

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2017/279A)

BESLISSING nr. 2017/033

10 juli 2017

In de zaak van VRM tegen NV MEDIALAAN,

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 10 juli 2017,

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, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 13 april 2017 (17u tot 23u) aan een onderzoek onderworpen.

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

2. Op 6 juni 2017 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 uitzendingen.
3. Op 12 juni 2017 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 16 juni 2017 aan Medialaan meegedeeld.
5. Medialaan bezorgt per aangetekend schrijven van 27 juni 2017 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
6. Medialaan maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 10 juli 2017.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode omstreeks 18u35 in het reclameblok een reclamespot van 'Kinder' (duurtijd 7 seconden) wordt getoond. Omstreeks 21u02 wordt vervolgens bij een zelfpromotiespot van VTM ook een sponsorboodschap voor 'Kinder' getoond. Deze sponsorboodschap duurt 7 seconden.

Volgens de onderzoeksceel ontbreekt een tandenborstel-logo bij zowel de reclamespot als bij de sponsorboodschap van 'Kinder', die beide commerciële communicatie bevatten over suikerhoudend snoepgoed, namelijk chocolade.

Bijgevolg begaat Medialaan, aldus de onderzoeksceel, door het vertonen van commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed zonder de bijbehorende gestileerde afbeelding van een tandenborstel te tonen, inbreuken op artikel 69 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 69 van Mediadecreet luidt als volgt:

“Commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed moet op een duidelijke en contrasterende wijze een gestileerde afbeelding van een tandenborstel tonen gedurende de hele uitzending van de commerciële communicatie, naar rato van een tiende van de hoogte van het filmbeeld, verhoudingsgewijs weergegeven zoals hierna afgebeeld.”



A. Argumenten van Medialaan

9. Medialaan betwist niet dat bij commerciële communicatie voor suikerhoudend snoepgoed een gestileerd logo van een tandenborstel moet

worden toegevoegd, en erkent dat dit ook het geval had moeten zijn bij beide boodschappen voor 'Kinder'.

De betrokken afdeling controleert normaalgezien of de aangeleverde boodschappen het tandenborstel-logo bevatten, aldus Medialaan. Na navraag is gebleken dat het ontbreken van het logo een vergetelheid van de adverteerder betreft die niet werd opgemerkt door Medialaan. Volgens Medialaan was het dus zeker geen bewuste beslissing van de adverteerder of haarzelf om het logo van een tandenborstel niet te vermelden op deze boodschappen.

B. Beoordeling

10. Artikel 69 van het Mediadecreet schrijft voor dat commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed op een duidelijke en contrasterende wijze een gestileerde afbeelding van een tandenborstel moet tonen.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat dit logo tijdens de onderzochte periode ontbreekt bij zowel de reclamespot als bij de sponsorboodschap van 'Kinder', die beide commerciële communicatie bevatten over suikerhoudend snoepgoed. Dit wordt erkend door Medialaan.

Uit het voorgaande volgt dat Medialaan inbreuken heeft begaan op artikel 69 van het Mediadecreet.

11. Medialaan heeft eerder bij VRM beslissing nr. 2015/060 van 28 september 2015 en beslissing nr. 2016/001 van 11 januari 2016 voor gelijkaardige inbreuken een administratieve geldboete van 2500 euro gekregen.

Gelet op de aard van de inbreuk en de omstandigheden van de zaak is ook in voorliggend geval een administratieve geldboete van 2500 euro een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV MEDIALAAN inbreuken vast te stellen op artikel 69 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet aan NV MEDIALAAN een administratieve geldboete van 2500 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 10 juli 2017.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
ondervoorzitter

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.