

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM

t. VZW REGIONALE TELEVISIE AALST-  
DENDERMONDE-SINT-NIKLAAS, DAGELIJKSE  
REGIONALE INFORMATIE EN EDUCATIE

(dossier nr. 2015/192E)

BESLISSING  
nr. 2015/048

22 juni 2015





4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 12 mei 2015 aan TV Oost meegedeeld.
5. TV Oost bezorgt per brief van 2 juni 2015 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.
6. TV Oost maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 22 juni 2015.

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

## DE FEITEN

7.1. De onderzoeksceel stelt vast dat de uitzendingen van TV Oost een programmering in lusvorm omvatten, waarbij meermaals hetzelfde programma ('Studio TV Oost') wordt uitgezonden. Daarnaast zijn er programma-aankondigingen, zelfpromotiespots, publi-reportages en reclameblokken.

7.2. De onderzoeksceel stelt vast dat in het programma 'Studio TV Oost' productplaatsing aanwezig is. Het programma (duurtijd 64 minuten) wordt 2 x onderbroken voor reclame en wordt tijdens de onderzochte periode 2 x volledig en 1 x gedeeltelijk uitgezonden.

De presentatrice van het programma ontvangt een aantal studiegasten (radiopresentator Sven Ornelis, musicalartiesten Assepoester en de Prins en artiesten Willy Sommers en René Froger).

De productplaatsing bestaat ondermeer uit de aanwezigheid van keukentoeestellen (merk SMEG) die bij een kookitem duidelijk in beeld worden gebracht. De toestellen worden ter beschikking gesteld door DEMO-keukens waarvan een kleine pancarte in het achtergronddecor werd aangebracht. De aanwezigheid is niet overmatig en er zijn geen aanprijzingen.

Aan het begin van het programma en na de onderbrekingen wordt de kijker wel verwittigd over de aanwezigheid van productplaatsing door het tonen van een PP-logo doch het logo wordt steeds minder dan 2 seconden in beeld gebracht. Het logo flitst als het ware voorbij en ontsnapt daardoor aan de aandacht van de kijker.

Aan het einde van het programma wordt het PP-logo helemaal niet getoond.

7.3. De onderzoeksceel komt tot de bevinding dat het PP-logo niet steeds getoond wordt op de decretaal voorgeschreven ogenblikken van de

uitzending, conform de toepassing van artikel 100, §1, 4° van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet). Wanneer het wel wordt getoond, gebeurt dit niet conform 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.

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

## TOEPASSELIJKE REGELS

8.1. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet schrijft voor:

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

*1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering ervan, worden nooit dusdanig beïnvloed dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;*

*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;*

*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.”*

8.2. 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 de aangeklaagde omroeporganisatie.**

9. TV Oost erkent dat bij de uitzending van het programma 'Studio TV Oost' van 28 maart 2015 overtredingen van bepaalde regels inzake productplaatsing zijn gebeurd. Het PP-logo aan het begin van het programma werd niet gedurende de voorgeschreven vijf seconden in beeld gebracht. Het logo ontbrak aan het einde van het programma.

Om verdere overtredingen tegen de regelgeving rond productplaatsing te vermijden, deelt TV Oost mee voortaan programma's die een PP-logo vereisen te zullen uitrusten met een PP-brandmerk, waardoor het logo in de generiek wordt gebrand.

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

## **B. Beoordeling.**

10.1. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat in het TV-Oost-programma 'Studio TV Oost', zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode op 28 maart 2015, productplaatsing aanwezig was. De productplaatsing blijkt uit de talrijke visuele en auditieve vermeldingen van de bezochte handelszaken en bedrijven.

Hierbij werd de kijker niet op de decretaal voorgeschreven wijze gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing in het betrokken programma. Het logo werd bij het begin van het programma gedurende minder dan de voorziene vijf seconden in beeld gebracht. Bij het einde van het programma ontbrak het logo helemaal.

Uit het voorgaande volgt dat TV Oost een inbreuk heeft begaan op artikel 100, §1, 4°, van het Mediadecreet en artikel 1 tot en met 3 van het besluit van 10 september 2010.

10.2. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met het feit dat TV Oost inmiddels maatregelen heeft genomen om dergelijke inbreuken in de toekomst te vermijden.

Een waarschuwing is in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van VZW Regionale Televisie Aalst-Dendermonde-Sint-Niklaas, Dagelijkse Regionale Informatie en Educatie 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, 1°, van het Mediadecreet VZW Regionale Televisie Aalst-Dendermonde-Sint-Niklaas, Dagelijkse Regionale Informatie en Educatie 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.