

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV STUDIO 100 TV

(dossier nr. 2017/296)

BESLISSING nr. 2017/042

23 oktober 2017



## In de zaak van VRM tegen NV Studio 100 TV

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 23 oktober 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 2 augustus 2017 (08u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Studio100 TV van NV Studio 100 TV.

2. Op 19 september 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 25 september 2017 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV Studio 100 TV (hierna: Studio 100), met maatschappelijke zetel Halfstraat 80 te 2627 Schelle, in een procedure op tegenspraak te betrekken.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 september 2017 aan Studio 100 meegedeeld.
5. Studio 100 bezorgt schriftelijke opmerkingen van 3 oktober 2017 aan de VRM.
6. Studio 100 maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 23 oktober 2017.

## **DE FEITEN**

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode het programma 'K3 – Pina Colada – Het unieke K3 recept' twee keer wordt uitgezonden (omstreeks 11u55 en omstreeks 16u15) en ongeveer twee minuten duurt.

Het programma kan via de website van Studio 100 herbekeken worden.

Er worden geen sponsorboodschappen getoond. Het programma wordt telkens voorafgegaan door een zelfpromotiespot en een korte bumper. Na het programma wordt opnieuw een korte bumper getoond waarna een programma aankondiging en een zelfpromotiespot volgt.

De onderzoeksceel stelt vast dat in het programma de meisjes van K3 een 'pina colada' volgens hun eigen recept maken. Stap voor stap gieten ze de ingrediënten in de blender.

Bij de toevoeging van het vanille-ijs wordt het logo van 'Ijsboerke' duidelijk in beeld gebracht. Ook tijdens het blenden blijft de doos vanille-ijs van 'Ijsboerke' ('Ijsboerke Icy Light Vanille') met het logo duidelijk zichtbaar. Het logo van 'Ijsboerke' wordt ongeveer tien seconden duidelijk in beeld gebracht.

Volgens de onderzoekscel vormt de duidelijke vertoning van een doos vanilleijs met het logo van 'Ijsboerke' productplaatsing in de vorm van artikel 2, 30°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) waarvoor de kijker niet gewaarschuwd wordt op de decretaal vereiste wijze. Het logo voor productplaatsing wordt noch aan het begin, noch aan het einde van het programma getoond.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie volgens de onderzoekscel een inbreuk op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

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

*"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 99 van het Mediadecreet luidt als volgt:

*"Productplaatsing is toegestaan ten aanzien van:*

*1° het opnemen of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk tegen betaling. In voorkomend geval is productplaatsing enkel toegestaan in (televisie)films, series, sportprogramma's en lichte amusementsprogramma's, met uitzondering van kinderprogramma's;*

*2° goederen of diensten die gratis worden geleverd, zoals productiehulp en prijzen, met het oog op de opname ervan in een programma. In voorkomend geval is productplaatsing toegestaan in alle soorten programma's, behoudens in alle kinderprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap. De Vlaamse Regering kan dit verbod uitbreiden tot de kinderprogramma's van de andere omroeporganisaties."*

8.3. Artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, van het Mediadecreet schrijft voor:

*“De programma’s die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden:*

*(...)*

*4<sup>o</sup> 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.”*

8.4. De artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing bepalen:

*“Art. 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, 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<sup>o</sup> 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<sup>o</sup> 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**

9. Studio 100 erkent dat het PP-logo aan het begin en het einde van het programma 'K3 – Pina Colada – Het unieke K3 recept' moest worden opgenomen. Volgens de omroeporganisatie is het ontbreken van het logo het gevolg van een menselijke vergissing. Aanvankelijk was het de bedoeling dat er een zelfpromotiespot gemaakt zou worden, waardoor de gebruikelijke procedure voor het plaatsen van het PP-logo niet werd gevolgd. De zelfpromotiespot is echter uitgegroeid tot een mini-programma, waarbij de toevoeging van het PP-logo uit het oog werd verloren.

Studio 100 benadrukt dat het zeker geen bewuste beslissing is geweest om het logo niet te vermelden.

De omroeporganisatie vraagt om rekening te willen houden met hun goede wil evenals met het meegedeelde beperkte marktaandeel van het omroepprogramma.

## **B. Beoordeling**

10.1. Overeenkomstig artikel 99 van het Mediadecreet is het omroeporganisaties toegestaan om programma's uit te zenden die productplaatsing bevatten, tegen betaling dan wel na gratis aanlevering van de betreffende goederen of

diensten (zoals bij productiehulp). Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt de voorwaarden waaraan programma's die productplaatsing bevatten, moeten voldoen.

Uit de vaststellingen van de onderzoeksceel en de beelden blijkt dat het programma 'K3 – Pina Colada – Het unieke K3 recept', dat tijdens de onderzochte periode werd uitgezonden, een programma is dat productplaatsing bevat. Studio 100 betwist dit niet.

10.2. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet bepaalt dat bij programma's met productplaatsing de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Bij besluit van 10 september 2010 heeft de Vlaamse Regering hiervoor een specifiek logo goedgekeurd en de manier verduidelijkt waarop dit PP-logo in beeld moet worden gebracht.

Het programma 'K3 – Pina Colada – Het unieke K3 recept' wordt niet op passende wijze door middel van een PP-logo aangeduid als een programma dat productplaatsing bevat. Studio 100 erkent deze vaststellingen en wijt het ontbreken van de PP-logo's aan een menselijke vergissing.

Door bij het begin en aan het einde van het programma 'K3 – Pina Colada – Het unieke K3 recept' geen PP-logo te tonen waardoor de kijker wordt gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing, heeft Studio 100 een inbreuk begaan op de bepalingen van artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

10.3. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het gegeven dat het om een eerste inbreuk in hoofde van Studio 100 gaat, evenals met het beperkte kijkbereik van het omroepprogramma.

Een waarschuwing is in dit geval dan ook een gepaste sanctie.

## **OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

In hoofde van NV Studio 100 TV een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet;



Overeenkomstig artikel 228, 1º, van het Mediadecreet NV Studio 100 TV hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 23 oktober 2017.

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.