



ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t. NV BITES EUROPE**

(dossier nr. 2009/0495)

BESLISSING  
nr. 2010/001

18 januari 2010



**In de zaak van VRM tegen NV Bites Europe,**

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 18 januari 2010,  
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 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroepen, werden uitzendingen op dinsdag 29 september 2009 van diverse televisieomroepprogramma's aan een onderzoek onderworpen, waaronder het omroepprogramma Acht TV van NV Bites Europe.
2. Op 10 november 2009 legt de onderzoekscel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut tijdens de bovengenoemde uitzendingen.
3. Op 16 november 2009 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen de NV Bites Europe (hierna: Acht TV), met maatschappelijke zetel Katwilgweg 2 te 2050 Antwerpen, 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 15 december 2009 aan Acht TV meegedeeld.

5. Acht TV bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator bij brief van 6 januari 2010.
6. Op de hoorzitting van 18 januari 2009 wordt Acht TV vertegenwoordigd door Dirk Van Empten, advocaat.

## DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode op het omroepprogramma Acht TV tien maal een alleenstaande reclameboodschap werd uitgezonden ten behoeve van drie diverse adverteerders. Naast deze alleenstaande reclamespots werden ook nog drie reclameblokken met meerdere reclameboodschappen uitgezonden. De onderzoeksceel leidt hieruit af dat er geen gebrek is aan reclameopdrachten. De onderzoeksceel stelt tevens vast dat tijdens de onderzochte periode drie alleenstaande telewinkelspots werden uitgezonden.

## TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 79, § 2, van het decreet betreffende radio-omroep en televisie van 27 maart 2009 (hierna: het Mediadecreet) luidt als volgt:

*“Afzonderlijke reclame- en telewinkelspots blijven een uitzondering. Een afzonderlijke reclame- of telewinkelspot is toegestaan per televisieomroepprogramma per dag.*

*Daarnaast zijn afzonderlijke reclame- en telewinkelspots toegestaan :*

*1° in uitzendingen van sportevenementen;*

*2° als er een langdurige spot wordt uitgezonden van minimaal twee minuten;*

*3° als een omroeporganisatie er niet in geslaagd is voor een specifiek reclameblok meer dan een reclame- of telewinkelspot te verkopen, bij gebrek aan interesse van de klanten.”*

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

9. Acht TV voert aan dat zij als opstartende omroeporganisatie - het omroepprogramma is pas vanaf 18 mei 2009 te zien in het digitale aanbod van Telenet/INDI, Belgacom TV en Numericable en pas vanaf 21 september 2009 op TV Vlaanderen - er bij gebrek aan interesse van de klanten nog niet in geslaagd is voor alle reclameblokken meer dan een reclame- of telewinkelspot te verkopen.

Op 29 september 2009 liepen slechts vijf verschillende campagnes op Acht TV: "De Standaard", "Nespresso", "Nike", "Mad Men" en "Hebbes".

In de beginperiode van Acht TV werden uitzonderlijk, als commerciële geste, extra gratis spots uitgezonden voor bepaalde adverteerders. Die extra gratis spots werden gebruikt om reclameblokken op te vullen.

Op deze manier werd het gebrek aan adverteerders in de beginperiode van Acht TV opgevangen en kregen de kijkers, adverteerders en reclamebureaus een zo realistisch mogelijke voorstelling van de opzet en de programmatie van Acht TV.

Acht TV merkt echter op dat bij een beperkt aantal adverteerders zelfs het opvullen van reclameblokken beperkt is. De adverteerder wil immers ook voorkomen dat het publiek een afkeer krijgt van zijn product of dienst omdat de spot te vaak wordt uitgezonden.

Acht TV geeft aan dat de evolutie van de reclameomzet via RMB, de professionele reclameregie waarop Acht TV een beroep doet, gunstig evolueert. Bovendien worden parallel door Acht TV commerciële inspanningen gedaan om, onder meer via ruil met andere mediapartners, het aantal reclamespots op Acht TV te verhogen.

Uit het voorgaande leidt Acht TV af volledig te voldoen aan alle voorwaarden van de uitzondering bepaald in artikel 79, § 2, tweede lid, 3°, van het Mediadecreet.

## **B. Beoordeling.**

10. De betrokken omroeporganisatie bevindt zich op dit ogenblik nog in haar opstartfase. Zij maakt aannemelijk dat zij een beroep kan doen op de uitzonderingsgrond bepaald in artikel 79, § 2, tweede lid, 3°, van het Mediadecreet.

Daarom is de uitzending van de alleenstaande reclameboodschappen tijdens de onderzochte periode niet in strijd met de bepalingen van artikel 79, § 2, eerste lid, van het Mediadecreet.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Bites Europe geen inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 2, eerste lid, van het Mediadecreet.

Aldus uitgesproken te Brussel op 18 januari 2010.

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.