecreet geschonden heeft in de onderzochte periode op 25 mei 2007.

De vastgestelde overtredingen doen de Regulator besluiten een administratieve geldboete op te leggen.

Gelet op de aard en de ernst van de inbreuken is de Regulator van oordeel dat een geldboete van 2.000 euro een gepaste sanctie is.

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

In hoofde van de particuliere doelgroep- en themaomroep NV Prime Projects Media Group inbreuken vast te stellen op artikel 105, § 1, van het Mediadecreet.

Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de particuliere doelgroep- en themaomroep NV Prime Projects Media Group daarvoor een administratieve geldboete van 2.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 14 december 2007.

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. |
|--|