



VLAAMSE *R*EGULATOR  
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VRM t. NV PRIME PROJECTS MEDIA GROUP**

*(dossier nr. 2008/0432)*

BESLISSING  
nr. 2008/053

15 september 2008



**In de zaak van VRM tegen NV Prime Projects Media Group,**

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

Dhr E. BREWAEYS, *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 15 september 2008,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

**PROCEDURE**

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij het kaderbesluit monitoring van het Vlaams Commissariaat voor de Media van 22 april 2005 om op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven gerichte controles uit te voeren inzake de naleving van de regels inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut op radio en televisie, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de Regulator) uitzendingen op vrijdag 29 februari 2008 (13u – 16u) van zes verschillende televisieomroepen aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Move On van NV Prime Projects Media Group.

Het onderzoek werd uitgevoerd op basis van opnames door Mediaxim.

2. Met een nota van 10 april 2008 heeft de onderzoekscel van de Regulator de resultaten van het gevoerde onderzoek meegedeeld aan de algemene kamer van de Regulator.

3. De Regulator beslist op 16 juni 2008 om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen de particuliere doelgroep- en themaomroep NV Prime Projects Media Group (hierna : PPMG), met maatschappelijke zetel Haachtsebaan 123 te 3140 Keerbergen, een ambtshalve onderzoek te starten.

4. De beslissing om over te gaan tot een ambtshalve onderzoek wordt samen met de bevindingen uit het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27

juni 2008 aan PPMG meegedeeld. De omroep wordt tevens uitgenodigd om binnen vijftien dagen na ontvangst ervan zijn schriftelijke opmerkingen in te dienen. De omroep krijgt ook de mogelijkheid zijn opmerkingen mondeling te komen toelichten op een hoorzitting. In de brief wordt gemeld dat de datum van de hoorzitting in bevestigend geval nog zal worden meegedeeld.

De betrokken omroep maakt geen gebruik van deze mogelijkheid.

## DE FEITEN

### 5. Reclame in de programma's.

5.1. Tijdens de onderzochte periode worden in het programma 'Move' nieuwe modellen van zes automerken voorgesteld: Suzuki, Chrysler, Dodge, Lancia, Fiat en Maserati. In zes korte reportages wordt uitgebreid aandacht besteed aan de respectievelijke merken, die uitvoerig in beeld worden gebracht en waarvan de eigenschappen door vertegenwoordigers van de respectievelijke automerken worden besproken. Bij de reportages over de nieuwe modellen van de merken Chrysler en Dodge gebeurt de voorstelling door de PR-manager van de betrokken merken zelf bij wijze van monoloog. Tijdens de reportages worden tussen de vraaggesprekken en toelichtingen stevast beelden gebruikt uit publiciteitscampagnes of promotionele bedrijfsfilmpjes, die door de betrokken automerken zelf ter beschikking te zijn gesteld. Gedurende de hele uitzending van elk van de zes reportages wordt de merknaam van het automerk in kwestie aan de linkerkant van het beeldscherm in een opvallende verticale balk in beeld gebracht.

5.2. Tijdens de onderzochte periode worden in het programma 'Hi-tech & Innovation' twee reportages uitgezonden.

Bij de reportage over de 'active crystals' worden de diverse accessoires besproken en aangeprezen door de presentatrice. Alle betrokken producten worden van dichtbij in beeld gebracht en in lovende woorden becommentarieerd. De reportage wordt geëindigd met een visuele vermelding van het webadres <http://www.active-crystals.com>.

In een tweede reportage worden de mogelijkheden van de Nokia N95 in een gericht vraaggesprek met modeontwerper Stijn Helsen toegelicht. Tijdens deze reportage met een duur van bijna zeven minuten wordt het toestel heel frequent in beeld gebracht.

## 6. Sponsorvermeldingen ‘De Greef’.

Tijdens de onderzochte periode wordt meermaals een zelfpromotiespot van Move On uitgezonden, waarin telkens een sponsorboodschap van sieraden ‘De Greef’ voorkomt. Wanneer de presentatrice in beeld is en de voordelen van de website van Move On aanhaalt, verschijnt midden in beeld met aandachtstreep naar de oorbellen die de presentatrice draagt, de tekst ‘wit gouden oorringen, Onyx en diamant – De Greef’.

## HET RECHT

7. Artikel 105 van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna genoemd : het Mediadecreet), luidt als volgt:

*“§ 1. Met behoud van de toepassing van artikel 101, § 1, en artikel 104 mogen de programma’s geen reclame, in welke vorm dan ook, bevatten, 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.*

*§ 2. Het tonen van naam, merk of logo bij verslaggeving van sportwedstrijden of cultuurmanifestaties wordt als niet te vermijden beschouwd.*

*Bij opnamen door of in opdracht van een televisieomroep mag het uitsluitend om niet-overheersende beelden gaan die niet veelvuldiger, niet langer of niet groter in beeld worden gebracht dan voor een goed verslag van het evenement noodzakelijk is.*

*§ 3. In een televisieprogramma is, inzake het vertonen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vertonen van het product of de dienst toegestaan op voorwaarde dat er geen ongegronde aandacht wordt besteed aan deze producten of diensten.*

*De prijzen mogen maximaal twee keer worden getoond of vermeld.*

*§ 4. In een radioprogramma is inzake het vermelden van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vermelden van naam of merk van het product of de dienst of van degene die de prijs aanbiedt, toegestaan op voorwaarde dat er geen gebruik wordt gemaakt van aanprijzingstechnieken. De vermelding mag maximaal twee keer voorkomen.*

*§ 5. Naam- en merkvermeldingen van producten of 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."*

8. Artikel 106 van het Mediadecreet luidt als volgt :

*"De gesponsorde programma's moeten aan het begin en/of aan het einde duidelijk als gesponsorde programma's worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor.*

*De sponsorvermelding moet een duidelijke verwijzing naar het gesponsorde programma bevatten, en moet voldoen aan de bepalingen van artikel 2, 16°.*

*De sponsorvermelding mag voorkomen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel.*

*Tijdens sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegestaan bij het tonen van tijdsaanduidingen en weergave van de stand.*

*In de aankondigingspots mag melding worden gemaakt van de sponsors."*

## **A. Argumenten van de aangeklaagde omroep**

9. PPMG heeft geen schriftelijke opmerkingen bezorgd.

## **B. Beoordeling**

10. Reclame in de programma's.

10.1. In het Mediadecreet wordt uitgegaan van het basisprincipe dat er een duidelijke scheiding moet zijn tussen reclame en programma's.

10.2. Daarom wordt in artikel 105, § 1, van het Mediadecreet gesteld dat de programma's geen reclame, in welke vorm dan ook, mogen bevatten, tenzij die niet te vermijden is.

10.3. Artikel 105 beschrijft wat als niet te vermijden reclame beschouwd moet worden. Het gaat in de eerste plaats om reclame die behoort tot de gewone leefomgeving of het gewone straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk in een programma voorkomt (§ 1). De uitzonderingen van §§ 2, 3 en 4, zijn in dit geval niet van toepassing. De bedoelde programma's zijn immers noch een verslaggeving van een sport- of culturele manifestatie, noch wordt daarin een prijs ter beschikking gesteld van het publiek.

10.4. De betrokken omroep kan zich niet beroepen op artikel 105, § 5, van het Mediadecreet. In dat geval moet immers aangetoond worden dat het, gelet op de inhoudelijke relevantie voor het programma, om niet te vermijden reclame gaat. Tijdens de parlementaire behandeling van de betrokken bepaling in de commissie is in dit verband het volgende opgetekend: *“Voorwaarde is dat deze vermelding of vertoning op een evenwichtige wijze in het programma voorkomt en in een redelijke verhouding staat tot het (niet-commerciële) doel van het programma”* (Parl.Doc. VI. R. 1990-91, nr. 489/1, 8-9).

10.5. De bovengenoemde programma's bevatten reclame onder de vorm van naam- en merkvermeldingen, enerzijds van merken, anderzijds van welbepaalde producten. In feite gaat het telkens om korte publiciteitsreportages die, ondanks het aangemeten informatief karakter, evenzeer een verkoopbevorderend karakter hebben.

De merken en/of producten worden vrij langdurig en veelvuldig getoond. Daaruit moet worden afgeleid dat deze reclamevorm in de verschillende programma's met nadruk in beeld werd gebracht, terwijl PPMG invloed kon uitoefenen op het in beeld brengen van deze reclame-uiting. Aldus gaat het niet om niet te vermijden reclame-uitingen.

10.6. PPMG heeft de bepalingen van artikel 105, § 1, en 105, § 5, van het Mediadecreet geschonden in de onderzochte periode op 29 februari 2008.

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

Bij het bepalen van de hoegrootheid van de geldboete kan de Regulator niet voorbijgaan aan het gegeven dat PPMG eerder reeds voor gelijkaardige feiten een administratieve boete opgelegd heeft gekregen (zie beslissing 2008/011 van 18 januari 2008). Gelet op de aard en de ernst van de inbreuken is de Regulator van oordeel dat een geldboete van 6.000 euro een gepaste sanctie is.

## 11. Sponsorvermeldingen ‘De Greef’.

11.1. Sponsorvermeldingen mogen voorkomen aan het begin en/of het einde van een programma of een programmaonderdeel.

In voorliggend geval komen de sponsorvermeldingen voor midden in een presentatie tussen verschillende programma’s.

11.2. PPMG heeft de bepalingen van artikel 106 van het Mediadecreet geschonden in de onderzochte periode op 29 februari 2008.

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

Bij het bepalen van de hoegrootheid van de geldboete kan de Regulator niet voorbijgaan aan het gegeven dat PPMG eerder reeds voor gelijkaardige feiten een administratieve boete opgelegd heeft gekregen (zie beslissing 2008/011 van 18 januari 2008). Gelet op de aard en de ernst van de inbreuken is de Regulator van oordeel dat een geldboete van 2.500 euro een gepaste sanctie is.

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

1. In hoofde van de particuliere doelgroep- en themaomroep NV Prime Projects Media Group inbreuken vast te stellen op artikel 105, § 1, 105, § 5, en artikel 106 van het Mediadecreet.

2. Overeenkomstig artikel 176, § 1, van het Mediadecreet, de particuliere doelgroep- en themaomroep NV Prime Projects Media Group daarvoor een administratieve geldboete van 8.500 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 15 september 2008.

D. PEEREMAN  
griffier

E. BREWAEYS  
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.