



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV LIFE! TV BROADCASTING COMPANY

(dossier nr. 2012/053)

BESLISSING
nr. 2012/011

14 mei 2012

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
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,
en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 14 mei 2012,
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 9 maart 2012 van 17u tot 23u 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 Keetberglaan 1 B te 9120 Melsele.

2. Op 17 april 2012 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 23 april 2012 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 23 april 2012 aan Life TV meegedeeld.

5. Life TV bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de VRM op 14 mei 2012.

6. Op de hoorzitting van 14 mei 2012 wordt Life TV vertegenwoordigd door G.V. M., CEO, en advocaat P. M.

DE FEITEN

7.1. Tijdens de onderzochte periode wordt op het omroepprogramma Life! TV een programma uitgezonden onder de benaming 'TV CC'. De onderzoeksceel stelt vast dat in het programma productplaatsing voorkomt door de doorlopende visuele aanwezigheid van diverse automerken. Zowel bij de aanvang als aan het einde van het programma en na de onderbreking voor reclame ontbreekt het logo dat de kijkers wijst op de aanwezigheid van productplaatsing.

Volgens de onderzoeksceel begaat de omroeporganisatie een inbreuk op de toepassing van artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) en artikelen 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).

7.2. Life TV geeft door het tonen van het PP-logo aan dat het programma 'Blame the Game' productplaatsing bevat.

De onderzoeksceel stelt vast dat het programma als enig onderwerp het testen en bespreken van de nieuwe spelconsole Playstation Vita heeft.

Volgens de onderzoeksceel komen de Playstation Vita en de spelmodules in kwestie door de becommentariëring en de speldemonstraties gedurende de gehele uitzending op een commercieel en promotioneel gunstige wijze in het programma voor. De presentator is enthousiast over de nieuwe spelconsole en laat de diverse vertegenwoordigers uitgebreid aan het woord die zich lovend uitlaten over het eigen product. De kijker wordt ook warm gemaakt voor de lancering van het product met vermelding van de basisprijzen voor de verschillende versies.

De onderzoeksceel stelt vast dat het product in kwestie alle aandacht krijgt gedurende de gehele duur van het programma. De presentator - en bijgevolg de omroeporganisatie zelf - verlenen hun volledige medewerking aan de promotionele lancering van de spelconsole in kwestie en de bijhorende spelmodules. Er zijn specifieke aanprijzingen en aansporingen tot het aankopen van het betrokken product.

De onderzoeksceel leidt hieruit af dat de omroeporganisatie een inbreuk begaat op de toepassing van artikel 100 §1, 1° tot 3° van het Mediadecreet.

7.3. Het programma 'Blame the Game' wordt aan het einde gevolgd door de volgende visuele sponsorvermeldingen: 'in samenwerking met: Officieel Playstation Magazine & www.PlayStationPure.be' en 'met dank aan: Sony Entertainment Europe'.

Uit de vaststellingen die worden beschreven in punt 7.2. leidt de onderzoekscel af dat de omroeporganisatie een inbreuk begaat op de toepassing van artikel 91, 1° en 2° van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 91 van het Mediadecreet luidt als volgt:

‘Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen:

1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering, worden nooit dusdanig beïnvloed door de sponsor dat daardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;

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

(...)

8.2. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt:

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

1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering ervan, worden nooit dusdanig beïnvloed dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;

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;

3° het product of de dienst in kwestie krijgt geen overmatige aandacht;

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.’

8.3. De artikelen 1 tot 3 van het besluit van 10 september 2010 schrijven voor:

'Artikel 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma's zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, door het tonen van het logo dat in de bijlage bij dit besluit is opgenomen.

Art. 2. De manier waarop het logo, vermeld in artikel 1, in beeld wordt gebracht, voldoet aan de volgende criteria:

1° het wordt op een duidelijke en contrasterende wijze gedurende ten minste vijf seconden ononderbroken in beeld gebracht in het begin van het programma, op het einde van het programma en na elke hervatting van het programma na een reclamepauze;

2° het wordt rechts bovenaan of rechts onderaan in beeld gebracht en voldoet aan de volgende minimumnormen :

a) grootte : 1) SD : breedte 35 px en hoogte 35 px;

2) HD :- resolutie 720 lijnen : breedte 42 px en hoogte 42 px;

- resolutie 1080 lijnen : breedte 63 px en hoogte 63 px;

b) kleur : 255 (R) 255 (G) 255 (B) / 0 (R) 0 (G) 0 (B);

c) transparantie : 45 %.

Art. 3. Het logo, vermeld in artikel 1, wordt op een neutrale manier in beeld gebracht. De aanduiding van de aanwezigheid van productplaatsing in een programma mag de producten of de diensten waarop de productplaatsing betrekking heeft, niet vermelden of vertonen.'

Bijlage. Het logo voor productplaatsing, vermeld in artikel 1 van het besluit van de Vlaamse Regering betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.



A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9.1. Life TV erkent dat er productplaatsing aanwezig was in het programma 'TV CC' en dat het herkenningsslogo ontbrak in de uitzending van 9 maart 2012. Volgens Life TV gaat het hier om een eenmalige nalatigheid te goeder trouw.

9.2. Life TV voert aan dat het programma 'Blame the Game' de kijker wil informeren en up-to-date houden over de ontwikkelingen in de wereld van de computergames. Life TV benadrukt dat er met Sony Entertainment geen commerciële afspraak werd gemaakt waardoor in ruil voor betaling of een soortgelijke vergoeding de Playstation Vita wordt aangeprezen.

Volgens de omroeporganisatie is de inhoud van het programma objectief en is er geen sprake van aantasting van de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie.

Life TV betwist dat er geen neutrale benadering van het product zou zijn. Het feit dat de kijkers door de presentatoren op enthousiaste wijze worden geïnformeerd is eigen aan dit soort producties dat zich in de eerste plaats tot de jeugd richt. Volgens Life TV wordt het onderwerp kritisch behandeld. De omroeporganisatie verwijst hiervoor naar beelden waaruit blijkt dat de spelconsole slecht reageert op de instructies van een testpersoon. De omroeporganisatie wijst er op dat zij geen 'vertegenwoordigers' van het product aan het woord laat, maar spelontwikkelaars. Volgens Life TV is het onmogelijk te verwachten van personen, die in hun levensonderhoud voorzien door het ontwikkelen van computergames, dat zij niet enthousiast over hun eigen ontwikkelingen zouden mogen spreken. Life TV wijst er nog op dat het vermelden van prijzen op zich niet rechtstreeks aanzet tot aankoop.

Life TV voert nog aan dat de Playstation Vita in het programma veel aandacht krijgt omdat de makers het in deze productie specifiek over de ontwikkeling van dit product hebben. Er is geen overmatige aandacht in de zin van artikel 100, § 1, 3°, van het Mediadecreet.

B. Beoordeling.

10.1. Uit het onderzoek en uit de beelden blijkt dat het logo voor productplaatsing in het programma 'TV CC' ontbreekt.

De omroeporganisatie betwist deze vaststelling niet.

Hieruit volgt dat Life TV een inbreuk begaan heeft op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010.

De omroeporganisatie maakt aannemelijk dat het om een eenmalige nalatigheid te goeder trouw gaat. Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

10.2. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat in het programma 'Blame the Game' sprake is van specifieke aanprijzingen bij de bespreking van de diverse mogelijkheden van de nieuwe spelconsole Playstation Vita. Het gegeven dat er beelden worden getoond, waarbij de spelconsole tijdens een test niet onmiddellijk op een correcte manier wordt gebruikt, doet hier geen afbreuk aan.

De positieve belichting van de spelconsole 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 terecht vastgesteld dat het product in kwestie alle aandacht krijgt gedurende de gehele duur van het programma. Hierdoor is er sprake van overmatige aandacht. Het gegeven dat het programma in kwestie specifiek handelt over de ontwikkeling van het product verandert niets aan deze vaststelling. Nu in het programma slechts één enkel onderwerp wordt behandeld, namelijk de lancering van de Playstation Vita, wordt door de productplaatsing de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie aangetast. Hieruit volgt dat de bepalingen van artikel 100, § 1, 1° en 3°, zijn overtreden.

Het programma 'Blame the Game' wordt onder meer gesponsord door 'Sony Entertainment Europe', de producent van Playstation Vita. De hierboven vermelde vaststellingen impliceren dat tevens de bepalingen van artikel 91, 1° en 2°, van het Mediadecreet zijn overtreden.

Bij het bepalen van de sanctie voor de bovengenoemde inbreuken op artikel 100, § 1, 1°, 2° en 3° en artikel 91, 1° en 2° 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 inbreuk op artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet (beslissing 2011/028 d.d. 24 oktober 2011). Een administratieve geldboete 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 'TV CC' een inbreuk vast te stellen op artikel

100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikelen 1 tot 3 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 Life! TV Broadcasting Company te waarschuwen;

2. In hoofde van NV Life! TV Broadcasting Company met betrekking tot het programma 'Blame the Game' een inbreuk vast te stellen op artikel 91, 1°, en 2°, en artikel 100, § 1, 1°, 2° en 3° 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 14 mei 2012.

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.