



VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMS COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Rolnummer : 550

Beslissing nr. : 2005/112

BESLISSING

16 december 2005

In zake : monitoring van het omroepprogramma Jim TV (dossiernr. 2005/0304/7).

1. Ingevolge het kaderbesluit van het Vlaams Commissariaat voor de Media (VCM) van 22 april 2005 werden de televisie-uitzendingen op 30 mei 2005 (van 20.00 tot 22.00 uur) van volgende particuliere televisie-omroepen bij aangetekend schrijven van 3 juni 2005 opgevraagd door de administratie Media van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap : Actua TV (BVBA Actua TV), VijfTV (SBS Belgium NV), Jim TV (VMMa NV), Kanaal Z (Belgian Business Television NV), Vitaya (Media Ad Infinitum NV), Event TV (Event TV Vlaanderen NV), Euro 1080 (Euro 1080 NV), Canal+ Rood, Canal+ Geel, Canal+ Blauw, Canal+ Pay Per View en Fezztival in Vlaanderen (PayTV Co NV), Canal+ Rood Nederland en Canal+ Blauw Nederland, Canal+ 16/9 (*Geel*) Nederland (Canal+ NV) en TMF (MTV Belgium Networks BVBA).

Met een nota van 2 september 2005 zijn de resultaten van de monitoring aan het VCM medegedeeld.

2. Het resultaat van dit onderzoek met betrekking tot het omroepprogramma Jim TV is bij ter post aangetekende brief van 28 september 2005 ter kennis gebracht van VMMA NV.

Bij dezelfde brief heeft het Commissariaat zijn beslissing meegedeeld om een procedure inzake ambtshalve onderzoek op te starten. Aan de omroep is de gelegenheid gegeven om schriftelijke opmerkingen binnen twee weken mee te delen aan het Commissariaat, en om te verzoeken om te worden gehoord op de hoorzitting van 14 oktober 2005.

In antwoord op de telefonische vraag van VMMA NV deelt het Commissariaat op 3 oktober 2005 aan de omroep mee dat de hoorzitting verplaatst wordt naar 18 november 2005.

Op 11 oktober 2005 ontvangt het Commissariaat de schriftelijke opmerkingen van VMMA NV.

Op 18 november 2005 is VMMA NV, vertegenwoordigd door Ben Appel en Anita Coremans, in dit verband gehoord.

3. Uit het onderzoek blijkt dat het muziekvideoclipprogramma 'Hitbox' driemaal is onderbroken voor reclame, terwijl tussen de reclameblokken geen twintig minuten is gelaten. Bovendien is tijdens het vertonen van sommige videoclips onderaan in beeld gedurende 20 seconden een pancarte getoond met een aanbod om de melodie van de getoonde muziekclip als ringtone voor een GSM aan te schaffen (vermelding: "Mono SMS [cijfercode] Poly SMS P [cijfercode] naar 3344 (3 Euro/ringtone)").

3.1.1. Ingevolge artikel 101 van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna : het Omroepdecreet), mogen reclame en telewinkelspots slechts onder welomschreven voorwaarden tijdens de programma's worden ingevoegd.

3.1.2. In haar schriftelijk verweer betwist VMMA NV de stelling dat het programma 'Hitbox' onder toepassing van artikel 101, §5, van het Omroepdecreet zou vallen, volgens hetwelk er tussen iedere reclameonderbreking binnen de programma's een tijdvak van 20 minuten dient te verlopen.

De omroep voert aan dat het programma 'Hitbox' een programma is dat uit verschillende zelfstandige onderdelen bestaat. Dagelijks worden onder één noemer ('Hitbox') een aantal videoclips uitgezonden, waarbij iedere videoclip op zich staat. Volgens de omroep blijkt dit uit het feit dat de plaats van de videoclips in het programma onderling inwisselbaar is, zonder dat daarmee afbreuk zou worden gedaan aan het programma.

Volgens de omroep is het voorschrift uit artikel 101, §5, van het Omroepdecreet niet geschonden aangezien "uit zelfstandige onderdelen samengestelde programma's" een uitzondering vormen op de regel dat er een tijdvak van ten minste 20 minuten dient te verlopen tussen iedere opeenvolgende onderbreking binnen de programma's.

3.1.3. Het Commissariaat is van oordeel dat het programma ‘Hitbox’, zoals het op 30 mei 2005 werd uitgezonden, inderdaad te beschouwen is als een uit zelfstandige onderdelen samengesteld programma.

De onderwerpen van het programma “Hitbox” zijn losse muziekvideoclips, zodat in dit programma elke muziekvideoclip als een zelfstandig onderdeel beschouwd kan worden: de keuze en de volgorde van de muziekvideoclips is willekeurig en kan gewijzigd worden, zonder afbreuk te doen aan het programma als geheel.

Het Commissariaat oordeelt derhalve dat het programma ‘Hitbox’ niet onder toepassing van artikel 101, § 5, van het Omroepdecreet valt, maar onder artikel 101, § 3.

3.2.1. Op grond van die laatste bepaling mogen bij uit zelfstandige onderdelen samengestelde programma’s of bij sportprogramma’s en op soortgelijke wijze gestructureerde evenementen en opvoeringen met pauzes, alleen tussen de zelfstandige onderdelen of tijdens de pauzes reclame en telewinkelspots ingevoegd worden. Dit moet op grond van artikel 101, §2, gebeuren “op zodanige wijze dat de integriteit en de waarde van de programma’s niet worden geschaad”. En ook de algemene regel, opgenomen in artikel 101, § 1, blijft gelden: “Reclame en telewinkelen moeten duidelijk als dusdanig herkenbaar zijn en onderscheiden zijn van de programma’s”.

3.2.2. Luidens artikel 2, 19°, van het Omroepdecreet wordt telewinkelen omschreven als “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 102 van het Omroepdecreet bepaalt onder welke voorwaarden televisieomroepen die niet uitsluitend telewinkelprogramma’s brengen, telewinkelmogelijkheden kunnen uitzenden. In dit geval gaat het echter in geen geval om telewinkelmogelijkheden, eventueel wel om telewinkelspots.

3.2.3. In haar schriftelijk verweer betwijfelt VMMA NV of er sprake kan zijn van telewinkelen indien tijdens de uitzending van welbepaalde muziekvideoclips in het programma ‘Hitbox’ onderaan in beeld gedurende 20 seconden een pancarte getoond wordt met een aanbod om de melodie van de uitgezonden muziekvideoclip als ringtone voor een GSM te downloaden tegen een welbepaalde prijs.

VMMA NV voert aan dat de ringtones op zich niet worden getoond of uitgezonden, dat het aanbieden van een ringtone eerder een afgeleide is van wat wordt uitgezonden, dat het aankopen van een ringtone niet wordt aangespoord en dat ringtones altijd rechtstreeks op een mobiel toestel gedownload worden. De omroep heeft tijdens de hoorzitting wel erkend dat het aanbod van haar uitgaat en dat een deel van prijs voor haar bestemd is.

3.2.4. Het Commissariaat stelt vast dat alle elementen van de definitie van telewinkelen aanwezig zijn bij het aanbieden van ringtones via pancartes tijdens muziekvideoclips.

De definitie spreekt van een rechtstreekse aanbieding aan het publiek. De pancarte die tijdens de muziekvideoclip wordt getoond, biedt het publiek de mogelijkheid om de ringtone te verkrijgen. Het fysiek tonen van wat wordt aangeboden, is niet vereist. Dat is trouwens ook

niet altijd mogelijk : de definitie spreekt van levering van goederen of diensten; diensten kunnen niet als zodanig getoond worden.

De definitie stelt nergens dat afgeleide producten niet zouden mogen worden aangeboden; het moet gaan om een goed of dienst, aangeboden tegen betaling. Een ringtone is een dienst die in dit geval tegen betaling wordt aangeboden.

Het specifiek aansporen tot de aankoop is evenmin een voorwaarde om van telewinkelen te kunnen spreken. Het feit dat vermeld wordt hoe en waar men de ringtone kan downloaden tegen een welbepaalde prijs, is reeds voldoende om het aankopen ervan te bevorderen.

Het gegeven dat de ringtone op een mobiel toestel gedownload wordt, verhindert niet dat voldaan is aan de vereiste van de levering van een dienst tegen betaling.

3.2.5. Het Commissariaat kan er bijgevolg niet aan voorbijgaan dat VMMA NV de bepalingen van artikel 101, §§ 1 en 3, van het Omroepdecreet geschonden heeft door telewinkelen niet als dusdanig herkenbaar te maken door een visuele en/of auditieve vermelding dat het om telewinkelen gaat en door de regel niet na te leven dat telewinkelspots alleen tussen de zelfstandige onderdelen mogen worden ingevoegd.

4. Uit het onderzoek blijkt eveneens dat in het reclameblok uitgezonden omstreeks 21u, twee aankondigingspots waren opgenomen die blijkbaar gesponsord werden door Futuris. De tweede aankondigingspot met betrekking tot het programma 'Jimlist 40' werd gevolgd door, naast een geanimeerde vermelding van de sponsor van niet meer dan 5 seconden, nog een vermelding van dezelfde sponsor wiens merknaam "Futuris.be" gedurende 12 à 13 seconden rechts onderaan in beeld wordt getoond en waarbij tevens auditief wordt vermeld: "Surf naar Futuris.be en stem voor jouw favoriete clips".

4.1. Ingevolge artikel 106, § 5, van het Omroepdecreet mag in aankondigingspots melding gemaakt worden van de sponsors. De vermelding, die aan strikte voorwaarden onderworpen is, mag onder meer niet langer dan vijf seconden per sponsor en tien seconden in totaal bedragen.

4.2. VMMA NV betwist dat de vermelding van 'Futuris.be' gedurende 12 à 13 seconden onderaan in beeld tijdens de aankondigingspot voor het programma 'Jimlist 40' als een sponsorvermelding beschouwd kan worden, omdat er volgens haar geen bijdrage aan de "financiering van programma's" wordt geleverd. De omroep heeft de vermelding onderaan in beeld, vrijwillig opgeschort in afwachting van een beoordeling door het Commissariaat.

VMMA NV omschrijft het programma 'Jimlist 40' als een programma dat *"een hitlijst bevat van videoclips die door de kijker wordt samengesteld. De kijker kan uit een door ons samengestelde lijst van videoclips stemmen op zijn favorieten. Dat stemmen gebeurt via de website 'Futuris.be' "*.

4.3. In artikel 2, 16°, van het Omroepdecreet wordt sponsoring gedefinieerd als "elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezig houdt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, aan de financiering

van programma's met het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven".

Uit die definitie blijkt dat het oogmerk ("het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven") gesitueerd wordt in hoofde van degene die een bijdrage levert aan de financiering van de programma's. In hoofde van de omroep volstaat het meewerken aan het meer bekendheid geven van naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties van de sponsor in ruil voor zijn bijdrage aan de financiering van de programma's.

Om als een bijdrage aan de financiering van de programma's te worden beschouwd, moet het niet noodzakelijk om een geldelijke bijdrage gaan. Het materieel bijdragen – volgens de definitie: "elke bijdrage" – aan de realisatie van het betrokken programma volstaat.

Het programma 'Jimlist 40', zoals het is geconcipieerd, kan maar gerealiseerd worden indien kijkers kunnen stemmen voor de aangeboden videoclip. Aangezien in dit geval ING, dat de Futuris-diensten (o.a. de Futuris-rekening) op de markt brengt en de Futuris.be-website beheert, aan de omroep de mogelijkheid biedt om dat stemmen door de kijkers via zijn website te laten gebeuren en er daarbij klaarblijkelijk naar streeft om haar handelsmerk Futuris en haar activiteiten meer bekendheid te geven, levert zij een bijdrage aan de financiering van het betrokken programma.

Gelet op het gegeven dat de betrokken bijdrage derhalve als sponsoring moet worden beschouwd, zijn de beperkingen van artikel 106, § 5, van het Omroepdecreet van toepassing.

4.4. Het Commissariaat kan er niet aan voorbijgaan dat VMMA NV beide bepalingen van artikel 106, §5, van het Omroepdecreet met betrekking tot de maximumduur geschonden heeft door het uitzenden van de betrokken sponsorvermelding: per aankondigingspot mag de vermelding van iedere sponsor niet langer dan vijf seconden duren en in totaal mogen de sponsorvermeldingen niet meer dan tien seconden in beslag nemen.

5. De vastgestelde overtredingen doen het Commissariaat besluiten een administratieve geldboete van 2500 euro op te leggen. Bij het bepalen van de strafmaat houdt het Commissariaat rekening met de schaalgrootte van het omroepprogramma, en ook met het gegeven dat de omroep de betwiste sponsorvermelding vrijwillig heeft opgeschort in afwachting van een beoordeling door het Commissariaat.

OM DEZE REDENEN,

het Vlaams Commissariaat voor de Media

Gelet op artikel 32 van het besluit van de Vlaamse regering van 14 juli 1998 houdende de vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria en voorwaarden voor de erkenning van particuliere radio-omroepen en artikel 7 van het reglement van orde van het Vlaams Commissariaat voor de Media,

- stelt in hoofde van VMMA NV inbreuken vast op de artikelen 101, §§ 1 en 3, en 106, §5, van het Omroepdecreet;
- legt, overeenkomstig artikel 172, §1, van het Omroepdecreet, een administratieve geldboete van 2500 euro op.

Aldus uitgesproken te Brussel, met eenparigheid van stemmen, op 16 december 2005 door het Vlaams Commissariaat voor de Media, samengesteld uit J. Baert, voorzitter, D. Albrecht en J. Boon, commissarissen, bijgestaan door D. Peereman, waarnemend griffier.

D. Peereman
wnd. griffier

J. Baert
voorzitter

Tegen deze beslissing kan op grond van artikel 9 van het besluit van de Vlaamse Regering van 14 juli 1998 houdende vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria en voorwaarden voor de erkenning van particuliere radio-omroepen, een bezwaarschrift worden ingediend. Artikel 9, §2, van dat besluit luidt:

“§ 2. Het bezwaarschrift moet aan de volgende voorwaarden beantwoorden :

- 1° verzonden zijn bij ter post aangetekende brief, gericht aan de voorzitter van het Commissariaat;
- 2° de naam, de hoedanigheid en het adres van de betrokkene vermelden;
- 3° de beslissing waartegen het bezwaarschrift is gericht, vermelden;
- 4° de aangevoerde middelen vermelden, die betrekking moeten hebben op nieuwe elementen of op middelen waarop het Commissariaat in zijn beslissing niet of onvoldoende heeft geantwoord;
- 5° het bezwaarschrift moet ingediend zijn uiterlijk twee weken na de kennisgeving van de beslissing waartegen bezwaar wordt ingediend;
- 6° het bezwaarschrift moet ondertekend zijn. Indien het bezwaarschrift uitgaat van een rechtspersoon, wordt het ondertekend door een persoon die volgens de wet of de statuten bevoegd is om de rechtspersoon te vertegenwoordigen”.