



**ALGEMENE KAMER**

**ZAAK VAN VRM**

**t. NV SBS BELGIUM**

(dossier nr. 2012/061)

BESLISSING  
nr. 2012/023

17 september 2012



**In de zaak van VRM tegen NV SBS Belgium,**

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 17 september 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, werden door de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 30 april 2012 van 17 uur tot 23 uur, onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Vijf TV van NV SBS Belgium.

2. Op 14 juni 2012 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor inzake de naleving van de regelgeving.

3. Op 25 juni 2012 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van dat onderzoeksrapport, tegen NV SBS Belgium (hierna : SBS), met maatschappelijke zetel Fabrikstraat 55 te 1930 Zaventem, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 juni 2012 aan SBS meegedeeld.

5. Op vraag van SBS verleent de VRM uitstel tot 1 september 2012 om schriftelijke opmerkingen in te sturen. VRM ontvangt de schriftelijke opmerkingen van SBS op 30 augustus 2012.

6. Op de zitting van 17 september 2012 wordt SBS vertegenwoordigd door Annick Moons.

## DE FEITEN

7. De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode een individuele spot wordt uitgezonden naar aanleiding van moederdag.

De spot begint met een pancarte "VIJFtv en Ici Paris XL presenteren : ...", waarbij de vier dames van "Sex and the City" een "Ici Paris XL" binnenstappen om verschillende geuren uit te testen. Nadien volgen de titels "Sex and the City", "Astrid in Wonderland", "Gossip Girl", "Tour Deluxe" en "Beautyschool", telkens met korte shots van deze programma's. Aan het einde van de spot zegt een voice-over "VIJFtv en Ici Paris XL wensen je een prettige moederdag". Dit wordt ook visueel in beeld gebracht.

De spot wordt uitgezonden na een reclameblok en voor een programma-aankondiging voor "Tour Deluxe".

Tijdens de spot zou het logo van "Ici Paris XL" zeer duidelijk en regelmatig in beeld worden gebracht en auditief worden vermeld.

Door de voice-over boodschap en de zeer duidelijke vertoning van het logo van "Ici Paris XL", krijgt de spot volgens de onderzoekscel het karakter van reclame zoals bedoeld in artikel 2, 35°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

De onderzoekscel is van oordeel dat dit niet strookt met de verplichting van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet tot het duidelijk als dusdanig herkenbaar maken van reclame door het duidelijk onderscheid met de programma's bij middel van optische en/of akoestische middelen.

## TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 35°, van het Mediadecreet bepaalt :

*"In dit decreet wordt verstaan onder :*

*35° 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 2, 41°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

*“ In dit decreet wordt verstaan onder :*

*41° sponsoring : elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming, een overheid of een natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve producties, aan de financiering van omroepdiensten of programma's met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven.”*

8.3. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor :

*“ 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.*

*De bepalingen van deze paragraaf zijn eveneens van toepassing op teletekst.”*

8.4. Artikel 91 van het Mediadecreet gaat 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;*

*3° de kijkers en de luisteraars worden duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst Gesponsorde programma's of teletekstpagina's worden duidelijk als zodanig gekenmerkt door in het begin, tijdens en/of op het einde van het programma of het programmaonderdeel of teletekstpagina's op passende wijze de naam en/of het logo en/of een ander symbool van de sponsor, zoals een verwijzing naar zijn product(en) of dienst(en) of een onderscheidingsteken daarvan, te vermelden.*

*Als in de aankondigingsspot de sponsors vermeld worden, zal dat gebeuren overeenkomstig de bepalingen van het eerste lid, 2° en 3°.*

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

9. SBS ontkent dat het om een reclamespot zou gaan.

De omroeporganisatie voert aan dat de moederdagspot op VIJFtv, gesponsord door "Ici Paris XL", niet in de reclameblokken moest worden uitgezonden. De spot was immers een zelfpromotiespot die als enig doel had de kijker een prettige moederdag toe te wensen en de voorjaarsprogrammatie van VIJFtv te promoten.

De spot werd door "Ici Paris XL" gesponsord volgens de voorwaarden van artikel 91 van het Mediadecreet.

In hoofde van SBS kan dan ook geen overtreding van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet worden vastgesteld.

De spot strekt tot zelfpromotie van VIJFtv en haar programma's en past tegelijkertijd perfect binnen het kader van moederdag. Volgens SBS gaat het om een door "Ici Paris XL" gesponsorde aankondigingsspot voor programma's en series die in het voorjaar 2012 werden uitgezonden. SBS wil de kijker met die spot herinneren aan moederdag en het feit dat mama op die dag in de watten moet worden gelegd. De desbetreffende fragmenten verwijzen telkens naar verschillende vormen van verwennerij, zoals het kiezen van een parfum en opgemaakt worden. Een andere commerciële bedoeling heeft de spot niet. De moederdagspot bevat geen enkel promotioneel of consumptiebevorderend element waaruit zou kunnen worden afgeleid dat er tijdens de spot reclame wordt gemaakt voor "Ici Paris XL". Er wordt op geen enkel moment uitdrukkelijk reclame gemaakt voor de producten van "Ici Paris XL".

SBS verzet zich uitdrukkelijk tegen de stelling van de onderzoekscel dat het logo van "Ici Paris XL" tijdens de spot zeer duidelijk en regelmatig in beeld wordt gebracht en auditief wordt vermeld. De sponsoring beperkt zich tot een aankondiging aan het begin van de spot en een afsluitende pancarte aan het einde. Tijdens de spot wordt op geen enkel moment naar de sponsor verwezen. Er worden geen integraties van "Ici Paris XL" tijdens de spot getoond.

Ook de stelling dat de dames van "Sex and the City" een "Ici Paris XL" winkel binnenstappen wordt met klem tegengesproken. De afgebeelde winkel is immers geen vestiging van "Ici Paris XL".

De sponsoring gebeurde volledig conform de voorwaarden van artikel 91 van het Mediadecreet.

Zelfpromotiespots moeten niet gegroepeerd worden in een reclameblok. In hoofde van SBS kan dan ook geen overtreding van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet worden vastgesteld.

## **B. Beoordeling.**

10.1. Tijdens de hoorzitting erkent SBS dat de montage van de spot geen toeval is. Die ligt volgens haar in de lijn van “het gaan winkelen en zich als moeder laten verwennen”.

10.2. Het verweer dat het niet om reclame maar om een gesponsorde zelfpromotie- of aankondigingsspot gaat, wordt niet aanvaard.

10.2.1. De spot begint immers met een beeld van de ingang van een parfumeriezaak waar bovenaan duidelijk zichtbaar vermeld staat “Ici Paris XL”. Daarna komt een pancarte “VIJFtv en Ici Paris XL presenteren...” in beeld.

Onmiddellijk na die pancarte wordt opnieuw diezelfde ingang getoond, zij het ditmaal vanuit een andere hoek. Bovenaan die ingang is het logo “Ici Paris XL” opnieuw duidelijk zichtbaar.

Vlak voor de pancarte aan het einde van de spot komen verschillende draagtasjes met de vermelding “Ici Paris XL” in beeld.

Door de voice-over die deze pancarte “VIJFtv en Ici Paris XL wensen je een prettige moederdag” voorleest, wordt “Ici Paris XL” auditief vermeld. Tegelijk worden onderaan diezelfde pancarte vijf herkenbare producten in beeld gebracht, zoals flesjes nagellak en tubes crème.

Uit het bovenstaande blijkt dat het logo van “Ici Paris XL” tijdens de spot duidelijk en regelmatig in beeld komt en auditief wordt vermeld en dat producten getoond worden. De vermelding van het logo is niet beperkt tot een pancarte aan het begin en het einde van de spot.

10.2.2. De spot toont het verhaal van enkele vrouwen die een parfumeriezaak binnenwandelen, met behulp van een verkoopster een parfum kiezen, een geschenkje kopen en buitenwandelen met hun aankoop in een draagtasje. Tussendoor worden vijf programmatitels met telkens een kort stukje uit elk van die programma's getoond.

Op de achtergrond wordt tijdens de hele spot bijna voortdurend of minstens heel regelmatig het interieur van een parfumeriezaak getoond.

Doorheen de hele spot komt stelselmatig de roze-zwarte kleur eigen aan “Ici Paris XL” terug, zoals de naam “Ici Paris XL” boven de ingang van de winkel, de pancartes, het geschenkje, de draagtasjes. Zelfs de namen van de vermelde programma's veranderen van lichtroze naar wit.

De spot wordt tijdens de hele duur begeleid door een zelfde melodie.

Door de montage lijkt het of wordt minstens de indruk gewekt dat de vier dames van "Sex and the City" een winkel van "Ici Paris XL" binnenstappen en het hele gebeuren zich afspeelt in deze winkel.

10.3. Uit het bovenstaande blijkt dat door de opbouw van de spot (scenario, kleuren, muziek, montage), de voice-over boodschap en de zeer duidelijke vertoning van het logo en producten van "Ici Paris XL" de spot het karakter krijgt van een reclamespot voor "Ici Paris XL".

De sponsorboodschap van "Ici Paris XL" blijft niet beperkt tot een vermelding aan het begin en het einde van de spot maar wordt, overeenkomstig het standpunt van de VRM omtrent het onderscheid tussen reclame en sponsoring van 9 november 2007, een reclamespot zoals bedoeld in artikel 2, 35°, van het Mediadecreet.

10.4. Door deze reclamespot uit te zenden vlak na de afkondiging van een regulier aan- en afgekondigd reclameblok, is de betrokken spot niet als dusdanig duidelijk herkenbaar als reclame en niet duidelijk onderscheiden van de programma's door visuele en/of akoestische middelen, zoals vereist wordt door artikel 79, § 1, van het Mediadecreet en begaat SBS een inbreuk op deze bepaling.

Rekening houdend met de ernst van de inbreuk en het tijdstip van uitzending, is in dit geval een administratieve geldboete van 25000 euro een gepaste sanctie.

## **OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

In hoofde van NV SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 79, § 1, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV SBS Belgium een administratieve geldboete van 25000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 17 september 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.