

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. VZW REGIONALE TELEVISIE VLAAMS-BRABANT-
HALLE-VILVOORDE

(dossier nr. 2015/192D)

BESLISSING
nr. 2015/047

22 juni 2015

In de zaak van VRM tegen VZW Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde,

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 juni 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, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 28 maart 2015 (17u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Ring TV van VZW Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde.

2. Op 22 april 2015 legt de onderzoekscel 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 11 mei 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen VZW Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde (hierna: Ring TV), met maatschappelijke zetel Luchthavenlaan 22 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 12 mei 2015 aan Ring TV meegedeeld.
5. Ring TV bezorgt de schriftelijke opmerkingen aan de VRM bij brief van 21 mei 2015.
6. Op de zitting van 22 juni 2015 wordt Ring TV vertegenwoordigd door Dirk De Weert.

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

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat in het programma 'Viva! Lente/Lifestyle' (32 minuten) productplaatsing aanwezig is. De omroeporganisatie geeft dit aan door het tonen van het PP-logo bij het begin en aan het einde van de uitzending ervan. Het programma wordt tijdens de onderzochte periode tweemaal uitgezonden omdat de uitzendingen van Ring TV een programmatie in lusvorm omvatten.

Het programma is opgebouwd rond het bezoeken en het onder de aandacht brengen van specifieke handelszaken in de regio (garage 'Volvo De Smet Brussels' met een duurtijd van 2 minuten, lingeriezaak 'Cups & co' met een duurtijd van 8 minuten 30 seconden, chocolatier 'Valentino' met een duurtijd van 11 minuten) en de stand van het elektromerk 'AEG' op de beurs Batibouw (met een duurtijd van 9 minuten).

Er is steeds sterke aandacht, zowel visueel als auditief voor het aanbod in de handelszaken zelf en voor de nieuwe toestellen van het elektromerk in kwestie.

De benamingen van de zaken worden door de presentatrice steeds auditief vermeld bij het begin en tijdens de gesprekken met de handelaars en vertegenwoordigers, die uitgebreid de gelegenheid krijgen hun zaak en hun aanbod voor te stellen en aan te prijzen. Bij elk nieuw item wordt gedurende enkele seconden telkens een pancarte getoond met de benaming van de zaak.

Volgens de onderzoekscel gaat het louter om de promotionele ondersteuning van een specifieke wagenhandel in Zellik, een specifieke lingezaak en een specifieke chocolatier te Dilbeek en één specifiek elektromerk. Daardoor zou het programma volgens de onderzoekscel het karakter van een aaneenschakeling van korte en langere publi-reportages krijgen.

Door de specifieke aanprijzingen en de promotionele en overmatige aandacht voor een aantal specifieke handelszaken uit de regio en één elektromerk, voldoet het programma volgens de onderzoekscel niet aan artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

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

TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 2, 30°, van het Mediadecreet bepaalt :

“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.”

8.2. Artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet luidt als volgt :

“De programma’s die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden :

(...)

2° ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen;

3° het product of de dienst in kwestie krijgt geen overmatige aandacht;

(...)”

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

A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie.

9. Ring TV voert aan dat het programma 'VIVA' al in 2013 onderzocht werd. De omroeporganisatie verwijst in dat verband naar een eerdere beslissing van de VRM waarbij geoordeeld werd dat de vermelding 'publi-reportage' onterecht was en dat daarentegen het PP-logo op zijn plaats was. Ring TV heeft zich aan de beslissing van de VRM gehouden en zendt het programma 'VIVA' sindsdien uit zonder de vermelding 'publi-reportage' en met het PP-logo aan het begin en het einde.

Ring TV heeft er geen moeite mee het programma opnieuw aan en af te kondigen als publi-reportage nu het programma volgens de onderzoeksceel het karakter krijgt van een aaneenschakeling van korte en langere publi-reportages.

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

B. Beoordeling.

10.1. De zinsnede 'het programma krijgt het karakter van een publi-reportage' uit het rapport van de onderzoeksceel betekent niet dat het programma voldoet aan alle voorwaarden om te beantwoorden aan de decretale omschrijving van publi-reportage in artikel 81, § 5, van het Mediadecreet.

Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat het nog steeds om een totaalprogramma (rond lifestyle) met redactionele inhoud gaat, zoals de VRM ook geoordeeld heeft in 2013.

Verder blijkt dat er duidelijk sprake is van het opnemen of het verwijzen naar een product of een dienst of een desbetreffend handelsmerk (garage 'Volvo De Smet Brussels', lingeriezaak 'Cups & co', chocolatier 'Valentino' en het elektromerk 'AEG') binnen het kader van een televisieprogramma.

Er blijft dus nog steeds sprake van productplaatsing in het programma 'Viva', zoals ook door Ring TV wordt aangegeven aan de hand van de uitzending van het PP-logo.

10.2. Ring TV mag programma's uitzenden die productplaatsing bevatten. Het volstaat echter niet om enkel het PP-logo te plaatsen op de decretaal voorgeschreven momenten. Het programma moet onder meer voldoen aan alle voorwaarden van artikel 100, § 1, van het Mediadecreet.

Zo mag het programma niet rechtstreeks aansporen tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten aan te prijzen.

Tijdens het bezoek aan de Volvo-garage wordt het nieuwe model op een aantrekkelijke manier met veel close-ups in beeld gebracht terwijl gesproken wordt over *"de best verkochte SUV binnen ons segment", "het fenomenale rijcomfort, gekoppeld aan de alomgekende veiligheid van Volvo, maakt deze tot eenieders droomwagen" en "nu nog even over de legendarische veiligheid van Volvo die ook hier weer gewaarborgd wordt"*.

Bij het bezoek aan de lingeriewinkel blijkt de uitbaatster van de zaak net zoals de presentatrice opgetogen en vol lof over de nieuwe collectie. Terwijl het interieur duidelijk en nadrukkelijk in beeld wordt gebracht, wordt er gesproken van *"een supercollectie", "fantastische kleuren", "voor elk wat wils, iedereen kan hier zijn keuze maken", "daar zit een heel zacht, en voel daar eens aan, een heel zacht binnenstukje in", "het schuurt niet, zit eigenlijk heel comfortabel, is antibacterieel"*. Op het einde krijgt de uitbaatster de mogelijkheid om de kijker te vertellen hoe zij de zaak kunnen terugvinden.

De vertegenwoordiger van AEG presenteert onder meer de nieuwe combi-steamer op zodanige wijze dat de presentatrice van de ene in de andere verbazing valt met woorden zoals *"maar zeg", "dat heb ik nog nooit gezien"*. Terwijl het aanbod van chocolatier 'Valentino' aantrekkelijk in beeld wordt gebracht, laat hij onder meer weten dat hij *"80 verschillende pralines en dus 80 verschillende smaken"* in zijn vast assortiment heeft en daarnaast nog 20 specialiteiten. En verder : *"we maken iedere maand een nieuwe praline die onze klanten dan gratis kunnen proeven"*. Ook de chocolatier informeert de kijker op het einde van het item waar zij terecht kunnen voor 'Valentino'-chocolade.

Door het aldus tonen en/of lovend becommentariëren van de producten worden zij specifiek aangeprezen en spoort het programma 'Viva' dan ook rechtstreeks aan tot aankoop.

10.3. Verder blijkt uit het onderzoek en de beelden dat de handelszaken en het elektromerk in kwestie alle aandacht gedurende het programma krijgen. De kijker wordt daarbij steeds duidelijk ingelicht over naam en toenaam van de handelsactiviteiten in kwestie. De uitbaters en vertegenwoordigers mogen ook telkens hun zaak en handelsaanbod voorstellen. Tijdens elk van de vier

handelsbezoeken worden de merken of handelszaken nadrukkelijk vermeld en blijven de desbetreffende producten tijdens het gesprek steeds doorlopend in beeld, al dan niet in close-up : de wagen, verschillende badmodemodellen, combi-steamer, kookplaat en vaatwasser van het elektromerk, het uitgebreide aanbod aan pralines, paaseieren en chocoladefiguurtjes van de chocolatier. Hierdoor overschrijdt Ring TV de limieten van de aandacht die ingeval van productplaatsing aan het product in kwestie mag worden besteed waardoor er sprake is van overmatige aandacht.

10.4. Bijgevolg heeft Ring TV met het programma 'Viva', zoals uitgezonden op 28 maart 2015, artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet geschonden.

10.5. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM er rekening mee dat het om een eerste inbreuk gaat. Daarom is een waarschuwing in dit geval dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van VZW Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 2° en 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet VZW Regionale Televisie Vlaams-Brabant-Halle-Vilvoorde hiervoor te waarschuwen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 22 juni 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.