

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. VZW AUDIO VIDEO STUDIO OOST-  
VLAAMSE TELEVISIE

(dossier nr. 2024/609C)

BESLISSING nr. 2024/014

26 februari 2024

**In de zaak van VRM tegen vzw Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie,**

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,  
Mevr B. PONET, *ondervoorzitter*,  
Dhr D. BRAECKEVELT,  
Mevr K. VAN DER PERRE,  
Dhr L. VANFLETEREN, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 26 februari 2024,  
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 de particuliere regionale televisieomroeporganisaties op 12 november 2023 (17u – 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het onderzoek betrof onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma AVS van vzw Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie.

2. Op 3 januari 2024 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 8 januari 2024 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, vzw Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie (hierna: AVS), met maatschappelijke zetel Maaltekouter 5 te 9051 Sint-Denijs-Westrem, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 11 januari 2024 aan AVS meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

De VRM vraagt hierbij of AVS akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting.

5. Op 24 januari 2024 bezorgt AVS schriftelijke opmerkingen aan de VRM. Zij maakt geen gebruik van de mogelijkheid om gehoord te worden.
6. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 26 februari 2024 op basis van de schriftelijke stukken.

## DE FEITEN

7. De uitzendingen van AVS bevatten een programmatie in lusvorm waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden.

### *'AVS Wonen' - reportages*

8. Tijdens de onderzochte periode wordt het 'lifestyle'-programma 'AVS Wonen' (met een duurtijd van ongeveer vierentwintig minuten) uitgezonden (van 18u20 tot 18u44).

De omroeporganisatie geeft de aanwezigheid van productplaatsing aan door het tonen van het PP-logo bij het begin en aan het einde van de uitzending ervan.

In het programma (interieurspecial) komen verschillende reportages voor rond het thema interieur en binnenhuisinrichting. Een aantal reportages wordt door de omroeporganisatie aangeduid als publi-reportage. Andere reportages bevatten duidelijke commerciële communicatie en inhoud met een duidelijk promotioneel karakter, maar worden niet als zodanig duidelijk herkenbaar gemaakt, aldus de onderzoeksceel.

- De eerste reportage heeft als onderwerp een bezoek aan 'Clémot', een interieurspecialist en 'conceptstore', met tevens een B&B (*bed & breakfast*). Deze reportage wordt niet aangeduid als publi-reportage.
- De tweede reportage betreft een bezoek aan 'Pontzeele', een interieurspecialzaak. Deze reportage wordt niet aangeduid als publi-reportage.
- In een derde reportage voert de presentatrice een gesprek met een trendanalist over het gebruik van 'ChatGPT' en de groeiende trend van het gebruik van 'artificiële intelligentie' in de interieurinrichting en de trend naar duurzaamheid. Deze reportage wordt aangegeven als publi-reportage.
- In een vierde reportage bezoekt de presentatrice een kijkwoning van het tegelbedrijf 'De Ganck', waarbij het gamma en de mogelijkheden die de

tegelspecialzaak aanbiedt, aan bod komen. Deze reportage wordt aangegeven als publi-reportage.

- De vijfde reportage betreft een bezoek aan kunstgalerij ‘The Latem Gallery’. Deze reportage wordt niet aangeduid als publi-reportage.
  - In een zesde reportage voert de presentatrice opnieuw een gesprek met een trendanalist over de invloed van generatie ‘Alpha’ en de sociale media op de hedendaagse kijk op interieurinrichting. Deze reportage wordt aangegeven als publi-reportage.
9. De onderzoekscel voert aan dat de reportages over ‘Clémot’ en ‘Pontzeele’ slechts één bestaansreden blijken te hebben, namelijk de promotionele belichting van beide handelszaken. De reportages in kwestie kunnen volgens de onderzoekscel niet doorgaan voor reportages, die vanuit redactioneel oogpunt werden geproduceerd om de kijker louter te informeren over hedendaagse trends in wooninrichting en interieur.

De reportages blijken *de facto* vormelijk en inhoudelijk publi-reportages te zijn, zoals andere reportages binnen het programma, die wel als zodanig visueel als publi-reportage worden aangekondigd.

De zaakvoerders worden aan het woord gelaten om de kijker te informeren over hun product- en dienstenaanbod. De presentatrice fungeert daarbij als aangeefster om hen door een afgesproken bevraging toe te laten de kijker als potentiële consument warm te maken voor hun aanbod.

In de reportage over ‘Pontzeele’ wordt zelfs nog de aandacht gevestigd op de speciale acties tijdens hun comfortdagen met rechtstreekse aansporingen (visueel en auditief) voor een bezoek aan de meubelzaak.

De samenwerking met deze handelszaak blijkt bovendien een structureel karakter te hebben aangezien een eerdere reportage in ‘AVS Wonen’, uitgezonden op 26 maart 2022, eveneens als onderwerp deze interieurzaak had, aldus de onderzoekscel. Naar aanleiding van de toen uitgezonden reportage rond ‘Pontzeele’ besliste de Algemene Kamer van de VRM bij beslissing nr. 2022/023 van 13 juni 2022 ook reeds dat de omroeporganisatie in overtreding was met de decretale regels rond productplaatsing.

Volgens de onderzoekscel verleent AVS volledige medewerking aan de promotionele en louter gunstige belichting van de handelszaken in kwestie en omvat, door de verwevenheid tussen redactionele inhoud en commerciële communicatie, de elementen die kenmerkend zijn voor een publi-reportage.

Artikel 81, § 5, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) bepaalt onder meer dat de regionale televisieomroeporganisaties publi-reportages mogen uitzenden die niet

worden in aanmerking genomen bij de berekening van de percentages, besteed aan de uitzending van reclame, mits deze publi-reportages in overeenstemming zijn met alle bepalingen van hoofdstuk IV 'Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut' van het Mediadecreet.

Artikel 53 van het Mediadecreet bepaalt dat commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut gemakkelijk als zodanig herkenbaar moeten zijn.

Publi-reportages zijn een vorm van televisiereclame, die in toepassing van artikel 79, § 1, van het Mediadecreet duidelijk herkenbaar moet zijn en moet kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud.

De onderzoeksceel is van oordeel dat de commerciële communicatie en de publi-reportages, die de betrokken reportages over 'Clémot' en 'Pontzeel' *de facto* blijken te zijn, niet gemakkelijk als zodanig duidelijk herkenbaar worden gemaakt, waardoor de omroeporganisatie een inbreuk pleegt op artikel 53 en artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

10. De onderzoeksceel voert verder aan dat voor een uitzending, met specifieke aandacht voor welbepaalde handelszaken binnen een televisieprogramma, een aantal regels gelden in verband met productplaatsing, die steeds moeten worden gerespecteerd, overeenkomstig artikel 100, § 1, van het Mediadecreet. AVS geeft zelf ook aan dat er productplaatsing aanwezig is in het programma.

#### *Sponsorvermelding 'Nobels'*

11. Tijdens de onderzochte periode worden, na het programma 'AVS Wonen', ook enkele sponsorvermeldingen uitgezonden, waaronder één sponsorvermelding voor 'Immo Nobels' (met een duurtijd van zeven seconden).

De onderzoeksceel is van oordeel dat de boodschap daarvan echter verder gaat dan het geven van meer bekendheid aan een product of een imago-ondersteunende boodschap, slogan of baseline van de sponsor, waartoe een sponsorvermelding zich overeenkomstig het Mediadecreet dient te beperken.

De sponsorvermelding bevat een consumptiebevorderend element: de visuele vermelding "*Immo Nobels. Wij verkopen en verhuren ook uw eigendom*" in combinatie met de auditieve vermelding "*Immo Nobels. Wij verkopen ook uw woning*".

Daardoor is er volgens de onderzoeksceel duidelijk sprake van een concrete aansporing om potentiële klanten te overtuigen een woning te (ver)kopen of te (ver)huren. Deze sponsorboodschap krijgt hierdoor een wervend karakter, dat rechtstreeks aanspoort tot consumptie en daardoor

conflicteert met een correcte toepassing van de voorwaarden inzake sponsoring.

AVS begaat volgens de onderzoeksceel door de uitzending van deze sponsorvermelding een inbreuk op artikel 91, 2°, van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

12. Artikel 53 van het Mediadecreet schrijft voor:

*“Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut moeten gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn.”*

13. Artikel 79, § 1, van het Mediadecreet luidt als volgt:

*“Televisierelame, zelfpromotie uitgezonderd, en telewinkelen moeten duidelijk herkenbaar zijn en moeten kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud. Zonder afbreuk te doen aan het gebruik van nieuwe reclametechnieken, moeten reclame en telewinkelen met visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen van andere onderdelen van het programma worden gescheiden.*

*De bepalingen van deze paragraaf zijn eveneens van toepassing op teletekst.”*

14. Artikel 81, § 5, van het Mediadecreet gaat als volgt:

*“De regionale en private lineaire televisieomroeporganisaties mogen publi-reportages uitzenden die niet worden in aanmerking genomen bij de berekening van de percentages vermeld in § 2 van dit artikel, mits deze publi-reportages in overeenstemming zijn met alle bepalingen van dit hoofdstuk.*

*Onder publi-reportages wordt begrepen commerciële communicatie die meer tijd in beslag neemt dan reclamespots omdat het accent ligt op redactionele en informatieve inhoud.”*

15. Artikel 91, 2°, van het Mediadecreet gaat als volgt:

*“Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen: [...]*

*2° ze sporen niet rechtstreeks aan tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die goederen of diensten specifiek aan te prijzen; [...]”*

## A. Argumenten van AVS

16. In haar schriftelijke opmerkingen geeft AVS aan dat uit interne navraag blijkt dat er inderdaad een fout is gemaakt. Er werd geen aanduiding gemaakt via een pancarte van de publi-reportage in het begin van het programma, terwijl dit wel degelijk had moeten gebeuren.

AVS verduidelijkt dat zij normaal gezien publi-reportages in het programma aanduidt met pancartes en daarbij soms meerdere publi-reportages na elkaar in blokken plaatst met een aanduiding of bumper ervoor en erna. In voorliggend geval was de eerste pancarte vergeten voor de reportages over 'Clémot' en 'Pontzele', aldus AVS.

17. Ook wat betreft het billboard van 'Nobels' geeft AVS toe dat die inderdaad een slogan bevat die mogelijk als wervend gezien kan worden. Zij heeft dit dan ook onmiddellijk met de klant besproken en laten aanpassen.
18. Verder geeft AVS nog mee dat de zender in juli 2023 is overgenomen. Er werd vastgesteld dat de reclameregelgeving onvoldoende gekend is bij de medewerkers van AVS en hiervoor zal dan ook onmiddellijk actie worden ondernomen, met name door een opleidingsmoment in te plannen.
19. AVS geeft tot slot vertrouwelijk de gevraagde informatie over de context van de vaststellingen, met onder meer de kijkcijfers, doelgroep en tarieven.

## B. Beoordeling

### *'AVS Wonen' - reportages*

20. Omroeporganisaties zijn in beginsel vrij om commerciële communicatie uit te zenden, maar dienen hierbij rekening te houden met de beperkingen en verplichtingen die worden vermeld in het Mediadecreet (artikel 48 van het Mediadecreet).

Een basisregel bij het gebruik van commerciële communicatie is dat zij gemakkelijk als zodanig herkenbaar moet zijn (artikel 53 van het Mediadecreet). De manier waarop dit dient te gebeuren wordt voor bepaalde vormen van commerciële communicatie verder uitgewerkt en/of aangevuld met bijkomende verplichtingen en beperkingen.

Meer specifiek, indien de commerciële communicatie televisiereclame betreft, moet zij niet alleen duidelijk herkenbaar zijn en kunnen worden onderscheiden van redactionele inhoud, maar bovendien worden gescheiden van andere onderdelen van het programma (artikel 79, § 1, van het Mediadecreet). Deze regels gelden ook voor publi-reportages, een vorm

van commerciële communicatie die meer tijd in beslag neemt dan reclamespots omdat het accent ligt op redactionele en informatieve inhoud (artikel 81, § 5, van het Mediadecreet).

Commerciële communicatie in de vorm van productplaatsing kan wel worden opgenomen in het kader van een programma en dient dus niet afgescheiden te worden van de redactionele inhoud. Niettemin geldt ook hier de regel dat productplaatsing duidelijk herkenbaar moet zijn (meer bepaald door een PP-logo te tonen) (artikel 100, § 1, van het Mediadecreet).

21. Uit het voorgaande volgt dat voor de beoordeling of de regels met betrekking tot deze vormen van commerciële communicatie bij een bepaalde uitzending zijn nageleefd, zoals in het geval van 'AVS Wonen', moet worden nagegaan of er sprake is van één (of een geheel van opeenvolgende) publi-reportage(s), van een programma dat (in zijn geheel of in bepaalde programma-onderdelen/reportages) productplaatsing bevat dan wel van een combinatie van beiden, met name een programma met productplaatsing dat wordt onderbroken door publi-reportages.
22. Wat betreft de voorliggende uitzending van 'AVS Wonen' blijkt uit de beelden en de vaststellingen, die door AVS niet worden betwist, dat zij zowel publi-reportages als reportages met productplaatsing bevat. AVS heeft dan ook zowel het PP-logo als pancartes met de vermelding "*publi-reportage*" gebruikt bij de uitzending in kwestie van 'AVS Wonen'.

Met name de reportages met als onderwerp een bezoek aan respectievelijk 'Clémot' en 'Pontzele', betreffen ook publi-reportages, of reportages met een langere duurtijd dan reclamespots waarin zowel een redactioneel/informatief aspect als een promotioneel aspect aanwezig is.<sup>1</sup> Dit wordt door AVS ook onderschreven, waarbij zij tegelijkertijd evenwel toegeeft dat deze reportages niet gemakkelijk als zodanig duidelijk herkenbaar werden gemaakt, doordat zij in het begin geen pancarte met de vermelding "*publi-reportage*" heeft getoond.

Hieruit volgt dan ook dat AVS een inbreuk heeft begaan op artikel 53 en artikel 79, § 1, van het Mediadecreet.

#### *Sponsorvermelding 'Nobels'*

23. Sponsoring is een vorm van commerciële communicatie met als doel om een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven (artikel 2, 5° en 41°, van het Mediadecreet).

Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten evenwel voldoen aan bepaalde voorwaarden (artikel 91 van het Mediadecreet). Ook

---

<sup>1</sup> Zie onder meer VRM-beslissing nr. 2019/007 van 11 maart 2019.



sponsorvermeldingen, als verplicht onderdeel van gesponsorde programma's, dienen te voldoen aan deze definitie en voorwaarden (zie RvS 26 juni 2012, nr. 219.953, p. 16).

24. Eén van die voorwaarden waaraan een sponsorvermelding dient te voldoen, bepaalt dat zij niet rechtstreeks mag aansporen tot aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door die goederen of diensten specifiek aan te prijzen (artikel 91, 2°, van het Mediadecreet). Hierbij heeft de decreetgever meermaals toegelicht dat een sponsorvermelding zich op promotioneel vlak bijgevolg moet beperken tot het verhogen van naam-, merk- of productbekendheid. Anders dan bij reclame is terughoudendheid vereist bij deze vorm van commerciële communicatie.<sup>2</sup>

De VRM dient dus steeds *in concreto* te beoordelen, op basis van het geheel van voorliggende feiten, of een sponsorvermelding al dan niet een rechtstreeks koopbevorderende boodschap bevat.

De Raad van State heeft in dit verband overigens verduidelijkt dat niet moet worden uitgegaan *“van een al te restrictieve interpretatie van de notie ‘rechtstreeks aansporen’, in de zin dat de audiovisuele clip een expliciete aansporing tot aankopen moet bevatten, zoals [...] ‘Ga dat boek kopen’, het geven van kortingen of promoties of de aansporing om de sponsor te contacteren of te bezoeken [...]. Ook zonder dergelijke woordelijke aansporing kan het geheel van elementen waaruit de audiovisuele clip is opgebouwd nopen tot de conclusie dat, méér dan het geven van naambekendheid, de consument in feite zonder omwegen en recht op het doel af – rechtstreeks – wordt aangespoord om het product aan te kopen.”* (Zie RvS 8 november 2018, nr. 242.892, p. 22).

25. Uit de beelden en het onderzoeksrapport blijkt, hetgeen ook niet wordt betwist door AVS, dat de inhoud van de uitgezonden sponsorvermelding voor ‘Nobels’ niet bestaat uit een louter imago-ondersteunende boodschap of baseline van de sponsor. Zij bevat daarentegen een duidelijk rechtstreeks koopbevorderend element: de visuele vermelding *“Immo Nobels. Wij verkopen en verhuren ook uw eigendom”* in combinatie met de auditieve vermelding *“Immo Nobels. Wij verkopen ook uw woning”*.

Uit het voorgaande volgt dat AVS ook een inbreuk heeft begaan op artikel 91, 2°, van het Mediadecreet.

<sup>2</sup> Zie met name volgende parlementaire stukken:

- Ontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, *Parl. St. VI. Parl. 2006-2007*, nr. 1021/1, 7;
- Ontwerp van decreet houdende bepalingen tot begeleiding van de aanpassing van de begroting 2007, *Parl. St. VI. Parl. 2006-2007*, nr. 1218/4, 3;
- Ontwerp van decreet betreffende de radio-omroep en televisie *Parl. St. VI. Parl. 2008-2009*, nr. 2014/1, 39;
- 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, 26.

26. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM enerzijds rekening met het gegeven dat inbreuken op de regels met betrekking tot commerciële communicatie bij het uitzenden van reportages met een commercieel karakter niet voor het eerst bij AVS worden vastgesteld (zie VRM-beslissing nr. 2017/011 van 13 februari 2017, nr. 2018/034 van 9 juli 2018, nr. 2019/005 van 11 februari 2019, nr. 2020/004 van 27 januari 2020 en nr. 2022/023 van 13 juni 2022). Anderzijds wordt er ook rekening mee gehouden dat de vastgestelde inbreuken in voorliggend geval veeleer een beperkt karakter hebben.

Een administratieve geldboete van 3000 euro is in dit geval een gepaste sanctie.

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

In hoofde van vzw Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie inbreuken vast te stellen op artikel 53, artikel 79, § 1, en artikel 91, 2°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet vzw Audio Video Studio Oost-Vlaamse Televisie een administratieve geldboete van 3000 euro op te leggen.

Aldus beslist te Brussel op 26 februari 2024.

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.