



ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2014/171A)

BESLISSING  
nr. 2015/004

12 januari 2015

**In de zaak van VRM tegen NV MEDIALAAN,**

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

Dhr P. SOURBRON, *voorzitter*,  
Dhr C. ADAMS, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 12 januari 2015,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

**PROCEDURE**

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014 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 27 oktober 2014 van 15u tot 21u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma vtmKzoom van NV MEDIALAAN.

2. Op 3 december 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 8 december 2014 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van de vaststellingen van de onderzoekscel, tegen NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 11 december 2014 aan Medialaan meegedeeld.

5. Per brief van 5 januari 2015 bezorgt Medialaan haar schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Op 12 januari 2015 is Medialaan gehoord door de VRM. Medialaan wordt vertegenwoordigd door S. Van Damme, bedrijfsjurist.

## DE FEITEN

7.1. De onderzoekscel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode het programma 'K3 Kan Het!' wordt uitgezonden (tussen 19u30 en 20u). Volgens de onderzoekscel bevat het programma productplaatsing zonder dat de kijker hiervoor op de decretaal vereiste wijze is gewaarschuwd.

In het programma 'K3 Kan Het!' laten de meisjes van K3 de dromen van drie kinderen in vervulling gaan. De voorliggende aflevering bevat onder meer de fragmenten 'Dino Avontuur' en 'Overnachting in een supermarkt'. In het eerste fragment wordt de dinosaurus-tentoonstelling 'Dino Expo' gedurende twee minuten veelvuldig in beeld gebracht, terwijl in het tweede fragment gedurende meer dan vijf minuten wordt gefilmd in een Carrefour-supermarkt, waarbij het Carrefour-logo ongeveer vijf seconden zichtbaar is.

Ook verplaatsen de meisjes van K3 zich elk in een 'Fiat'-wagen die uitgebreid in beeld wordt gebracht.

De onderzoekscel is van oordeel dat de audiovisuele vermeldingen van de bovengenoemde producten en diensten als commerciële communicatie in de vorm van productplaatsing moeten worden beschouwd, in de zin van respectievelijk artikel 2, 5° en 2, 30°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

Doordat de kijker bij deze uitzending van 'K3 Kan Het!' niet is geweest op de aanwezigheid van productplaatsing door middel van een PP-logo, begaat Medialaan volgens de onderzoekscel een inbreuk op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

7.2. De onderzoekscel stelt tijdens de onderzochte periode vervolgens ook vast dat op het einde van het programma 'K3 Kan Het!' de sponsor 'Garage De Linde' visueel wordt vermeld. De boodschap "MET DANK AAN" en het logo van de sponsor worden daarbij centraal onderaan het beeldscherm getoond.

Volgens de onderzoekscel begaat Medialaan hierdoor een inbreuk op artikel 97 van het Mediadecreet dat bepaalt dat het vermelden of vertonen van het logo van een sponsor verboden is tijdens kinderprogramma's.

## TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2 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;*

*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;*

*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;"*

8.2. Artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet gaat als volgt:

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

*[...]*

*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."*

8.3. Artikel 97 van het Mediadecreet stelt:

*"Het vermelden of vertonen van het logo van een sponsor is verboden tijdens kinderprogramma's of op teletekstpagina's die gericht zijn op kinderen."*

8.4. 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.”*

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

*“Art. 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 Medialaan.

9.1. Medialaan betwist in de eerste plaats dat het ontbreken van het PP-logo bij het programma 'K3 Kan Het!' een inbreuk op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet betreft.

Medialaan voert aan dat 'K3 Kan het!' geen eigen programma of een in opdracht van Medialaan geproduceerd programma is. 'K3 Kan Het!' is een afgewerkt programma, dat eigendom is van en geproduceerd werd door NV Studio 100, waarvoor Medialaan een licentie op de uitzendrechten heeft verworven. Medialaan is naar eigen zeggen dan ook niet op de hoogte van het al dan niet voorkomen van productplaatsing in het programma.

Volgens Medialaan is dat ook de reden waarom het Mediadecreet in artikel 100, § 1, 4°, enkel voorziet in de verplichting om een PP-logo te tonen, wanneer de televisieomroeporganisatie het betreffende programma zelf heeft geproduceerd of besteld.

Medialaan meent dat er bijgevolg geen sprake is van een inbreuk op artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet en op de toepassing van artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

9.2. Medialaan is vervolgens van oordeel dat om dezelfde reden, nl. dat 'K3 Kan Het!' niet door haar is geproduceerd of besteld, er in hoofde van Medialaan ook geen sprake kan zijn van een inbreuk op artikel 97 van het Mediadecreet.

Medialaan heeft geen sponsorovereenkomst afgesloten met 'Garage De Linde'. Indien er afspraken zijn gemaakt omtrent sponsoring, dan zijn die door NV Studio 100 gesloten, aldus Medialaan.

Medialaan wijst erop dat zij contractueel verplicht is om de *credits* op de aftiteling van het programma, zoals die worden aangeleverd door NV Studio 100, uit te zenden.

Bijkomend voert Medialaan aan dat artikel 97 van het Mediadecreet enkel verbiedt om een sponsorlogo te tonen "*tijdens*" kinderprogramma's. Volgens Medialaan wordt in voorliggend geval het logo in de aftiteling getoond en dus, zoals de onderzoeksceel ook aangeeft, op het einde van het programma in kwestie. Dergelijke logo-vermelding is, aldus Medialaan, volledig conform artikel 91 van het Mediadecreet dat oplegt dat gesponsorde programma's duidelijk als zodanig moeten worden gekenmerkt door in het begin, tijdens, en/of op het einde van het programma een logo, naam of ander symbool van de sponsor te vermelden.

## B. Beoordeling.

10.1. Bij het toezicht op de naleving van de bepalingen van het Mediadecreet die betrekking hebben op de omroeporganisaties en hun omroepdiensten, geldt als uitgangspunt dat de omroeporganisaties steeds zelf verantwoordelijk zijn voor de omroepdiensten die zij aanbieden en gesanctioneerd kunnen worden door de VRM bij overtredingen op deze bepalingen. Onderliggende contractuele afspraken met betrekking tot de uitgezonden omroepdiensten tussen de omroeporganisatie en andere partijen, doen daaraan geen afbreuk.

10.2. Artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, van het Mediadecreet voorziet echter in een specifieke uitzondering hierop. De verplichting voor omroeporganisaties om kijkers duidelijk te wijzen op de aanwezigheid van productplaatsing in programma's, geldt enkel als het programma in kwestie is geproduceerd of besteld door de omroeporganisatie zelf of door een aan haar verbonden onderneming.

Medialaan legt een overeenkomst voor waaruit blijkt dat NV Studio 100 de producent is van het uitgezonden programma 'K3 Kan Het!', waarvoor zijzelf een licentie op de uitzendrechten heeft verworven. Het betreft met andere woorden geen door Medialaan geproduceerd of besteld programma, in de zin van artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, van het Mediadecreet.

Gelet op het voorgaande is de VRM van oordeel dat Medialaan in het voorliggende geval geen inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 4<sup>o</sup>, van het Mediadecreet en artikel 1 tot en met 3 van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

10.3. De bepalingen met betrekking tot sponsoring, en meer bepaald artikel 97 van het Mediadecreet, bevatten geen soortgelijke uitzondering op de verantwoordelijkheid van de omroeporganisaties voor de uitzending van programma's die niet door de omroeporganisaties zelf geproduceerd of besteld zijn.

Het feit dat Medialaan het programma 'K3 Kan Het!' niet zelf heeft geproduceerd of besteld, zelf geen sponsorovereenkomst heeft afgesloten en contractueel verplicht was om de *credits* op de aftiteling uit te zenden, impliceert niet dat er in hoofde van Medialaan geen sprake kan zijn van een inbreuk op artikel 97 van het Mediadecreet.

Artikel 97 van het Mediadecreet bepaalt dat het vermelden of vertonen van het logo van een sponsor verboden is tijdens kinderprogramma's of op teletekstpagina's die gericht zijn op kinderen.

Deze specifieke bepaling voor kinderprogramma's wijkt af van het algemene principe dat gesponsorde programma's als dusdanig moeten worden gekenmerkt door vermelding van onder meer een logo van de sponsor "in het

*begin, tijdens en/of op het einde*” van het programma (artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet).

Bij de voorliggende uitzending van het kinderprogramma ‘K3 Kan Het!’ wordt het logo van de sponsor ‘Garage De Linde’ getoond tijdens het afsluitende filmpje waarin beelden verwerkt zijn van de kinderdromen die in deze specifieke aflevering aan bod zijn gekomen.

Hoewel het sponsorlogo is getoond naar het einde van het programma toe, is de VRM van oordeel dat er in het voorliggende geval sprake is van tonen *“tijdens”* het programma, in de zin van artikel 97 van het Mediadecreet. In tegenstelling tot wat Medialaan aanvoert, kunnen de samenvattende beelden waarbij de sponsorvermelding gebeurt, niet als de aftiteling – *“op het einde”* van het programma – worden beschouwd. Met name vanuit het oogpunt van kinderen, tot wie het voorliggende programma zich voornamelijk richt, is het programma nog niet afgelopen op het ogenblik dat de afsluitende beeldfragmenten met begeleidend liedje worden getoond en afgespeeld.

Bijgevolg heeft Medialaan door het vertonen van een sponsorlogo tijdens het programma ‘K3 Kan Het!’, zoals uitgezonden op 27 oktober 2014 op vtmKzoom, artikel 97 van het Mediadecreet geschonden.

Omdat dergelijke inbreuk voor de eerste keer in hoofde van Medialaan wordt vastgesteld, is een waarschuwing in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van NV MEDIALAAN een inbreuk vast te stellen op artikel 97 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV MEDIALAAN te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 12 januari 2015.

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.
--