



ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t.
NV MEDIA AD INFINITUM**

(dossier nr. 2011/006)

BESLISSING
nr. 2011/008

28 maart 2011

In de zaak van VRM tegen NV Media Ad Infinitum,

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 28 maart 2011,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 31 mei 2010 tot het uitvoeren op bepaalde tijdstippen en op basis van steekproeven gerichte controles inzake de naleving van de regels en voorschriften aangaande commerciële communicatie door de Vlaamse televisieomroeporganisaties, werd door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de Regulator) de uitzending op 5 januari 2011 van het programma 'Doe-het-zelf met Roger' via het omroepprogramma Vitaya van de private televisieomroeporganisatie NV Media Ad Infinitum onderzocht.
2. Op 15 februari 2011 legt de onderzoekscel van de Regulator aan de algemene kamer van de Regulator een onderzoeksrapport voor aangaande nuttige vaststellingen inzake de naleving van bovenvermelde regels en voorschriften.
3. Op 28 februari 2011 beslist de algemene kamer van de Regulator om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Media Ad Infinitum (hierna: Vitaya), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, 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 maart 2011 aan Vitaya meegedeeld.
5. Vitaya bezorgt op 14 maart 2011 de schriftelijke opmerkingen aan de Regulator.
6. Op de hoorzitting van 28 maart 2011 wordt Vitaya vertegenwoordigd door Sven Van Damme.

DE FEITEN

7. De onderzoekscel stelt vast dat het onderzochte programma productplaatsing bevat door de duidelijke visuele vermeldingen van producten en merkbenamingen op producten en verpakkingen.

Zowel bij de aanvang als aan het einde van het programma ontbreekt echter het logo dat de kijkers wijst op de aanwezigheid van productplaatsing, zoals opgelegd en beschreven in artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna : het Mediadecreet) en in de artikels 1 tot 3 en de bijlage van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing (hierna : het besluit van 10 september 2010).

De onderzoekscel stelt ook vast dat Vitaya geen melding of gebruik maakt van de door artikel 4 van voormeld besluit voorgeschreven mogelijkheden, namelijk de doorverwijzing naar de teletekstpagina's of de kijker rechtstreeks via het beeldscherm informeren met de zin 'Dit programma bevat commerciële communicatie onder de vorm van productplaatsing.'

Volgens de onderzoekscel stemmen het ontbreken van het logo en het niet informeren van de kijker omtrent de betekenis van het logo op de bewuste datum, niet overeen met de toepassing van artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 4 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet bepaalt:

“De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden :

4° als het programma in kwestie is geproduceerd of besteld door de omroeporganisatie zelf of door een aan hem verbonden onderneming, worden de kijkers duidelijk gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. Het programma in kwestie wordt in het begin en op het einde ervan, en als het na een reclamepauze wordt hervat, op passende wijze als zodanig aangeduid om verwarring bij de kijkers te voorkomen. De Vlaamse Regering kan daarover nadere regels bepalen.”

8.2. Artikel 4 van het besluit van 10 september 2010:

“Met behoud van de toepassing van artikel 1 tot en met 3, wijzen de omroeporganisaties gedurende een periode van drie maanden de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 1, door in het begin van het programma gedurende ten minste vijf seconden ononderbroken een van de volgende boodschappen te tonen :

1° <<Meer info : teletekst pagina ... (aan te vullen met de desbetreffende pagina waarop de betrokken informatie te vinden is)>>;

2° <<Dit programma bevat commerciële communicatie onder de vorm van productplaatsing>>.

De periode van drie maanden, vermeld in het eerste lid, begint op de eerste dag van de maand na de inwerkingtreding van dit besluit.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroep

9. Vitaya erkent dat in het bewuste programma sprake is van productplaatsing en dat aldus had moeten worden voldaan aan de voorwaarden van artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 4 van het besluit van 10 september 2010.

Het niet verschijnen van het logo en de daaraan verbonden doorverwijzing naar de teletekstpagina was louter te wijten aan een tijdelijk technisch defect en gebeurde dus volledig onafhankelijk van de wil van de omroeporganisatie.

B. Beoordeling

10. Uit het onderzoek en uit de beelden blijkt dat het logo voor productplaatsing en het informeren van de kijker omtrent de betekenis van het logo in het bewuste programma ontbreken.

Het besluit van 10 september 2010 is gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad van 6 oktober 2010 en in werking getreden op 1 november 2010. De datum van de uitzending, 5 januari 2011, situeert zich bijgevolg in de periode van drie maanden waarvan sprake is in artikel 4 van voornoemd besluit.

Vitaya moest dan ook op die datum de kijker rechtstreeks via het beeldscherm informeren over de aanwezigheid van productplaatsing in het programma door middel van een logo en over betekenis van het logo.

De omroeporganisatie betwist deze vaststelling niet.

Hieruit volgt dat Vitaya tijdens de uitzending van het programma 'Doe-het-zelf met Roger' op 5 januari 2011 een inbreuk begaan heeft op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 4 van het besluit van 10 september 2010.

Het is de eerste keer dat dergelijke inbreuk in hoofde van Vitaya wordt vastgesteld. Daarenboven maakt de omroeporganisatie aannemelijk dat de inbreuk aan een technisch defect te wijten was en buiten haar wil gebeurde. Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Media Ad Infitum een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 4 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Media Ad Infitum daarvoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel, op 28 maart 2011.

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.
--