

29.09.2009

BESLISSING JURY IN EERSTE AANLEG MBT DOSSIER 09.199 BAM

Zoals aangekondigd, heeft de Jury deze campagne onderzocht, rekening houdend met de argumenten van de betrokken partijen (klagers + adverteerder).

M.b.t de bevoegdheid van de JEP

De Jury heeft vastgesteld dat de communicatie in kwestie uitgaat van de Beheersmaatschappij Antwerpen Mobiel (NV van publiek recht) die gebruik maakt van de massamedia om te communiceren rond het Masterplan Mobiliteit Antwerpen. De inhoud van de communicatie is van aard om het imago van de steller ervan te begunstigen of te versterken en het gedrag van de consument of de publieke opinie te beïnvloeden. Derhalve is er sprake van reclame. De JEP is zowel voor commerciële als voor niet-commerciële reclameboodschappen bevoegd, dit overeenkomstig art. 1 van haar reglement. Het publiek maakt immers geen verschil tussen commerciële en niet-commerciële reclame, daar dezelfde kanalen worden gebruikt. Bovendien wordt het imago van reclame tevens beïnvloed door niet-commerciële reclame en zijn de gebruikte media en reclamebureaus vaak dezelfde als bij commerciële reclame.

De Jury bevestigt haar bevoegdheid terzake, mits volgende nuancering :

De JEP zal zich enkel uitspreken over de inhoud van de reclame (redactionele en visuele elementen), zonder het voorwerp (BAM tracé) zelf te beoordelen en zonder zich te mengen in het maatschappelijk debat terzake.

De JEP zal enkel de spots en advertenties onderzoeken. Zij is niet bevoegd om de inhoud van het mobiliteitsjournaal op ATV te beoordelen. Het mobiliteitsjournaal is een programma. Ongeacht door wie het gefinancierd wordt, de JEP is niet bevoegd voor de inhoud van een programma. De klachten die betrekking hebben op de inhoud van dit programma worden derhalve niet ontvankelijk verklaard.

M.b.t de inhoud van de campagne (spots+advertenties)

Vooreerst neemt de Jury er nota van dat het niet om producten of diensten gaat die te koop worden aangeboden en derhalve de wet op de handelspraktijken niet van toepassing is.

De Jury heeft derhalve de campagne (5 spots en 6 advertenties) onderzocht aan de hand van de bepalingen van de ICC code die tevens van toepassing is op andere, niet-commerciële vormen van reclame (zie titel :Purpose of the Code).

Vooreerst heeft de Jury vastgesteld dat zowel in de spots als in de advertenties de identiteit van de adverteerder duidelijk is. Er wordt telkens verwezen naar de website www.vooruitmetantwerpen.be, waar men duidelijk kan vaststellen dat deze website uitgaat van BAM. Deze spots en advertenties zijn derhalve in overeenstemming met art.10 van de ICC code.

Gelet op voorgaande is de Jury tevens van oordeel dat de gemiddelde consument deze communicatie in haar juiste context weet te beoordelen, zijnde communicatie uitgaande van

de verantwoordelijken voor en pleitbezorgers van het BAM tracé (brug) en dus tegenstanders van het alternatief traject (tunnel).

De Jury heeft vastgesteld dat de spotjes en advertenties inderdaad de voordelen van het BAM tracé aanhalen en er soms ook verwezen wordt naar de nadelen van de alternatieve route, doch dat deze informatie door BAM geput werd uit de ARUP-SUM studie en de BAM haar beweringen ook staft aan de hand van deze vergelijkende studie.

Spot 1 en advertentie 1 (Fijn stof tot nadenken) :

De Jury heeft vastgesteld dat mbt deze spot en advertentie 3 elementen werden opgeworpen door de klagers :

- 1) er zou verkeerdelijk gesteld worden dat het fijn stof uit Antwerpen verdwijnt na het bouwen van de Lange Wapper.
- 2) er zou verkeerdelijk voorgesteld worden dat de tunnelmonden van het alternatieve ARUP-SUM tracé in een « dichtbevolkt gebied » ligt. Volgens één van de klagers zouden er binnen de 500 m-perimeter van beide tunnelmonden nul mensen wonen.
- 3) De zwarte lijn die in de spot wordt getrokken is misleidend

De Jury heeft dienaangaande het volgende vastgesteld :

De spot en advertentie stellen niet dat het fijn stof uit Antwerpen verdwijnt, maar dat na de uitvoering van het project er een verbetering zal zijn tov de huidige situatie, dankzij de verhoogde mobiliteit (verkeer gaat rijden ipv stilstaan).

De spot en advertentie stellen evenmin dat de tunnelmonden (alternatief tracé) zich in « dichtbevolkt gebied » bevinden. De advertentie bevat helemaal geen beweringen terzake. De spot daarentegen stelt het volgende « waar heel wat mensen wonen ». Dienaangaande heeft de Jury de ARUP-SUM studie geraadpleegd waaruit blijkt dat er binnen een straal van 500m van de tunneltoegang in Ekeren 832 mensen wonen.

De Jury heeft vastgesteld dat de zwarte lijn in de spot op schetsmatige wijze wordt voorgesteld en dat de wijze waarop dit in beeld gebracht wordt niet van aard is om de gemiddelde consument te misleiden.

Rekening houdend met voorgaande vaststellingen en het feit dat de gemiddelde consument in staat is om deze communicatie in zijn context te beoordelen (als zijnde communicatie afkomstig van voorstanders van BAM tracé), is de Jury van oordeel dat **deze spot en advertentie niet van aard zijn om de gemiddelde consument te misleiden**

Spot 2 en advertentie 2 (Nu werken voor straks) :

De Jury heeft vastgesteld dat de klagers mbt deze spot en advertentie het volgende hebben opgeworpen :

-er zou ten onrechte gesteld worden dat als het BAM tracé niet doorgaat, « we binnen 10 jaar misschien allemaal op straat staan ». De klagers werpen op dat dit bangmakerij uitmaakt.

De Jury heeft vastgesteld dat in de spot en advertentie terzake het volgende gesteld wordt :

-Spot : « *Maar als we de werken nu op de lange baan gaan schuiven, staan we binnen 10 jaar misschien allemaal op straat.* »

-Advertentie : *Maar als we nog jaren moeten wachten op een uitweg uit het verkeersinfract, staat u tegen dan misschien zelf op straat »*

Rekening houdend met de huidige economische context is de Jury van oordeel dat deze bewering (misschien op straat staan) van aard is om ten onrechte in te spelen op angst, wat strijdig is met art. 4 van de ICC code.

De Jury verzoekt derhalve aan de adverteerder om **deze bewering te verwijderen uit de spot en advertentie in kwestie en bij gebreke daaraan deze niet meer te verspreiden.**

Spot 3 en advertentie 3 (Het Masterplan) :

De Jury heeft vastgesteld dat de klagers mbt deze spot en advertentie het volgende hebben opgeworpen :

- er zou ten onrechte gesteld worden dat de aanleg van de kaaien er niet komt als de brug er niet komt.

De Jury heeft vastgesteld dat de advertentie en de spot het volgende stellen :

-spot : *»En misschien vindt u een brug an sich geen goede oplossing, het is wel de belangrijkste schakel om Antwerpen te doen groeien en aangenaam te maken voor iedereen. Zonder een brug valt de ketting uit elkaar en blijven we nog jaren ter plaatse trappelen. »*

-Advertentie : *« :En misschien vindt u een brug an sich geen goede oplossing, het is wel de belangrijkste schakel om Antwerpen te doen groeien en aangenaam te maken voor iedereen. Zonder de Oosterweelverbinding valt de ketting uit elkaar en blijven we nog jaren ter plaatse trappelen. »*

De Jury is van oordeel dat deze beweringen door de gemiddelde consument niet in die zin zullen begrepen worden alsof de aanleg van de kaaien er niet zou komen zonder de brug. De bewering in kwestie is voldoende ruim gesteld.

Rekening houdend met het feit dat de gemiddelde consument in staat is om deze communicatie in zijn context te beoordelen (als zijnde communicatie afkomstig van voorstanders van BAM tracé), is de Jury van oordeel dat **deze spot en advertentie niet van aard zijn om de gemiddelde consument te misleiden.**

Spot 4 en advertentie 4 (Hoe kunnen we de mobiliteitsknoop ontwarren) :

De Jury heeft vastgesteld dat de klagers mbt deze spot en advertentie het volgende hebben opgeworpen :

-er zou ten onrechte gezegd worden dat de tunnel 50 m diep zit

-de tunnel zou misleidend getekend zijn, waardoor de tunnel twee keer zo lang lijkt als deze in werkelijkheid is.

-onterechte bewering mbt sluipverkeer.

De Jury heeft vastgesteld dat de advertentie en de spot het volgende stellen :

-spot : *« ... en vermijden we alle sluipverkeer... ». « Bij het tunneltracé heb je enkel de twee in- of uitgangen, die heel ver uit elkaar liggen. Zo creëer je nog steeds sluipverkeer. Bovendien ligt de tunnel 50m diep en moet het vrachtverkeer klimmen om eruit te geraken. Dat is niet alleen gevaarlijk, maar ook heel milieuvervuilend. »*

- advertentie: *“De files oplossen, het sluipverkeer vermijden,...”.*

M.b.t. de spot heeft de Jury vastgesteld dat de tunnel onder getekende vorm wordt voorgesteld en dat de wijze waarop dit in beeld gebracht wordt niet van aard is om de gemiddelde consument te misleiden m.b.t. de lengte van de tunnel.

De Jury heeft ingevolge het schrijven van de adverteerder genoteerd dat specifieke plannen in bijlage aan het ARUP-SUM rapport de diepte van de tunnel weergeven en dat deze diepte uitgedrukt is in meter tov het TAW pijl en bedraagt maximum -43,47 m. De uitgang van de tunnel zou zich op +8,63 meter bevinden. De diepte van de tunnel tov het maaiveld zou 52,1 m bedragen. De adverteerder heeft dit afgerond op 50 m.

Rekening houdend met het feit dat de gemiddelde consument in staat is om deze communicatie in zijn context te beoordelen (als zijnde communicatie afkomstig van voorstanders van BAM tracé), is de Jury van oordeel dat **deze spot en advertentie niet van aard zijn om de gemiddelde consument te misleiden mbt deze eerste twee punten.**

M.b.t. het sluipverkeer heeft de Jury opgemerkt dat in de spot het volgende wordt gesteld : « *vermijden we alle sluipverkeer in de stad* ». In de advertentie daarentegen wordt op minder absolute wijze het volgende gesteld « sluipverkeer vermijden ». De Jury is van oordeel dat de bewering in de spot te absoluut gesteld is en derhalve misleidend van aard is, hetgeen strijdig is met art. 3 en 5 van de ICC code.

De Jury verzoekt derhalve aan de adverteerder om **deze bewering (« alle » sluipverkeer) te verwijderen uit de spot in kwestie (eventueel door deze bewering te milderen) en bij gebreke daaraan deze niet meer te verspreiden.**

Spot 5 en advertentie 5 (Voorrang aan veiligheid) :

Naast de elementen aangehaald mbt de andere spots werden geen specifieke bezwaren geuit in de klachten mbt de inhoud in deze communicatie.

Rekening houdend met het feit dat de gemiddelde consument in staat is om deze communicatie in zijn context te beoordelen (als zijnde communicatie afkomstig van voorstanders van BAM tracé), is de Jury van oordeel dat **deze spot en advertentie niet van aard zijn om de gemiddelde consument te misleiden**

Advertentie 6 (Vooruit met Antwerpen) :

Er werden geen specifieke klachten geuit mbt deze advertentie.

Overeenkomstig de Jury-procedure werd aan de adverteerder verzocht om om ons **schriftelijk en binnen de 5 werkdagen vanaf de datum van verzending van de beslissing, te bevestigen dat hij deze beslissing zal naleven** (wijziging van aangeduide beweringen in de advertentie en spot mbt werkgelegenheid+ wijziging van de aangeduide beweringen inzake ‘alle sluipverkeer’ in de spot verkeer).

Na het verstrijken van de termijn voor hoger beroep, zullen wij u de samenvatting van dit dossier bezorgen. Voor de voorwaarden voor het instellen van hoger beroep verwijzen wij naar art. 6 van het JEP reglement (zie www.jep.be , rubriek “reglement”).

De tussenkomst van de Jury betreft alleen de inhoud van deze campagne slaat niet op het voorwerp (bam tracé op zich). Deze mag in geen geval worden beschouwd als een garantie, want ingeval van geschil zijn uitsluitend de rechtbanken bevoegd.
