

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. NV STUDIO 100 TV

(dossier nr. 2015/185B)

BESLISSING
nr. 2015/030

27 april 2015

In de zaak van VRM tegen NV Studio 100 TV,

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 27 april 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 18 februari 2015 van 16u tot 22u onderzocht.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Studio 100 TV van NV Studio 100 TV.

2. Op 13 maart 2015 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 maart 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV Studio 100 TV (hierna: Studio 100), met maatschappelijke zetel Halfstraat 80 te 2627 Schelle, een procedure op tegenspraak te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 26 maart 2015 aan Studio 100 meegedeeld.

5. Studio 100 bezorgt per brief van 2 april 2015 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Studio 100 maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 27 april 2015.

////////////////////////////////////

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode het programma 'Studio 100 HITS' wordt uitgezonden vanaf 19u10. Het programma bestaat uit verschillende videoclippen van 'K3', 'Piet Piraat', 'Samson & Gert', 'Mega Mindy' en andere Studio 100-figuren. Het muziekprogramma wordt zes keer onderbroken door een reclameblok.

In het programma wordt twee keer de videoclip van 'Wanagogo', het multimedialplatform van Studio 100, getoond. De videoclip 'Wanagogo' duurt 2 minuten, omvat beelden van Studio 100-figuren en toont enkele mogelijkheden die het multimedia-platform 'Wanagogo' te bieden heeft. Enkele beelden worden omkaderd in een 'tablet'.

Volgens de onderzoeksceel moet de videoclip 'Wanagogo' als commerciële communicatie worden beschouwd, die deel uitmaakt van het programma 'Studio 100 HITS', voor zelfpromotie.

De onderzoeksceel is van oordeel dat deze commerciële communicatie niet duidelijk als zodanig herkenbaar is gemaakt, doordat ze wordt getoond in de vorm van een videoclip in een muziekprogramma met allerlei videoclippen van Studio 100-figuren. De (minderjarige) kijkers worden op geen enkele manier gewezen op de aanwezigheid van commerciële communicatie. De indruk wordt gewekt dat dit louter een videoclip is.

Bijgevolg begaat Studio 100, aldus de onderzoeksceel, een inbreuk op artikel 71 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

////////////////////////////////////

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, de diensten of het imago van een natuurlijke

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;

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 71 van het Mediadecreet schrijft voor:

"Commerciële communicatie die gericht is op kinderen en jongeren, moet voor hen duidelijk als zodanig herkenbaar zijn."

8.3. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet luidt:

"Televisierclame, 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.

[...]."

////////////////////////////////////

A. Argumenten van Studio 100

9.1. Studio 100 voert in de eerste plaats aan dat de 'Wanagogo'-videoclip op dezelfde manier is behandeld als elke andere videoclip van Studio 100-figuren. Daarin worden vaak fragmenten uit audiovisuele producties van Studio 100, zoals films, tv-series en in dit geval ook het platform 'Wanagogo' vertoond.

Ter promotie van het multimedia-platform 'Wanagogo' heeft Studio 100 bovendien een specifieke reclamespot laten aanmaken waarin onder meer wordt aangezet om de 'Wanagogo'-website te bezoeken door vermelding van de URL op het einde van de spot, hetgeen in de 'Wanagogo'-videoclip geenszins het geval is.

Voor Studio 100 staat de voorliggende videoclip volledig los van de reclamespot en betreft het geen vorm van zelfpromotie of een overige vorm van commerciële communicatie.

9.2. Indien de 'Wanagogo'-videoclip als zelfpromotie wordt beschouwd, dan is volgens Studio 100 in ieder geval het scheidingsprincipe van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet niet van toepassing; een principe dat zij naar eigen zeggen zeer strikt hanteert voor reclameblokken.

Studio 100 geeft aan dat het haar bovendien niet helemaal duidelijk is hoe in geval van zelfpromotie de minderjarige kijkers in uitvoering van artikel 71 van het Mediadecreet op de aanwezigheid van zelfpromotie dienen gewezen te worden.

9.3. Ten slotte vraagt Studio 100 om in het geval de VRM zou beslissen dat een inbreuk is gepleegd, rekening te houden met een aantal verzachtende omstandigheden. Studio 100 heeft met name geheel te goeder trouw gehandeld en in afwachting van een beslissing de uitzending van de 'Wanagogo'-videoclip in haar muziekprogramma's onmiddellijk stopgezet.

////////////////////////////////////

B. Beoordeling.

10.1. Op de website <http://wanagogo.com> wordt 'Wanagogo' van NV Wanagogo omschreven als *"[...] het multimedia platform van Studio 100 waarop kinderen samen met hun favoriete personages kunnen spelen, leren en creatief zijn. Games, een virtuele wereld, chat, uren video en muziek content...Tot dit alles krijg je toegang met Wanagogo"*. Sommige aspecten van dit multimedia-platform zijn gratis toegankelijk, terwijl via de abonnementsformule van 10 euro per maand (eerste maand gratis) onbeperkte toegang wordt verkregen. Ouders kunnen de activiteiten van hun kinderen opvolgen en sturen.

10.2. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat de voorliggende 'Wanagogo'-videoclip voldoet aan de definitie van commerciële communicatie uit artikel 2, 5°, van het Mediadecreet. Het gaat immers om audiovisuele beelden, die deel uitmaken van een programma, 'Studio 100 HITS', en die minstens onrechtstreeks dienen om de multimediasdienst 'Wanagogo' te promoten (zijnde een dienst die wordt aangeboden, onder meer op basis van een abonnementsformule van 10 euro per maand door een rechtspersoon, NV Wanagogo, die een economische activiteit verricht). Zo toont de 2 minuten durende videoclip onder andere enkele mogelijkheden die het multimedia-platform 'Wanagogo' te bieden heeft.

Het verweer van Studio 100 dat zij een specifieke reclamespot heeft laten maken voor 'Wanagogo', verhindert niet dat de huidige 'Wanagogo'-videoclip als commerciële communicatie wordt beschouwd.

'Wanagogo' is in hoofdzaak bedoeld voor kinderen. De 'Wanagogo'-videoclip maakt daarenboven deel uit van een kinderprogramma, 'Studio 100 HITS', en is uitgezonden op Studio 100 TV, een omroepprogramma dat zich voornamelijk richt tot kinderen. De 'Wanagogo'-videoclip kan dan ook worden beschouwd als commerciële communicatie die is gericht op kinderen en jongeren in de zin van artikel 71 van het Mediadecreet.

10.3. Artikel 71 van het Mediadecreet schrijft voor dat commerciële communicatie die gericht is op jongeren en kinderen, waarvan hier sprake is, voor hen duidelijk als zodanig herkenbaar moet zijn. Deze bepaling geldt ongeacht of het gaat om zelfpromotie of niet. De uitzondering voor zelfpromotie op het herkenbaarheids- en scheidingsprincipe voor televisiereclame in artikel 79, § 1, van het Mediadecreet, doet geen afbreuk aan het herkenbaarheidsvereiste in artikel 71 dat immers specifiek geldt voor commerciële communicatie gericht op jongeren en kinderen.

Door de commerciële communicatie voor 'Wanagogo' in de vorm van een videoclip te tonen in een muziekprogramma dat allerlei videoclips van Studio 100-figuren toont, worden de (minderjarige) kijkers niet gewezen op de aanwezigheid van commerciële communicatie. Door de indruk te wekken dat het louter om een videoclip gaat, wordt de commerciële communicatie voor 'Wanagogo' niet duidelijk als zodanig herkenbaar gemaakt voor kinderen.

Studio 100 heeft bijgevolg tijdens de onderzochte periode bij de uitzending van de 'Wanagogo'-videoclip in het programma 'Studio 100 HITS' een inbreuk begaan op artikel 71 van het Mediadecreet.

10.4. De VRM houdt er bij het bepalen van de sanctie rekening mee dat Studio 100, in afwachting van een beslissing, de uitzending van de bewuste 'Wanagogo'-videoclip in muziekprogramma's heeft stopgezet. Bovendien wordt deze inbreuk voor het eerst vastgesteld in hoofde van Studio 100. Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Studio 100 TV een inbreuk vast te stellen op artikel 71 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet NV Studio 100 TV te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 27 april 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.