



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV VLAAMSE RADIO- EN
TELEVISIEOMROEPORGANISATIE

(dossier nr. 2015/180)

BESLISSING
nr. 2015/024

9 maart 2015

In de zaak van VRM tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie,

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

Dhr P. SOURBRON, *voorzitter*,
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,
Dhr R. LANNOO,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 9 maart 2015,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014 tot het uitvoeren op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven van gerichte controles inzake de naleving van de regels en voorschriften aangaande commerciële communicatie door de Vlaamse televisieomroeporganisaties, werd door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) het programma 'Thuis', uitgezonden op 26 januari 2015 via het omroepprogramma Eén, onderzocht.
2. Op 2 februari 2015 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzending.
3. Op 9 februari 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (hierna: VRT), met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel, een procedure op tegenspraak op te starten.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 12 februari 2015 aan VRT meegedeeld.

5. VRT bezorgt de schriftelijke opmerkingen van 2 maart 2015 aan de VRM.

6. VRT maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 9 maart 2015.

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel stelt vast dat 'Thuis' een programma betreft dat productplaatsing bevat : het PP-logo wordt zowel bij het begin als op het einde van het programma uitgezonden.

Het programma wordt gemaakt door VRT TELEVISIE voor Eén. De uitzending op 26 januari 2015 begint omstreeks 20u15 en eindigt omstreeks 20u45.

Tijdens de aflevering zijn onder meer volgende producten te zien : "De Morgen", "Flair", "Lotus speculoos pasta", "Delhaize"-producten, "Tönissteiner", "Vondelmolen" en "Dianna David".

Tijdens de aftiteling worden vermeld : "Tönissteiner" en "Dianna David".

7.2. Het merk "Dianna David" komt in deze aflevering gedurende 4 fragmenten aan bod.

In het eerste fragment zegt het 'Thuis'-personage Julia tijdens een conversatie met haar verloofde : *"Ik ga sebiet met Paulien een trouwkleedje kiezen bij Dianna David."*

Het tweede fragment duurt 1 minuut en 10 seconden, tijdens hetwelk het "Dianna David"-logo centraal in beeld is geplaatst en gedurende 35 seconden duidelijk zichtbaar is. Terwijl de personages Julia en Paulien de winkel binnen komen en twee kleedjes bekijken en becommentariëren, zegt de verkoopster : *"Goeiendag dames, welkom bij Dianna David. Ja, ik dacht net te vragen of ik jullie kon helpen maar ik zie dat de juffrouw al één van onze mooiste kleedjes heeft uitgekozen, voor zo'n heuglijke dag kan het niet mooi genoeg zijn, als u het even wil passen?"*

In het derde fragment, dat 2 minuten en 10 seconden duurt, past het personage Julia een jurk van "Dianna David" in de bruidswinkel. Ondertussen zegt de verkoopster : *"De jurk flatteert u enorm mevrouw, ja en je schouders komen er zo mooi in uit."* Paulien antwoordt : *"Voilà, nu hoor je het van een specialiste."* De verkoopster gaat verder : *"Aan de heupen zou het een klein beetje mogen worden ingenomen, maar dat is geen enkel probleem hoor want al onze jurken worden op maat gemaakt hier."*

Wanneer het personage Paulien aan het woord is en in close-up in beeld komt, is het "Dianna David"-logo zichtbaar op de achtergrond.

Het vierde fragment duurt 1 minuut. De personages Julia en Paulien hebben beiden een jurk uit de collectie aan.

7.3. Deze aflevering van 'Thuis' duurt 25 minuten en 24 seconden. Daarvan spelen zich 4 minuten en 20 seconden af in de bruidswinkel "Dianna David" (= 17%). Tijdens de fragmenten wordt het logo gedurende 35 seconden prominent in beeld gebracht, is het logo ook meerdere malen zichtbaar op de achtergrond en wordt het merk "Dianna David" tweemaal auditief vermeld.

Volgens de onderzoekscel krijgt het merk "Dianna David" hierdoor overmatige aandacht en voldoet het programma niet aan artikel 100, § 1, 3°, van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 30°, van het Mediadecreet bepaalt :

"In dit decreet wordt verstaan onder :

30° productplaatsing : elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma."

8.2. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet luidt als volgt :

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

1° de inhoud, en ingeval 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."

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9.1. VRT erkent dat het programma 'Thuis' productplaatsing bevat. De omroeporganisatie bezorgt de overeenkomst die met "Dianna David" gesloten werd.

"Dianna David" zou de locatie van de bruidswinkel ter beschikking stellen alsook een aantal jurken. In ruil daarvoor zou VRT "Dianna David" zowel in de aftiteling als tweemaal auditief vermelden evenals eenmaal in beeld brengen.

9.2. VRT voert aan dat daags voor de opname de bruidswinkel geïnspecteerd werd om na te gaan dat het merk inderdaad geen overmatige aandacht zou krijgen. Op dat moment stemde de inrichting van de winkel overeen met de daaromtrent gemaakte afspraken.

Op de dag van de opnames bleek de winkel nog te zijn aangepast met bijkomende logo-vermeldingen.

De productieploeg is nog in dialoog gegaan met de contactpersoon bij "Dianna David" omdat het onmogelijk was om die dag op een andere locatie te draaien gelet op de hoge kosten van zulke draaidagen. VRT heeft een aantal logo's kunnen laten verwijderen maar niet alles.

Gezien VRT geen keuze had dan de opname toch te laten doorgaan, heeft VRT evenwel beslist om bepaalde shots niet te draaien en heeft de regisseur maximaal geprobeerd om logo's uit beeld te kadreren. Redactioneel lukt dat echter niet altijd omdat de raccords moesten worden bewaakt.

VRT stelt tijdens de realisatie van de opnames alles in het werk te hebben gesteld om de integratie van het merk op een aanvaardbaar niveau te houden.

Tenslotte deelt VRT de kijkcijfers en het marktaandeel van het betrokken programma mee.

B. Beoordeling.

10.1. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat in het programma 'Thuis' van 26 januari 2015 productplaatsing voor "Dianna David" aanwezig is, waarbij VRT de limieten overschrijdt van de aandacht die ingeval van productplaatsing aan het product in kwestie mag worden besteed. Hierdoor is er sprake van overmatige aandacht.

VRT betwist de feiten als dusdanig niet.

Ook al heeft VRT er tijdens de opnames alles aan gedaan om de integratie van het merk op een aanvaardbaar niveau te houden, neemt zulks niet weg dat in de betrokken uitzending overmatig aandacht wordt besteed aan het merk "Dianna David".

Bijgevolg heeft VRT met de vertoning van de merkbenaming en de producten van "Dianna David" tijdens het programma 'Thuis', zoals uitgezonden op 26 januari 2015, artikel 100, § 1, 3^o, van het Mediadecreet geschonden.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie kan de VRM er niet aan voorbijgaan dat VRT bij beslissing 2014/051 van 24 november 2014 voor een gelijkaardige inbreuk gesanctioneerd werd, dat het programma in prime time werd uitgezonden en een groot aantal kijkers bereikt heeft. Een administratieve geldboete van 10.000 euro is in dit geval dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een administratieve geldboete van 10.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 9 maart 2015.

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.