



Commissie Zorgvuldig Bestuur

CZB/V/KSO/2015/366

BETREFT: wedstrijd in het kader van campagne ter promotie Jonagold-appel.

1. PROCEDURE

1.1. Ontvangst: 1 september 2015

1.2. Verzoeker
[X], VLAM vzw.

1.3. CZB

Op 1 september 2015 ontvangt het secretariaat van de Commissie een e-mailbericht met de vraag. Op 24 september bezorgt de verzoekster een toelichting bij deze vraag. Met e-mails van 24 september en 29 oktober wordt aan de verzoekster gemeld dat de vraag voor advies aan de Commissie wordt voorgelegd. Zij wordt tevens voor de zitting uitgenodigd. Op 29 oktober laat de verzoekster weten op de zitting van de Commissie aanwezig te zullen zijn.

2. INHOUD van de VRAAG

VLAM, het Vlaams Centrum voor Agro- en visserijmarketing, is een vzw binnen het beleidsdomein Landbouw en Visserij die de afzet, de consumptie en het imago van producten van de Vlaamse landbouw, visserij en agroalimentaire sector bevordert in binnen- en buitenland.

De vraag die aan de Commissie wordt voorgelegd komt vanuit de VLAM sector 'fruit en groenten', in samenwerking met de stuurgroep van het Vlaamse luik van EU-Schoolfruitproject (ook bekend als Tutti Frutti). Sinds een aantal jaren ondersteunen de Belgische fruit- en groenteproducenten via VLAM het Europees Schoolfruitproject. Op deze manier wil de sector zijn steentje bijdragen bij het stimuleren van de consumptie van fruit en groenten bij kinderen.

Dit najaar lanceert VLAM een campagne als promotie voor de Jonagold appel, het belangrijkste appelras in België dat goed is voor 60 à 65% van de appelteelt. Door de Russische boycot staat de Belgische fruitsector namelijk voor een grote uitdaging: een overaanbod aan appels op de Europese markt. Daarnaast ziet men de appel in het algemeen ook jaarlijks aan populariteit verliezen bij de Belgische consument.

De campagne is in eerste instantie gericht naar gezinnen met kinderen waarbij de

verantwoordelijke van aankoop 25 tot 44 jaar is. VLAM zoekt echter ook een link met het Schoolfruitproject.

Binnen het Schoolfruitproject wordt jaarlijks een wedstrijd georganiseerd, gericht naar de deelnemende klassen/scholen aan het project.

De invulling van de wedstrijd voor dit schooljaar staat nog niet vast. De stuurgroep denkt er aan om het thema van de wedstrijd in het teken van de (jonagold) appel uit te werken door een link te leggen met de campagne van VLAM.

Concreet zien men de wedstrijd als volgt:

De schoolfruitactie heeft onder andere tot doel om het organiseren van een wekelijks fruitmoment te stimuleren. De wedstrijd zal hierop inhaken door de leerlingen op te roepen om zelf een affiche te maken om dit fruitmoment en de consumptie van fruit op school te promoten bij hun klas-/schoolgenoten. De wedstrijd wordt georganiseerd op klasniveau en is gericht naar het basisonderwijs.

Voor kinderen in het kleuteronderwijs tot en met de 1^e graad lager onderwijs zal VLAM een zwart/wit-tekening uitwerken die de leerkrachten op www.fruit-op-school.be en www.fruitvanbijons.be kunnen downloaden. De kinderen kunnen deze inkleuren.

De kinderen uit de hogere graden krijgen volledige artistieke vrijheid.

Per klas wordt gevraagd om in groep de beste affiche te selecteren en hiervan per e-mail een foto aan het campagneteam te bezorgen. De stuurgroep van de campagne selecteert 50 winnende klassen en per provincie een hoofdwinnaar (voorlopige aantallen).

De prijzen (nog te bepalen door de stuurgroep)

- Bezoek aan een appelproducent.
- Een Jojonagold outfit voor de hele klas (T-shirt/petjes).
- Appels voor de hele klas met appeldoosjes.
- Kookworkshop namiddag voor de klas.

Er zal naar de deelnemende scholen een pakket opgestuurd worden met daarin:

- Een generieke affiche ter promotie van de Jonagold appel.
- Een brief met daarin de uitdaging voor dit schooljaar en een verwijzing naar algemene lessenbladen rond het thema fruitteelt en appels.

Verzoekster geeft aan dat de verwijzing naar Jonagold op de generieke affiche indien gewenst kan weggehaald worden.

Men is er echter niet zeker van of de promotie onder de naam van het ras 'Jonagold' aan de richtlijnen m.b.t. zorgvuldig bestuur voldoet. 'Jonagold' is geen merk, maar een appelras.

Men vraagt het advies van de Commissie hieromtrent.

3. ZITTING VAN DE COMMISSIE

3.1. Datum en uur: 9 november 2015 (om 13 uur).

3.2. Kamer

Kamer bevoegd voor het basisonderwijs.

3.3. Commissieleden

De Commissie is in overeenstemming met artikel V. 22 van het decreet van 13 juli 2001 betreffende het onderwijs-XIII-Mozaïek en artikel 1 tot en met artikel 3 van het ministerieel besluit van 28.11.2007 betreffende de samenstelling van de Commissie Zorgvuldig Bestuur, zoals gewijzigd, als volgt geldig samengesteld:

De heer Bengt Verbeeck, voorzitter;
Paul De Winne, Etienne Becuwe en Lieven Cloots, leden.

3.4. Aanwezige betrokkenen, getuigen, deskundigen, raadsliden

- Mevr. [X], VLAM vzw.

3.5. Stemming

De Commissie heeft na beraadslaging eenparig de volgende conclusies opgesteld inzake bevoegdheid en advies.

4. ADVIES VAN DE COMMISSIE

4.1. Regelgeving

** Decreet basisonderwijs van 25 februari 1997*

Art. 51

§ 4. Een schoolbestuur dat mededelingen toelaat die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen, waakt erover dat:

1° door het schoolbestuur verstrekte leermiddelen of verplichte activiteiten vrij blijven van bedoelde mededelingen;

2° facultatieve activiteiten vrij blijven van bedoelde mededelingen, behoudens indien deze mededelingen louter attenderen op het feit dat de activiteit of een gedeelte van de activiteit ingericht werd door middel van een gift, een schenking of een prestatie om niet of verricht onder reële prijs door een bij name genoemde natuurlijke persoon, rechtspersoon of feitelijke vereniging;

3° bedoelde mededelingen kennelijk niet onverenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstellingen van de school;

4° bedoelde mededelingen de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van de school niet in het gedrang brengen.

** Omzendbrief BaO 2002/3 van 21 februari 2002 betreffende zorgvuldig bestuur in het basisonderwijs.*

4.2. Bevoegdheid

De Commissie is van oordeel dat zij rekening houdende met de aangehaalde feiten en de geldende regelgeving bevoegd is.

4.3. Advies

4.3.1. Mededelingen die de verkoop van producten of diensten bevorderen.

De schoolbesturen kunnen, binnen de grenzen die de decreetgever daarvoor aangeeft, een eigen beleid voeren op het gebied van reclame en sponsoring. De principes die de school daarbij hanteert, worden overlegd binnen de schoolraad en moeten in het schoolreglement worden verwoord. Verder kan een bedrijf/organisatie zich in een school enkel manifesteren mits uitdrukkelijke toestemming van het schoolbestuur en/of directie.

Het decreet basisonderwijs regelt het statuut van mededelingen die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen. Dergelijke mededelingen zijn niet absoluut verboden. Het schoolbestuur moet er over waken

dat de door het bestuur verstrekte leermiddelen en de verplichte activiteiten vrij blijven van bedoelde mededelingen. Onder leermiddelen en verplichte activiteiten moet worden verstaan alles wat noodzakelijk is om de eindtermen te realiseren, de ontwikkelingsdoelen na te streven of de in het eigen leerplan opgenomen doelstellingen te realiseren. Het betreft alles wat daartoe aangewend wordt in de klas bij het opvoeden en leren: leermiddelen (leerboeken, agenda, geografische kaarten, foto's, folders, brochures e.a.), didactisch materiaal (video, audio, film e.a.). Elke reclameboodschap (tekst, foto) bij leermiddelen of verplichte onderwijsactiviteiten die bepaalde bedrijven, producten of merken onder de aandacht brengen of suggereren is in strijd met het decretaal verbod betreffende reclame. De onderwijsregelgeving voorziet wel een uitzondering op het verbod op reclameboodschappen bij facultatieve activiteiten in het basisonderwijs. Er mag sponsorvermelding zijn. De sponsorvermelding moet wel verenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstellingen van de school en ze mag de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid van de school niet in het gedrang brengen.

4.3.2. Toepassing

De vraag heeft betrekking op de wedstrijd die jaarlijks georganiseerd wordt binnen het schoolfruitproject Tutti Frutti. Dit project heeft als doelstelling de consumptie van groenten en fruit bij leerlingen te stimuleren. Daarbij vormt een wekelijks fruitmoment het aanknopingspunt voor een bredere (educatieve) werking in de klas en op school rond fruit, groenten en gezonde voeding in het algemeen. Naar het eerdere oordeel van de Commissie omtrent dit project moet “het gebruikte materiaal en het hele concept van de actie beschouwd worden als een zeer positieve bijdrage om bij de leerlingen aandacht voor gezonde voeding te bevorderen” en betreft het een thematiek die op school thuishoort, waarbij erop gewezen werd dat Gezondheidseducatie als onderdeel van het leergebied Wereldoriëntatie tot de eindtermen van het lager onderwijs behoort (CZB/V/GV/2010/275).

Binnen het voorgelegde wedstrijdconcept richt men zich echter exclusief op één specifiek appelras, door een link te leggen met de VLAM-campagne ter promotie van de Jonagold appel. Deze campagne blijkt een antwoord te moeten bieden op de moeilijke commerciële positie waarin de binnenlandse appelsoorten zich bevinden. De vraag naar een koppeling van de campagne aan de wedstrijd in het kader van de schoolfruitactie is, naar verzoekster ter zitting toelicht, mede ingegeven vanuit de bezorgdheid van de producenten dat scholen en consumenten in het algemeen te weinig kiezen voor binnenlands fruit.

In dergelijke context meent de Commissie dat binnen het voorgelegde wedstrijdconcept de initiële doelstelling van het schoolfruitproject – het stimuleren van de consumptie van groenten en fruit in het algemeen – onaanvaardbaar wordt verengd tot de inschakeling van de deelnemende scholen in een oproep tot het kopen van één bepaald product. Door zo gericht te zijn op de Jonagold appel en in te haken op de VLAM-campagne kan de wedstrijd immers niet anders begrepen worden dan als een actie die de naambekendheid moet verhogen van en leerlingen moet toeleiden naar één specifieke appelsoort.

Hieruit volgt voor de Commissie dat verwijzingen naar de Jonagold appel in het kader van de wedstrijd binnen het schoolfruitproject niet anders kunnen begrepen worden dan als “mededelingen die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel hebben de verkoop van producten of diensten te bevorderen”. Overeenkomstig artikel 51, §4 van het decreet basisonderwijs moeten leermiddelen en verplichte activiteiten volledig vrij zijn van dergelijke mededelingen. Bij niet-verplichte activiteiten is enkel een discrete sponsorvermelding toegestaan. Gelet op de formulering van dit artikel dienen deze decretale bepalingen inzake reclame en sponsoring strikt te worden geïnterpreteerd.

Uit de toelichting bij de vraag blijkt dat de deelnemende scholen in het kader van de wedstrijd een affiche ter promotie van de Jonagold appel ontvangen, dat voor het lager onderwijs is voorzien in algemene lessenbladen rond het thema fruitteelt en appels en dat de leerlingen van de deelnemende klassen na de wedstrijd een gadget ontvangen.

Deze materialen zijn ongeschikt als leermiddelen of als materiaal in het kader van een verplichte activiteit ingeval ze een specifieke verwijzing naar de Jonagold appel bevatten. In diezelfde omstandigheden kunnen de materialen evenmin gebruikt worden in het kader van facultatieve activiteiten, gezien de wedstrijd in zijn huidige vorm volgens de Commissie moet beschouwd worden als een actie die tot doel heeft de verkoop van een specifiek product te stimuleren en er bijgevolg geen sprake is van discrete sponsorvermelding.

4.3.3. De Commissie komt tot volgend advies:

De deelname van scholen aan een wedstrijd in het teken van één specifiek appelras moet beoordeeld worden als een onaanvaardbare medewerking aan de publicitaire actie die erin besloten ligt.

Materialen die in die context een specifieke vermelding bevatten van het betrokken product, voldoen niet aan de decretale bepalingen inzake reclame en sponsoring in het onderwijs en zijn onbruikbaar als leermiddel of in het kader van verplichte en facultatieve activiteiten.

Brussel, 9 november 2015

Marleen Broucke
Secretaris

Bengt Verbeeck
Voorzitter