



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV VLAAMSE RADIO- EN
TELEVISIEOMROEPORGANISATIE

(dossier nr. 2014/152)

BESLISSING
nr. 2014/040

22 september 2014

**In de zaak van VRM tegen NV Vlaamse Radio- en
Televisieomroeporganisatie,**

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 22 september 2014,
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 van gerichte controles inzake de naleving van de regels en voorschriften aangaande commerciële communicatie door de Vlaamse televisieomroeporganisaties, werd door de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) het programma 'Hotel M', uitgezonden op donderdag 12 juni 2014 via het omroepprogramma Eén van de openbare televisieomroeporganisatie, onderzocht.
2. Op 4 juli 2014 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzending.
3. Op 14 juli 2014 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (hierna: VRT), met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel, een procedure op tegenspraak op te starten.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 15 juli 2014 aan de VRT meegedeeld.

5. De VRT bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de VRM bij brief van 3 september 2014.

6. De VRT maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 22 september 2014.

DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel heeft de beelden van de uitzending van het programma 'Hotel M' opgevraagd bij de VRT. De VRT levert de beelden echter niet zoals die zijn uitgezonden. Het zenderlogo 'één' ontbreekt.

Volgens de onderzoeksceel strookt dit niet met de toepassing van artikel 234, lid 3 en 4, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

7.2. De onderzoeksceel stelt vast dat in het live praatprogramma 'Hotel M', een productie van deMensen in opdracht van de VRT, diverse bekende en onbekende gasten worden geïnterviewd.

In de betrokken uitzending komt Jean-Marie Pfaff aan bod als één van de twee hoofdgasten. Pfaff draagt een wit hemd waarvan beide kragen bedrukt zijn met een duidelijk leesbare groene tekst 'De Coninck KASSEIEN'. Volgens de onderzoeksceel komt deze merkbenaming in totaal minimaal 8 minuten en 23 seconden in beeld. De aflevering in kwestie heeft een duurtijd van ongeveer 49 minuten en 38 seconden.

Behalve de vertoning van 'De Coninck KASSEIEN' merkt de onderzoeksceel op dat ook andere merken en producten, in weliswaar beperkte mate, vermeld worden. Op de kleding van de gasten in dit programma zijn enkele merken zichtbaar (Rode Duivels lingerie (Sapph), Ridell en Adidas). Ook de cd van de tweede praatgast wordt audiovisueel vermeld ('The Common Linnets').

Hoewel er volgens de onderzoeksceel dan ook sprake is van productplaatsing in dit programma, wordt de kijker hier niet op gewezen door het tonen van het PP-logo zoals voorgeschreven door artikel 100, § 1, 4^o, van het Mediadecreet en artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010.

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 5°, van het Mediadecreet bepaalt :

“ In dit decreet wordt verstaan onder :

5° commerciële communicatie : beelden of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, diensten of het imago van een natuurlijk persoon of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of voor zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing.”

8.2. Artikel 2, 30°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

“In dit decreet wordt verstaan onder :

30° productplaatsing : elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma.”

8.3. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet schrijft voor :

“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.”

8.4. Artikel 234, lid 3 en 4, van het Mediadecreet gaat als volgt :

“(…)

Iedere omroeporganisatie van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap of aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media is verplicht om een kopie van al haar omroepsignalen, zoals ze werden uitgezonden, te bewaren gedurende een maand, te beginnen vanaf de datum van uitzending.

Als de Vlaamse Regulator voor de Media aan een omroeporganisatie van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap of aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media een kopie van de omroepsignalen als vermeld in het derde lid, vraagt, bezorgt de omroeporganisatie de kopie aan de Vlaamse Regulator voor de Media binnen vijftien dagen nadat ze het verzoek heeft ontvangen. De Vlaamse Regulator voor de Media bepaalt de voorwaarden waaraan de kopie moet voldoen.

(…)”

8.5. De artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010 bepalen :

‘Artikel 1. Omroeporganisaties wijzen de kijkers op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma’s zoals vermeld in artikel 100, § 1, 4^o, 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^o 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^o 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. De VRT stelt dat per vergissing de "clean"-beelden bezorgd werden. De omroeporganisatie bezorgt alsnog de beelden van de aflevering zoals deze werd uitgezonden.

9.2. De VRT erkent dat in het bewuste programma sprake is van productplaatsing.

De omroeporganisatie is het echter niet eens met de door de onderzoekscel gegeven voorbeelden van productplaatsing. Het in beeld brengen van studiegasten met gesponsorde kleding en het audiovisueel vermelden van een nieuwe cd is volgens de VRT geen productplaatsing.

Niettegenstaande deze opmerking, wijst de omroeporganisatie erop dat uit de beelden die ze alsnog bezorgd heeft, blijkt dat het PP-logo enkel aan het einde van het programma werd uitgezonden terwijl dit ook aan het begin van het programma had moeten getoond worden. Volgens de VRT is dit evenwel een eenmalige menselijke vergissing zonder enige kwade trouw in hoofde van de omroeporganisatie.

Bij het bepalen van de sanctie vraagt de VRT rekening te houden met een aantal elementen zoals het handmatig invoeren van het PP-logo bij een live-programma, de naleving van alle andere voorwaarden van artikel 100, § 1, van het Mediadecreet, en het beperkte kijkcijfer van die aflevering.

De VRT verwijst naar een aantal beslissingen waarbij in gelijkaardige omstandigheden de sanctie beperkt werd tot een waarschuwing.

B. Beoordeling.

10.1. Uit het onderzoek en de beelden blijkt dat de VRT heeft nagelaten een kopie van de omroepsignalen, zoals ze werden uitgezonden, aan de VRM te bezorgen.

Hieruit volgt dat de VRT een inbreuk heeft begaan op artikel 234, lid 4, van het Mediadecreet.

Het gegeven dat het om een vergissing gaat en de gevraagde kopie alsnog samen met de schriftelijke opmerkingen aan de VRM werd bezorgd, doet hieraan geen afbreuk. Een waarschuwing is daarom in dit geval een gepaste sanctie.

10.2. Uit het onderzoek blijkt dat 'Hotel M' een programma is dat commerciële communicatie in de vorm van productplaatsing bevat. Voor zoveel als nodig verwijst de VRM in dit verband naar de beslissing 2012/036 van 17 december 2012.

Uit de beelden blijkt eveneens dat de kijker daar niet op passende wijze op wordt gewezen door middel van het voorgeschreven PP-logo. Voor zover er op het einde van het programma al een PP-logo in overeenstemming met de regelgeving zou zijn uitgezonden, dan nog ontbreekt het PP-logo niet in het minst aan het begin van het programma.

De omroeporganisatie betwist deze vaststellingen niet.

Hieruit volgt dat de VRT tijdens de uitzending van 'Hotel M' op 12 juni 2014 een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010.

Het feit dat de omroeporganisatie het niet eens is met de voorbeelden van productplaatsing en dat het om een vergissing gaat, doet hieraan geen afbreuk.

Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met de ernst van de inbreuk en de reikwijdte van de omroeporganisatie.
Een administratieve geldboete van 5.000 euro is in dit geval dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

1. In hoofde van NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een inbreuk vast te stellen op artikel 234, lid 4, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie te waarschuwen.

2. In hoofde van NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en de artikelen 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een administratieve geldboete van 5.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 22 september 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.