



VLAAMSE GEMEENSCHAP

VLAAMS COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Rolnummer : 488

Beslissing nr. : 2005/050

BESLISSING

17 juni 2005

In zake : monitoring van de omroepprogramma's VTM en KANAALTWEET
(dossiernr. 2005/0204).

1. Op 21 januari 2005 heeft het Vlaams Commissariaat voor de Media (VCM) de administratie Media verzocht om een simultane monitoring in prime time uit te voeren van de televisie-uitzendingen van de openbare omroep en van de particuliere televisieomroepen met algemeen karakter die zich richten tot de gehele Vlaamse Gemeenschap.

Op grond van een steekproef heeft de administratie Media deze controle uitgevoerd op 2 februari 2005, in het tijdsblok van 19.30u tot 22.30u.

Met een nota van 3 maart 2005 zijn de resultaten van de monitoring aan het VCM medegedeeld.

2. De resultaten van dit onderzoek met betrekking tot de omroepprogramma's VTM en KANAALTWEE zijn bij op 31 maart 2005 ter post aangetekende brief ter kennis gebracht van de NV Vlaamse Media Maatschappij (VMMa). Op vraag van VMMa heeft het Commissariaat de termijn waarbinnen VMMa zijn opmerkingen kan indienen, verlengd tot 19 april 2005. Bij brief van 15 april 2005 heeft VMMa zijn schriftelijke opmerkingen aan het VCM bezorgd.

Op 22 april 2005 is VMMa, vertegenwoordigd door Ben Appel en Marc Lagrain, in dit verband gehoord.

3.1. Ingevolge artikel 106, §1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna : het Omroepdecreet), moeten gesponsorde programma's aan het begin en/of het einde duidelijk als gesponsorde programma's worden gekenmerkt. De sponsorvermelding mag uitsluitend de naam van de sponsor, de handelsnaam, het logo, het product, de naam van het product, de dienst of de naam van de dienst bevatten. Klank- of beeldherkenningstekens van of verbonden aan de sponsor zijn toegestaan. De vermelding mag geanimeerd zijn en mag niet langer dan vijf seconden per sponsor en tien seconden in totaal bedragen.

Artikel 106, §§ 2 tot 5, van het Omroepdecreet bevat andere regels voor sponsorvermeldingen in verband met specifieke situaties (o.a. sponsorvermeldingen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel, bij sportwedstrijden, in aankondigingsspots). Die specifieke regels zijn hier echter niet relevant.

Artikel 106, § 6, van het Omroepdecreet verbiedt andere sponsorvermeldingen dan die welke bedoeld worden in §§ 1 tot 5 van dat artikel.

3.2. De administratie Media heeft vastgesteld dat aan het einde van het programma 'Familie' (omroepprogramma VTM) – naast de sponsorboodschap van Nesquik Plus (met de auditieve boodschap: "daar wordt heel de familie groot van") die na het programma volgt en 5 seconden duurt - diverse niet-geanimeerde pancartes of vermeldingen worden getoond:

- "Met dank aan": "tour operator mediterrra" / "Tunesië zo dichtbij ... zo gastvrij" (één stilstaand beeld met twee pancartes; ongeveer 4 seconden);
- "Met dank aan": "Prima Lux Meubelen – Herentals" / "Ilwa keukens" / "Nissan Leo Peeters Aarschot – Vilvoorde – Keerbergen" / "Gamma België" (één stilstaand beeld met vermeldingen; ongeveer 3 seconden)
- "Met dank aan": "Nashuatec" / "Walter Van Gastel Bloemen & Planten Ekeren – St. Katelijne Waver – Schoten – Kontich" / "Winkelcentrum Van de Ven Olen" / "www.neriocomputers.be" (één stilstaand beeld met vermeldingen; ongeveer 3 seconden).

Daarna volgt de aftiteling waarin volgende vermeldingen voorkomen:

- "met dank aan": "A&M Telefonie Mechelen" / "De Lelie antiek Putte" / "Van Calster Lettering Haacht" / "Champagne Infini – Mampaey" / "Brems nv Vilvoorde" / "Hotel Montreal Mechelen" / "Hotel De Watermolen Kasterlee" / "VABO Poorten Itegem" / "Gemeente Keerbergen" / "Klooster Vaalbeek" / "Aramis waterbehandeling Beringen" / "NYS horecamateriaal Aartselaar"
- "make-up i.s.m.": "Istrilene Cosmetics producten"

- “kappersteam”: “COIFFURE VAN WAUWE Deurne met INDOLA producten Exclusively Professional”
- “kleding actrices”: “Deborah Bijoux Herentals” / “Sandwich” / “Essentie”
- “kleding acteurs”: “E5-Mode” / “Crossover” / “Jan Maes Juwelen”
- “schoenen”: Siesta-logo + “Bornem-Boortmeerbeek”

(rollende aftiteling; tot aan vermelding “Bornem-Boortmeerbeek” ongeveer 18 seconden).

3.2.1. In zijn schriftelijk verweer benadrukt VMMA “dat de administratie Media de sponsorvermeldingen van de Vlaamse Media Maatschappij conform de Vlaamse Mediadecreten acht” en merkt op dat “het (...) mogelijks dan ook (zou) kunnen geargumenteed worden dat het feit dat in de aftiteling van het programma zonder de bedoeling reclame te maken een aantal logistieke partners van de producent vermeld worden – niet van de omroep – hier geen afbreuk aan doet (net zoals bij de aftiteling van een aangekochte buitenlandse film)”.

3.2.2. Sponsoring is volgens artikel 2, 16°, van het Omroepdecreet “elke bijdrage van een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich niet bezig houdt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, aan de financiering van programma’s met het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven”.

VMMA blijkt de vermelding van een aantal – wat zij noemt – logistieke partners van de producent niet als sponsorvermeldingen te beschouwen, omdat zij de link legt met de producent van het programma – niet met VMMA/VTM - en omdat de bedoeling “reclame” te maken niet aanwezig zou zijn.

Het is echter de omroep die in eerste instantie verantwoordelijk is voor wat wordt uitgezonden en waarop zij direct of indirect controle uitoefent, in casu voor de vermeldingen in het programma. Het gegeven dat een programma in opdracht van de omroep wordt gemaakt door een derde, ontslaat de omroep niet van zijn verantwoordelijkheid in het licht van het Omroepdecreet. Dat de producent van het programma dat op vraag van de omroep wordt gemaakt, bij het realiseren ervan gebruik maakt van bepaalde diensten en de dienstverleners vermeldt in de aftiteling, brengt dan ook de verantwoordelijkheid van de omroep met zich mee.

Wat het door VMMA aangehaalde voorbeeld van sponsorvermeldingen in de aftiteling van een aangekochte buitenlandse film betreft, kan worden opgemerkt dat dit niet om een bijdrage aan de financiering van programma’s gaat en dus niet als sponsoring in de zin van het Omroepdecreet kan worden beschouwd. Het verband tussen de sponsor van de betrokken film en de omroep die de film uitzendt is in het algemeen te indirect.

Uit artikel 2, 16°, van het Omroepdecreet blijkt dat het oogmerk (“het doel naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisatie meer bekendheid te geven”) gesitueerd wordt in hoofde van degene die een bijdrage levert aan de financiering van programma’s. In hoofde van de omroep volstaat het meewerken aan het meer bekendheid geven van naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties van de sponsor in ruil voor zijn bijdrage aan de financiering van programma’s.

Alle in punt 2 weergegeven vermeldingen hebben betrekking op overheidsbedrijven of particuliere ondernemingen, waarvan per definitie kan worden aangenomen dat zij er naar streven hun naam, handelsmerk, imago, activiteiten of realisaties meer bekendheid te geven. Zij houden zich niet direct bezig met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, maar hebben klaarblijkelijk een bijdrage geleverd aan de realisatie van het betrokken programma. Aldus moeten de betrokken vermeldingen worden beschouwd als sponsorvermeldingen.

Dergelijke sponsorvermeldingen zijn in beginsel toegelaten, zij het binnen zekere grenzen. Eén van die beperkingen is dat aan het einde van een gesponsord programma in totaal slechts tien seconden sponsorvermeldingen mogen worden getoond.

In dit geval blijkt dat gedurende ongeveer 33 seconden – zijnde de som van respectievelijk ongeveer 4, 3, 3, 18 en 5 seconden – sponsorvermeldingen worden getoond voor, tijdens en net na de aftiteling van het programma ‘Familie’.

Doordat het maximum van 10 seconden niet is gerespecteerd, is een inbreuk gepleegd op artikel 106, §1, tweede lid, van het Omroepdecreet.

4.1. Ook heeft de administratie Media vastgesteld dat aan het einde van het programma ‘Het Weer’ (omroepprogramma VTM) – naast de sponsorboodschap voor en na het programma (verknijpte reclamespot met een duur van ongeveer 5 seconden voor ‘Vanden Borre’) – ongeveer gedurende 8 seconden de kledingsponsor van de weervrouw, onderaan in beeld wordt vermeld: “KLEDING JILL OTHELLO HEIST-OP-DEN-BERG / GEEL”.

4.2. In zijn schriftelijk verweer stelt VMMA dat ‘Het Weer’ een eigen productie is van de Vlaamse Media Maatschappij en dat de vermelding van het merk van de logistieke partner – wat haar betreft – is ingegeven door een informatieverzuchting naar de kijker toe, vermits daaromtrent regelmatig vragen door kijkers worden gesteld.

4.3. Het Omroepdecreet verbiedt niet dat, bijvoorbeeld voor het ter beschikking stellen van kledij aan de weervrouw, met logistieke partners wordt gewerkt en dat hun naam wordt vermeld. Die sponsorvermelding is echter aan beperkingen onderworpen.

Ingevolge artikel 106, § 1, eerste lid, moet de sponsorvermelding aan het begin en/of het einde van het programma worden ingevoegd en ingevolge het tweede lid mag de vermelding niet langer dan vijf seconden per sponsor bedragen en tien seconden in totaal.

In dit geval blijkt dat de sponsorvermelding tijdens het programma onderaan in beeld wordt getoond gedurende ongeveer 8 seconden. Bovendien wordt het weerbericht voorafgegaan en gevolgd door een sponsorboodschap van ongeveer 5 seconden. Daarmee is zowel het maximum van 5 seconden per sponsor als het maximum van 10 seconden in totaal niet gerespecteerd – er zijn immers gedurende ongeveer 8 seconden en ongeveer 5 seconden sponsorvermeldingen getoond, zijnde in totaal ongeveer 13 seconden -, en is artikel 106, § 1, tweede lid, van het Omroepdecreet geschonden.

5. De vastgestelde overtredingen van het Omroepdecreet doen het VCM besluiten een administratieve geldboete van 5.000 euro op te leggen. Bij de vaststelling van de hoogte van

deze boete houdt het VCM uitdrukkelijk ermee rekening dat het om een eerste monitoring gaat en om de eerste vastgestelde overtredingen van die aard van VMMA.

OM DEZE REDENEN,

het Vlaams Commissariaat voor de Media

Gelet op artikel 32 van het procedurebesluit en artikel 7 van het reglement van orde van het Vlaams Commissariaat voor de Media,

- stelt in hoofde van VMMA een inbreuk vast op artikel 106, §1, eerste en tweede lid van het Omroepdecreet;
- legt, overeenkomstig artikel 172, §1, van het Omroepdecreet, een administratieve geldboete van 5.000 euro op.

Aldus uitgesproken te Brussel, met eenparigheid van stemmen, op 17 juni 2005 door het Vlaams Commissariaat voor de Media, samengesteld uit J. Baert, voorzitter, D. Albrecht en J. Boon, commissarissen, bijgestaan door D. Peereman, waarnemend griffier.

D. Peereman
wnd. griffier

J. Baert
voorzitter

Tegen deze beslissing kan op grond van artikel 9 van het besluit van de Vlaamse Regering van 14 juli 1998 houdende vaststelling van de procedure voor het Vlaams Commissariaat voor de Media en houdende aanvullende kwalificatiecriteria en voorwaarden voor de erkenning van particuliere radio-omroepen, een bezwaarschrift worden ingediend. Artikel 9, §2, van dat besluit luidt:

“§ 2. Het bezwaarschrift moet aan de volgende voorwaarden beantwoorden :

- 1° verzonden zijn bij ter post aangetekende brief, gericht aan de voorzitter van het Commissariaat;
- 2° de naam, de hoedanigheid en het adres van de betrokkene vermelden;
- 3° de beslissing waartegen het bezwaarschrift is gericht, vermelden;
- 4° de aangevoerde middelen vermelden, die betrekking moeten hebben op nieuwe elementen of op middelen waarop het Commissariaat in zijn beslissing niet of onvoldoende heeft geantwoord;
- 5° het bezwaarschrift moet ingediend zijn uiterlijk twee weken na de kennisgeving van de beslissing waartegen bezwaar wordt ingediend;
- 6° het bezwaarschrift moet ondertekend zijn. Indien het bezwaarschrift uitgaat van een rechtspersoon, wordt het ondertekend door een persoon die volgens de wet of de statuten bevoegd is om de rechtspersoon te vertegenwoordigen”.