



VLAAMSE *R*EGULATOR  
VOOR DE MEDIA

ALGEMENE KAMER

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

*(dossier nr. 2008/0447)*

BESLISSING  
nr. 2009/001

19 januari 2009



**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, *leden*,  
en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 19 januari 2009,  
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 dinsdag 16 september 2008 (17u – 23u) 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 7 november 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 17 november 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 procedure op tegenspraak op te starten.

4. De beslissing om een procedure op tegenspraak op te starten wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 1 december 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 op 19 januari 2009.

5. PPMG bezorgt zijn schriftelijke opmerkingen op 15 december 2008 en bevestigt aanwezig te zullen zijn op de hoorzitting.

PPMG is niet aanwezig op de hoorzitting van 19 januari 2009.

## DE FEITEN

6. Het programma 'Fashion & Beauty' wordt beëindigd met een verslag van het Golden-Fête-evenement in discotheek Zuni te Knokke, dat wordt georganiseerd door het champagnemerkt Moët & Chandon. Tijdens de reportage wordt de aandacht quasi voortdurend op het champagnemerkt in kwestie gevestigd door middel van projecties van het logo, beeldopnamen van flessen en glazen met duidelijk zichtbare merkbenaming, auditieve vermeldingen en gesprek met vertegenwoordigers van het merk.

7. In het programma 'Move' worden nieuwe modellen van diverse automerken voorgesteld: Aston Martin, Hyundai, Mini Cooper, Porsche en Lancia. In 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 betrokken merken gebeurt de voorstelling door de PR-manager van de merken zelf in interviewvorm of bij wijze van monoloog. Tijdens de reportages worden tussen de vraaggesprekken en toelichtingen stevast beelden gebruikt uit publiciteitscampagnes of promotionele bedrijfs filmpjes, die door de betrokken automerken zelf ter beschikking zijn gesteld.

8. Het programma 'Travelling & Adventure' bevat onder meer twee reportages met respectievelijk als onderwerp een verzorgingsinstituut 'Savannah Urban Spa' en 'K-West Hotel & Spa'. Beide reportages blijken exclusieve publiciteitsreportages te zijn voor de betrokken locaties waarbij alle mogelijkheden op de meest aantrekkelijke en gunstige wijze worden belicht, zowel visueel als auditief, door de begeleidende toelichting door de zaakvoerders of vertegenwoordigers.

9. Het programma 'Health & Sport' bestaat uit een reportage rond de nieuwste schoenencollectie van het modemerkt 'Le Coq Sportif'. Het logo en de merkbenaming en de merkproducten zelf komen daarbij geregeld in

beeld. De reportage blijkt een exclusieve publiciteitsreportage voor de nieuwe collectie van het betrokken modemerken te zijn. De toelichting door de commercieel directeur en de Key Account manager van het betrokken merk blijkt een promotioneel verkoopspraatje te zijn.

## HET RECHT

10. Artikel 101, § 1, eerste lid, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna genoemd : het Mediadecreet), bepaalt het volgende:

*“Reclame en telewinkelen moeten duidelijk als dusdanig herkenbaar zijn en door optische en/of akoestische middelen duidelijk onderscheiden zijn van de programma’s.”*

11. Artikel 105 van 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."*

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

12. PPMG merkt op dat alle reclame vervat zit in een reclameblok dat aldus duidelijk wordt aangekondigd.

PPMG voert aan een thematische zender te zijn die zich enkel en alleen bezighoudt met programma's over luxe en lifestyle. De behandelde onderwerpen zijn per definitie 'positief' en tekstueel 'lovend' omdat het gaat om producten en diensten die zich aan de top bevinden van hun sector of gamma. De bedoelde reportages zijn gewoon de objectieve weergave van de intrinsieke kwaliteiten van de in beeld gebrachte producten en diensten.

## **B. Beoordeling**

13.1. In het Mediadecreet wordt in artikel 101, § 1, uitgegaan van het basisprincipe dat er een duidelijke scheiding moet zijn tussen reclame en programma's.

13.2. 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.

13.3. 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.

13.4. 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. Vl. R. 1990-91, nr. 489/1, 8-9).

13.5. 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 verkoopsbevorderend 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.

13.6. PPMG heeft de bepalingen van artikel 101, § 1, eerste lid, en 105, § 1, van het Mediadecreet geschonden in de onderzochte periode op 16 september 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 en beslissing 2008/053 van 15 september 2008). Gelet op de aard en de ernst van de inbreuken is een geldboete van 12.000 euro een gepaste sanctie.

**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 101, § 1, eerste lid, en artikel 105, § 1, 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 12.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 19 januari 2009.

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.