



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV LIFE! TV BROADCASTING COMPANY

(dossier nr. 2011/028A)

BESLISSING
nr. 2011/028

24 oktober 2011

In de zaak van VRM tegen NV Life! TV Broadcasting Company

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 24 oktober 2011,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing

PROCEDURE

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 31 mei 2010 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroeporganisaties, heeft de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 13 juli 2011 van 14u tot 20u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Life! TV van NV Life! TV Broadcasting Company (hierna: Life TV), met maatschappelijke zetel Oude Leeuwenrui 8 te 2000 Antwerpen.

2. Op 13 september 2011 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 26 september 2011 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen Life TV, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 september 2011 aan Life TV meegedeeld.

5. Life TV bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de VRM bij brief van 12 oktober 2011.

6. Op de hoorzitting van 24 oktober 2011 wordt Life TV vertegenwoordigd door advocaat Peter Marx.

DE FEITEN

7.1. De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode op het omroepprogramma Life! TV van ongeveer 15u00 tot 17u00 een programma wordt uitgezonden onder de benaming 'Astro Time'. De onderzoekscel is van oordeel dat de bedoelde uitzending rechtstreekse aanbiedingen tegen betaling met vermelding van tarieven omvat en dus volgens de geldende bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) als telewinkelen moet worden aan- en afgekondigd.

Ook blijkt uit het onderzoeksverslag dat er bij de start van het programma sprake is van een duidelijke identificatie van het telewinkelkarakter van het programma. Gedurende de duurtijd van het programma is er evenwel geen verdere visuele of auditieve of akoestische identificatie dat het om telewinkelen gaat. Aan het einde ontbreekt tevens een identificatie die het telewinkelkarakter duidelijk herkenbaar maakt.

Volgens de onderzoekscel is er sprake van een overtreding van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

7.2. De onderzoekscel stelt eveneens vast dat bij het begin en het einde van het programma 'Game Generation' (duurtijd 25min57), en net voor en na de onderbreking ervan voor een reclameblok, een PP-logo wordt uitgezonden dat duidt op de aanwezigheid van productplaatsing.

Het programma bestaat voornamelijk uit previews van nieuwe computergames. Deze previews worden telkens ingeleid door de presentatoren en ondersteund door beeldmateriaal dat door de producent van de games in kwestie ter beschikking wordt gesteld (Assassin's Creed; Anarchy Reigns; Feed Me Oil; Resident Evil: The Mercenaries 3D; Continuïty 2: The Continuation; Twisted Metal; Mass Effect; Top Gun: Hard Lock).

Volgens de onderzoekscel zijn de positieve belichting van de games in kwestie en het lovende woordgebruik bij de bespreking in strijd met de bepalingen van artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet.

De rubriek 'Wannahaves' (duurtijd 1min30) lijkt volgens de onderzoekscel eerder een reclameboodschap te zijn die decretaal gezien thuishoort in een reclameblok doch in dit geval tussen de overige redactionele inhoud door wordt uitgezonden. De onderzoekscel stelt vast dat in deze rubriek de presentatoren zich rechtstreeks richten tot de kijker om deze te overtuigen van het nut en het gebruiksgemak van de gadgets Demon Kinect Holder en Play Station Eye Holder. Volgens de onderzoekscel gaat het hier om een reclameboodschap die tussen de overige redactionele inhoud wordt uitgezonden.

Vermits de rubriek in kwestie niet als reclame wordt aangeduid met visuele en/of akoestische middelen, is de onderzoeksceel dan ook van oordeel dat de omroeporganisatie hierdoor een inbreuk pleegt op de verplichting tot het duidelijk als dusdanig herkenbaar maken van reclame door het duidelijk onderscheid met de programma's bij middel van visuele en/of akoestische middelen, zoals voorgeschreven is door artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 35°, van het Mediadecreet definieert reclame als volgt:

'reclame: de audiovisuele of auditieve boodschap van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon - in welke vorm dan ook - over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen, die tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel voor zelfpromotie in een lineaire omroepdienst wordt uitgezonden.'

8.2. Artikel 79, §1, van het Mediadecreet bepaalt:

'Televisiereclame, zelfpromotie uitgezonderd, en telewinkelen moeten duidelijk herkenbaar zijn en moeten kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Zonder afbreuk te doen aan het gebruik van nieuwe reclametechnieken, moeten reclame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden.'

8.3. Artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

'Programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden:

...

2° ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen;

...'

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9.1. Life TV erkent dat de uitzendingen onder de naam 'Astro Time' als telewinkelen moeten worden aanzien. Life TV wijst er op dat er geen betwisting is over het feit dat de uitzending werd aangekondigd als telewinkelen. Na het programma volgde een korte zelfpromotiespot en een aankondigingsspot voor een volgend programma. Life TV was van mening hiermee duidelijk te hebben gemaakt dat er een einde was gekomen aan het telewinkelkarakter en derhalve tegemoet te zijn gekomen aan de eisen van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

Life TV merkt op dat het Mediadecreet haar niet verplicht om de identificatie te tonen tijdens de uitzending. Life TV zal niettemin, teneinde verwarring uit te sluiten, in de toekomst de identificatie 'telewinkelen' in beeld laten tijdens het gehele telewinkelblok. Life TV wijst er op dat er geen kwaad opzet was en geeft aan zich in de toekomst aan de geldende wetgeving te zullen conformeren.

9.2. Life TV betwist dat het programma 'Game Generation' rechtstreeks zou aansporen tot aankoop van computergames door deze specifiek aan te prijzen. Het programma wil de kijker up-to-date houden over het reilen en zeilen in de wereld van computergames en beschrijft in de eerste plaats een groot aantal verschillende spellen, de fictieve karakters die in de games voorkomen en de consoles waarvoor de games beschikbaar zijn. Wanneer er positief gereageerd wordt op een game, dan is dit de oprechte mening van de journalist, gebaseerd op zijn speelervaring als kenner. Ook het vermelden van prijzen en releasedata zetten niet rechtstreeks aan tot aankoop.

De rubriek 'Wannahaves' kan volgens Life TV niet worden aanzien als reclame in de zin van artikel 2, 35°, van het Mediadecreet. In de rubriek worden op een objectieve wijze de functionele eigenschappen van de gadgets Demon Kinect Holder en PlayStation Eye Holder beschreven. Op geen enkel ogenblik wordt de kijker rechtstreeks aangesproken of aangespoord om naar de winkel te gaan. Het feit dat de presentatoren de kijkers op enthousiaste wijze informeren is volgens de omroeporganisatie eigen aan dit soort van programma, dat zich in de eerste plaats tot de jeugd richt.

Life TV benadrukt dat er geen commerciële afspraak bestaat met de verdelers van deze games, waardoor, in ruil voor betaling, hun producten worden aangeprezen. Wel worden binnen het kader van de rubriek 'Wannahaves' producten op vraag van Life TV gratis geschonken door de verdelers, die dan kunnen worden gewonnen door deelname aan de wedstrijd.

B. Beoordeling.

10.1. Het programma uitgezonden onder de benaming 'Astro Time' beantwoordt aan de definitie van telewinkelen en moet dus als dusdanig worden aan- en afgekondigd. Aan het einde van dit programma ontbreekt een identificatie die het telewinkarakter duidelijk herkenbaar maakt.

Life TV heeft hiermee artikel 79, § 1, van het Mediadecreet geschonden.

Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM er rekening mee dat het bedoelde programma bij de start duidelijk werd geïdentificeerd als telewinkelen. De omroeporganisatie verklaart zich te zullen conformeren aan de regelgeving.

Een waarschuwing is dan ook een gepaste sanctie.

10.2. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat in het programma 'Game Generation' sprake is van specifieke aanprijzingen bij de bespreking van de nieuwe computergames.

De games in kwestie komen door de demonstraties op een commercieel en promotioneel gunstige wijze in het programma voor en ook de bijhorende commentaren van de presentatoren en de voice-over zijn nagenoeg uitsluitend lovend en wervend. Telkens wordt ook de lanceringsdatum of -periode bekend gemaakt.

De duidelijk positieve belichting van de games in kwestie en het lovende woordgebruik bij de bespreking vormt een inbreuk op artikel 100, § 1, 2° van het Mediadecreet dat voorschrijft dat de omroeporganisaties programma's met productplaatsing mogen uitzenden indien zij niet rechtstreeks aansporen tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen.

De onderzoekscel heeft vastgesteld dat in de rubriek 'Wannahaves' de presentatoren zich rechtstreeks tot de kijker richten om deze te overtuigen van het nut en het gebruiksgemak van de besproken gadgets. Aan het einde van de rubriek wordt de kijker opgeroepen om deel te nemen aan een wedstrijd om deze gadgets te winnen.

Gezien de inhoud en het duidelijk promotionele karakter moet deze rubriek over een commerciële onderneming worden gekwalificeerd als televisiereclamespot, zoals gedefinieerd in artikel 2, 35°, van het Mediadecreet.

Het publicitaire karakter van de rubriek vloeit voort uit de sterk lovende bewoordingen en het aanprijzen. Hieruit kan in redelijkheid enkel worden afgeleid dat de reportage tegen betaling of een soortgelijke vergoeding is gemaakt.

Vermits de rubriek in kwestie niet met visuele en/of akoestische middelen als reclame wordt aangeduid, pleegt Life TV een inbreuk op de bepaling van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

Bij het bepalen van de sanctie voor de bovengenoemde inbreuken op artikel 100, § 1, 2° en artikel 79, § 1, van het Mediadecreet houdt de VRM er rekening mee dat het om ernstige inbreuken gaat. Daarnaast kan de VRM er niet aan voorbij gaan dat de omroeporganisatie eerder reeds werd gesanctioneerd voor een gelijkaardige inbreuk op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet (beslissing 2008/038 d.d. 23 juni 2008). Een administratieve sanctie van 1250 euro is dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV Life! TV Broadcasting Company met betrekking tot het programma 'Astro Time' een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Life! TV Broadcasting Company te waarschuwen;

2. In hoofde van NV Life! TV Broadcasting Company met betrekking tot het programma 'Game Generation' een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, en artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Life! TV Broadcasting Company een administratieve geldboete van 1250 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 24 oktober 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.