

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2016/236B)

BESLISSING nr. 2016/042

27 juni 2016

In de zaak van VRM tegen NV MEDIALAAN,

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 27 juni 2016,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroeporganisaties, heeft de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 10 april 2016 (17u tot 23u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VTM van NV MEDIALAAN.

2. Op 3 mei 2016 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 9 mei 2016 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 18 mei 2016 aan Medialaan meegedeeld.

5. Medialaan bezorgt de schriftelijke opmerkingen van 30 mei 2016 aan de VRM.

6. Op de zitting van 27 juni 2016 wordt Medialaan vertegenwoordigd door Katrien Lefever.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode dertien reclameblokken worden uitgezonden, waarbij de beginbumper van de twee reclameblokken die het programma 'Blind Getrouwd' onderbreken, telkens beeldvullend minder dan vijf seconden duurt (drie seconden en twee seconden) en geen vermelding 'RECLAME' bevat.

Volgens de onderzoeksceel is er geen duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud, doordat de beginbumper minder dan vijf seconden beeldvullend wordt getoond en daarbij het woord 'RECLAME' niet wordt vermeld. De onderzoeksceel verwijst hiervoor naar het standpunt van de VRM van 23 februari 2015 omtrent de afscheiding tussen reclame en redactionele inhoud.

Bijgevolg begaat Medialaan, aldus de onderzoeksceel, een inbreuk op artikel 79, § 1, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet bepaalt:

“Televisierclame, 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.

[...]”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9.1. Medialaan wijst er vooreerst op dat de bepalingen uit artikel 79, § 1, van het Mediadecreet moeten worden gelezen in het licht van de Interpretatieve Mededeling van de Europese Commissie over bepaalde aspecten van de bepalingen van de richtlijn Televisie zonder grenzen betreffende televisiereclame (*Pb.C.* 28 april 2004, afl. 102, 2).

Daaruit volgt, aldus Medialaan, dat de verplichting uit het Mediadecreet dat reclame en programma's van elkaar gescheiden moeten worden met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen, tot doel heeft de televisiekijker in staat te stellen onderscheid te maken tussen redactionele inhoud en reclameboodschappen.

9.2. Volgens Medialaan is de verplichting om voorafgaand aan de start van het reclameblok op visuele of auditieve wijze het woord 'RECLAME' te vermelden, uit de Vlaamse regelgeving geschrappt wegens strenger dan de Europese bepalingen.

Medialaan verwijst vervolgens naar het arrest van het Hof van Justitie van 17 februari 2016 (*Sanoma Media Finland Oy / Nelonen Media t. Viestintävirasto*, zaak C-314/14). Daarin leest de omroeporganisatie dat een visuele scheiding tussen reclame en programma's voldoende is zonder dat er extra voorwaarden, zoals minimale duurtijd of vermelding van het woord 'RECLAME' op de bumper, (moeten) worden aan verbonden. Aangezien de Vlaamse decreetgever geen gebruik heeft gemaakt van de mogelijkheid die het Hof laat om strengere regels te bepalen, kan daaruit volgens Medialaan worden afgeleid dat ook een bumper zonder het woord 'RECLAME' en zonder minimale duurtijd volstaat als visueel middel om programma's en reclame te scheiden. In voorliggend geval leest de onderzoekscel volgens de omroeporganisatie elementen in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet die er niet zijn in opgenomen. Deze bepaling legt immers geen minimumduur op noch een verplichting het woord 'RECLAME' te vermelden op bumpers die slechts twee seconden zouden duren. Volgens de omroeporganisatie kan het Standpunt van de Regulator van 23 februari 2015 ook niet langer worden weerhouden gelet op bovenstaand arrest van het Hof van Justitie.

Medialaan is dan ook van oordeel dat aan de vereisten van het Mediadecreet is voldaan wanneer de reclameblokken starten met een beeldvullende bumper, aangezien er dan een scheiding is met een visueel middel tussen het programma en de reclame en de kijker in geen geval de indruk zal hebben dat het programma voort loopt.

9.3. De voorliggende reclamebumpers, met een duurtijd tussen de 2 en 3 seconden, voldoen volgens Medialaan aan de doelstelling van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet, namelijk het verhinderen dat de kijker reclame en programma's verwacht. Er is dus geen sprake van een inbreuk op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet, aldus Medialaan.

9.4. Ten slotte wenst Medialaan aan te geven dat hun policy erin bestaat de reclamebumpers minimaal 2 seconden beeldvullend uit te zenden en op de beginbumpers ook het woord 'RECLAME' te vermelden, zonder dat dit een erkenning inhoudt dat kortere bumpers of bumpers zonder het woord 'RECLAME' per definitie 'verwarrend' zouden zijn. De reden waarom de voorliggende beginbumpers niet het woord 'RECLAME' bevatten, betreft een menselijke vergissing. Deze oude beginbumpers zijn intussen in het systeem aangeduid als 'niet klaar voor uitzending' waardoor deze in de toekomst niet meer gebruikt kunnen worden en niet meer op antenne zullen komen.

B. Beoordeling

10.1. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor dat televisiereclame duidelijk herkenbaar moet zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Reclame moet worden gescheiden van andere onderdelen van het programma met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen.

Zoals Medialaan zelf aanvoert, blijkt uit de parlementaire voorbereiding bij deze bepaling, met verwijzing naar de Interpretatieve Mededeling van de Europese Commissie, dat de doelstelling ervan is om te vermijden dat er bij de kijkers verwarring ontstaat tussen reclame en andere programmaonderdelen. (*Parl. St.* VI. Parl. 2008-2009, nr. 2014/1, 36).

Daaruit volgt dat het loutere feit dat van enig visueel en/of akoestisch en/of ruimtelijk middel gebruik wordt gemaakt om de reclame te scheiden van de programma's, op zich niet volstaat om aan de bepalingen van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet te voldoen. De reclame moet door deze afscheiding of afbakening bovendien voor de kijker duidelijk herkenbaar zijn en kunnen worden onderscheiden van de redactionele inhoud.

Zoals Medialaan aangeeft, wordt in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet inderdaad geen minimumduur voor bumpers bepaald, noch wordt de verplichte vermelding van het woord 'RECLAME' opgelegd. Bij de toetsing van een bepaalde uitzending aan artikel 79, § 1, van het Mediadecreet, moet telkens

in concreto worden nagegaan of de gebruikte middelen om reclame te scheiden van andere onderdelen van het programma, doeltreffend zijn. Bij de beoordeling van deze elementen in een concrete zaak moet mogelijke verwarring bij de kijker als leidraad dienen.

Met het oog op het creëren van een grotere rechtszekerheid heeft de VRM een overleg met de sector georganiseerd en op basis daarvan op 23 februari 2015 een standpunt aangenomen over het onderscheid tussen reclame en redactionele inhoud. In dat standpunt wordt vijf seconden naar voor geschoven als standaard voor beginbumpers die geen expliciete vermelding van het woord 'RECLAME' bevatten. Dit standpunt werd op 23 maart 2015 publiek gemaakt. Als richtsnoeren met betrekking tot beginbumpers is onder meer het volgende gesteld: *“Men kan van een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud spreken wanneer de beginbumper minstens 5 seconden beeldvullend wordt getoond. Afwijkend hiervan is ook sprake van een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud wanneer de beginbumper minstens 2 seconden beeldvullend wordt getoond en op de beginbumper het woord “RECLAME” vermeld wordt in een grootte die voor de doorsnee kijker gemakkelijk leesbaar is. I...J”*

10.2. Voor zover het arrest van het Hof van Justitie, waarnaar wordt verwezen, in deze zaak al nuttig zou kunnen worden aangehaald – het arrest beantwoordt immers de vraag of visuele, akoestische en ruimtelijke middelen al dan niet cumulatief gebruikt moeten worden, hetgeen niet het voorwerp van deze zaak uitmaakt – doet het geen afbreuk aan het bovenstaande. Het arrest benoemt de twee principevereisten, namelijk televisiereclame (en telewinkelprogramma's) moet duidelijk herkenbaar zijn en moet kunnen worden onderscheiden van de redactionele inhoud. Daarbij bepaalt het arrest dat het aan de verwijzende rechterlijke instantie (of mediaregulator) toekomt om concreet te beoordelen of de gebruikte middelen volstaan om te voldoen aan die principevereisten. Uit het arrest volgt dan ook dat de VRM nog steeds *in concreto* moet nagaan of de gebruikte middelen om reclame te scheiden van andere onderdelen van het programma, doeltreffend zijn.

10.3. Zoals blijkt uit de beelden en het onderzoek zijn de beginbumpers van twee reclameblokken die in de onderzochte periode zijn uitgezonden telkens tussen de 2 en 3 seconden beeldvullend getoond, zonder vermelding van het woord 'RECLAME'. Dit volstaat niet opdat de reclamespots duidelijk herkenbaar zouden zijn en kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud, zoals voorgeschreven in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

In voorliggend geval wordt niet vermeden dat bij de kijkers verwarring kan ontstaan tussen reclame en andere programmaonderdelen. Het hanteren van dergelijke korte beginbumpers zonder dat daarbij het woord 'RECLAME' wordt vermeld, zorgt niet voor een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en

redactionele inhoud. Deze vaststelling sluit aan bij het hoger beschreven standpunt van de VRM van 23 februari 2015.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Medialaan een inbreuk heeft begaan op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

10.4. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat de schending van het principe van de scheiding van reclame en redactionele inhoud een ernstige inbreuk betreft, evenals met een eerdere veroordeling voor dergelijke inbreuk bij beslissing 2015/039 van 11 mei 2015.

Daarom is een administratieve geldboete van 5000 euro in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV MEDIALAAN een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV MEDIALAAN een administratieve geldboete van 5000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 27 juni 2016.

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.