

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t. NV VLAAMSE RADIO- EN  
TELEVISIEOMROEPORGANISATIE**

(dossier nr. 2022/565)

BESLISSING nr. 2023/005

13 februari 2023



**In de zaak van VRM tegen nv Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie,**

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 13 februari 2023,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

**PROCEDURE**

1. In opvolging van VRM-beslissing nr. 2022/033 van 10 oktober 2022 (hierna : beslissing 2022/033), legt de onderzoekscel op 8 december 2022 een onderzoeksrapport voor inzake de lineaire uitzendingen ("livestreams") via 'Sporza'-app en de 'Sporza'-website van nv Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (hierna: VRT).

De onderzoekscel stelt vast dat reclamespots (prerolls) worden uitgezonden bij het "live kijken" via 'Sporza'-app en de 'Sporza'-website.

2. Op 12 december 2022 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, VRT, met maatschappelijke zetel Auguste Reyerslaan 52 te 1043 Brussel, in een procedure op tegenspraak te betrekken.

3. Deze beslissing om een procedure op tegenspraak te starten, wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 16 december 2022 aan VRT meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

4. Op 6 januari 2023 bezorgt VRT schriftelijke opmerkingen en vraagt om gehoord te worden.

5. Na een vraag om uitstel van VRT behandelt de algemene kamer van de VRM de zaak ter zitting van 13 februari 2023. Voor VRT verschijnt Yasemin Marasligil. Zij overhandigt twee bijkomende stukken<sup>1</sup>.

## DE FEITEN

6. Bij beslissing 2022/033 kreeg VRT een waarschuwing opgelegd. De VRM oordeelde dat de commerciële boodschappen, uitgezonden bij de live-stream-uitzendingen op VRT MAX beantwoorden aan de decretale definitie van reclame en bijgevolg onder de verbodsbepaling van artikel 50 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna : het Mediadecreet) vallen.

Ingevolge bovengenoemde beslissing werden de lineaire uitzendingen via 'Sporza'-app en de 'Sporza'-website van VRT aan een opvolgonderzoek onderworpen.

De livestream-televisie-uitzendingen via 'Sporza' (app en website) werden door de onderzoeksceel steekproefsgewijs onderzocht in de periode van 28 november 2022 tot en met 7 december 2022, met het oog op de naleving van de regelgeving en de opvolging van beslissing 2022/033.

7. De onderzoeksceel stelt vast dat men, wanneer aangegeven wordt "live" naar een WK-voetbalwedstrijd te willen kijken door op de daartoe voorziene knop of pijl te drukken ('livestream'), een reclameboodschap te zien krijgt variërend tussen 10 en 20 seconden voor particuliere ondernemingen (Voltaren, Triodos Bank, Mc Donald's, Visa, Hunkemöller, Alfa Romeo, Geberit, Tena...) gevolgd door het lopende programma uit het programmaschema.

Naar oordeel van de onderzoeksceel beantwoorden deze commerciële boodschappen aan de decretale definitie van reclame, vallen ze onder het verbod van artikel 50 van het Mediadecreet, vormen ze geen toegelaten andere vorm van commerciële communicatie overeenkomstig artikel 48 van het Mediadecreet en begaat VRT bijgevolg een voortdurende inbreuk tegen artikel 50 van het Mediadecreet. De onderzoeksceel verwijst hiervoor naar punt 22 van beslissing 2022/033.

---

<sup>1</sup> Ontwerp van decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie, *Parl. St.* VI. Parl. 2020-2021, nr. 644/1, 4-5 + Verslag aan de Koning bij het Koninklijk Besluit van 25 oktober 2018 betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten – addendum (hierna : Verslag aan de Koning).

8. Bijkomend stelt de onderzoeksceel vast dat, op dezelfde wijze als hierboven beschreven, tijdens de rechtstreekse verslaggeving van WK-voetbalwedstrijden, reclameboodschappen van 'UNIBET' (van 10 en 20 seconden) worden uitgezonden, terwijl 'UNIBET Belgium Ltd.' houder is van een vergunning klasse F1+ (online weddenschappen).

De onderzoeksceel stelt vast dat VRT reclamespots uitzendt voor kansspelen die via informatiemaatschappij-instrumenten door 'UNIBET Belgium Ltd.' worden uitgebaat, tijdens de rechtstreekse verslaggeving van sportwedstrijden, bijvoorbeeld tijdens de WK-voetbalwedstrijd (Zuid-Korea - Ghana) op 28 november 2022 om 15u29.

Volgens de onderzoeksceel begaat VRT hierdoor bijkomend een inbreuk op artikel 52 van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

9. Artikel 2 van het Mediadecreet bepaalt:

*"In dit decreet wordt verstaan onder:*

[...]

*5° commerciële communicatie: beelden, al dan niet met geluid, of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma of van door gebruikers gegenereerde inhoud, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of ten behoeve van zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing;*

[...]

*21° lineaire televisiedienst : een lineaire audiovisuele omroepdienst, dat is een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst voor het gelijktijdig bekijken van audiovisuele programma's op basis van een programmaschema;*

[...]

*24° niet-lineaire televisiedienst : een niet-lineaire audiovisuele omroepdienst of audiovisuele omroepdienst op aanvraag, dat is een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst die de gebruiker de mogelijkheid biedt om audiovisuele programma's te bekijken op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus.*

[...]

*27° omroeporganisatie : de natuurlijke persoon of de rechtspersoon die de redactionele verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van de omroepdienst en die bepaalt hoe die wordt georganiseerd, [...]*

*35° reclame : de audiovisuele of auditieve boodschap van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon - in welke vorm dan ook - over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep, ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen, die tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel voor zelfpromotie in een lineaire omroepdienst wordt uitgezonden, [...]"*

10. Artikel 48 van het Mediadecreet stelt:

*"Met toepassing van artikel 37 zijn omroeporganisaties vrij in het op enige wijze uitzenden, opnemen, exploiteren en voeren van commerciële communicatie, met uitzondering van de beperkingen en verplichtingen, vermeld in dit decreet."*

11. Artikel 50 van het Mediadecreet gaat als volgt:

*"Het is de omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap verboden reclame te brengen, met uitzondering van radioreclame en van reclame die gericht is op zelfpromotie.*

*Het is de televisieomroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap verboden om telewinkelen te brengen.*

*Het is de televisieomroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap verboden om zijn kinderprogramma's te laten sponsoren en om in kinderprogramma's productplaatsing te gebruiken.*

*Het is de omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap verboden commerciële communicatie te brengen via teletekst."*

12. Artikel 52 van het Mediadecreet zegt :

*"De aanbieders van omroepdiensten mogen geen commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut uitzenden die in strijd zijn met wettelijke bepalingen."*

13. Artikel 3, §1, van het Koninklijk Besluit van 25 oktober 2018 betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen in informatiemaatschappij-instrumenten (hierna : het KB kansspelen) luidt als volgt :

*“Voor kansspelen die via informatiemaatschappij-instrumenten door de houder van een vergunning klasse A+, B+ en F1+ worden uitgebaat, zal geen reclame worden uitgezonden*

*1° tijdens de rechtstreekse verslaggeving van sportwedstrijden, met name in de periode vanaf het effectief begin van de desbetreffende live sportwedstrijd tot het effectieve einde van de desbetreffende live wedstrijd, ongeacht het medium waarlangs rechtstreeks verslag wordt uitgebracht.”*

## **A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie**

### *Inbreuk op artikel 50 van het Mediadecreet*

14. VRT deelt mee dat zij, ondanks het tijdelijk niet meer uitzenden van prerolls naar aanleiding van beslissing 2022/033, ook in dit geval bij het standpunt blijft dat VRT geen inbreuk op artikel 50 van het Mediadecreet heeft gepleegd; standpunt dat ze ook verdedigt in haar brief van 6 januari 2023 met betrekking tot het opvolgonderzoek op VRT MAX.

Op de zitting verklaart VRT dat dit tijdelijk stoppen begrepen moet worden als in afwachting van een uitspraak van de Raad van State in het annulatieberoep tegen beslissing 2022/033.

15. VRT herhaalt vervolgens dat wat wel of niet toegestaan of verboden is op het vlak van commerciële communicatie bepaald wordt in het Mediadecreet. Artikel 48 van het Mediadecreet bepaalt uitdrukkelijk dat de Vlaamse omroeporganisaties elke vorm van commerciële communicatie kunnen uitzenden, tenzij dit uitdrukkelijk verboden of beperkt is door het Mediadecreet. Artikel 50 van het Mediadecreet voorziet in dat verband wel in een aantal verboden en beperkingen voor de VRT, maar in tegenstelling tot wat de VRM vaststelt en beweert in het onderzoeksrapport, wijst VRT erop dat de commerciële boodschappen in kwestie geen reclame uitmaken in de zin van artikel 2, 35°, van het Mediadecreet en aldus niet onder de verbodsbepaling van artikel 50 van het Mediadecreet vallen.

16. VRT voert aan dat volgens de decretale definitie van reclame de boodschap “in” een lineaire omroepdienst moet worden uitgezonden - zijnde een omroepdienst voor het gelijktijdig bekijken van audiovisuele programma’s op basis van een programmaschema - en niet “vergezellen van” of “in het kader van” een lineaire omroepdienst zoals de definitie van commerciële communicatie bepaalt.

Volgens VRT volgt daaruit dat reclame, als onderdeel van de lineaire omroepdienst, die aan alle kijkers van diezelfde lineaire omroepdienst gelijktijdig zou worden aangeboden, verboden is. Het verbod heeft zonder enige twijfel, aldus VRT, enkel betrekking op reclame die deel uitmaakt van eenzelfde programmaschema als dat van de lineaire omroepdienst, en die aldus ook lineair zou worden uitgezonden. Enkel dan kan er volgens VRT sprake zijn van commerciële communicatie die beantwoordt aan de decretale omschrijving van reclame, waardoor alle andere commerciële communicatie die niet in een lineaire omroepdienst wordt vertoond, toegelaten is.

VRT vervolgt dat het *niet ter discussie staat* dat de commerciële boodschappen die worden afgespeeld voorafgaand aan de verbinding met de live-televisie-uitzendingen via Sporza.be, niet worden vertoond aan alle kijkers van die live-televisie-uitzendingen. Die commerciële boodschappen maken geen deel uit van het programmaschema van de lineaire televisiedienst en worden uitsluitend vertoond aan de individuele gebruikers van Sporza.be die op dat ogenblik willen overschakelen naar de lineaire televisiedienst.

Naar het oordeel van VRT getuigen deze commerciële boodschappen in die zin bij voorbaat al niet van een “lineaire televisiedienst” overeenkomstig de decretale definitie, waardoor ze evenmin zouden kunnen worden vertoond “in” een lineaire omroepdienst en dus niet beschouwd kunnen worden als reclame in de zin van het Mediadecreet of verboden zijn door artikel 50 van hetzelfde decreet.

17. Op de zitting herinnert VRT nog aan het principe van liberalisering/flexibilisering/versoepeling, zijnde het uitgangspunt van het huidig Mediadecreet. Volgens VRT moeten die begrippen dan ook steeds vooropgesteld worden bij de toepassing en interpretatie ervan. VRT leidt daaruit af dat de bepalingen van artikel 50 van het Mediadecreet dan ook zeer strikt moeten worden geïnterpreteerd, zeker zolang er nog verschillende verplichtingen bestaan voor lineaire en niet-lineaire televisiediensten. Ook de definitie van reclame mag dan ook zeker niet breder worden geïnterpreteerd maar moet integendeel zeer strikt worden geïnterpreteerd.

18. VRT besluit aldus dat de commerciële communicatie die het voorwerp uitmaakt van het opvolgonderzoek van de Sporza website en app, commerciële boodschappen betreffen die de lineaire televisie-uitzending voorafgaan en dus geen televisiereclame uitmaken.



Bij gebrek aan bepalingen die de aangeklaagde commerciële communicatie zouden verbieden, blijft VRT het standpunt verdedigen dat er volgens haar geen inbreuk op het Mediadecreet is gepleegd.

*Inbreuk op artikel 52 van het Mediadecreet*

19. VRT wijst naar bovenstaande uitgebreide motivering en bevestigt nogmaals dat de commerciële boodschap voor 'UNIBET', uitgezonden op 28 november 2022 om 15u29 op de Sporza-app, geen televisiereclame uitmaakt in de zin van het Mediadecreet.

20. VRT voert aan dat artikel 3, § 1, van het KB kansspelen, hoewel het de notie reclame niet expliciet definieert, opnieuw ook op televisiereclame slaat.

VRT verwijst hiervoor naar enkele woorden en zinsneden uit het betrokken artikel. Zo moet de reclame uitgezonden zijn "tijdens" de rechtstreekse verslaggeving van sportwedstrijden, en niet "vergezellen van" of "in het kader van". Volgens VRT volgt hieruit dat er geen twijfel kan bestaan dat het verbod uitsluitend betrekking heeft op reclame die deel uitmaakt van een rechtstreekse lineaire verslaggeving. Zo ook het gebruik van de woorden "met name in de periode vanaf het effectief begin van de desbetreffende live sportwedstrijd tot het effectieve einde van de desbetreffende live wedstrijd".

Ook het gebruik van het woord "reclameblokken" bevestigt volgens VRT dat het om "klassieke" vormen van reclame gaat, die dus effectief "in" een lineair programma signaal worden verwerkt.

Op de zitting verwijst VRT nog naar een passage uit het Verslag aan de Koning bij het KB kansspelen waar gezegd wordt dat onder reclamespots de gebruikelijke 30 seconden spot dient te worden begrepen. VRT leidt daar uit af dat het hier dus niet om een reclamespot gaat omdat de commerciële boodschap die hier ter discussie staat slechts 10 tot 20 seconden duurt.

Op de zitting geeft VRT ook mee dat de notie reclame, hoewel niet gedefinieerd in het KB zelf, in het Verslag aan de Koning omschreven wordt zoals gedefinieerd in het Mediadecreet.

21. In lijn met haar standpunt inzake het plegen van een inbreuk op artikel 50 van het Mediadecreet, bevestigt VRT dat de commerciële boodschap voor 'UNIBET' niet is uitgezonden tijdens de rechtstreekse verslaggeving van een WK-voetbalwedstrijd maar vertoond werd voorafgaand aan de overschakeling naar de lineaire televisiestream en dus geen onderdeel vormde van de rechtstreekse lineaire verslaggeving over het WK-voetbal. Omdat het KB kansspelen enkel de uitzending van televisiereclame tijdens de rechtstreekse verslaggeving van sportwedstrijden viseert, is er, aldus VRT, dan ook geen schending van artikel 3, §1, van het KB kansspelen.

22. VRT geeft ten informatieve titel nog mee dat de omroeporganisatie al een geruime tijd aan een afbouwplan werkt ten einde het aantal commerciële communicatieboodschappen voor gokbedrijven af te bouwen en daarmee voorop loopt op het (toekomstig) regelgevende kader inzake gokreclame. Het feit dat tijdens voorliggend onderzoek slechts één preroll uitgaande van 'UNIBET' is opgemerkt, is een gevolg van dat afbouwplan, aldus VRT.

23. VRT besluit aldus dat de commerciële communicatie die het voorwerp uitmaakt van een opvolgonderzoek (uitgevoerd in de periode van 28 november – 7 december 2022) van de Sporza website en app, commerciële communicatie betreft die geen reclame uitmaakt in de zin van het Mediadecreet.

Verder bevestigt VRT dat de preroll voor 'UNIBET' geen schending uitmaakt van artikel 3, §1, van het KB kansspelen.

## B. Beoordeling

24. De VRM stelt vast dat VRT in voorliggende zaak hetzelfde standpunt verdedigt als in de zaak die op dezelfde zitting als voorliggende zaak werd behandeld, en aanleiding heeft gegeven tot VRM-beslissing nr. 2023/004. VRT werd op diezelfde zitting in beide zaken gehoord. VRT herhaalt enkele grote lijnen van dat standpunt.

VRT blijft bij het standpunt dat er geen inbreuk op artikel 50 van het Mediadecreet is gepleegd omdat de betrokken commerciële boodschappen niet "in" een lineaire omroepdienst worden uitgezonden en dus geen reclame uitmaken in de decretale zin van het Mediadecreet.

25. Het verweer omvat geen elementen die de VRM kunnen overtuigen van het standpunt van VRT.

Sporza.be biedt de kijker de mogelijkheid om via livestream te kijken naar rechtstreekse uitzendingen van sportwedstrijden, waaronder WK-voetbalwedstrijden. De kijker moet daarvoor de knop "nu live" links boven op het scherm kiezen.

Onder die knop "nu live" moet de kijker een geel balkje met vermelding van de sportwedstrijd die op dat ogenblik rechtstreeks via Sporza.be wordt uitgezonden, aanklikken. Vervolgens verschijnt een beeldscherm met een stilstaand beeld van de betrokken sportwedstrijd. In het midden van dat beeld(scherf) staat een pijl met daaronder het woord "livestream". De kijker moet en kan dan nog uitsluitend op die pijl drukken om de sportwedstrijd die op dat ogenblik rechtstreeks via Sporza.be wordt uitgezonden, te kunnen volgen en bekijken.

De VRM leidt daaruit af dat de "livestream"-uitzending onder "nu live" op Sporza.be als een lineaire televisiedienst wordt aangeboden: net zoals de kijker met een klassiek

televisie-abonnement op de knop van zijn afstandsbediening drukt om naar het programma te kijken dat in het programmaschema is voorzien en op dat ogenblik bezig is en wordt uitgezonden, moet de kijker, die "live", dus rechtstreeks, naar een sportwedstrijd wil kijken via Sporza.be, op de pijl "livestream" van de sportwedstrijd die op dat ogenblik door de omroeporganisatie wordt uitgezonden, drukken. Met andere woorden, de kijker die ervoor kiest om "live" naar sportwedstrijden via Sporza.be te kijken, kan die audiovisuele programma's uitsluitend gelijktijdig bekijken op basis van een programmaschema. Dit komt overeen met de definitie van een lineaire televisiedienst in het Mediadecreet. De kijker kan er in dit geval, net zoals de kijker met het klassiek televisie-abonnement, niet voor kiezen om de sportwedstrijden te bekijken op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus, zoals het geval is bij niet-lineaire uitzendingen/televisiediensten. Het is nu eenmaal inherent aan een rechtstreekse verslaggeving van een sportwedstrijd dat men uitsluitend kan kijken op het moment dat die wedstrijd wordt gespeeld en dan ook op dat moment wordt uitgezonden.

Dit houdt in dat, zodra de kijker op de pijl/knop "livestream" drukt om "live" te kijken naar de sportwedstrijd die via Sporza.be op dat moment rechtstreeks wordt uitgezonden, de lineaire televisiedienst start, net zoals dat het geval is bij die kijker die via zijn klassiek televisie-abonnement op de knop van zijn afstandsbediening drukt. Welk beeld eerst op het scherm verschijnt of welk signaal er technisch eerst wordt uitgezonden, is daarbij niet relevant. De definitie van lineaire televisiedienst in het Mediadecreet maakt geen onderscheid naargelang de technologie die wordt gebruikt om (lineair) te kijken, weze het via een klassiek televisie-abonnement en televisietoestel, dan wel via het internet en een computer, of andere. Het Mediadecreet is in dat opzicht technologie-neutraal.

De VRM is bijgevolg van oordeel dat de lineaire televisiedienst start, zodra de kijker, die op Sporza.be heeft gekozen voor "nu live", vervolgens aangeeft "live" naar de sportwedstrijd die via Sporza.be op dat moment rechtstreeks wordt uitgezonden, te willen kijken door op de daartoe voorziene knop of pijl "livestream" te duwen.

In een gelijkaardige zaak, die op dezelfde zitting als voorliggende zaak werd behandeld en aanleiding gaf tot VRM-beslissing nr. 2023/004, waarin VRT ook werd gehoord, heeft VRT al blijk gegeven de zienswijze van de VRM wat betreft de start van de lineaire televisiedienst, te delen. VRT gaf op die zitting zelf aan dat de "lineaire omgeving" slechts begint wanneer de kijker daar de keuze voor maakt. VRT is het dus blijkbaar met de VRM eens dat de kijker die keuze ontegensprekelijk maakt wanneer hij op Sporza.be, na al gekozen te hebben voor "nu live", vervolgens aangeeft "live" te willen kijken naar de sportwedstrijd die op dat ogenblik rechtstreeks via Sporza.be wordt uitgezonden, door op de pijl "livestream" van die sportwedstrijd te drukken.

26. Uit het onderzoek blijkt dat de kijker, die heeft gekozen voor "nu live" op sporza.be, en vervolgens op de pijl/knop "livestream" van de sportwedstrijd die op dat moment rechtstreeks wordt uitgezonden, drukt en dus lineair begint te kijken,

een commerciële boodschap van 10 tot 20 seconden te zien krijgt, gevolgd door de betrokken rechtstreekse uitzending van de sportwedstrijd. Dit wordt door de VRT erkend.

De lineaire omroepdienst start in dat geval met een commerciële boodschap waarvan, gelet op het voorgaande, alleen maar kan worden vastgesteld dat die commerciële boodschap wel degelijk in de lineaire omroepdienst vervat zit. De commerciële boodschap wordt immers niet eerder getoond dan alvorens de kijker de duidelijke keuze maakt om "live" naar de sportwedstrijd die op dat ogenblik rechtstreeks via Sporza.be wordt uitgezonden, te kijken door op de desbetreffende knop/pijl "livestream" te drukken.

27. Het argument dat er geen sprake kan zijn van een uitzending in een lineaire televisiedienst omdat die commerciële boodschappen geen deel uitmaken van het programmaschema van de lineaire televisiedienst en niet aan alle kijkers worden getoond, overtuigt geenszins.

Indien dergelijke redenering zou worden aanvaard, zou het volstaan dat een omroeporganisatie één onderdeel niet in het programmaschema voor de kijker zou opnemen om te vermijden dat er nog sprake zou kunnen zijn van een lineaire uitzending of een lineaire televisiedienst. Een dergelijke interpretatie is niet ernstig. Het Mediadecreet moet immers altijd gelezen worden met het oog op de bescherming van de kijker. De VRM merkt overigens op dat de uitzending van commerciële boodschappen, zij het reclame, of sponsoring of zelfpromotie, nooit in het programmaschema voor de kijker is opgenomen.

28. Voor zoveel als nodig herhaalt de VRM dat het Mediadecreet technologie-neutraal is opgesteld. Dat betekent dat het decreet geen onderscheid maakt naargelang de technologie die wordt gebruikt om hetzij lineair, hetzij niet-lineair te kijken, weze het via een klassiek televisie-abonnement en televisietoestel, dan wel via het internet en een computer, of andere.

Met andere woorden, alle kijkers die lineair kijken, moeten – ongeacht het platform - het lineair kijken op dezelfde manier ervaren door dezelfde beelden te zien zodra de keuze voor lineair kijken gemaakt wordt.

Of nog, zodra een kijker via sporza.be gekozen heeft voor "nu live" en vervolgens op de pijl/knop "livestream" drukt om de sportwedstrijd die op dat moment rechtstreeks wordt uitgezonden te volgen, moet hij onmiddellijk de betrokken sportwedstrijd kunnen volgen, net zoals de kijker met een klassiek televisie-abonnement en televisietoestel.

29. Behalve het argument dat de commerciële boodschappen de lineaire uitzending voorafgaan, stelt de VRM vast dat de VRT geen verweer voert wat de andere onderdelen van de decretale definitie van reclame betreft, noch in de schriftelijke

opmerkingen, noch op de zitting.

De VRM besluit daaruit dat de VRT niet betwist, en dus van oordeel is, dat de commerciële boodschappen wel beantwoorden aan de andere onderdelen van die definitie. De VRM treedt dit oordeel bij.

In deze zaak gaat het immers om een audiovisuele boodschap van een particuliere onderneming (Voltaren, Triodos Bank, Mc Donald's, Visa, Hunkemöller, Alfa Romeo, Geberit, Tena, UNIBET) – in welke vorm dan ook (spots variërend tussen 10 en 20 seconden)<sup>2</sup> – over de uitoefening van een commerciële, industriële, ambachtelijke activiteit of van een beroep (respectievelijk de productie van een farmaceutisch product, het aanbieden van bankdiensten, het uitbaten van een fastfood keten, het aanbieden van kredietkaarten, het uitbaten van een lingerieketen, de productie van een automerk, de productie van sanitaire toestellen, de productie van hulpmiddelen tegen incontinentie, het aanbieden van kansspelen), ter bevordering van de levering tegen betaling van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen (de kijker ertoe aanzetten het betreffende farmaceutische product te kopen, bankdiensten bij Triodos Bank te nemen, producten van Mc Donald's te consumeren, zich een kredietkaart van Visa aan te schaffen, een auto van het merk Alfa Romeo te kopen, een sanitair toestel van Geberit te kopen, producten van het merk Tena te kopen, deelnemen aan kansspelen), uitgezonden tegen betaling of soortgelijke vergoeding dan wel voor zelfpromotie (VRT erkent de boodschappen als commerciële communicatie, waardoor aan dit onderdeel is voldaan omdat dit ook een vereiste voor commerciële communicatie is).

Enkel het onderdeel "in een lineaire omroepdienst" wordt door de VRT betwist, maar is hierboven uitvoerig door de VRM weerlegd.

Uit het voorgaande volgt dat de commerciële boodschappen, uitgezonden bij de livestream-televisie-uitzendingen via Sporza (website en app) tijdens de onderzochte periode, beantwoorden aan de decretale definitie van reclame. Dat de VRM daarbij geen ruimere toepassing van de decretale definitie van reclame maakt, mag blijken uit de uitgebreide motivering. De betrokken commerciële boodschappen vallen bijgevolg onder de verbodsbepaling van artikel 50 van het Mediadecreet en vormen geen toegelaten andere vorm van commerciële communicatie overeenkomstig artikel 48 van het Mediadecreet. De VRM hanteert daarbij een strikte interpretatie van de verbodsbepaling van artikel 50 van het Mediadecreet. De VRM is er zich van bewust dat een verbodsbepaling in het Mediadecreet, welk het uitgangspunt van dat decreet ook mag zijn, altijd en onder alle omstandigheden strikt dient te worden geïnterpreteerd, zoals hij ook in voorliggende zaak doet.

30. Ten overvloede kan worden opgemerkt dat de reclamespot voor 'UNIBET', zoals uitgezonden tijdens de onderzochte periode, ook een inbreuk vormt op het KB kansspelen en daardoor ook op artikel 52 van het Mediadecreet.

De VRM is, samen met VRT, van oordeel dat het betrokken KB van toepassing is op

---

<sup>2</sup> Het Mediadecreet bepaalt geen tijdsduur voor een reclamespot.

televisiereclame en dat uit het Verslag aan de Koning blijkt dat het begrip reclame moet worden begrepen zoals gedefinieerd in het Mediadecreet.

De VRM merkt hier wel bij op dat het Mediadecreet evenwel geen tijdsduur bepaalt om van een reclamespot te kunnen spreken, maar daarentegen spreekt over “ongeacht de vorm” van de audiovisuele boodschap.

31. Bij het bepalen van de sanctie kan de VRM niet voorbijgaan aan het herhaalde karakter van een identieke inbreuk zoals vastgesteld en bestraft met een waarschuwing bij beslissing 2022/033. Samen met de ernst van de inbreuk is daarom een administratieve geldboete in dit geval een gepaste sanctie.

Bij het bepalen van het bedrag van de administratieve geldboete houdt de VRM rekening met het gegeven dat de uitzending van dergelijke reclame intussen is gestopt, alvast tot aan de uitspraak van de Raad van State in het annulatieberoep tegen beslissing 2022/033. Daarom is een administratieve geldboete van 5000 euro in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van nv Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een inbreuk vast te stellen op artikel 50 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet nv Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie een administratieve geldboete van 5000 euro op te leggen.

Aldus beslist te Brussel op 13 februari 2023.

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.