

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV MEDIALAAN

(dossier nr. 2015/198A)

BESLISSING nr. 2015/061

28 september 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,
Mevr K.VAN DER PERRE, leden

en Dhr D.PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 28 september 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 onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 12 juni 2015 van 17u tot 23u onderzocht.

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

2. Op 6 juli 2015 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport inzake de naleving van de regelgeving voor.

3. Op 13 juli 2015 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, tegen NV MEDIALAAN (hierna: Medialaan), met maatschappelijke zetel Medialaan 1 te 1800 Vilvoorde, een procedure op tegenspraak op te starten.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 13 juli 2015 aan Medialaan meegedeeld.

5. Medialaan bezorgt op 11 september 2015 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. Op de zitting van 28 september 2015 wordt Medialaan vertegenwoordigd door Sven Van Damme, bedrijfsjurist, bijgestaan door Sarah Van Nevel, Legal Counsel bij Lotus Bakeries.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat de omstreeks 21u50 uitgezonden reclamespot voor 'Lotus Frangipane' commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed betreft, terwijl het logo dat gedurende de hele uitzending van commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed moet worden uitgezonden, ontbreekt.

Volgens de onderzoeksceel begaat de omroeporganisatie hierdoor een inbreuk op artikel 69 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 69 van het Mediadecreet bepaalt:

“Commerciële communicatie over suikerhoudend snoepgoed moet op een duidelijke en contrasterende wijze een gestileerde afbeelding van een tandenborstel tonen gedurende de hele uitzending van de commerciële communicatie, naar rato van een tiende van de hoogte van het filmbeeld, verhoudingsgewijs weergegeven zoals hierna afgebeeld.”



A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9. Mediaalaan erkent dat op commerciële communicatie voor suikerhoudend snoepgoed een gestileerd logo van een tandenborstel moet worden opgenomen. De omroeporganisatie verwijst in dit geval dan ook naar eerdere veroordelingen in het kader van koekjes die chocolade bevatten. 'Lotus Frangipane' bevat echter geen chocolade en Mediaalaan voert aan dat het feit dat een koekje suiker bevat niet (noodzakelijk) betekent dat het om "snoepgoed" gaat.

Op grond van de relevante douanewetgeving en de Europese wetgeving omtrent levensmiddelen kan 'Lotus Frangipane' volgens de adverteerder, Lotus Bakeries, niet als suikerhoudend snoepgoed worden gekwalificeerd. 'Lotus Frangipane' zou tot de categorie 'gebak' behoren en valt derhalve niet onder de definitie van 'suikerhoudend snoepgoed' zoals bepaald in artikel 69 van het Mediadecreet. Bijgevolg is de vermelding van het logo van een tandenborstel in de reclamespot voor 'Lotus Frangipane' niet vereist.

B. Beoordeling

10. Het Mediadecreet bevat geen definitie van suikerhoudend snoepgoed.

Voor de interpretatie van dat begrip kan niet dienstig worden verwezen naar de douanewetgeving noch naar de Europese wetgeving omtrent levensmiddelen, omdat de ratio legis van het Mediadecreet voor het gebruik van een gestileerd logo van een tandenborstel, met name het beschermen van de tanden, geheel verschillend is van die van de andere regelgeving. De voorbereidende werken van het Mediadecreet verschaffen geen nadere toelichting. Er dient derhalve te worden uitgegaan van de spraakgebruikelijke betekenis van de woorden "suikerhoudend snoepgoed".

'Lotus Frangipane' is een kleine versnapering bedekt met een laagje suikerglazuur en wordt daarom beschouwd als suikerhoudend snoepgoed. Met het oog op de bescherming van de tanden is er geen verschil tussen een wafel met chocolade, waarnaar Medialaan verwijst, of een versnapering met suikerglazuur.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Medialaan een inbreuk heeft begaan op artikel 69 van het Mediadecreet.

11. Gezien de omstandigheden van de zaak 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 69 van het Mediadecreet;

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

Aldus uitgesproken te Brussel op 28 september 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.