

Advies Sectorraad Media

25 juni 2010

Voorontwerp van besluit betreffende het gebruik van een logo voor de aanduiding van productplaatsing

De Sectorraad Media van de SARC wordt om advies gevraagd per brief van 17 mei 2010. Hij bespreekt het voorliggende besluit op zijn vergadering van 3 juni 2010 en werkt onderstaande advies verder af via een schriftelijke procedure.

ADVIES

Het besluit voert het gebruik in van een logo voor de aanduiding van productplaatsing door de Vlaamse omroeporganisaties. Dit gebeurt in navolging van art. 100, §1, 4° van het decreet betreffende radio-omroep en televisie van 27 maart 2009 (Mediadecreet) dat zegt: *'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.'*

De Sectorraad Media wenst vooreerst te wijzen op de mogelijkheid in art. 99, 2° Mediadecreet: *'[...] 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.'* Daarbij wordt verwezen naar de regelgeving in een aantal andere Europese landen, die heel wat restrictiever blijkt dan in Vlaanderen. Ook is er het feit dat het debat aangaande deze mogelijkheid al werd gevoerd in de Commissie Cultuur, Jeugd, Sport en Media in voorbereiding van het decreet betreffende radio-omroep en televisie. Enkele leden van de Sectorraad Media zijn dan ook voorstander van zulk een volledig verbod op productplaatsing in kinderprogramma's.

Indien deze optie niet zou worden ingevuld, stelt de sectorraad dat het logo voor productplaatsing mogelijk niet begrijpbaar is voor jonge kinderen. Hij stelt voor dit te onderzoeken.

Daarnaast wenst de Sectorraad Media bij het voorliggend besluit enkele voorstellen voor verduidelijking te doen.

Artikel 2

Dit artikel handelt over de manier waarop het logo in beeld wordt gebracht.

Wat betreft art. 2, 2°, 2) wenst de sectorraad op te merken dat er verschillende standaarden bestaan voor HD. Op deze plaats zou dus beter gespecificeerd worden over welke standaard het gaat, bijvoorbeeld door het vermelden van een minimumresolutie.

Artikel 3

De zin *'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'* vraagt om verduidelijking. Het lijkt een beperking van wat normaal zou zijn toegestaan, namelijk het

vermelden van een sponsor. Bedoelt men hiermee dat sponsors in het geheel niet meer vermeld mogen worden als ze ook productplaatsers zijn, of enkel niet *tijdens* het tonen van het logo van productplaatsing?

Artikel 5

Het is niet duidelijk wat wordt bedoeld met de voorwaarden 'gemakkelijk' en 'rechtstreeks' of hoe deze moeten ingevuld worden. Bovendien zijn er omroepen die geen website of geen teletekst hebben. De sectorraad stelt voor om het artikel als volgt te herformuleren: *'De omroeporganisaties stellen een toelichting over de betekenis van het logo, vermeld in artikel 1, permanent ter beschikking van de kijkers via hun website of via teletekst, voor zover beschikbaar'*.

De vertegenwoordigers van de omroepen in de sectorraad wensen tot slot hun spijt te uiten dat de regelgever het nodig vond dit initiatief te nemen. Zij hadden immers de indruk dat aan de verplichting uit het Mediadecreet in voldoende mate en via zelfregulering werd voldaan.

Namens de Sectorraad Media,

David Stevens, voorzitter
Hilde Van den Bulck, ondervoorzitter
Hanne Schuermans, secretaris