



VLAAMSE *R*EGULATOR VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

ZAAK VRM t. VZW ROB TV

(dossier nr. 2007/0396/6)

BESLISSING
nr. 2007/051

19 oktober 2007

In de zaak van VRM tegen VZW ROB TV,

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

Dhr J. BAERT, *voorzitter*,
Dhr P. HERROELEN,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 21 september 2007 en 19 oktober 2007,

Neemt op de laatst vermelde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden de televisie-uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroepen op zaterdag 3 februari 2007 (gedurende 3 uur, vanaf 16.00 tot 19.00 uur) door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media onderzocht.

Met een onderzoeksrapport van 15 juni 2007 zijn de resultaten door de onderzoekscel meegedeeld aan de Regulator.

2. De Regulator beslist op de vergadering van 22 juni 2007 om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen de regionale televisieomroep VZW Regionale Omroep Oost-Brabant (hierna : ROB TV), met maatschappelijke zetel Ambachtenlaan 25 te 3001 Heverlee, een ambtshalve onderzoek te starten.

3. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met de bevindingen uit het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 juni 2007 aan ROB TV meegedeeld.

4. De betrokken omroep wordt bij dezelfde aangetekende brief van 27 juni 2007 uitgenodigd om binnen twee weken na ontvangst van de bevindingen uit het onderzoeksrapport zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt tevens de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting op 21 september 2007 indien hij daarom verzoekt.

5. Bij aangetekende brief van 9 juli 2007, ontvangen door de Regulator op 12 juli 2007, bezorgt ROB TV zijn schriftelijke opmerkingen.

6. Op de hoorzitting van 21 september 2007 wordt ROB TV vertegenwoordigd door Antoon Boon en Guy Delforges.

DE FEITEN

7. Reclame in programma's.

Een aantal programma's bevatten vormen van reclame.

7.1. 'Auto TV'.

In dit programma wordt aandacht besteed aan diverse nieuwe automodellen en types, die uitvoerig in beeld worden gebracht en waarvan de eigenschappen door liefhebbers en experts worden besproken (Lotus Europa S – Mercedes Ocean Drive – Opel Corsa – Rolls Royce Phantom Cabrio – Chevrolet Volt Concept – SsanYong SUV – Violator motorfiets). Hoewel nu en dan een kritische noot bij de bespreking te horen is, worden vaak lovende bewoordingen en aantrekkelijke beeldopnames gehanteerd die de betrokken automodellen promotioneel ten goede lijken te komen. Bij de bespreking van de nieuwe modellen wordt een beroep gedaan op een vertegenwoordiger van het magazine 'De Autogids' dat visueel en auditief wordt vermeld.

7.2. 'Tendens'.

Dit programma bestaat uit diverse programmaonderdelen en programmarubrieken. Diverse van deze rubrieken lijken reclame te bevatten onder de vorm van naam- en merkvermeldingen van welbepaalde producten, diensten en handelszaken, zoals onder meer : het product 'Murprotec' – een esthetisch instituut 'Mediclinic'.

7.3. 'Vermogensbeheer'.

Dit programma wordt uitgezonden onder de afzonderlijke titel 'Vermogensbeheer' met een duur van ongeveer 1 minuut 50 seconden. Door middel van een vraaggerek wordt een vertegenwoordiger van de bankinstelling 'Delen' de mogelijkheid geboden om promotie te maken voor de bankdienst(en) van deze bank.

7.4. 'Brabant@work'.

Dit programma bestaat uit diverse programmaonderdelen waaronder reportages aangaande het bedrijf 'Colruyt' en 'Randstad'. Het doel van deze reportages blijkt het informeren inzake en het promoten van het bedrijf 'Colruyt' (met onder meer een bedrijfsbezoek) en van de diensten van 'Randstad Inhouse services' met promotie voor het solliciteren en het deelnemen aan een 'Jobdag' bij het bedrijf 'Colruyt'.

HET RECHT

8. Artikel 101, § 1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna genoemd : het Mediadecreet), zoals gewijzigd bij decreet van 2 februari 2007, in werking getreden op 5 maart 2007, bepaalt dat reclame en telewinkelen duidelijk alsdusdanig herkenbaar moeten zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden moeten zijn van de programma's.

9.1. Artikel 105, § 1, van het Mediadecreet stelt dat, met behoud van de toepassing van artikel 101, § 1, en artikel 104, de programma's geen reclame mogen bevatten, in welke vorm dan ook, tenzij die niet te vermijden is.

Niet te vermijden reclame is reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt.

9.2. Artikel 105, § 5, van het Mediadecreet bepaalt dat naam- en merkvermeldingen van producten en diensten, zonder de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen in andere programma's, kunnen worden aanvaard als ze voor het programma inhoudelijk verantwoord en noodzakelijk zijn.

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep

10. Reclame in programma's.

10.1. 'Auto TV'.

De omroep voert aan dat het moeilijk is een autoprogramma te maken zonder de auto's te tonen. Een dergelijk programma zal altijd balanceren op een slappe koord.

10.2. 'Tendens'.

'Tendens' wil de kijker laten kennismaken met verschillende nieuwigheden of handigheden uit de wereld van de lifestyle. Om dat te realiseren wordt een beroep gedaan op gespecialiseerde bedrijven uit de sector in kwestie. Dat geldt ook voor de reportages over 'Murprotec' en 'Mediclinic'. Deze reportages als zuivere reclame beschouwen, lijkt de omroep te sterk.

10.3. 'Vermogensbeheer'.

ROB TV is van oordeel dat deze rubriek beschouwd kan worden als een gesponsord programmaonderdeel vermits de opdrachtgever, in casu de bank Delen, volledig beantwoordt aan de definitie van sponsoring van het Mediadecreet.

De inhoud van de rubriek is duidelijk informatief correct en leert de kijker wat vermogensbeheer precies inhoudt. De verleende informatie is toepasbaar voor elke instelling die aan vermogensbeheer doet.

ROB TV heeft de makers van de rubriek er evenwel op gewezen dat de vermelding van de naam van de bank in het programma zelf in de toekomst moet worden vermeden.

10.4. 'Brabant@work'.

Dit programma toont de bedrijvigheid in de provincie. Het is een unieke samenwerking tussen de regionale omroepen in Vlaams-Brabant. Bedrijven stellen zich voor onder meer om mensen de kans te geven een werkgever te zoeken. De omroep is van oordeel dat dit programma soms balanceert op de koord van de conformiteit.

B. Beoordeling

11. Reclame in programma's.

11.1. De Regulator stelt vast dat, met betrekking tot reclame (en telewinkelen), het principe van het Mediadecreet er in bestaat dat er een duidelijk onderscheid moet zijn tussen reclame (en telewinkelen) en programma's. Het gevolg van dat principe wordt ondubbelzinnig verwoord in artikel 105, § 1, van het Mediadecreet : de programma's mogen geen reclame, in welke vorm dan ook, bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

Het artikel 105 beschrijft verder wat als niet te vermijden reclame beschouwd kan worden : reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt (§ 1), verslaggeving van sportwedstrijden en culturele manifestaties (§ 2), het tonen van prijzen in een programma (§§ 3 en 4), naam- en merkvermeldingen van producten en diensten die niet als prijs ter beschikking worden gesteld in een programma (§ 5).

11.2. De Regulator stelt vast dat de uitzonderingen van §§ 2, 3 en 4, niet van toepassing zijn. De programma's 'Auto TV' – 'Tendens' – 'Vermogensbeheer' – 'Brabant@work' betreffen immers noch een verslaggeving van een sportwedstrijd of culturele manifestatie, noch het ter beschikking stellen van een prijs.

11.3. 'Auto TV' en 'Brabant@work'.

De Regulator is van mening dat hier de uitzondering van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet speelt. De decreetgever heeft immers de toepassing van § 5 slechts mogelijk willen maken voor een welbepaald soort programma. In de voorbereidende werken (Parl. St. 489 (1990-1991) – Nr. 1, blz. 7-9-8) leest men dat de decreetgever met deze uitzondering uitsluitend doelt op programma's waarin het benoemen of tonen van een product noodzakelijk is en waarbij dit op een evenwichtige wijze in het programma voorkomt en in een redelijke verhouding staat tot het (niet-commerciële) doel van het programma, bijvoorbeeld een boek in een boekenprogramma, een auto in een autoprogramma.

11.4. 'Tendens'

De Regulator is van mening dat hier de uitzondering van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet niet speelt gelet op de bedoeling van de decreetgever om slechts een welbepaald soort programma onder toepassing van deze bepaling te laten ressorteren (zie punt 11.3.).

De Regulator dient derhalve te onderzoeken of er sprake is van niet te vermijden reclame omdat die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet of nadruk in een programma voorkomt (artikel 105, § 1, van het Mediadecreet).

Uit de hierboven aangehaalde voorbereidende werken blijkt dat men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen van een reclamevorm wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Dit betekent dat een omroep dus

maximaal moet trachten te voorkomen dat bepaalde reclamevormen, door een aangepaste cameraregie, met nadruk in beeld komen. De mate van nadruk kan door tal van factoren beïnvloed worden zoals bijvoorbeeld de tijd gedurende welke een reclamevorm in beeld is of de grootte van de reclamevorm ten opzichte van de totale oppervlakte van het beeldscherm (dit kan nog geaccentueerd worden door in te zoomen).

De Regulator stelt vast dat onder meer gedurende 2 minuten 1 seconde een wervende en promotionele reportage wordt uitgezonden voor het product 'Murprotec' met contactgegevens voor een gratis diagnose. Hierbij wordt regelmatig ingezoomd op de naam 'Murprotec' als hoofding op briefpapier, als merknaam op een luchtfilter, op de deur van een wagen. Gedurende 3 minuten worden de ingrepen en behandelingen van het bedrijf 'Mediclinic' getoond waarbij tweemaal gedurende respectievelijk 4 en 5 seconden wordt ingezoomd op de naam 'Mediclinic'. Daarbij komen ook gedurende 5 seconden de adresgegevens en de website in beeld.

Gelet op de duur gedurende dewelke al deze producten getoond worden en de wijze waarop ze in beeld gebracht worden (inzoomen), is de Regulator van oordeel dat deze reclamevorm met nadruk in beeld is gekomen, terwijl invloed kon worden uitgeoefend op het in beeld komen van deze reclame-uiting.

De Regulator merkt op dat daarenboven één van de producten (Murprotec) één van de sponsors van het programma is.

11.5. 'Vermogensbeheer'

De Regulator is van mening dat hier de uitzondering van artikel 105, § 5, van het Mediadecreet niet speelt gelet op de bedoeling van de wetgever om slechts een welbepaald soort programma onder toepassing van deze bepaling te laten ressorteren (zie punt 11.3.).

De Regulator dient derhalve te onderzoeken of er sprake is van niet te vermijden reclame omdat die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet of nadruk in een programma voorkomt (artikel 105, § 1, van het Mediadecreet).

Uit de hierboven aangehaalde voorbereidende werken blijkt dat men kan spreken van het niet opzettelijk in beeld komen van een reclamevorm wanneer een omroep geen enkele invloed kan uitoefenen op het in beeld komen van bepaalde reclame-uitingen. Dit betekent dat een omroep dus maximaal moet trachten te voorkomen dat bepaalde reclamevormen, door een aangepaste cameraregie, met nadruk in beeld komen. De mate van

nadruk kan door tal van factoren beïnvloed worden zoals bijvoorbeeld de tijd gedurende welke een reclamevorm in beeld is.

De Regulator stelt vast dat gedurende 1 minuut 50 seconden een vertegenwoordiger van de bank 'Delen' middels een vraaggerek de mogelijkheid wordt geboden om promotie te maken voor de bankdienst(en) van deze bank.

De Regulator kan niet akkoord gaan met de stelling van ROB TV dat de verleende informatie toepasbaar is voor elke instelling die aan vermogensbeheer doet. Bij het begin van de rubriek komt gedurende 5 seconden een gevel in beeld met daarop de naam 'Bank Delen' waar dan nog eens extra wordt op ingezoomd. In de rubriek praat een medewerker van de bank, wiens naam op het scherm vermeld wordt samen met die van de bank, meerdere malen van 'onze klanten' wanneer hij een aantal diensten die de bank verleent, beschrijft. Eén van die diensten betreft de website van de bank. De beschrijving die volgt van de wijze waarop de bank transparant is naar zijn klanten toe, is volgens de Regulator niet zomaar toepasbaar op om het even welke instelling die aan vermogensbeheer doet.

Gelet op de duur gedurende dewelke deze diensten vermeld worden, is de Regulator van oordeel dat deze reclamevorm met nadruk in beeld is gekomen, terwijl de omroep invloed kon uitoefenen op het in beeld komen van deze reclame-uiting.

Het argument dat deze rubriek duidelijk als een gesponsord programmaonderdeel kan worden beschouwd omdat de opdrachtgever volledig beantwoordt aan de definitie van sponsoring van het Mediadecreet, doet geen afbreuk aan de verplichting voor een omroep om geen reclame in de programma's te brengen die te vermijden is. De Regulator aanvaardt dit argument niet.

De Regulator merkt op dat het daarenboven om een product van de sponsor van het programma gaat.

11.6. De Regulator kan er niet aan voorbijgaan dat ROB TV de bepaling van artikel 105, §1, van het Mediadecreet meermaals geschonden heeft in de programma's 'Tendens' - 'Vermogensbeheer', uitgezonden op 3 februari 2007.

De vastgestelde overtredingen doen de Regulator besluiten een administratieve geldboete op te leggen.

Gelet op de aard en de ernst van de inbreuken is de Regulator van oordeel dat een geldboete van 1750 euro een gepaste sanctie is.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van de regionale televisieomroep VZW ROB TV inbreuken vast te stellen op artikel 105, §1, van het Mediadecreet.

2. Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de regionale televisieomroep VZW ROB TV daarvoor een administratieve geldboete van 1750 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 19 oktober 2007.

D. PEEREMAN
griffier

J. BAERT
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.