

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. VZW TELE-VISIE-LIMBURG

(dossier nr. 2024/609D)

BESLISSING nr. 2024/015

26 februari 2024

In de zaak van VRM tegen vzw Tele-Visie-Limburg,

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 onderzoeksceel 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 TVL van vzw Tele-Visie-Limburg.

2. Op 3 januari 2024 legt de onderzoeksceel 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 Tele-Visie-Limburg (hierna: TVL), met maatschappelijke zetel Herkenrodesingel 16 te 3500 Hasselt, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 11 januari 2024 aan TVL meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

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

5. Op 25 januari 2024 bezorgt TVL schriftelijke opmerkingen aan de VRM. Zij gaat ermee akkoord dat deze zaak schriftelijk wordt behandeld.
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 onderzoeksceel geeft aan dat de uitzendingen van TVL een programmatie in lusvorm bevatten waarbij meermaals dezelfde programma's worden uitgezonden. Het sportprogramma 'Score' (met samenvattingen van diverse sportwedstrijden) wordt meermaals uitgezonden.

Rond het programma worden sponsorvermeldingen (met een duurtijd van vijf seconden) uitgezonden ten behoeve van 'Unibet'. De sponsorvermeldingen voor 'Unibet' worden (vijf maal) uitgezonden: om 18u3m25s, om 19u00m40s, om 19u17m45s, om 19u35m00s en om 19u52m10s.

8. De onderzoeksceel wijst erop dat op 8 maart 2023 het koninklijk besluit van 27 februari 2023 tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame voor de kansspelen (hierna: het KB kansspelreclame) in het Belgisch Staatsblad werd gepubliceerd en het, in toepassing van artikel 26, op 1 juli 2023 in werking is getreden.

Conform artikel 3, 3°, van het KB kansspelreclame, wordt voor de toepassing ervan onder 'reclame' het volgende verstaan: *"elke vorm van communicatie, anders dan die bedoeld in artikel 60, tweede lid, van de kansspelwet, die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft om kansspelen te promoten of aan te zetten tot gokken, ongeacht de plaats, de aangewende communicatiemiddelen of de gebruikte technieken. Voor de toepassing van dit besluit wordt het aanbrengen van de merknaam of het logo of de twee als reclame beschouwd;"*.

Volgens de onderzoeksceel betekent dit dat, voor de toepassing van dit KB kansspelreclame, sportsponsoring en het aanbrengen van de merknaam of het logo of de twee als reclame worden beschouwd.

De onderzoeksceel vervolgt dat dit ook betekent dat de uitzending van sponsorvermeldingen, (sponsoring) als bedoeld onder artikel 2, 41°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna:

het Mediadecreet) voor de toepassing van het KB kansspelreclame als reclame moet worden beschouwd.

9. De onderzoeksceel verduidelijkt dat het KB kansspelreclame beoogt de toegestane vormen van reclame voor kansspelen en weddenschappen te beperken en regels op te leggen voor de inhoud van deze reclame.

Zo bepaalt artikel 6 de nadere regels omtrent de inhoudelijke elementen van de reclame die worden toegestaan, de aangelegenheden waarbij reclame kan worden getoond, het tijdsbestek waarbinnen de reclame kan worden getoond en de frequentie ervan.

De onderzoeksceel stelt vast dat het in voorliggend geval sponsorvermeldingen betreffen voor een vergunninghouder voor online weddenschappen 'Unibet - 116799 Unibet Belgium Ltd (F11+)', die conform de toepassing van artikel 1 van het KB kansspelreclame reclame mag maken onder de voorwaarden van het KB kansspelreclame.

10. Omroeporganisaties kunnen gebruik maken van de mogelijkheid om sponsorboodschappen voor online kansspelen uit te zenden conform de toepassing van artikel 6, § 3, van het KB kansspelreclame, indien het gaat om de uitzending van internationale en Europese sportwedstrijden of Belgische sportwedstrijden.

De onderzoeksceel is echter van oordeel dat, aangezien TVL sponsorvermeldingen uitzendt ten behoeve van een vergunninghouder voor online kansspelen rond (sport)programma's, die niet kunnen worden beschouwd als dergelijke evenementen ('internationale of Europese sportwedstrijden' of 'Belgische sportwedstrijden'), zij een inbreuk begaat op de correcte toepassing van artikel 6, § 3, van het KB kansspelreclame.

11. Wat de inhoudelijke elementen betreft, geeft de onderzoeksceel aan dat in de sponsorvermeldingen voor 'Unibet' aan het begin telkens beelden worden getoond van natuurlijke personen. In beeld verschijnt ook een slogan/vraag: *"Wat is jouw strategie?"* en *"Winnen doe je niet toevallig"*. Auditief wordt volgende boodschap vermeld: *"Winnen doe je niet toevallig. Maak het spannender op unibet.be"*.

Volgens de onderzoeksceel is het uitzenden via TVL van sponsorvermeldingen ten behoeve van een vergunninghouder voor online kansspelen, waarbij natuurlijke personen worden afgebeeld, strijdig met de correcte toepassing van artikel 17, eerste lid, van het KB kansspelreclame.

De sponsorvermelding bevat ook andere elementen (namelijk auditieve en visuele slogans en aansporingen) dan enkel de merknaam en het logo, wat volgens de onderzoeksceel ook strijdig is met de correcte toepassing van artikel 6, § 2, van het KB kansspelreclame.

12. De onderzoeksceel is dan ook van oordeel dat er sprake is van meerdere inbreuken op de toepassing van het KB kansspelreclame door het meervoudig en systematisch uitzenden via TVL van sponsorvermeldingen ten behoeve van 'Unibet' rond programma's waarbij dit niet is toegelaten en waarbij natuurlijke personen worden afgebeeld en die andere inhoudelijke elementen (zoals slogans en aansporingen) bevatten dan wettelijk toegelaten.

Bijgevolg is er volgens de onderzoeksceel ook sprake van een inbreuk op artikel 52 van het Mediadecreet dat stelt dat *"de aanbieders van omroepdiensten [...] geen commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut [mogen] uitzenden die in strijd zijn met wettelijke bepalingen"*.

TOEPASSELIJKE REGELS

13. Artikel 2, 41°, van het Mediadecreet bepaalt :

"In dit decreet wordt verstaan onder:

41° sponsoring: elke bijdrage van een publieke of particuliere onderneming of natuurlijke persoon die zich niet bezighoudt met het aanbieden van omroepdiensten of videoplatformdiensten of met de vervaardiging van audiovisuele of auditieve werken, aan de financiering van omroepdiensten, videoplatformdiensten, door gebruikers gegenereerde inhoud of programma's, met het doel zijn of haar naam, handelsmerk, imago, activiteiten of producten meer bekendheid te geven;"

14. Artikel 52 van het Mediadecreet luidt als volgt:

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

15. Artikel 1 van het KB kansspelreclame zegt:

"Onder voorbehoud van het koninklijk besluit van 22 december 2010 tot vaststelling van de voorwaarden tot aanneming van weddenschappen buiten kansspelinrichtingen klasse IV, is dit besluit van toepassing op houders van een vergunning van klasse A, A+, B, B+, F1, F1+, F1P, F2, en E voor kansspelen."

Enkel de vergunninghouders bedoeld in het eerste lid mogen reclame maken onder de voorwaarden bepaald in dit besluit.”

16. Artikel 3, 3°, van het KB kansspelreclame stelt:

“Voor de toepassing van dit besluit, verstaan we onder:

“reclame”: elke vorm van communicatie, anders dan die bedoeld in artikel 60, tweede lid, van de kansspelwet, die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft om kansspelen te promoten of aan te zetten tot gokken, ongeacht de plaats, de aangewende communicatiemiddelen of de gebruikte technieken. Voor de toepassing van dit besluit wordt het aanbrengen van de merknaam of het logo of de twee als reclame beschouwd;”

17. Artikel 6 van het KB kansspelreclame gaat als volgt :

“§ 1. Sportsponsoring door de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders is toegestaan voor:

- 1° de niet- professionele sportverenigingen;*
- 2° de professionele sportverenigingen.*

§ 2. De sportsponsoring is enkel toegestaan door middel van het aanbrengen van de merknaam of het logo, of de twee, op:

- 1° de sportkledij van spelers, met uitzondering van minderjarige spelers, en sportteams;*
- 2° de plaats waar de sport wordt beoefend.*

De reclame bedoeld in het eerste lid, 1°, is van toepassing voor alle betrokken vergunninghouders en mag niet meer dan 50 cm² van de totale oppervlakte van de sportkledij van de spelers in beslag nemen en mag niet op de voorzijde van de sportkledij worden aangebracht.

§ 3. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen boodschappen van sportsponsoring uitzenden door middel van hun merknaam of hun logo, of de twee, voor de volgende evenementen:

- 1° internationale en Europese sportwedstrijden;*
- 2° Belgische sportwedstrijden.*

Elke uitzending van boodschappen van sportsponsoring moet aan de volgende voorwaarden voldoen:

- 1° de boodschappen van sportsponsoring duren niet langer dan 5 seconden;*
- 2° het maximum aantal boodschappen van sportsponsoring per uur is twee;*
- 3° de boodschap van sportsponsoring wordt uitgezonden tijdens de periode van vijftien minuten vóór het begin van en de periode van vijftien minuten*

na het einde van de rechtstreekse uitzending van een sportwedstrijd, d.w.z. gedurende de periode vanaf het feitelijke begin van de betrokken sportwedstrijd die rechtstreeks wordt uitgezonden tot het feitelijke einde van die sportcompetitie.”

18. Artikel 17 van het KB kansspelreclame stipuleert :

“De reclame mag geen natuurlijke personen of fictieve personages afbeelden. Reclame mag geen stemmen gebruiken van bekende natuurlijke personen of bekende fictieve personages.”

19. Artikel 24 van het KB kansspelreclame bepaalt :

“De reclamecontracten die, op de datum van publicatie van dit besluit in het Belgisch Staatsblad, werden afgesloten voor 9 mei 2022 tussen de in artikel 1 bedoelde vergunninghouder en reclamebureaus blijven in voorkomend geval gelden tot 31 december 2024 voor zover deze vergunninghouders voldoen aan de voorwaarden bepaald in artikelen 13 tot en met 16 en 18 tot en met 20 van dit besluit.

Voor de reeds bestaande logo's op het moment van publicatie van dit besluit, treedt artikel 17 in werking op 1 januari 2025.”

A. Argumenten van TVL

20. In haar schriftelijke opmerkingen betwist TVL dat zij inbreuken zou hebben begaan en voert zij aan dat er minstens redenen zijn voor een zeer milde beoordeling.

Blijkbaar werden, aldus TVL, in 2019 bindende afspraken gemaakt die toepassing kregen vanaf het voetbalseizoen 2020/2021 en toen bestond er geen wettelijke verbodsbepaling. Sindsdien heeft TVL contractuele afspraken met de 'Pro League' en de rechtenhouder omtrent het uitzenden van samenvattingen van wedstrijden uit de 'Pro League' waarbij Limburgse teams betrokken zijn. Deze samenvattingen worden uitgezonden in het programma 'Score' op zondagavond. Eén van de verplichtingen die worden opgelegd door de 'Pro League' en de rechtenhouder behelst – naast een financiële afspraak – ook het ter beschikking stellen van billboards van vijf seconden voor de partners van de 'Pro League' (waarbij dus ook 'Unibet'). TVL voegt het document in kwestie als bijlage toe bij haar schriftelijke opmerkingen.

Aan TVL zou ook zijn meegedeeld dat in dezelfde zin afspraken werden gemaakt door alle andere zenders en wellicht ook door VRT. De implicaties

van de in 2023 gewijzigde wetgeving zouden dan ook moeten leiden tot een veralgemeende aanpak en bespreking, onder meer met de 'Pro League' en de rechtenhouder. Overigens heeft TVL in het algemeen het voortouw genomen om het brengen van gokreclame van welke aard of omvang ook, het voorwerp te laten uitmaken van een decreetswijziging.

TVL bevestigt dat zij deze sponsorboodschap van 'Unibet' heeft uitgezonden, waarbij inderdaad geen aandacht werd geschonken aan de nieuwe bepalingen van het KB kansspelreclame. TVL werd over deze wijziging in de wetgeving en de impact op de afspraken met de 'Pro League' en de rechtenhouder niet ingelicht, alleszins al niet door de 'Pro League', zodat de contractuele afspraken op straffe van financiële sancties vanwege de 'Pro League' moeten worden nageleefd. Zij zal in elk geval de 'Pro League' hieromtrent contacteren om tot gewijzigde afspraken te komen.

21. TVL voert verder aan dat de uitzending van deze sponsorboodschappen haar geen rechtstreeks financieel voordeel heeft opgeleverd, aangezien hiervoor niet is betaald door de sponsor of de 'Pro League'/rechtenhouder aan TVL.
22. Zij voert ook aan, zo er al sprake kan zijn van een inbreuk, dat het hier een eerste inbreuk van TVL betreft op de bepalingen van artikel 52 van het Mediadecreet.
23. Gelet op het bovenstaande en het beperkte bereik van de uitzending, meent TVL dat er geen inbreuk is, of dat indien de VRM toch een inbreuk zou vaststellen, een waarschuwing zou volstaan als sanctionering.

Na de opstart van huidige procedure heeft TVL in ieder geval onmiddellijk maatregelen genomen om dergelijke inbreuk in de toekomst te kunnen vermijden.

B. Beoordeling

24. Eén van de basisregels uit het Mediadecreet bij het gebruik van commerciële communicatie bestaat erin dat de aanbieders van omroepdiensten, waaronder regionale televisieomroeporganisaties zoals TVL, geen commerciële communicatie mogen uitzenden die in strijd is met wettelijke bepalingen (artikel 52 van het Mediadecreet). Deze regel geldt dus ook voor sponsoring en sponsorvermeldingen, als vormen van commerciële communicatie.

TVL betwist niet dat zij tijdens de onderzochte periode boodschappen voor 'Unibet' heeft uitgezonden en dit sponsorvermeldingen betreffen in de zin

van artikel 2, 5° en 41°, en artikel 91 van het Mediadecreet. De boodschappen waren immers ook als dusdanig aangeduid met een 'sponsor'-logo.

25. Het KB kansspelreclame bevat 'wettelijke bepalingen', zoals bedoeld in artikel 52 van het Mediadecreet, en beperkt met name de toegestane vormen van reclame voor kansspelen.

Aangezien sportsponsoring voor de toepassing van het KB kansspelreclame als 'reclame' wordt beschouwd, is dus ook de uitzending van sponsorvermeldingen, als bedoeld onder artikel 2, 41°, van het Mediadecreet, 'reclame' in de zin van het KB kansspelreclame (ongeacht of het TVL een rechtstreeks financieel voordeel zou hebben opgeleverd) en onderworpen aan de daarin voorgeschreven beperkingen.

Het KB kansspelreclame bepaalt onder meer dat dergelijke boodschappen van sportsponsoring enkel rond internationale en Europese sportwedstrijden en Belgische sportwedstrijden mogen worden uitgezonden (artikel 6, § 3), er geen natuurlijke personen in mogen worden afgebeeld (artikel 17, eerste lid) en zij geen andere elementen mogen bevatten dan enkel de merknaam en het logo (artikel 6, § 2).

26. TVL voert in de eerste plaats aan dat het KB kansspelreclame in voorliggend geval niet van toepassing is, omdat de uitzending van de 'Unibet'-boodschappen in kwestie steunt op afspraken uit 2019.

Artikel 24 van het KB kansspelreclame voorziet in een overgangsbepaling voor reclamecontracten die, op de datum van publicatie van het KB kansspelreclame in het Belgisch Staatsblad, werden afgesloten vóór 9 mei 2022. Mits het naleven van een aantal voorwaarden, blijven dergelijke contracten gelden tot 31 december 2024.

De afspraken of richtlijnen met de 'Pro League' die door TVL worden voorgelegd dateren weliswaar van 2019, maar bepalen ook uitdrukkelijk dat zij enkel van toepassing zijn op het voetbalseizoen 2019-2020. Voorts gaat het om richtlijnen voor zogenaamde 'Niet-Rechtenhouders' die opnames willen maken, interviews willen afnemen of beelden wensen te gebruiken. Eén van de voorwaarden daarbij is om billboards rondom sport gerelateerde programma's ter beschikking te stellen aan de 'Pro League'.

Dit document, en de daarin opgenomen voorwaarde, vormt echter geenszins (een bewijs van) een vóór 9 mei 2022 afgesloten reclamecontract, zoals bedoeld in artikel 24 van het KB kansspelreclame, aangaande de uitzending van sponsorboodschappen voor 'Unibet'.

TVL kan zich dan ook niet beroepen op een uitzondering of overgangsbepaling op basis waarvan het KB kansspelreclame niet van toepassing zou zijn op de voorliggende sponsorvermeldingen voor 'Unibet'.

27. Het verweer van TVL dat het niet haar verantwoordelijkheid was om *“aandacht te schenken”* aan het KB kansspelreclame, kan niet worden aanvaard. Als televisieomroeporganisatie is zij immers verantwoordelijk voor haar uitzendingen en de naleving van het Mediadecreet, zoals het daarin opgenomen verbod om commerciële communicatie in strijd met wettelijke bepalingen uit te zenden.
28. Uit de beelden en de vaststellingen van de onderzoeksceel, die op zich niet worden betwist, blijkt dat TVL tijdens de onderzochte periode vijf maal een sponsorvermelding ten behoeve van een vergunninghouder voor online kansspelen heeft uitgezonden rond een (sport)programma, wat in strijd is met artikel 6, § 3, van het KB kansspelreclame.

Ook blijkt verder uit de beelden en het onderzoek dat in de betrokken sponsorvermelding natuurlijke personen worden afgebeeld, strijdig met de correcte toepassing van artikel 17, eerste lid, van het KB kansspelreclame en ze ook andere elementen (namelijk auditieve en visuele slogans en aansporingen) bevat dan enkel de merknaam en het logo, hetgeen eveneens in strijd is met de correcte toepassing van artikel 6, § 2, van het KB kansspelreclame.

Gelet op de strijdigheid met het KB kansspelreclame, vormen de uitzendingen via TVL van de betrokken sponsorvermelding op 12 november 2023 (tussen 17u en 20u) een inbreuk op artikel 52 van het Mediadecreet.

29. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM enerzijds rekening met het gegeven dat dergelijke inbreuken voor het eerst in hoofde van TVL worden vastgesteld, de uitzending een beperkt bereik had en TVL ook maatregelen zou hebben genomen om dergelijke inbreuken in de toekomst te vermijden. Anderzijds kan de VRM niet voorbijgaan aan de grote maatschappelijke impact die ‘reclame’ voor kansspelen heeft. Om die reden is ‘reclame’ voor kansspelen dan ook aan strikte regels en beperkingen onderworpen en vormen schendingen daarvan zeer ernstige inbreuken.

Een administratieve geldboete van 1500 euro is dan ook in voorliggend geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van vzw Tele-Visie-Limburg een inbreuk vast te stellen op artikel 52 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet vzw Tele-Visie-Limburg een administratieve geldboete van 1500 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.