



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV LIFE!TV BROADCASTING COMPANY

(dossier nr. 2014/137)

BESLISSING
nr. 2014/014

28 april 2014

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

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr P. SOURBRON, *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 april 2014,
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 7 februari 2014 van 17u tot 23u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma JUST van NV Life!TV Broadcasting Company.

2. Op 18 maart 2014 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 24 maart 2014 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Life!TV Broadcasting Company (hierna : JUST), met maatschappelijke zetel Keetberglaan 1B te 9120 Melsele, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 25 maart 2014 aan JUST meegedeeld.

5. Op 11 april 2014 ontvangt de VRM de schriftelijke opmerkingen van JUST.
6. Op de zitting van 28 april 2014 wordt JUST vertegenwoordigd door Frank Vanhove en Bernard Rapaille.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode omstreeks 20u06min06 een programma-aankondiging wordt uitgezonden voor het programma "Pitstop.tv", een programma rond auto- en rallysport dat dagelijks wordt uitgezonden op JUST. De programma-aankondiging wordt gevolgd door een sponsorvermelding voor www.ikrijslim.be (van het bedrijf "Cars4Pub", dat tevens visueel wordt vermeld).

Tijdens de sponsorvermelding wordt een beeldvullende afbeelding getoond van een witte wagen.

Bovenaan in beeld wordt volgende tekst vermeld : (*vraag*)... "ZIN IN EEN SPLINTERNIEUWE WAGEN?"... (*antwoord*) "WWW.IKRIJSLIM.BE". Naast de wagen staat volgende visuele vermelding : "285€ PER MAAND – 40% GOEDKOPER".

De sponsorboodschap wordt uitgezonden ten behoeve van een bedrijf "ikrijslim.be" (merknaam van BVBA Cars4Publicity) dat de mogelijkheid biedt een wagen naar keuze te huren aan een zeer scherpe prijs. Deze wagen is bedrukt met het handelsmerk, logo of slogan van een adverteerder waarmee het bedrijf samenwerkt.

Volgens de onderzoeksceel krijgt de sponsorboodschap het karakter van een audiovisuele reclameboodschap, waardoor ze niet strookt met artikel 2, 41°, van het van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 2, 41°, van het Mediadecreet bepaalt:

“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.”

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9.1. JUST voert aan dat de betrokken billboard door een extern productiehuis gerealiseerd werd. Bij ontvangst van de opmerkingen van de VRM heeft JUST de billboard direct onder de loep genomen.

9.2. Volgens de omroeporganisatie zet de boodschap niet direct aan tot consumptie. De sponsorvermelding wil enkel meer bekendheid geven aan de producten of diensten van de sponsor omdat die nog relatief onbekend zijn.

Zo is er volgens JUST geen directe uitnodiging om de website te bezoeken.

Auditief bevat de sponsorboodschap enkel muziek en is er geen voice-over die de kijker uitnodigt of aanzet tot actie. Het accent ligt op de informatieve inhoud en niet op het promotionele.

Volgens de omroeporganisatie is de prijsvermelding in dit specifieke geval geen verkoopsbevorderend element maar louter informatief. Indien er geen prijzen per maand zouden vermeld worden, dan weet de kijker niet welk type van product of dienst precies wordt aangeboden. De prijs wordt ook niet auditief vermeld.

Samenvattend stelt JUST dat de sponsorboodschap beperkt blijft tot een vermelding die de aard van de verleende dienst moet duiden.

9.3. In het belang van een constructieve samenwerking maar zonder enige nadelige erkenning heeft JUST onmiddellijk na ontvangst van het schrijven van de VRM ingegrepen door delen van de boodschap af te dekken. Verder werd ook het productiehuis direct ingelicht en werd de boodschap niet langer uitgezonden.

9.4. Louter ondergeschikt voert JUST aan dat een waarschuwing een gepaste sanctie zou zijn gezien het feit dat zij een kleine omroeporganisatie met een beperkt bereik zijn en onmiddellijk actie ondernomen hebben.

B. Beoordeling.

10.1. Sedert de inwerkingtreding van het decreet van 2 februari 2007 houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van het Mediadecreet, dat de basis is voor de huidige definitie van sponsoring, moet een sponsorvermelding beperkt blijven tot een vermelding van de sponsor(s), zo blijkt uit de memorie van toelichting : *“Hoewel [door het wegvallen van de tijdslimieten en het verbod op andere sponsorbepalingen] ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt (...) Bovendien moet het onderscheid duidelijk blijven tussen sponsorvermeldingen en reclamespots. Het is de bedoeling dat sponsorboodschappen beperkt blijven tot een vermelding, en dat dit geen audiovisuele reclamespots worden.”* (Parl. St., VI. Parl., 2006-2007, nr. 1021/1, 7).

Het onderscheid tussen een sponsorvermelding en een reclameboodschap, zoals gezien door de decreetgever, wordt in de parlementaire voorbereiding als volgt verduidelijkt : *“Verder is het vanzelfsprekend dat een sponsorvermelding moet voldoen aan artikel 2, 16°, van de mediadecreten, waarin het beoogde doel en de andere elementen van sponsoring worden omschreven. Het onderscheidende criterium is dan ook de boodschap, en niet de vorm, van de sponsorvermelding. Zo kan een sponsorvermelding, in tegenstelling tot een reclameboodschap, geenszins aanzetten tot consumptie. Een louter imago-ondersteunende slogan of baseline van de sponsor voldoet aan artikel 2, 16°, omdat deze niet aanzet tot consumptie.”* (Parl. St., VI. Parl., 2006-2007, nr. 1218/4, 3).

In voorliggende zaak gaat het niet om een louter imago-ondersteunende boodschap van de sponsor in kwestie. De sponsorvermelding bevat specifieke promotionele elementen die aanzetten tot consumptie door het gebruik van de woorden 'zin in' en 'splinternieuw', evenals door de prijsvermelding. Door de website "www.ikrijslim.be" als antwoord voor te stellen op de vraag "zin in een splinternieuwe wagen?" wordt de kijker aangespoord om die website te bezoeken. Daardoor is niet voldaan aan de bepalingen van artikel 2, 41°, van het Mediadecreet.

Het verweer dat de sponsorboodschap beperkt blijft tot een vermelding die de aard van de verleende dienst moet duiden, wordt – gelet op het bovenstaande - niet aanvaard.

Het argument dat de betrokken billboard door een extern productiehuis gerealiseerd werd, vormt evenmin een rechtvaardiging.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met de omvang van de omroeporganisatie, het feit dat de omroeporganisatie zich onmiddellijk heeft geconformeerd en dat het om een eerste inbreuk gaat. Daarom is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Life!TV Broadcasting Company een inbreuk vast te stellen op artikel 2, 41°, van het Mediadecreet;

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

Aldus uitgesproken te Brussel op 28 april 2014.

D. PEEREMAN
griffier

P. SOURBRON
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.