

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV PLATTELANDS TV

(dossier nr. 2019/413A)

BESLISSING nr. 2019/042

9 december 2019

In de zaak van VRM tegen NV Plattelands TV,

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,
Dhr R. LANNOO,
Mevr P. VALCKE,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 9 december 2019,
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 diverse televisieomroeporganisaties op 11 september 2019 (17u tot 23u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma PlattelandsTV van NV Plattelands TV.

2. Op 8 oktober 2019 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 uitzendingen.
3. Op 14 oktober 2019 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV Plattelands TV (hierna: PlattelandsTV), met maatschappelijke zetel Driemasten 109 te 8560 Wevelgem, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 16 oktober 2019 aan PlattelandsTV meegedeeld.
5. PlattelandsTV bezorgt schriftelijke opmerkingen aan de VRM per aangetekend schrijven en e-mail van 23 oktober 2019.

6. Op de zitting van 9 december 2019 wordt PlattelandsTV vertegenwoordigd door P. Vaernewyck en D. De Clercq.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode het programma 'Power en PK' wordt uitgezonden omstreeks 22u30 (met een duurtijd van ongeveer 20 minuten).

Het programma bestaat uit verschillende rubrieken: 'Werktuig in de kijker', 'Publireportage: Kort door de Bocht: Trelleborg', 'Blikvanger: Tractorpulling Zele' en 'In de Smeerput'. Het wordt onderbroken door een reclameblok en aan het begin en het einde van het programma wordt een PP-logo getoond.

8. In de rubriek 'Werktuig in de kijker' worden twee ploegen van 'New Holland' uitvoerig in beeld gebracht en besproken. Deze rubriek duurt 5 minuten en 14 seconden.

De presentator vat de rubriek als volgt aan: *"Vandaag maken we kennis met twee types ploegen uit die reeks van New Holland. We beginnen met de PH55. [...] De ploegen van New Holland worden in Zweden geproduceerd. Dat staat voor kwaliteit. Daar is heel wat kennis en ervaring aanwezig voor het harden van staal en dat komt zeker van pas voor de risters die heel duurzaam zijn. Bovendien zijn de verschillende componenten van de risters gemakkelijk te vervangen voor als er slijtage zou optreden. En dan is er nog het frame dat heel speciaal is, niets is gelast, alle componenten zitten met bouten en moeren vast zodat alle krachten mooi verdeeld worden en er geen vervorming ontstaat. Op praktisch vlak onthouden we nog dat de ploegbreedte mechanisch instelbaar is."*

Vervolgens interviewt de presentator een loonwerker en vraagt hierbij naar de voordelen van deze ploeg.

Daarna gaat de presentator verder: *"Nu gaan we naar de Vario-ploeg kijken. De zwaarste uit de reeks is deze PXV55. De X staat voor extra high, dat betekent dat hij een tractor aankan tot 360 PK. De V staat voor Vario wat betekent dat de ploegbreedte hydraulisch kan aangepast worden. 5 verwijst uiteraard naar het aantal scharen en S betekent dat de ploeg beveiligd is door breekbouten tegen steen."*

Opnieuw interviewt de presentator een gebruiker van deze ploeg: *“Waarom heb je voor deze zware ploeg gekozen? Welke voordelen biedt deze ploeg? Is het waar dat hij weinig verbruikt?”* De geïnterviewde antwoordt hierop steeds positief en bevestigend, aldus de onderzoekscel.

9. In de rubriek ‘In De Smeerput’ vervolgens worden verscheidene gereedschapsmaterialen van ‘FACOM’ getoond en besproken in een decor van ‘FACOM’. Deze rubriek duurt 7 minuten.

De presentator zegt: *“In onze rubriek ‘In De Smeerput’ hebben we deze keer aandacht voor handgereedschap. Nu de klassieke ring- en steeksleutel kennen we allemaal. Maar ik heb hier bij me Piet Verstraete en die weet alles over gereedschap. Waar moet een sleutel aan voldoen om van goede kwaliteit te zijn?”*

De verkoopsmanager van ‘FACOM’ wijst vervolgens op drie voorwaarden: minimaal gewicht, roestvrij en goede ergonomie.

De presentator vervolgt: *“Bij het gebruik van een ringsleutel kan het vervelend zijn dat je telkens de sleutel moet verplaatsen en daarom zijn er ook ringsleutels met een ratelwerking. Piet, hoe werkt dat precies en welke types heb je daar allemaal in?”*

Verkoopsmanager ‘FACOM’: *“We hebben in feite ook een ring geïntegreerd in de ringratel. [...] Veiligheid en comfort en snelheid van werken zijn belangrijk.”*

Volgens de onderzoekscel worden op eenzelfde positieve wijze ook de voordelen en de technische specificaties van een ringsleutel in maat 41, een slagsleutel, een ratel, een toestel met krachtdoppen, een afslagsleutel, een tandwielkast, een schroevendraaier en een gereedschapswagen van ‘FACOM’ besproken.

De verschillende voordelen, het comfort, de werking, de technische specificaties en toepassingen van de gereedschappen en van een gereedschapswagen van ‘FACOM’ worden uitgebreid besproken. Het merk ‘FACOM’ komt hierbij telkens uitgebreid in beeld.

10. De onderzoekscel is van oordeel dat het gebruik van de commerciële communicatie voor zowel ‘New Holland’ als ‘FACOM’ hier veel verder gaat dan de toegelaten voorwaarden voor het gebruik van productplaatsing.

De twee ploegen van ‘New Holland’ worden ononderbroken, uitgebreid en op een positieve wijze in beeld gebracht en eveneens worden de vele voordelen en de specifieke technische kwaliteiten van de ploegen benoemd. Ook de gereedschappen en de gereedschapswagen van ‘FACOM’ worden uitgebreid in beeld gebracht, terwijl alle positieve elementen van deze producten uitgebreid aan bod komen. Alle technische

functionaliteiten van het gereedschap van 'FACOM' worden belicht, terwijl hierbij de merknaam 'FACOM' voortdurend in beeld komt.

Volgens de onderzoeksceel spoort het programma hierdoor in de eerste plaats rechtstreeks aan tot aankoop van de ploegen van 'New Holland' en van de producten van 'FACOM', in het bijzonder door deze producten specifiek aan te prijzen.

Vervolgens is ook de aandacht voor de producten van 'New Holland' en 'FACOM' in de desbetreffende rubrieken van dit programma totaal en dus overmatig, aldus de onderzoeksceel.

Ten slotte wordt het logo voor productplaatsing wel getoond aan het begin en aan het einde van het programma 'Power en PK', maar wordt het niet getoond wanneer het programma na de onderbreking voor reclame hervat wordt.

Bijgevolg begaat PlattelandsTV volgens de onderzoeksceel inbreuken op artikel 100, § 1, 2°, 3° en 4°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: 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.

TOEPASSELIJKE REGELS

11. Artikel 2, 5° en 30°, van het Mediadecreet gaan als volgt:

"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;

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;"

12. Artikel 99 van het Mediadecreet luidt als volgt:

"Productplaatsing is toegestaan ten aanzien van:

1° het opnemen of het verwijzen naar een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk tegen betaling. In voorkomend geval is product plaatsing enkel toegestaan in (televisie)films, series, sportprogramma's en lichte amusementsprogramma's, met uitzondering van kinderprogramma's;

2° goederen of diensten die gratis worden geleverd, zoals productiehulp en prijzen, met het oog op de opname ervan in een programma. In voorkomend geval is productplaatsing toegestaan in alle soorten programma's, behoudens in alle kinderprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap. De Vlaamse Regering kan dit verbod uitbreiden tot de kinderprogramma's van de andere omroeporganisaties."

13. 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."

14. De artikelen 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 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 PlattelandsTV

15. PlattelandsTV erkent vooreerst dat de regels van het Mediadecreet niet correct werden toegepast bij de onderzochte uitzending van het programma 'Power en PK'. Niettemin heeft zij toch enkele opmerkingen en gaat zij niet met alle vaststellingen van de onderzoeksceel van de VRM akkoord.

Wat de reportage 'Werktuig in de kijker' betreft, is er volgens PlattelandsTV weinig discussie over het feit dat die de aard van een publireportage heeft en zowel ervóór als erna een aanduiding 'publireportage' had moeten verschijnen. Na een verandering in het opzet

en de aanpak van het programma, waarbij de presentator zelf meer aan bod komt over de kwaliteiten van de werktuigen, werd vergeten om dit ook grafisch aan te passen. De reportage werd als geheel opgenomen in het programma 'Power en PK' en werd bijgevolg niet automatisch door de software voorzien van de nodige bumpers.

Vervolgens bevestigt PlattelandsTV dat de rubriek 'In De Smeerput' inderdaad werd opgenomen in een werkplaats die ter beschikking werd gesteld door de firma 'FACOM'. Hoewel zij opwerpt dat de firma geen enkele financiële inbreng voor de reportage heeft gedaan, geeft PlattelandsTV wel toe dat na de onderbreking opnieuw een PP-logo had moeten verschijnen. Desalniettemin meent PlattelandsTV dat de uitleg over het handgereedschap volledig redactioneel is aangepakt en enkel een overzicht wenst te geven van de 'tools' die op de markt zijn en interessant voor tractoreigenaars. Volgens PlattelandsTV vermelden noch de presentator, noch zijn gesprekspartner de merknaam en zetten zij evenmin aan tot de aankoop van specifieke producten voor 'FACOM'.

16. PlattelandsTV wil zich ten slotte excuseren voor de overtredingen en begrip vragen voor het feit dat een menselijke fout nooit uit te sluiten is bij een kleine zender die werkt met een klein team. Zij geeft aan voor beide overtredingen in ieder geval de nodige maatregelen te nemen om dit in de toekomst te voorkomen.

B. Beoordeling

17. Productplaatsing is een vorm van commerciële communicatie die bestaat uit het opnemen van of het verwijzen naar een product, dienst of handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma (artikel 2, 5° en 30°, van het Mediadecreet), tegen betaling dan wel na gratis aanlevering van de betreffende goederen of diensten (bv. productiehulp). De uitgezonden beelden dienen als uitgangspunt om te beoordelen of er sprake is van productplaatsing.

Uit de vaststellingen van de onderzoeksceel en de beelden blijkt duidelijk dat het programma 'Power en PK', zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode, commerciële communicatie in de vorm van productplaatsing bevat. Aan het begin en het einde van het programma wordt ook een PP-logo getoond.

PlattelandsTV betwist op zich ook niet dat zowel in het onderdeel 'Werktuig in de kijker' ('New Holland') als in het onderdeel 'In De Smeerput' ('FACOM') de elementen promotioneel karakter en betaling of soortgelijke vergoeding aanwezig zijn.

Met betrekking tot deze laatste rubriek over het 'FACOM'-handgereedschap, erkent PlattelandsTV immers dat de onderneming een werkplaats ter beschikking heeft gesteld voor de reportage (evenwel zonder verdere financiële inbreng) en er sprake is van productplaatsing waarbij het PP-logo had moeten worden getoond.

Evenmin wordt het commerciële karakter van de reportage 'Werktuig in de kijker' door PlattelandsTV in twijfel getrokken, hoewel zij van oordeel is dat het veeleer gaat om een publireportage. Uit de beelden blijkt evenwel dat 'Werktuig in de kijker' binnen het programma 'Power en PK' een vaste rubriek betreft, in voorliggend geval ook zo wordt aangekondigd bij aanvang van het programma, en daarin twee types van ploegen van 'New Holland' uitvoerig in beeld worden gebracht en besproken door de vaste presentator. Het gaat dan ook om het opnemen van of het verwijzen naar een product en/of handelsmerk binnen het kader van een televisieprogramma, waardoor er wel degelijk sprake is van productplaatsing.

18. Overeenkomstig artikel 99 van het Mediadecreet, is het toegestaan om programma's uit te zenden die productplaatsing bevatten. Dergelijke programma's dienen evenwel te voldoen aan de voorwaarden die zijn opgenomen in artikel 100, § 1, van het Mediadecreet.

Programma's die productplaatsing bevatten mogen niet rechtstreeks aansporen tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die producten of diensten specifiek aan te prijzen (artikel 100, § 1, 2°, van het Mediadecreet), de producten of diensten in kwestie mogen geen overmatige aandacht krijgen (artikel 100, § 1, 3°, van het Mediadecreet) en de kijkers moeten duidelijk worden gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing, zowel in het begin en op het einde van het programma, als na een onderbreking (artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet). Bij besluit van 10 september 2010 heeft de Vlaamse Regering hiervoor een specifiek logo goedgekeurd en de manier verduidelijkt waarop dit PP-logo in beeld moet worden gebracht.

De inbreuken op deze voorwaarden die door de onderzoeksceel van de VRM zijn vastgesteld, worden door PlattelandsTV op zich niet betwist met betrekking tot het item 'Werktuig in de kijker'. Wat haar betreft gaat het immers om een publireportage (zonder passende aanduiding voor de kijkers) en erkent zij dus het rechtstreeks verkoopsbevorderend karakter van de reportage en de overvloedige en in dit geval ook overmatige aandacht voor de twee soorten 'New Holland'-ploegen.

Aangaande de rubriek 'In De Smeerput' daarentegen, erkent PlattelandsTV enkel dat het productplaatsing betreft waarbij inderdaad een PP-logo

ontbreekt, maar betwist zij wel dat er sprake is van rechtstreeks aansporen tot aankopen en overmatige aandacht voor de 'FACOM'-producten.

Uit de vaststellingen van de onderzoeksceel en de beelden blijkt echter duidelijk dat de verschillende soorten gereedschap van 'FACOM' afzonderlijk uitgebreid aan bod komen, worden getoond en besproken met een verkoper van het merk. Deze gesprekken, met lovende commentaren waarbij de kwaliteiten en sterke punten van het gereedschap in de verf worden gezet, vinden bovendien plaats in een decor van 'FACOM'. Het merk komt tijdens de rubriek dan ook uitgebreid in beeld. Het betrokken gereedschap wordt bijgevolg specifiek aangeprezen, waardoor de kijkers rechtstreeks tot aankoop worden aangespoord. Een expliciete oproep naar de kijkers toe is hiervoor niet vereist (Zie RvS 8 november 2018, nr. 242.892, p. 22).

Bovendien krijgen de producten van 'FACOM' alle aandacht in het programma-item, op een zodanige manier dat PlattelandsTV de limieten van de aandacht die ingeval van productplaatsing aan handelsmerken en producten mag worden besteed, overschrijdt. Derhalve is er ook sprake van overmatige aandacht.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat PlattelandsTV, bij de uitzending tijdens de onderzochte periode van het programma 'Power en PK' (en de items 'Werktuig in de kijker' en 'In De Smeerput'), inbreuken heeft begaan op artikel 100, § 1, 2°, 3° en 4°, van het Mediadecreet en artikel 2, 1°, van het besluit van de Vlaamse Regering van 10 september 2010 betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing.

19. Bij het bepalen van de sanctie kan de VRM niet voorbijgaan aan het feit dat PlattelandsTV eerder bij VRM-beslissing nr. 2017/008 van 13 februari 2017 en beslissing nr. 2018/022 van 23 april 2018 voor gelijkaardige inbreuken werd gesanctioneerd.

Een administratieve geldboete van 750 euro is in voorliggend geval dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Plattelands TV inbreuken vast te stellen op artikel 100, § 1, 2°, 3° en 4°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV Plattelands TV een administratieve geldboete van 750 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 9 december 2019.

D. PEEREMAN
griffier

C. ADAMS
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.