

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV PLATTELANDS TV

(dossier nr. 2018/355)

BESLISSING nr. 2018/043

8 oktober 2018

In de zaak van VRM tegen NV Plattelands TV,

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,
Mevr P. VALCKE, *lid*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 8 oktober 2018,
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 28 juni 2018 (17u tot 23u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma PlattelandsTV van NV Plattelands TV.

2. Op 5 september 2018 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 10 september 2018 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV Plattelands TV (hierna: PlattelandsTV), met maatschappelijke zetel Driemasten 109 te 8560 Wevelgem, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 11 september 2018 aan PlattelandsTV meegedeeld.
5. PlattelandsTV bezorgt per brief en per e-mail van 25 september 2018 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
6. PlattelandsTV maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 8 oktober 2018.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode bij de programma's 'De vier seizoenen van Meise' en 'Natuur & Beleving' een sponsorvermelding voor 'KB Herbatak' (duurtijd zeven seconden) vier maal wordt uitgezonden (omstreeks 17u00, 17u27, 21u29 en 21u56).

In het begin van de sponsorvermelding wordt een korte audiovisuele animatie getoond met een duidelijke afbeelding van het product en de verpakking. Aan het einde van de sponsorvermelding wordt een pancarte getoond met het logo 'KB HERBATAK' en de tekst: "NIEUW, NATUURLIJK EN DOELTREFFEND!". De voice-over zegt: "KB Herbatak maakt komaf met onkruid". Het sponsorlogo wordt gedurende de gehele boodschap vermeld.

8. Volgens de onderzoeksceel bevat deze sponsorvermelding voor 'KB Herbatak' door het duidelijke visuele gebruik van het woord "NIEUW" een specifiek promotioneel element dat aanzet tot consumptie.
9. Bijgevolg begaat PlattelandsTV, aldus de onderzoeksceel, door de uitzending van de sponsorboodschap in kwestie inbreuken op artikel 91, 2°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

10. Artikel 2, 41°, van het Mediadecreet bepaalt:

"In dit decreet wordt verstaan onder: [...]

41° sponsoring: elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming, een overheid of een natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve producties, aan de financiering van omroepdiensten of programma's met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven."

11. Artikel 91, 2°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

"Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen: [...]

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

A. Argumenten van PlattelandsTV

12. PlattelandsTV betwist de vaststellingen van de onderzoeksceel van de VRM niet en erkent dat zij in de fout is gegaan bij de uitzending van de sponsorboodschap voor 'KB HERBATAK'.

Volgens PlattelandsTV ligt de oorzaak in een vervelende samenloop van omstandigheden. De sponsorvermelding was, 'last minute', aangeleverd door derden en kon door de afwezigheid van bepaalde personen bij PlattelandsTV niet meer worden gecontroleerd, voorafgaand aan de uitzending.

Onmiddellijk na ontvangst van het onderzoeksrapport van de VRM heeft PlattelandsTV haar uitzendingen aangepast. De sponsorvermelding voor 'KB HERBATAK' werd geïntegreerd in het gescheiden reclameblok.

De vaststellingen werden bovendien meegenomen binnen het productieteam, opdat dergelijke boodschappen in de toekomst nog beter gecontroleerd zouden worden voorafgaand aan de uitzending, aldus PlattelandsTV.

B. Beoordeling

13. Uit de definitie in artikel 2, 41^o, van het Mediadecreet volgt dat sponsoring een vorm van commerciële communicatie is met als doel om een onderneming, overheid of natuurlijke persoon zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven.

In artikel 91 van het Mediadecreet worden vervolgens de voorwaarden opgesomd waaraan gesponsorde programma's moeten voldoen.

14. In verschillende parlementaire stukken heeft de decreetgever deze bepalingen en voorwaarden met betrekking tot sponsoring en sponsorvermeldingen nader toegelicht.

Sinds de inwerkingtreding van het decreet van 2 februari 2007, dat de basis is voor de huidige definitie van sponsoring, moet een sponsorvermelding beperkt blijven tot een vermelding van de sponsor(s), zo blijkt uit de memorie van toelichting: *"Hoewel [door het wegvallen van de tijdslimieten en het verbod op andere sponsorbepalingen] ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt [...]. Bovendien moet het onderscheid duidelijk blijven tussen sponsorvermeldingen en reclamespots. Het is de bedoeling dat sponsorboodschappen beperkt blijven tot een vermelding, en dat dit*

geen audiovisuele reclamespots worden.” (Ontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, *Parl.St.* VI. Parl. 2006-2007, nr. 1021/1, 7).

De decreetgever heeft een onderscheid willen maken tussen een sponsorvermelding en een reclameboodschap, die allebei vormen van commerciële communicatie zijn. Dit onderscheid wordt in de parlementaire voorbereiding bij het decreet van 29 juni 2007 als volgt verduidelijkt: *“Verder is het vanzelfsprekend dat een sponsorvermelding moet voldoen aan [de definitie van sponsoring], waarin het beoogde doel en de andere elementen van sponsoring worden omschreven. Het onderscheidende criterium is dan ook de boodschap, en niet de vorm, van de sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor voldoet aan [de definitie van sponsoring], omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Ontwerp van decreet houdende bepalingen tot begeleiding van de aanpassing van de begroting 2007, *Parl.St.* VI. Parl. 2006-2007, nr. 1218/4, 3).

Uit de memorie van toelichting bij het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie blijkt dat de decreetgever ervoor gekozen heeft om de bepalingen over sponsoring zoveel mogelijk ongewijzigd te laten ten opzichte van de vorige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005. De decreetgever herhaalt het principe: *“Sponsoring mag ook niet rechtstreeks tot het kopen of huren van goederen of diensten aanzetten. Het onderscheidend criterium is de boodschap, en niet de vorm van de sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor of van zijn producten of diensten, is toegestaan in de sponsorvermelding, omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Ontwerp van decreet betreffende de radio-omroep en televisie *Parl.St.* VI. Parl. 2008-2009, nr. 2014/1, 39).

15. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat de boodschap van de sponsorvermelding voor ‘KB HERBATAK’ verder gaat dan meer bekendheid geven aan het product in kwestie en door het tonen van de tekst *“NIEUW, NATUURLIJK EN DOELTREFFEND!”* promotionele elementen bevat die aanzetten tot consumptie. Met name door het gebruik van het woord *“NIEUW”* bevat de sponsorvermelding een rechtstreeks koopbevorderende boodschap die verder gaat dan de kijker inlichten over een product (zie o.m. ook VRM beslissing nr. 2009/079 van van 21 december 2009 en nr. 2017/025 van 22 mei 2017).

Bovendien wordt het woord *“NIEUW”* in dit geval in beeld gebracht in combinatie met de woorden *“NATUURLIJK EN DOELTREFFEND”*, waarmee de sponsor evenzeer meer doet dan louter bekendheid geven aan zijn

product. Deze woorden houden minstens een positieve, aanprijzende verwijzing in naar de eigenschappen en de werking van het betrokken product.

Uit het voorgaande volgt dat de betrokken sponsorvermelding een wervend karakter heeft, de kijker rechtstreeks aanspoort tot aankoop en niet beantwoordt aan de bepalingen van artikel 2, 41°, van het Mediadecreet. Bijgevolg heeft PlattelandsTV inbreuken begaan op artikel 91, 2°, van het Mediadecreet.

16. Het gegeven dat de sponsorvermelding niet door haarzelf werd gerealiseerd, maar was aangeleverd door derden, zoals PlattelandsTV aanvoert, doet geen afbreuk aan deze vaststellingen en ontslaat de omroeporganisatie evenmin van haar verplichting om de bepalingen van het Mediadecreet na te leven.
17. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het feit dat dergelijke inbreuken voor het eerst worden vastgesteld bij PlattelandsTV, die bovendien heeft aangegeven bijkomende inspanningen te leveren, opdat de geldende mediaregelgeving zou worden gerespecteerd.

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

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Plattelands TV inbreuken vast te stellen op artikel 91, 2°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Plattelands TV te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 8 oktober 2018.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
voorzitter

<p>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.</p>
