

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV VIA PLAZA

(dossier nr. 2022/520)

BESLISSING nr. 2022/009

28 maart 2022

In de zaak van VRM tegen NV Via Plaza,

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 28 maart 2022,
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 27 januari 2022 (18u tot 24u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma Eclips TV van NV Via Plaza.

2. Op 9 februari 2022 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 februari 2022 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV Via Plaza (hierna: Eclips TV), met maatschappelijke zetel Gasthuisstraat 100 te 9500 Geraardsbergen, in een procedure op tegenspraak te betrekken.

4. Deze beslissing om een procedure op tegenspraak te starten, wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 17 februari 2022 aan Eclips TV meegedeeld.

5. Bij dezelfde aangetekende brief vraagt de VRM of Eclips TV, omwille van de dreiging van het coronavirus, akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting. Zij krijgt hierbij de mogelijkheid om nog een nota in te dienen, ter vervanging van de mondelinge toelichting.

6. Per e-mail en aangetekend schrijven bezorgt Eclips TV de schriftelijke opmerkingen van 28 februari 2022 aan de VRM. Zij gaat daarbij akkoord met een volledig schriftelijke procedure en dient nadien geen bijkomende nota meer in.

7. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 28 maart 2022 op basis van de schriftelijke stukken.

DE FEITEN

8. De onderzoeksceel stelt vast dat tijdens de onderzochte periode tussen 19u03 en 19u31 en tussen 19u35 en 20u05 een aflevering van de programmareeks 'Bellissimo', een reisprogramma rond Noord-Italië, wordt uitgezonden, waarin volgens de onderzoeksceel duidelijk productplaatsing aanwezig is.

In het programma bezoeken de presentatoren diverse locaties en bezienswaardigheden in Noord-Italië en zij verplaatsen zich daarbij in een camper van het verhuurbedrijf Dicar.

Aan het begin van de eerste aflevering stapt een presentator binnen bij het verhuurbedrijf Dicar, gespecialiseerd in de verhuur van campervans en mobilhomes.

Gedurende één minuut wordt volgens de onderzoeksceel, duidelijke zelfs promotionele aandacht besteed aan het aanbod van het bedrijf Dicar, met beelden van de showroom, de campers en mobilhomes (eveneens met interieurbeelden) en een geregisseerde verhuursceene met medewerking van een Dicar-bediende.

De samenwerking met Dicar werd duidelijk in het draaiboek opgenomen en in de verf gezet waardoor de aanwezigheid van productplaatsing onmiskenbaar is, aldus de onderzoeksceel.

De onderzoekscel wijst erop dat de aanwezigheid van productplaatsing in het programma echter niet op de voorgeschreven manier wordt aangegeven. Noch aan het begin, noch na de onderbreking van het programma voor reclame of aan het einde van de uitzending wordt een PP-logo getoond.

Bijgevolg begaat Eclips TV volgens de onderzoekscel een inbreuk op de toepassing van artikel 100, § 1, 4^o, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) wegens het niet vertonen van het PP-logo bij de uitzending van het programma 'Bellissimo' tijdens de onderzochte periode.

TOEPASSELIJKE REGELS

9.1. Artikel 2, 30^o, van het Mediadecreet bepaalt:

" In dit decreet wordt verstaan onder: [...]

30^o productplaatsing: elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van, of het verwijzen naar, een product, dienst of handelsmerk binnen het kader van een programma of door gebruikers gegenereerde inhoud, tegen betaling of soortgelijke vergoeding."

9.2. Artikel 100, §1, 4^o, van het Mediadecreet luidt als volgt:

"De programma's die productplaatsing bevatten, voldoen aan al de volgende voorwaarden: [...]

4^o 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."

9.3. 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 de aangeklaagde omroeporganisatie

10. Eclips TV wijst erop altijd zorgvuldig te zijn omgegaan met productplaatsing voor eigen programma's.

De omroeporganisatie stelt ook een intern proces te hebben opgesteld voor reportages die ze aankoopt, om geen fouten te maken.

Omdat de reportage van 'Bellissimo' reeds op een ander kanaal was uitgezonden, heeft Eclips TV niet de reflex gehad om de reportage op productplaatsing te controleren. De omroeporganisatie geeft mee dat de reportage na het schrijven van de VRM werd aangepast, en benadrukt tot slot dat ze alles in het werk stelt zodat dit niet meer kan voorvallen.

B. Beoordeling

11. Artikel 100, § 1, van het Mediadecreet bepaalt de voorwaarden waaraan programma's die productplaatsing bevatten, moeten voldoen.

Uit de vaststellingen van de onderzoeksceel en de beelden blijkt dat het programma 'Bellissimo', die tijdens de onderzochte periode werd uitgezonden, een programma is dat productplaatsing bevat. Eclips TV betwist de aanwezigheid van productplaatsing in dit programma niet.

12. Artikel 100, § 1, 4°, van het Mediadecreet bepaalt dat bij programma's met productplaatsing de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing. 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.

Het programma 'Bellissimo' wordt niet op passende wijze door middel van een PP-logo aangeduid als een programma dat productplaatsing bevat. Eclips TV erkent deze vaststelling en wijt het ontbreken van het PP-logo aan een onachtzaamheid.

Uit het voorgaande volgt dat Eclips TV een inbreuk heeft begaan op artikel 100, § 1, 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.

13. Bij het bepalen van de sanctie voor de bovengenoemde inbreuk houdt de VRM rekening met het gegeven dat dergelijke inbreuk voor het eerst bij Eclips TV wordt vastgesteld, evenals met het beperkte kijkbereik van het omroepprogramma.

Een waarschuwing is in dit geval dan ook een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van NV Via Plaza een inbreuk vast te stellen op artikel 100, § 1, 4^o, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1^o, van het Mediadecreet NV Via Plaza hiervoor te waarschuwen.

Aldus beslist te Brussel op 28 maart 2022.

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.