



# VLAAMSE *R*EGULATOR VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VRM t. VZW WTV ZUID**

*(dossier nr. 2007/0396/4)*

BESLISSING  
nr. 2007/049

19 oktober 2007



**In de zaak van VRM tegen VZW WTV Zuid,**

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 21 september 2007 en 19 oktober 2007,

Neemt op de laatst vermelde datum de volgende beslissing:

**PROCEDURE**

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden de televisie-uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroepen op zaterdag 3 februari 2007 (gedurende 3 uur, vanaf 16.00 tot 19.00 uur) door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media onderzocht.

Met een onderzoeksrapport van 15 juni 2007 zijn de resultaten door de onderzoekscel meegedeeld aan de Regulator.

2. De Regulator beslist op de vergadering van 22 juni 2007 om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen de regionale televisieomroep VZW West-Vlaamse Televisie Omroep Regio Zuid (hierna : WTV), met maatschappelijke zetel Kwadestraat 151b te 8800 Roeselare, 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 juni 2007 aan WTV meegedeeld.

4. De betrokken omroep wordt bij dezelfde aangetekende brief van 27 juni 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 21 september 2007 indien hij daarom verzoekt.

5. Bij aangetekende brief van 11 juli 2007, ontvangen door de Regulator op 12 juli 2007, bezorgt WTV zijn schriftelijke opmerkingen.

6. Op de hoorzitting van 21 september 2007 wordt WTV vertegenwoordigd door Marleen Verfaillie en Philip Dockx.

## DE FEITEN

### 7. Alleenstaande reclameboodschap.

WTV heeft tijdens de onderzochte periode driemaal een alleenstaande reclameboodschap uitgezonden ('Habitus', 'Telenet Digital TV' en 'Idee Home').

### 8. Reclamebumper.

De alleenstaande reclameboodschap van 'Habitus' en 'Telenet Digital TV' wordt niet steeds door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden van de programma's.

### 9. Reclame in programma's.

Een aantal programma's bevatten vormen van reclame.

#### 9.1. 'Auto TV'.

In dit programma wordt aandacht besteed aan diverse nieuwe automodellen en types, die uitvoerig in beeld worden gebracht en waarvan de eigenschappen door liefhebbers en experts worden besproken (Lotus Europa S – Mercedes Ocean Drive – Opel Corsa – Rolls Royce Phantom Cabrio – Chevrolet Volt Concept – SsanYong SUV – Violator motorfiets). Hoewel nu en dan een kritische noot bij de bespreking te horen is, worden vaak lovende bewoordingen en aantrekkelijke beeldopnames gehanteerd die de betrokken automodellen promotioneel ten goede lijken te komen. Bij de bespreking van de nieuwe modellen wordt een beroep gedaan op een vertegenwoordiger van het magazine 'De Autogids' dat visueel en auditief wordt vermeld.

#### 9.2. 'Tendens'.

Dit programma bestaat uit diverse programmaonderdelen en programmarubrieken. Diverse van deze rubrieken lijken reclame te bevatten onder de vorm van naam- en merkvermeldingen van welbepaalde producten, diensten en handelszaken, zoals onder meer : producten van het

bedrijf 'De Saunashop' – filialen van de modezaak 'A Mode' – het product 'Murprotec'.

### 9.3. 'Vermogensbeheer'.

Dit programma wordt uitgezonden onder de afzonderlijke titel 'Vermogensbeheer' met een duur van ongeveer 1 minuut 50 seconden. Door middel van een vraaggesprek wordt een vertegenwoordiger van de bankinstelling 'Delen' de mogelijkheid geboden om promotie te maken voor de bankdienst(en) van deze bank.

## HET RECHT

10. Artikel 101, § 1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna genoemd : het Mediadecreet), zoals gewijzigd bij decreet van 2 februari 2007, in werking getreden op 5 maart 2007, bepaalt dat reclame en telewinkelen duidelijk als dusdanig herkenbaar moeten zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden moeten zijn van de programma's.

Bovendien moeten reclame en telewinkelspots gegroepeerd worden in niet-opvolgende tijdsblokken van beperkte duur.

11.1. Artikel 105, § 1, van het Mediadecreet stelt dat, met behoud van de toepassing 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.

11.2. Artikel 105, § 5, van het Mediadecreet bepaalt dat naam- en merkvermeldingen van producten en diensten, zonder de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen in andere programma's, kunnen worden aanvaard als ze voor het programma inhoudelijk verantwoord en noodzakelijk zijn.

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

### 12. Alleenstaande reclameboodschap.

WTV haalt aan dat de spot 'Telenet' per vergissing voor de reclamebumper was geplaatst in plaats van er tussen.

Wat de spot 'Idee Home' en 'Habitus' betreft, stelt WTV dat die spot verkocht wordt aan klanten van 'Tendens-woonmagazine' en een afzonderlijk blok vormt dat enkel in het weekendmagazine loopt, in tegenstelling met de andere reclameblokken die mee lussen in de uitzendingen tijdens de week. In de betrokken week was maar één spotje verkocht in dit afzonderlijk blok.

### 13. Reclamebumper.

Zoals reeds aangehaald, zat de spot van 'Telenet' per vergissing buiten de reclamebumpers. Voor de beide andere spots stelt WTV dat de aftiteling van de reclame vergeten was.

Tijdens de hoorzitting haalt WTV aan dat het echter allemaal een technische fout betreft bij het samenstellen van de opname-DVD voor de Regulator. De reclamebumpers zijn immers wel degelijk uitgezonden maar deze moeten apart op de opname-DVD worden opgeladen en dat is men vergeten.

### 14. Reclame in programma's.

Zaterdag is bij WTV uitgekozen voor het brengen van life-style programma's, wat zeer gegeerd is bij het publiek. Als particuliere omroep, wiens inkomstenbron hoofdzakelijk bestaat uit commerciële (reclame)inkomsten, heeft WTV dan ook volop gebruik gemaakt van de decretale regelgeving, die hun commerciële ruimte berekent op jaarbasis en niet op dagbasis. In het licht daarvan vraagt WTV begrip voor het feit dat zaterdag een grotere commerciële inslag heeft dan de zes overige dagen van de week. WTV is er zich wel bewust van, na lezing van het onderzoeksrapport, dat de regelgeving niet altijd gerespecteerd werd.

#### 14.1. 'Auto TV'.

Dit is een door derden aangeleverd programma, waarin aandacht wordt besteed aan diverse nieuwe automodellen. Het is onmogelijk een programma over nieuwe wagens te brengen, zonder deze bij name te vernoemen en voor- en nadelen tussen de verschillende geteste wagens te

brengen. WTV sluit zich aan bij de verwijzing van het onderzoeksrapport naar artikel 105, § 5, van het mediadecreet dat vermelding van merken aanvaardbaar is, voor zover deze voor het programma verantwoord en noodzakelijk zijn.

#### 14.2. 'Tendens'.

Tendens is een redactioneel programma waarvan een aantal onderdelen gesponsord zijn. Het is een magazine waarin een mix van informatie met een concrete visuele voorstelling van producten en diensten wordt aangeboden. Door de opbouw van de programmaonderdelen met onderbreking via billboards én expliciete sponsorvermelding weet de kijker duidelijk dat het informatieve aspect van de onderwerpen vaak gevisualiseerd wordt met producten van de sponsors, zonder dat dit afbreuk doet aan de informatieve waarde van het onderwerp of de kijker misleidt. WTV is van mening dat de vermelde producten en diensten als aanvaardbaar beschouwd kunnen worden in de zin van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet vermits ze voor de betrokken programmaonderdelen verantwoord en noodzakelijk zijn.

#### 14.3. 'Vermogensbeheer'.

WTV is van oordeel dat deze rubriek duidelijk beschouwd kan worden als een gesponsord programmaonderdeel vermits de opdrachtgever, in casu de bank Delen, volledig beantwoordt aan de definitie van sponsoring van het Mediadecreet.

De inhoud van de rubriek is duidelijk informatief correct en leert de kijker wat vermogensbeheer precies inhoudt. De verleende informatie is toepasbaar voor elke instelling die aan vermogensbeheer doet.

WTV heeft de makers van de rubriek er evenwel op gewezen dat de vermelding van de naam van de bank in het programma zelf in de toekomst moet worden vermeden.

## **B. Beoordeling**

#### 15. Alleenstaande reclameboodschap.

Uit het onderzoek blijkt dat WTV tijdens de onderzochte periode driemaal een alleenstaande reclameboodschap heeft uitgezonden.

De Regulator heeft er begrip voor dat de omroep op de eerste plaats thematische reclamespots tracht te verkopen, maar een omroep heeft die verplichting niet. Wanneer de omroep dus, zoals hier, te weinig thematische reclamespots kan verkopen, dient hij de verschillende alleenstaande

reclamespots te groeperen en in één blok uit te zenden. De Regulator aanvaardt de argumentatie van WTV derhalve niet.

De Regulator kan er niet aan voorbijgaan dat WTV niet heeft voldaan aan de verplichting van artikel 101, § 1, laatste lid, van het Mediadecreet.

De vastgestelde overtreding doet de Regulator besluiten WTV te waarschuwen.

#### 16. Reclamebumper.

De Regulator stelt vast dat de alleenstaande reclameboodschap 'Telenet' werd uitgezonden zonder reclamebumper voor en na en de alleenstaande reclameboodschap 'Habitus' niet wordt afgesloten met een reclamebumper. De Regulator heeft dit vastgesteld aan de hand van een eigen gemaakte opname van de uitzendingen van 3 februari 2007.

De Regulator stelt vast dat het verweer van WTV tijdens de hoorzitting verschilt van hun schriftelijke opmerkingen en niet met de werkelijkheid strookt. De reclamebumpers werden niet steeds consequent uitgezonden. De Regulator mag dan ook besluiten dat het meer betreft dan een loutere technische fout bij de samenstelling van de opname-DVD voor de Regulator.

De Regulator kan er derhalve niet aan voorbijgaan dat WTV niet heeft voldaan aan de verplichting van artikel 101, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet.

De vastgestelde overtreding doet de Regulator besluiten een administratieve geldboete op te leggen.

Gelet op de aard en de ernst van de inbreuk is de Regulator van oordeel dat een geldboete van 500 euro een gepaste sanctie is.

#### 17. Reclame in programma's.

17.1. De Regulator stelt vast dat, met betrekking tot reclame (en telewinkelen), het principe van het Mediadecreet erin bestaat dat er een duidelijk onderscheid moet zijn tussen reclame (en telewinkelen) en programma's. Het gevolg van dat principe wordt ondubbelzinnig verwoord in artikel 105, § 1, van het Mediadecreet : de programma's mogen geen reclame, in welke vorm dan ook, bevatten, tenzij die niet te vermijden is. Het artikel 105 beschrijft verder wat als niet te vermijden reclame beschouwd kan 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 (§ 5).

17.2. De Regulator stelt vast dat de uitzonderingen van §§ 2, 3 en 4, niet van toepassing zijn. De programma's 'Auto TV' – 'Tendens' – 'Vermogensbeheer' betreffen immers noch een verslaggeving van een sportwedstrijd of culturele manifestatie, noch het ter beschikking stellen van een prijs.

### 17.3. 'Auto TV'

De Regulator is van mening dat hier de uitzondering van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet speelt. De decreetgever heeft immers de toepassing van § 5 slechts mogelijk willen maken voor een welbepaald soort programma. In de voorbereidende werken (Parl. St. 489 (1990-1991) – Nr. 1, blz. 7-9-8) leest men dat de decreetgever met deze uitzondering uitsluitend doelt op programma's waarin het benoemen of tonen van een product noodzakelijk is en waarbij dit op een evenwichtige wijze in het programma voorkomt en in een redelijke verhouding staat tot het (niet-commerciële) doel van het programma, bijvoorbeeld een boek in een boekenprogramma, een auto in een autoprogramma.

### 17.4. 'Tendens'

De Regulator is van mening dat hier de uitzondering van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet niet speelt gelet op de bedoeling van de decreetgever om slechts een welbepaald soort programma onder toepassing van deze bepaling te laten ressorteren (zie punt 17.3.).

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

Uit de hierboven aangehaalde voorbereidende werken blijkt dat men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen van een reclamevorm wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Dit betekent dat een omroep dus 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 (dit kan nog geaccentueerd worden door in te zoomen).

De Regulator stelt vast dat onder meer gedurende 3 minuten producten van het bedrijf 'De Saunashop' worden getoond waarbij driemaal gedurende respectievelijk 3, 7 en 5 seconden wordt ingezoomd op de naam 'De Saunashop'. Daarbij komt ook gedurende 5 seconden de website in beeld. Gedurende 2 minuten wordt een reportage over trends in communicatie uitgezonden aan de hand van de collecties bij 'A Mode'. Er wordt regelmatig ingezoomd op de kleding die de kinderen dragen terwijl tegelijk een beschrijving wordt gegeven van wat ze dragen. Aan het begin en bij het einde van de reportage komt gedurende respectievelijk 8 en 9 seconden de adressen van verschillende filialen in beeld samen met het adres van de website. Gedurende 2 minuten 1 seconde wordt een wervende en promotionele reportage uitgezonden voor het product 'Murprotec' met contactgegevens voor een gratis diagnose. Hierbij wordt regelmatig ingezoomd op de naam 'Murprotec' als hoofding op briefpapier, als merknaam op een luchtfilter, op de deur van een wagen.

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 met nadruk in beeld is gekomen, terwijl invloed kon worden uitgeoefend op het in beeld komen van deze reclameuiting.

De Regulator gaat derhalve niet akkoord met de stelling van de betrokken omroep dat de vermelde producten en diensten aanvaardbaar zijn in de zin van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet omdat ze verantwoord en noodzakelijk zouden zijn voor de programmaonderdelen. De argumenten dat de kijker weet hoe het programma verloopt en niet misleid wordt en dat de omroep volop gebruik maakt van de decretale regelgeving om hun commerciële ruimte op jaarbasis te berekenen en niet op dagbasis, doen geen afbreuk aan de verplichting voor een omroep om geen reclame in de programma's te brengen die te vermijden is. De Regulator aanvaardt deze argumenten niet.

De Regulator merkt op dat het daarenboven om producten van één van de sponsors van het programma gaat.

#### 17.5. 'Vermogensbeheer'

De Regulator is van mening dat hier de uitzondering van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet niet speelt gelet op de bedoeling van de wetgever om

slechts een welbepaald soort programma onder toepassing van deze bepaling te laten ressorteren (zie punt 17.3.).

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

Uit de hierboven aangehaalde voorbereidende werken blijkt dat men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen van een reclamevorm wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Dit betekent dat een omroep dus 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.

De Regulator stelt vast dat gedurende 1 minuut 50 seconden een vertegenwoordiger van de bank 'Delen' middels een vraaggerek de mogelijkheid wordt geboden om promotie te maken voor de bankdienst(en) van deze bank.

De Regulator kan niet akkoord gaan met de stelling van WTV dat de verleende informatie toepasbaar is voor elke instelling die aan vermogensbeheer doet. Bij het begin van de rubriek komt gedurende 5 seconden een gevel in beeld met daarop de naam 'Bank Delen' waar dan nog eens extra wordt op ingezoomd. In de rubriek praat de medewerker van de bank, wiens naam op het scherm vermeld wordt samen met die van de bank, meerdere malen van 'onze klanten' bij de beschrijving van een aantal diensten, waaronder de expliciete vermelding van website van de bank. De beschrijving die volgt van de wijze waarop de bank transparant is naar zijn klanten toe, is volgens de Regulator niet zomaar toepasbaar op om het even welke instelling die aan vermogensbeheer doet.

Gelet op de duur gedurende dewelke deze diensten vermeld worden, is de Regulator van oordeel dat deze reclamevorm met nadruk in beeld is gekomen, terwijl de omroep invloed kon uitoefenen op het in beeld komen van deze reclame-uiting.

Het argument dat deze rubriek duidelijk als een gesponsord programmaonderdeel kan worden beschouwd omdat de opdrachtgever volledig beantwoordt aan de definitie van sponsoring van het Mediadecreet, doet geen afbreuk aan de verplichting voor een omroep om geen reclame in de programma's te brengen die te vermijden is. De Regulator aanvaardt dit argument niet.

De Regulator merkt op dat het daarenboven om een product van de sponsor van het programma gaat.

17.6. De Regulator kan er niet aan voorbijgaan dat WTV de bepaling van artikel 105, §1, van het Mediadecreet meermaals geschonden heeft in de televisieprogramma's 'Tendens' en 'Vermogensbeheer', uitgezonden op 3 februari 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 1750 euro een gepaste sanctie is.

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

1. In hoofde van de regionale televisieomroep VZW WTV ZUID een inbreuk vast te stellen op artikel 101, § 1, eerste lid, en op artikel 105, § 1, van het Mediadecreet.

Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de regionale televisieomroep VZW WTV ZUID daarvoor een administratieve geldboete van 2250 euro op te leggen.

2. In hoofde van de regionale televisieomroep VZW WTV ZUID een inbreuk vast te stellen op artikel 101, §1, laatste lid, van het Mediadecreet.

Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de regionale televisieomroep VZW WTV ZUID daarvoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 19 oktober 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.