



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV VLAMEX

(dossier nr. 2014/143)

BESLISSING
nr. 2014/028

16 juni 2014

In de zaak van VRM tegen NV Vlamex

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

Dhr P. SOURBRON, *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 16 juni 2014,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 31 mei 2010 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroeporganisaties, heeft de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 27 maart 2014 van 17u tot 23u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Stories TV van NV Vlamex (hierna: Vlamex), met maatschappelijke zetel Koning Albertstraat 6 te 9900 Eeklo.

2. Op 6 mei 2014 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 12 mei 2014 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, een procedure op tegenspraak tegen Vlamex te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 14 mei 2014 aan Vlamex meegedeeld.

5. Vlamex bezorgt geen schriftelijke opmerkingen aan de VRM en maakt evenmin gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de hoorzitting van 16 juni 2014.

DE FEITEN

De onderzoeksceel komt tot de volgende vaststellingen.

6.1. In het kader van het programma 'Mijn huis mooi huis' (19u20-19u45, 20u13-20u38, 21u07-21u32 en 22u01-22u26) worden diverse publi-reportages uitgezonden met betrekking tot verschillende merken ('Eco Heating', 'Aqwa Zero', 'Intercarro', 'CRC', 'Van Der Bouwhede', 'Tende', 'JPS Pools', 'Excellent', 'HHP').

De omroeporganisatie duidt de publi-reportages aan door middel van een 'publi-reportage'-vermelding in de rechteronderhoek van het scherm.

Volgens de onderzoeksceel is de vermelding telkens onduidelijk. De onderzoeksceel leidt hieruit af dat Vlamex een inbreuk begaat op artikel 79, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) door de betrokken publi-reportages niet duidelijk als dusdanig herkenbaar te maken.

6.2. De omroeporganisatie geeft bij enkele van de programma's die in lus worden uitgezonden ('De Ondernemers', 'Vlaanderen Actueel', 'Sport 40', 'Mijn huis mooi huis') aan dat deze commerciële communicatie bevatten onder de vorm van productplaatsing door het plaatsen van het PP-logo.

Het PP-logo is evenwel onduidelijk: het logo is klein, vaag en staat in slecht contrast met de achtergrond waardoor het niet gemakkelijk opgemerkt kan worden door de kijker, waardoor volgens de onderzoeksceel artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet niet is nageleefd.

6.3. De omroeporganisatie geeft aan dat het programma 'Vlaanderen Actueel' commerciële communicatie onder de vorm van productplaatsing bevat door het tonen van een PP-logo bij het begin van het programma.

Het logo wordt niet getoond aan het einde van het programma, zoals voorgeschreven door artikel 100, §1, 4° van het Mediadecreet en door artikel 2, 1° van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing (hierna: het besluit van 10 september 2010).

TOEPASSELIJKE REGELS

7.1. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet luidt als volgt:

'Televisiereclame, zelfpromotie uitgezonderd, en telewinkelen moeten duidelijk herkenbaar zijn en moeten kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Zonder afbreuk te doen aan het gebruik van nieuwe reclametechnieken, moeten reclame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden.'

De bepalingen van deze paragraaf zijn eveneens van toepassing op teletekst'

7.2. Artikel 81, § 5, van het Mediadecreet bepaalt:

'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.'

7.3. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor:

'De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden:

1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering ervan, worden nooit dusdanig beïnvloed dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;

2° ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen;

3° het product of de dienst in kwestie krijgt geen overmatige aandacht;

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.'

7.4. De artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010 luiden als volgt:

'Artikel 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.

8. De omroeporganisatie heeft geen schriftelijke opmerkingen ingediend en werd niet vertegenwoordigd op de hoorzitting van 16 juni 2014.

B. Beoordeling.

9.1. Uit het onderzoek en de beelden blijkt dat binnen het kader van het programma 'Mijn huis mooi huis' een aantal publi-reportages werden uitgezonden.

Er werd vastgesteld dat de 'publi-reportage'-vermelding hierbij onduidelijk was, waardoor de publi-reportage voor de kijker niet duidelijk herkenbaar was.

Hieruit volgt dat Vlamex tijdens de onderzochte periode een inbreuk heeft begaan op artikel 79, § 1, eerste lid, van het Mediadecreet.

9.2. Uit het onderzoek en de beelden blijkt dat bij de programma's 'De Ondernemers', 'Vlaanderen Actueel', 'Sport 40' en 'Mijn Huis Mooi Huis' de aanwezigheid van productplaatsing werd aangegeven door het tonen van een PP-logo.

Het PP-logo werd hierbij op onduidelijke wijze vertoond, waardoor de kijker niet duidelijk werd gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing in de betrokken programma's.

Er werd tevens vastgesteld dat werd aangegeven dat het programma 'Vlaanderen Actueel' productplaatsing bevat door het tonen van een PP-logo bij het begin van het programma. Het logo werd evenwel niet getoond bij het einde van het programma.

Uit bovengenoemde vaststellingen volgt dat Vlamex tijdens de onderzochte periode een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010.

9.3. Sanctie

Bij het bepalen van de sanctie voor bovengenoemde inbreuken houdt de VRM onder meer rekening met het gegeven dat Vlamex eerder voor gelijkaardige inbreuken werd gesanctioneerd (beslissing nr. 2011/20 van 26 september 2011, beslissing nr. 2011/032 van 28 november 2011, beslissing nr. 2013/035 van 19 november 2012 en beslissing 2014/003 van 27 januari 2014). Een administratieve geldboete van 2.000 euro is dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Vlamex een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, eerste lid en artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Vlamex een administratieve geldboete van 2.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 16 juni 2014.

D. PEEREMAN
griffier

P. SOURBRON
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.