



Vlaams
Parlement

ingediend op **896** (2016-2017) – Nr. 2
4 november (2016-2017)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Katia Segers en Joris Poschet

over de Europese richtlijn Televisie zonder Grenzen

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Bart Caron.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Ann Soete, Wilfried Vandaele, Miranda Van Eetvelde, Herman Wynants;

Caroline Bastiaens, Karin Brouwers, Sabine de Bethune, Joris Poschet;

Lionel Bajart, Jean-Jacques De Gucht;

Yamila Idrissi, Katia Segers;

Bart Caron.

Plaatsvervangers:

Kathleen Krekels, Bart Nevens, Ludo Van Campenhout, Karl Vanlouwe, Manuela Van Werde, Peter Wouters;

Cindy Franssen, Tinne Rombouts, Koen Van den Heuvel, Johan Verstreken;

Rik Daems, Francesco Vanderjeugd;

Bert Moyaers, Tine Soens;

Imade Annouri.

INHOUD

I.	Toelichting	4
1.	KU Leuven	4
2.	Europese Commissie	6
3.	Gezinsbond	8
4.	EBU.....	9
II.	Bespreking.....	11
1.	Verduidelijkingen namens de Europese Commissie	11
2.	Vragenronde	12
3.	Antwoordenronde.....	13
4.	Aanvullende vragen en replieken	16
	Gebruikte afkortingen	19

Op donderdag 29 september 2016 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media de tweede van twee hoorzittingen over de herziening van de EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, voorheen bekend als de richtlijn Televisie zonder Grenzen.

I. Toelichting

1. KU Leuven

Peggy Valcke, professor Mediarecht aan de KU Leuven, herinnert eraan dat de commissie al eerder heeft gedebatteerd over een specifiek aspect uit de herziening van de richtlijn: de bevoegdheid van een land van ontvangst om in te grijpen in programma's die er te ontvangen zijn (*Parl.St.* VI.Parl. 2015-16, nr. 651/1). Dat was een belangrijke bezorgdheid van het Letse voorzitterschap.

Intussen heeft Katrien Thienpont de voornaamste wijzigingen al toegelicht (*Parl.St.* VI.Parl. 2016-17, nr. 896/1). Peggy Valcke zal in de commissie duiding geven over wat zijzelf als reële vooruitgang of veeleer als een verbeterpunt beschouwt. Ze zal daarbij ook aandacht hebben voor het heel recent besproken ontwerprapport van het Comité Cultuur van het Europees Parlement.

In 2007 vond al een uitbreiding van het Europese regelgevende kader plaats van louter lineair tv-kijken naar de inclusie van ondemanddiensten. Dat toepassingsgebied krijgt nu een verdere uitbreiding naar videoplatformen. Dat vindt Peggy Valcke een goede zaak daar het tv-kijken nu eenmaal verandert. Jongeren, maar niet alleen zij, kijken niet alleen lineair en volgens vaste programmaschema's. Programma's bekijken gebeurt lang niet meer uitsluitend op televisietoestellen maar ook op pc's, tablets en smartphones. De invloed van de providers op die platformen groeit dus gestaag. Vandaar de gunstige beoordeling van het voornemen om hen mee op te nemen in de richtlijn.

Dit impliceert dat die providers een beperkt aantal verplichtingen zullen opgelegd krijgen met betrekking tot de bestrijding van haatspraak en de bescherming van minderjarigen. Het ontwerprapport van het CULT wil die bescherming nog uitbreiden en een hele resem verplichtingen opleggen. Peggy Valcke heeft echter haar twijfels bij de afdwingbaarheid daarvan, maar ook bij de overeenstemming met de regels betreffende elektronische handel, die de Europese wetgever in 2000 heeft aangenomen. Daarin staat duidelijk dat tussenpersonen die geen inhoudelijke verantwoordelijkheid dragen, niet voor de inhoud van een dienst aansprakelijk kunnen worden gesteld. Dat zou alleen kunnen indien ze daarop zijn aangesproken en niet kordaat genoeg of correct zouden hebben gereageerd.

De intentie om nu allerlei reclamebepalingen af te dwingen bij door gebruikers op videoplatformen geplaatste content, strookt niet erg met die regelgeving uit 2000. Moet een regulator als de VRM dan bij wijze van spreken huisvaders opsporen die een frisdrank of het merk van het communiejurkje van de dochter te prominent in beeld hebben gebracht? Zoiets is moeilijk haalbaar.

Een aanpassingsvoorstel in de definitie van audiovisuele mediadienst geeft gevolg aan een uitspraak van het Europese Hof van Justitie in de zogenaamde 'New Media Online'-zaak. Dit voorstel beoordeelt de spreker als positief.

Wat het territoriale toepassingsgebied betreft, stelt de EC een vereenvoudiging voor van de huidige criteria om te bepalen welke lidstaat bevoegd is om controle uit te oefenen op programma's. Momenteel is een waar cascadesysteem in voege op basis van de locatie van het hoofdkantoor en van de programmabeslissingen. Gaat het om twee verschillende lidstaten, dan geeft de locatie van de meerder-

heid van het personeel de doorslag. Er zijn zelfs nog verdere scenario's, maar het voorliggende voorstel voert hierin terecht een vereenvoudiging in. Het ontwerprapport van het Comité Cultuur wil die vereenvoudiging echter schrappen op grond van beweegredenen die Peggy Valcke niet goed begrijpt.

Er komen nieuwe procedures en mogelijkheden voor de lidstaten om in te grijpen bij inbreuken tegen de Europese richtlijn en tegen de strengere regels waarin ze zelf hebben kunnen voorzien.

ERGA zou een bemiddelende en adviserende rol krijgen bij conflicten tussen lidstaten over de bevoegdheid over een aanbieder. Daarmee komt de EC tegemoet aan de bekommernis van de Baltische staten, die worden geconfronteerd met Russischtalige kanalen die opereren vanuit Londen. Door die operationele locatie kunnen de Baltische staten tot dusver geen actie ondernemen, maar vallen die zenders onder de bevoegdheid van de Britse regulator.

Het Comité Cultuur van het Europees Parlement heeft voorgesteld om in de procedure enkele zaken te wijzigen. Het wil af van de regel dat zich binnen het jaar minstens twee inbreuken moeten hebben voorgedaan voordat een maatregel mogelijk wordt tegen een aanbieder in een andere lidstaat. Van dit amendement verklaart Peggy Valcke zich voor- noch tegenstander. Ze vindt het op zich alvast een goede zaak dat het land-van-oorsprongbeginsel behouden blijft maar dat ook ontvangende landen bij misbruik een procedure kunnen opstarten.

Het voorstel van de EC houdt een versoepeling in van de regels betreffende commerciële communicatie. Zo stelt het een schrapping voor van de vereiste dat product placement geen overmatige aandacht mag inhouden. Peggy Valcke bevestigt vanuit haar ervaring in de algemene kamer van de VRM dat het inderdaad niet eenvoudig is om die vereiste toe te passen, en dat deze bij de omroepen al eens tot onbegrip en ergernis kan leiden. Ze begrijpen moeilijk waarom pakweg Seppe Smits zijn muts niet mag aanhouden. Met een afschaffing van die vereiste zou Peggy Valcke dan ook geen problemen hebben, en ze verwacht dat evenmin van de kijker. Maar de omroepen zelf zouden het wel eens moeilijk kunnen krijgen omdat adverteerders dan hun druk nog zouden verhogen om een bepaald merk bijna onnatuurlijk prominent in beeld te brengen. Tot hiertoe kunnen de juristen van een bedrijf dan nog wijzen op het gevaar op boetes.

Maar gezien de mogelijkheden die internet op dat vlak te bieden heeft, staat Peggy Valcke open voor een versoepeling van de regels voor commerciële communicatie op audiovisuele mediadiensten.

De EC stelt eveneens voor om het verbod op geïsoleerde reclamespots te schrappen. Ook dat verbod heeft de VRM in het verleden tot beslissingen genoopt waarvan hijzelf de opportuniteit betwijfelde. Het ging om opgeleukte reclameblokken met tussen de spots redactionele inhoud zoals quizvragen. De VRM moest die omroepen dan sancties opleggen, terwijl de kijker er waarschijnlijk geen last van ondervindt. Maar misschien houden consumentenorganisaties er op dat vlak andere opvattingen op na. Peggy Valcke benadrukt dat ze hier louter in eigen naam spreekt, dus niet namens de VRM. Maar ze baseert zich wel op haar indrukken als lid van de algemene kamer van de VRM.

Al bij de vorige herziening was er discussie over de verankering van de onafhankelijkheid van de regulator in de richtlijn. Artikel 30 van de huidige richtlijn legt de lidstaten wel onderlinge samenwerking op, die dan in het bijzonder via hun onafhankelijke regulatoren moet gebeuren. Maar zoiets is nog geen duidelijk afdwingbare verplichting om een onafhankelijke regulator te hebben en definieert al helemaal niet wat die onafhankelijkheid precies vereist.

Dat staat in schril contrast met de bepalingen voor de telecomsector. De richtlijnen met betrekking tot elektronische communicatie bevatten op dat vlak heel duidelijke criteria. Hetzelfde geldt bijvoorbeeld voor de energiesector, voor de commerciële sector en voor de gegevensbescherming. Volgens Peggy Valcke is die onafhankelijkheid net in de media bijzonder wenselijk gezien het belang van gegarandeerde mediapluraliteit en onafhankelijk toezicht zonder beïnvloeding uit politiek of industrie.

Het ontwerprapport van het Comité Cultuur van het Europees Parlement stelt nu amendementen voor om die onafhankelijkheidsvereiste weer grotendeels uit de nieuwe richtlijn te halen en om de rol van ERGA sterk te reduceren. Daarvoor kan Peggy Valcke weinig begrip opbrengen. Ze wijt het vooral aan bepaalde Duitse gevoeligheden maar hoopt dat de amendementen het niet zullen halen en dat het oorspronkelijke EC-voorstel ter zake intact blijft.

De spreker had ten slotte gehoopt dat de het voorstel tot nieuwe richtlijn meer elementen zou bevatten van een economische benadering van mediapluralisme. Dergelijke regelingen zouden een te grote verstrengeling moeten voorkomen van media-eigendom met bepaalde industriële en politieke spelers. Peggy Valcke heeft er begrip voor dat dit gevoelig ligt bij de EC, maar betreurt toch dat deze hierin niet verder wil gaan. De richtlijn bevat wel culturele quota, gericht op culturele diversiteit, en zal deze uitbreiden naar onlinemediadiensten. Maar voor media-eigendom had Peggy Valcke graag iets soortgelijks zien gebeuren.

2. Europese Commissie

Marcel Boulogne, sectorhoofd Audiovisuele Mediadiensten van de Europese Commissie, zal zijn betoog opbouwen als aanvulling van de toelichting door Katrien Thienpont (*Parl.St.* VI.Parl. 2016-17, nr. 896/1).

De EC wil de reikwijdte van de richtlijn uitbreiden met platformen voor videosharing. Het gaat onder meer om websites als YouTube. Die worden gretig bekeken door minderjarigen, en vaak buiten het zicht van de ouders. Hoewel dergelijke platformen geen verantwoordelijkheid dragen voor de content die de gebruikers er uploaden, moeten minderjarigen een zekere bescherming hebben. Ook aanzetten tot haat moeten afdoende worden beteugeld.

De E-commercerichtlijn verbiedt nu al illegale content. Daarbij is de aanbieder van het platform pas verantwoordelijk als hij op de hoogte is gesteld dat bepaalde content illegaal is. In dat geval is hij verplicht om die te verwijderen.

Gezien die bestaande richtlijn gaat het voorliggende voorstel niet al te ver. Het laat de beperkte aansprakelijkheid van de platformen intact. Maar het wil binnen de beschikbare mogelijkheden wel een zekere bescherming bieden. Dat komt erop neer dat het mogelijk moet worden om bepaalde content aan te geven als ongeschikt voor kinderen tot een bepaalde leeftijd. Gebruikers moeten via classificatie ook zelf kunnen aangeven of bepaalde video's seksuele of gewelddadige inhoud bevatten. Het algemene idee is dus dat de richtlijn een extra bescherm laag aanbrengt, die echter niet zo ver strekt als de regels voor de bescherming van minderjarigen die van toepassing zijn op omroepen of diensten op aanvraag. Daar geldt wel degelijk redactionele verantwoordelijkheid voor de content.

Voor het land-van-oorsprongbeginsel heeft de EC twee extra uitzonderingen aan de richtlijn toegevoegd. De eerste betreft de openbare gezondheid, de tweede de openbare orde. Naar aanleiding van de notificatie van Letland betreffende Russisch-talige uitzendingen naar zijn grondgebied, heeft de EC geoordeeld dat deze wel degelijk aanzetten tot haat bevatten. Andere problematische

uitzendingen, die weliswaar geen aanzetten tot haat bevatten, kunnen wel gevaren opleveren voor de veiligheid. Dat kan het geval zijn voor de kleine Baltische landen met een aanzienlijke aanwezigheid van mensen die afkomstig zijn uit het grote buurland Rusland. Vandaar de toevoeging van deze uitzonderingsgronden – die al van toepassing waren op video on demand – aan de land-van-oorsprongbepalingen voor omroepen.

De EC heeft in haar voorstel ERGA een formeel juridisch kader toegekend. In feite is de groep van toezichthouders al twee jaar actief. Niet alle lidstaten zijn daar even blij mee. Sommigen willen de huidige opdracht van ERGA veeleer bij het Contactcomité onderbrengen. De EC wil echter naast het overleg met de lidstaten in dat comité ook beschikken over de expertise van toezichthouders die de richtlijn elke dag toepassen. Vandaar de keuze om hen formeel in de richtlijn onder te brengen.

Het Europees Parlement wil één inbreuk laten volstaan om een lidstaat toe te laten een procedure op te starten tegen een uitzending van buiten die staat. Op dit ogenblik zijn daarvoor nog drie inbreuken binnen een periode van een jaar nodig. Die drempel moet de vrije ontvangst van audiovisuele mediadiensten helpen garanderen. Op ZDF heeft komiek Jan Böhmermann bijvoorbeeld de Turkse president Recep Erdogan beledigd. Stel dat een land zoiets aanziet als een aanzet tot haat of een gevaar voor de openbare orde, dan zou het op basis daarvan de uitzendingen van die omroep op zijn grondgebied kunnen blokkeren. Dan zouden op zich staande incidenten daartoe al volstaan. Vandaar dat de EC de drempel van een aantal inbreuken wil behouden.

Met betrekking tot reclameregels voorziet het voorstel van de EC in een flexibilisering. Het houdt rekening met de zware investeringen van omroepen in 'Europese werken' en met het feit dat ze te kampen hebben met een aanbodfragmentatie. Vandaar de optie om voldoende flexibiliteit toe te staan in het genereren van reclameomzet. Behalve de versoepeling met betrekking tot product placement houdt de flexibilisering in dat de begrenzing van het percentage reclametijd tussen 7 en 23 uur niet langer strikt op 20 percent – 12 minuten per uur – ligt. De omroepen krijgen de vrijheid om die blokken zo over de dag te verdelen dat ze er maximale inkomsten uit kunnen verwerven. In totaal zal er daardoor niet meer reclame zijn, maar in primetime wordt dat waarschijnlijk wel het geval. In de Verenigde Staten tonen tv-omroepen in primetime tussen 18 en 20 minuten reclame per uur. Het aantal interrupties ligt daar doorgaans veel hoger. Vermoedelijk zal de Europese kijker een zo hoog percentage niet accepteren. Het Comité Cultuur van het Europees Parlement beschouwt het EC-voorstel als te flexibel en opteert ervoor om tussen 20 en 23 uur maximaal 36 minuten reclame toe te staan, die de zenders dan vrij over die 3 uren kunnen spreiden.

Voor de EC moet de beschikbaarheid van onafhankelijke toezichthouders buiten kijf staan. In een aantal lidstaten zijn de toezichthouders naar huis gestuurd of zijn er helemaal geen toezichthouders. De EC moet daarover op zijn minst de dialoog met de lidstaten kunnen aangaan. Artikel 30 van de richtlijn bevat wel een vermelding van onafhankelijke toezichthouders, maar biedt geen juridische basis om inbreuken van lidstaten tegen dit principe aan te pakken. Vandaar het belang om de onafhankelijkheid formeel als voorwaarde in de richtlijn op te nemen, zelfs al is de feitelijke onafhankelijkheid daarmee nog niet gewaarborgd en houdt die ook verband met de democratische traditie van de betreffende lidstaat.

Peggy Valcke heeft aangegeven dat ze het een gemiste kans vindt om niet in te gaan op het aspect media-eigendom en verstrengeling. Maar op Europees niveau

gelden in dat verband al de regels voor beneficial ownership. Er is geen juridische basis om dergelijke bepalingen in deze richtlijn onder te brengen.

3. Gezinsbond

Erika Coene, attachée studiedienst van de Gezinsbond, leidt haar betoog in met de mededeling dat de Gezinsbond het EC-voorstel kritisch tegen het licht heeft gehouden. Ze zal het vandaag vooral over het aspect kinderrechten hebben, met als uitgangspunt de vraag in welke mate minderjarigen bij de nieuwe richtlijn gebaat zouden zijn.

Positief vindt Erika Coene dat het nieuwe voorstel in het algemeen meer aandacht heeft voor minderjarigen. Ten tweede staat de Gezinsbond achter de verruiming van het toepassingsgebied van louter televisie naar audiovisuele diensten in de bredere zin. Minderjarigen zullen dergelijke diensten in verhouding veel meer benutten. Ten derde kwamen minderjarigen in de huidige richtlijn slechts aan bod in een apart hoofdstukje van een artikel, maar dat gebeurt in het voorstel ook in de bepalingen voor alle audiovisuele diensten. Blijkbaar waren de opstellers van het voorstel eveneens van oordeel dat de bescherming van minderjarigen uitdrukkelijker in de richtlijn moet.

Daarnaast ziet de spreker echter ook addertjes onder het gras. Artikel 9 van de richtlijn gaat over de audiovisuele commerciële communicatie. Daaraan voegt het voorstel een lid toe over kinderen en ongezonde voeding. Op zich is de Gezinsbond daar blij om, maar hij vindt het wel erg voorzichtig geformuleerd. De lidstaten zullen de actoren aanmoedigen tot zelfregulering. In een materie die minderjarigen aanbelangt, is zoiets te zacht. De Gezinsbond verwacht op zijn minst coregulering in plaats van loutere zelfregulering. In het verleden waren er al 'pledges' vanuit Europa en België over commerciële communicatie. Maar die blijken erg weinig verandering op te leveren.

Gezonde voeding krijgt terecht aandacht, maar verder in de richtlijn treedt dit aspect nog amper op het voorplan, in tegenstelling tot bijvoorbeeld regels met betrekking tot alcohol en tabak. Zo geldt voor tabak een exclusieve uitzondering in verband met product placement. Dat is niet het geval voor ongezonde voeding. In dit verband constateert Erika Coene dat de gebruikelijke term 'kinderprogramma's' nu plaats heeft gemaakt voor 'programma's waarnaar een significant aantal kinderen kijkt'. Vermoedelijk is die wijziging ingegeven door de overweging dat kinderen niet alleen naar kinderprogramma's kijken, zodat ook andere programma's aandacht behoeven als het erop aankomt om kinderen te beschermen. Maar van dat nieuwe begrip is geen verdere uitwerking te vinden. Dat doet de vraag rijzen welk aantal kinderen significant zou zijn. Hoe zullen we daar in de praktijk mee omgaan? De Gezinsbond vreest voor een lege doos.

In artikel 20 wil het voorstel de minimum interval tussen reclameblokken in een programma verlagen van dertig naar twintig minuten. Het voorstel voorziet op dat vlak in een uitzondering voor kinderprogramma's, maar doet dit dan weer niet voor de eerder vermelde 'programma's waarnaar een significant aantal kinderen kijkt'. Vanwaar dat onderscheid? Voor religieuze programma's voorziet het voorstel dan weer wel in een ondubbelzinnige uitzondering. Die programma's mag men niet onderbreken met reclame. Beschouwt de EC de kijkers van religieuze uitzendingen dan als kwetsbaarder voor reclame dan minderjarigen?

Zoals gezegd is de vermelding over minderjarigen vanuit artikel 27 geüpgraded naar de algemene bepalingen. Dat zou positief kunnen zijn, maar gaat het niet veeleer om een downgrade? Artikel 27 voorzag immers in drie niveaus van bescherming voor minderjarigen. Bij risico's op ernstige schade was uitzending verboden. Een risico op schade initieerde een verantwoordelijkheid om te

voorkomen dat minderjarigen het betreffende programma zouden zien of beluisteren. Ongecodeerde programma's met schadelijke inhoud moesten sowieso een akoestische waarschuwing meekrijgen.

Het nieuwe artikel 12 stelt echter dat als ernstige schade mogelijk is, ervoor moet worden gezorgd dat minderjarigen het programma in normale omstandigheden niet te zien kunnen krijgen. Het verbod en zelfs de akoestische waarschuwing blijken weg te vallen, terwijl voor een risico op gewone schade al helemaal geen regelgeving meer van toepassing zou zijn. Daarmee lijkt het beschermingsniveau te worden verlaagd.

Artikel 23 beperkte vroeger de maximumtijd voor reclame tot 20 percent per uur, maar verruimt die periode nu tot de primetime tussen 19 en 23 uur. In de praktijk kan reclame dan heel sterk worden geconcentreerd op bepaalde tijdstippen. Uiteraard zullen omroepen zich hoeden om hun kijkers met reclame plat te bombarderen, maar de Gezinsbond betreurt het gebrek aan aandacht voor de minderjarigen. Hij had liever een beperking zien invoeren met betrekking tot de programma's met een significant aantal kinderen onder de kijkers.

Ten slotte bevat een richtlijn een strikte opsomming van thema's waarvoor lidstaten strengere regelgeving mogen uitvaardigen. In die opsomming is artikel 28bis niet opgenomen. Dat artikel gaat over de videoplatformen. De Gezinsbond vindt dit onbegrijpelijk. In dat medium wordt de reclame immers helemaal niet gereguleerd. Uiteraard is het heel moeilijk om de filmende huisvader te reguleren, maar platformen als YouTube voegen daaraan toch ook zelf reclameboodschappen toe. Het moet toch mogelijk zijn om die te reguleren, bijvoorbeeld de reclame ten aanzien van minderjarigen?

De spreker heeft de commissie een kinderrechtenbril willen aanreiken en hoopt dat ze die bij de bespreking ook zal opzetten. Hopelijk komen de leden tot het besef dat ze in deze context de minderjarigen permanent in het achterhoofd moeten houden.

4. EBU

Wouter Gekiere, deputy head van het Brussels EBU-kantoor, noemt de herziening van de richtlijn van cruciaal belang voor de vereniging van openbare omroepen die de EBU tenslotte is. De EBU vertegenwoordigt openbare omroepen binnen maar ook buiten de EU. Ze verenigt 73 leden uit 56 landen. Samen bieden die leden 820 tv-zenders en 1156 radiozenders aan. De overgrote meerderheid van die leden biedt ook via websites tv-programma's en -kanalen aan. 97 percent van de EBU-leden beschikt over gratis catchup-tv-diensten. Alles samen bereiken de EBU-leden meer dan één miljard mensen.

In 2015 heeft directeur-generaal Ingrid Deltenre van de EBU de commissie al geïnformeerd over recente trends in de marktconsolidatie en convergentie.

De EBU biedt heel wat diensten aan om openbare omroepen technisch, juridisch en strategisch te ondersteunen. Via Eurovisie en de radionetwerken kunnen de leden heel wat beeld- en geluidsmateriaal uitwisselen.

Vandaag gaat het specifiek over de Audiovisuelemediadienstenrichtlijn. Wouter Gekiere ervaart het voorstel van de Europese Commissie alvast als een stap in de juiste richting, namelijk de weg naar een sterk en toekomstbestendig kader voor de Europese audiovisuele mediasector.

De investeringen van openbare omroepen in Europese programma's zijn nog steeds erg aanzienlijk. Samen investeren de openbare omroepen binnen de EU 16,6 miljard euro in programma's. 84 percent daarvan zijn Europese producties.

De EBU wil dit niveau zo hoog mogelijk houden, en heeft er dan ook belang bij dat de richtlijn deze algemene doelstelling blijft steunen. Anderzijds willen openbare omroepen een zo groot mogelijk publiek bereiken, ongeacht het platform waarop dit gebeurt.

Wouter Gekiere verklaart dat de EBU gerustgesteld is doordat de sterke punten uit de huidige richtlijn ook in het voorstel overeind blijven. Het gaat om de bescherming van minderjarigen, het land-van-oorsprongbeginsel, de preventie van haatspraak en de promotie van Europese producties. De EBU acht echter doelgerichte aanpassingen nodig om die beginselen in het licht van de convergentie in de mediasector relevant en realiseerbaar te houden.

Overweging 38 in het EC-voorstel behandelt de prominente aandacht die nodig is voor inhoud van algemeen belang. Het gaat hier om de vindbaarheid van inhoud en programma's met een zekere waarde voor de samenleving. Die inhoud is zeker ook te vinden bij de openbare omroepen. De EC erkent dan ook terecht dat lidstaten waar nodig maatregelen en verplichtingen kunnen invoeren om de vindbaarheid van dergelijke inhoud te garanderen. Dat doet ze op grond van erkende doelstellingen als diversiteit, pluralisme enzovoort. Dat basisprincipe is cruciaal in een context van toenemende convergentie en verticale consolidatie. Overheden moeten het risico beperken dat operatoren de consument uitsluitend inhoud met een specifiek commercieel belang zouden aanleveren. Het basisprincipe komt er dus op neer dat overheden in die zin kunnen ingrijpen, terwijl de concrete uitwerking op nationaal of regionaal niveau moet gebeuren.

Vervolgens gaat Wouter Gekiere in op de signaalintegriteit. Het Vlaams Parlement heeft daarover in 2013 regels aan het Mediadecreet toegevoegd. Die oplossing wekt veel interesse bij buitenlandse EBU-leden. De EBU is tevreden dat het Europees Parlement het thema nu in zijn ontwerprapport aankaart. Signaalintegriteit houdt in dat een intermediaire instantie niet aan de inhoud van een audiovisueel signaal mag tornen zonder de toestemming van de aanbieder daarvan. Hoewel de signaalintegriteit niet voorkwam in het oorspronkelijke voorstel van de EC, hoopt de EBU dat het de uiteindelijke tekst van de nieuwe richtlijn zal halen.

Met betrekking tot commerciële communicatie heeft de EBU zich deze keer vooral gefocust op de vraag om meer flexibiliteit ten aanzien van de kwalitatieve bepalingen voor bijvoorbeeld product placement en sponsoring. De organisatie beschouwt het EC-voorstel alvast als een stap in de juiste richting. Zoals Peggy Valcke al aangaf, heeft de interpretatie van de notie 'overmatige aandacht' in het verleden tot erg veel discussie geleid.

Voor het overige noemt de spreker het cruciaal dat boodschappen van – openbare – omroepen en de rechtstreeks daarvan afgeleide producten en diensten niet onder de kwantitatieve reclamebeperkingen terechtkomen. Daarmee doelt Wouter Gekiere onder meer op aankondigingen van programma's, maar ook op Europese filmproducties die met openbare fondsen zijn gefinancierd. Als omroepen die met filmpjes en clips promoten, zou dat expliciet niet mogen meetellen voor de berekening van de gelimiteerde reclametijd.

De EBU vindt het op zich positief dat videoplatformen aan een nieuw regime worden onderworpen. Maar ze heeft vragen bij de exacte keuzes van de EC. Die opteert voor maximumharmonisatie met als argument de richtlijn over elektronische handel. De EBU ziet echter in de combinatie van maximumharmo-

nisatie enerzijds en een groot beroep op zelf- en coregulering anderzijds een gevaarlijke cocktail. Wat als de voorgestelde maatregelen onvoldoende blijken? Dan zou een minimumharmonisatie de deelstaten de marge laten om correcties aan te brengen.

In dezelfde context plaatst Wouter Gekiere de discussie over de definities van videoplatformen. Hij vindt het geen goed idee om diensten buiten die definitie te houden van zodra ze een zekere multifunctionaliteit bevatten. Om als videoplatformdienst te worden beschouwd, bepaalt het voorstel dat het hoofddoel van die dienst erin moet bestaan om programma's of door gebruikers gegenereerde video's aan het algemeen publiek te leveren, ter informatie, vermaak of educatie. Nochtans wordt video een steeds aanzienlijker component van de sociale media. Op de wat langere termijn zou Europa het toch mogelijk moeten houden om op te treden als de audiovisuele content daar nog meer aan belang wint. De EBU hoopt op voldoende amendering na de parlementaire behandeling om een meer toekomstbestendig Europees kader tot stand te laten komen.

Met betrekking tot de toegankelijkheidsvereisten lijkt op Vlaams of Belgisch niveau een consensus in de maak om deze aan het sectoriële kader voor te behouden. Voorlopig stelt de EC voor om artikel 7 van de huidige richtlijn te schrappen en deze maatregelen over te laten aan de horizontale Europese toegankelijkheidsakte. De EBU vindt echter dat toegankelijkheidsdiensten en de promotie daarvan een plaats moeten behouden in de herziene richtlijn. Die diensten moeten immers continu worden ontwikkeld en geïnnoveerd.

Wat de bescherming van de minderjarigen betreft, ondersteunt de EBU de gelijkschakeling tussen de lineaire en de ondemandregimes. In die zin staat ze achter de definitieaanpassing waardoor ook video's van korte duur als programma's worden beschouwd.

II. Bespreking

1. Verduidelijkingen namens de Europese Commissie

Vooraleer de commissie zelf haar vragen en opmerkingen formuleert, geeft ze *Marcel Boulogne* de gelegenheid om de vragen van de andere sprekers al te duiden.

De spreker gaat eerst in op het betoog van Erika Coene. Die vindt een aanmoediging tot zelfregulering in de reclame voor suiker- en vetrijk voedsel niet ver genoeg gaan. Het rapport van het CULT heeft die aanmoediging tot zelfregulering echter geschrapt omdat ze te ver zou gaan.

De EC kan lidstaten geen coregulering opleggen. Ze kan dit principe alleen aanmoedigen. In die optiek is het voor de Europese Commissie van groot belang dat de sector wil meewerken om deze zaken te regelen. In tijden waarin het internet zo centraal staat, is het voor een toezichthouder onbegonnen werk om zonder de hulp van de sector krachtadig op te treden.

De notie 'programma's waarnaar een significant aantal kinderen kijkt' is ingegeven door de wens om de bescherming uit te breiden. De EC heeft in haar voorstel evenwel geen definitie opgenomen van die notie. Ze heeft daarover wel ideeën, die vooral zijn gebaseerd op ervaringen in het VK. Aangezien het een richtlijn betreft, komt het echter de lidstaten toe om deze notie te interpreteren. Uiteraard horen dergelijke interpretaties niet al te zeer van elkaar te verschillen.

De spreker beaamt dat die nieuwe notie niet doorheen heel het voorstel consequent is gehanteerd, maar gaat ervan uit dat dit in de afwerking van de richtlijn nog wordt nagegaan.

De ondubbelzinnige uitzondering voor religieuze programma's stond al in de richtlijn. De EC heeft er nu niet aan getornd.

Voorts had Erika Coene het over een downgrade. Maar in de vigerende regelgeving was het verbod op uitzendingen met een risico op ernstige schade, in feite juridische fictie. Als voorbeelden daarvoor gelden dan pornografie enodeloos geweld. De meesten zouden de erotische programma's op betaaltelevisie als pornografie bestempelen. Het komt er dus op aan om kinderen daartegen te beschermen, bijvoorbeeld door pincodes te verplichten. Maar Marcel Boulogne ziet geen noodzaak om dergelijke uitzendingen op het Europese niveau helemaal te verbieden. Lidstaten kunnen dan nog steeds de uitzending van bepaalde types inhoud verbieden.

In verband met het wegvallen van de verplichte akoestische waarschuwing bij het ongecodeerd verzenden van schadelijke programma's, wijst Marcel Boulogne op het nieuwe artikel 6a. Dat bepaalt dat de aanbieders bij het begin van een programma aangeven of dat programma bepaalde schadelijke inhoud bevat. Het gaat dan niet alleen om de aanduiding van de leeftijdsgrens volgens de geldende classificatie, maar ook om een melding van de aanwezigheid van bijvoorbeeld seks, geweld, horror of discriminerende uitspraken.

Tsjechië en Slowakije zijn voorbeelden van EU-lidstaten waarvan de inwoners elkaars kanalen bekijken, maar die er verschillende classificatiesystemen op nahouden. Als programmamakers zelf duidelijk aangeven welk type risicovolle inhoud een programma bevat, dan kunnen ouders en kinderen daarop voortgaan en ontstaat een zeker beschermingsniveau. Dat komt dan in de plaats van de akoestische waarschuwing.

Wouter Gekiere had kritiek op de keuze voor maximumharmonisatie met betrekking tot de videoplatformen. Maar de EC heeft weinig beweegruimte tussen de beperkte aansprakelijkheid van die platformen en haar wens om toch bepaalde zaken te regelen. Het meest geschikt is dan coregulering, aangezien bijvoorbeeld YouTube er iedere minuut voor 400 uur aan geüploade videocontent verkrijgt, dat is 67 jaar video per dag. Dat is een heel moeilijke opgave voor een toezichthouder. De EC heeft er nauwkeurig op willen toezien dat haar voorgestelde maatregelen tegelijk de richtlijn over elektronische handel respecteren en de situatie op het terrein daadwerkelijk helpen verbeteren. Vandaar de keuze voor de maximumharmonisatie.

2. Vragenronde

Wilfried Vandaele herinnert eraan dat de huidige richtlijn de omroepen verplicht om 50 percent van hun zendtijd te besteden aan de uitzending van Europese producties. Voor andere platformen beoogt Europa een vergelijkbare regel, bijvoorbeeld 20 percent. Het overweegt zelfs om de ondemandplatformen een financiële bijdrage op te leggen om Europese producties te steunen. Hoe wordt zoiets dan berekend? Op wie zal het van toepassing zijn? Een deel van de providers zou toch steeds ontsnappen?

Wat is de timing voor de Europese goedkeuring van de nieuwe richtlijn? Vanaf wanneer zal Vlaanderen die in zijn eigen regelgevend kader moeten omzetten?

Wilfried Vandaele en andere Vlaamse volksvertegenwoordigers hebben Letland bezocht om er te luisteren naar het verzoek van de toenmalige EU-voorzitter om

uitzonderingen op het land-van-oorsprongbeginsel toe te staan. Dat is gezien het risico op censuur een heel delicate aangelegenheid. Blijkbaar komt het Europese niveau met dit voorstel wel tegemoet aan de Letse verzuchting?

Joris Poschet brengt de verklaringen van minister Gatz van mei 2015 in herinnering over de stellingnames binnen de Europese Raad. De minister kondigde aan dat medio 2016 een voorstel zou klaarliggen, dat ten vroegste een jaar later zou ingaan. Is het realistisch om nog deze legislatuur een voltooiing van dit dossier te verwachten?

Het CULT van het Europees Parlement telt onder zijn leden geen enkele Vlaming of Nederlander. We kunnen dan ook het best waakzaam zijn in Vlaanderen daar we ons standpunt niet rechtstreeks in het comité kunnen verwoorden.

De Europese keuze om zo weinig mogelijk in de richtlijn vast te leggen kan een afweging zijn tussen de uiteenlopende belangen van economische, geopolitieke en culturele aard. Volgens de Gezinsbond mogen lidstaten voor bepaalde thema's strengere regels uitvaardigen. Geldt dat principe van gold plating voor alle aspecten?

Bart Caron polst naar de redenen waarom de zenders meer vrijheid krijgen om hun reclameblokken over een langere periode te verdelen, zolang die gemiddeld per uur maar gelijk blijft. Men kan immers verdrinken in een rivier met een diepte van gemiddeld een halve meter. In Vlaanderen zijn we een sterke openbare omroep gewoon, wat de andere zenders tot zelfbeheersing op dat vlak aanspoort.

Dienstverleners bieden in toenemende mate programma's aan zonder dat daar nog omroepen aan te pas komen. Denk maar aan de prime- en sportnetten van Telenet. Het aanbod van rechtstreeks aangeboden programma's groeit geleidelijk uit tot heuse zenders. Dan treden convergenties op. Wil Europa deze limiteren?

Als Amerikaanse spelers als Netflix verdeeld worden door Vlaamse of Belgische distributeurs, wie is dan verantwoordelijk voor de naleving van deze richtlijn?

Aan Wouter Gekiere legt Bart Caron de impressie voor dat de belangen van commerciële televisiespelers sterker hebben doorgewogen in dit voorstel tot nieuwe richtlijn dan tot dusver het geval was in de huidige richtlijn. Voelen de openbare omroepen zich door dit voorstel beknot? Krijgen de commerciële spelers nu meer munitie in de strijd om de markt?

3. Antwoordenronde

Peggy Valcke gaat eerst in op de vraag van Wilfried Vandaele over culturele quota voor ondemandaanbod. Het voorstel vermeldt in dat verband dat de catalogoog van die diensten voor 20 percent uit Europese producties moet bestaan.

Marcel Boulogne vult aan dat de lidstaten die dit toepassen, de berekening op verschillende manieren verrichten. Vaak passen ze dit percentage toe op het aantal titels. Gaat het om series, dan richten ze zich ook op het aantal episodes. Andere lidstaten baseren zich op het aantal uren. De EC is geneigd het aantal titels als meest geschikte criterium te zien. In welke mate de lidstaten die beslissing zelf kunnen nemen, zal worden besproken in het Contactcomité. Daaruit zal dan een document voortkomen dat de meest geschikte manier bepaalt.

Voorts was er de vraag naar de afdwingbaarheid van financiële bijdragen door ondemandaanbieders uit andere lidstaten, vervolgt *Peggy Valcke*. Stel dat België meent recht te hebben op de bijdrage van een aanbieder die in Luxemburg is

gevestigd, maar dat die deze weigert. Dan kan de Belgische regulator dit signaleren bij de Luxemburgse tegenhanger. Luxemburg heeft de loyauteitsverplichting om mee te werken.

Marcel Boulogne voegt toe dat lidstaten informatie nodig zullen hebben over de omzet van dergelijke aanbieders. Daarvoor kunnen ze zich baseren op hun eigen btw-heffingen op de consumptie in hun land.

Op de vraag naar de Letse situatie antwoordt *Peggy Valcke* ten slotte dat het land tevreden lijkt met de voorgestelde maatregelen. Ook de versterking van ERGA kan op dat vlak soelaas brengen. Lidmaatschap van een dergelijke internationale regulator heeft een aanzienlijk effect. Dat blijkt uit vergelijkbare domeinen zoals het mededingingsrecht of de telecomsector. Regulators oefenen binnen dat soort netwerken een zekere onderlinge peer pressure uit. De procedure om dergelijke conflicten op te lossen, zal veel soepeler worden.

Marcel Boulogne antwoordt op de vragen over de timing. Die ligt niet in de handen van de EC. De debatten in de Raad en het Europees Parlement zijn aan de gang. De corapporteurs van het CULT verwachten eind januari 2017 een stemming. In februari zou het parlement dan de trialogen met de Raad en Commissie kunnen aanvatten. De Raad heeft een andere timing. Het Slovaakse voorzitterschap heeft voor november 2016 een voortgangsrapport aangekondigd betreffende de discussies. Het Maltese voorzitterschap zal vanaf 2017 een algemene aanpak moeten hebben als basis voor de onderhandelingen met het EP en de EC. Dat plant Malta blijkbaar pas voor mei 2017. Het is ook moeilijker om dat veel vroeger klaar te hebben, al prefereert de EC alvast dat het zo spoedig mogelijk gebeurt en liefst zelfs voor mei 2017.

Joris Poschet verwees naar het principe van gold plating. De huidige richtlijn hanteert het principe van minimumharmonisatie. Er zijn enkel basisregels, die de lidstaten kunnen aanvullen waar ze dat nodig achten. Het nieuwe voorstel wil onder andere artikel 28a betreffende de videosharingplatformen buiten de minimumharmonisatie brengen. Een groot aantal lidstaten is daar niet erg blij om. De verdere ontwikkeling valt nog af te wachten, aldus Marcel Boulogne.

Joris Poschet vraagt welke posities specifieke lidstaten in dit debat innemen.

Marcel Boulogne wijst erop dat heel wat lidstaten momenteel nog beraadslagen over het standpunt dat ze zullen verdedigen. Ze houden nog openbare raadplegingen op het nationale niveau. Hoe dan ook vinden heel wat lidstaten de minimumharmonisatie comfortabeler omdat ze dan naar eigen inzicht konden 'goldplaten'. De EC probeert zo goed mogelijk uit te leggen waarom ze dat voor videosharing niet de meest geschikte benadering vindt.

Peggy Valcke komt terug op de vraag van Bart Caron naar de motivering van Europa om flexibeler om te springen met de spreiding van reclameblokken. De professor gaat ervan uit dat deze houding is ingegeven door internetevoluties. Commerciële omroepen moeten het hoofd kunnen bieden aan de concurrentie van het internet in de competitie om reclame-inkomsten. De niet-lineaire diensten beschikken vanzelf over veel ruimere mogelijkheden, dus wil men die van de lineaire diensten ook niet te erg belemmeren.

Marcel Boulogne beaamt dit. Hij situeert de herziening in het REFIT-programma, dat mogelijkheden tot deregulering onderzoekt. In deze richtlijn zag de EC die mogelijkheid enkel met betrekking tot de regels voor reclameblokken.

Wouter Gekiere gaat in op de indruk van Bart Caron dat de eisen van commerciële omroepen het zwaarst hebben doorgewogen in het herzieningsproces. Die

indruk leeft inderdaad bij sommigen, maar hoe dan ook zijn vele nuttige bepalingen uit de huidige richtlijn overeind gebleven. Het gaat onder meer over de vermelde quota voor Europese producties, maar ook over de bepalingen dat evenementen van groot belang voor de samenleving via open kanaal – zonder betaalmuren dus – toegankelijk moeten blijven. Ook de bepaling betreffende toegang tot korte nieuwsextracten is overeind gebleven.

De EBU heeft de ruimere context van convergentie en consolidatie aangegrepen om intern te overleggen welke regelgevende mechanismen ze op middellange termijn nodig vindt om de positie van de openbare omroepen veilig te stellen. Het aspect vindbaarheid, dat Wouter Gekiere in zijn inleiding heeft belicht, bekleedt daarin een centrale positie. Datzelfde geldt voor het aspect signaal- en inhoudelijke integriteit. Die twee punten hebben respectievelijk de EC en het EP in het voorstel laten opnemen. De EBU hoopt dat ze de eindtekst zullen halen.

Peggy Valcke gaat in op de vraag over de vervaging tussen de rollen van omroep, producent en distributeur. In het geval van Netflix zijn de rollen vrij duidelijk. Netflix zelf is de ondemandprovider van series en films, ongeacht of Proximus, Orange of Telenet dit aanbod in ons land verspreidt. In dat geval is de Nederlandse toezichthouder bevoegd, aangezien Netflix zijn hoofdkantoor in Amsterdam heeft.

Bart Caron verwees in die context naar productiehuisen die hun programma's rechtstreeks aan de kijker aanbieden en providers die zelfgeproduceerde programma's op hun platform aanbieden. Die rolvervaging vergt echter niet noodzakelijk een juridisch-technische aanpassing. Er is altijd een aanbieder en een producent, zelfs als het om dezelfde firma gaat. De respectieve regelgeving voor aanbieders en producenten blijft dan ook van toepassing.

Het verbaast *Peggy Valcke* wel dat de EC bovenop de sterke tendens tot liberalisering van de reclameregels nog eens de aankondigingen van omroepen van eigen programma's en aanverwante diensten en zelfs van programma's van andere entiteiten buiten de limiet van 20 percent wil brengen. Waarom die keuze?

Marcel Boulogne beaamt eerst dat aanbieders, distributeurs en producenten die zich op een ander domein begeven, inderdaad onder de regelgeving voor dat domein vallen.

Hij bevestigt dat de regelgeving betreffende belangwekkende evenementen op het open net behouden blijft.

Het voorliggende voorstel beknot op geen enkele manier de publieke omroepen. De meeste lidstaten gaan betreffende de openbare omroepen met hun eigen regelgeving veel verder dan de richtlijn, waardoor de richtlijn daar ook niet zoveel invloed heeft.

De uitzondering op de 20 percentregel blijft beperkt tot programma-aankondigingen binnen een mediagroep en geldt dus niet voor aankondigingen over producten zoals bijvoorbeeld de eigen iPad van een commerciële omroep. Als een omroep ook een brouwerij zou bezitten, mag hij alvast niet los van de reclametijdsinvulling reclame maken voor dat bier.

Letland had graag in de richtlijn een verbod op 'brass plate companies' zien verschijnen, mediaorganisaties met enkel een papieren adres in een bepaald land waar ze dan op basis van het land-van-oorsprongbeginsel toe behoren. Dat verbod heeft de EC echter niet in het voorstel opgenomen, omdat het omroepen zou kunnen doen besluiten om zich buiten de EU te vestigen en pakweg vanuit

Rusland satellietuitzendingen naar EU-landen te verzorgen. Daardoor onttrekken ze zich helemaal aan EU-toezicht. Dan zou de EU als enige reactie satellietsignalen kunnen blokkeren, wat nu alleen landen als China en Iran doen.

4. Aanvullende vragen en replieken

Katia Segers vindt dat de nieuwe richtlijn als achterliggende filosofie veeleer zou moeten uitgaan van inhoud en niet zozeer van de media die deze inhoud brengen, zelfs als er een wat vreemde bijklank is verbonden aan het reguleren van inhoud.

De nieuwe richtlijn betreft uitbreidingen naar nieuwe mediavormen met betrekking tot de beteugeling van haatspraak en de bescherming van minderjarigen, maar trekt die lijn niet door voor commerciële communicatie. *Peggy Valcke* aanvaardt deze opstelling met als argument het voorbeeld van een vlog waarin een huisvader een cola wat te prominent in beeld zou brengen. *Katia Segers* merkt echter op dat bepaalde vloggers zwaar worden gesponsord. *PewDiePie* heeft wereldwijd 46 miljoen volgers, verdient enorme sommen geld en heeft de status van een superster. Heel wat filmpjes op YouTube worden aangeboden of op zijn minst gesponsord door gameontwikkelaars of bedrijven als Lego. Waarom breiden we de richtlijn dan niet uit naar dat soort commerciële communicatie? Dan kan men wel een methode ontwikkelen om de toevallig in beeld gebrachte producten uit het toepassingsgebied te houden.

Karin Brouwers constateert dat bepaalde regels die tot dusver enkel voor het lineaire aanbod golden, worden versoepeld maar tegelijk worden uitgebreid naar onlinetoepassingen. Maar in welke mate geldt dat voor de reclameregels en hoe valt dit te controleren? Nog in de voormiddag kwam in de commissie 'targeted advertising' aan bod naar aanleiding van een vraag om uitleg van *Katia Segers* (*Vragen om uitleg* VI.Parl. 2015-16, nr. 2800). Hoe kan men op dergelijke praktijken reclameregels handhaven?

Peggy Valcke blikt voor haar antwoord even terug naar de definitie in de huidige richtlijn. Onder een audiovisuele mediadienst verstaat die zowel de inhoudelijke dienst zelf als de commerciële communicatie. Video's op YouTube kunnen worden voorafgegaan door reclame die het platform zelf heeft toegevoegd. De vraag is dus of het platform verantwoordelijk is voor de content die het zelf toevoegt. Waarschijnlijk is het nu al juridisch mogelijk om de regels betreffende commerciële communicatie en het land-van-oorsprongbeginsel toe te passen aangezien ze als aanbieder optreden. Dit wil de spreker echter nader juridisch onderzoeken voordat ze zich er met zekerheid over kan uitspreken.

Het ontwerprapport van het CULT stelt voor om in de regels over commerciële communicatie geen onderscheid meer te maken tussen inhoudelijke diensten en videoplatformen. In dat rapport staat: "audiovisuele mediadiensten, videosharingplatformdiensten, programma's of 'user generated' video's die gesponsord zijn of product placement bevatten, moeten de volgende bepalingen naleven (...)". Daarbij vraagt *Peggy Valcke* zich af hoe we dit voor 'user generated' video kunnen laten handhaven. Een beroemde vlogger die hieruit zijn inkomen haalt dankzij sponsoring, is een aanbieder van een audiovisuele mediadienst. *Peggy Valcke* kent persoonlijk een vlogger die zich keurig bij de VRM heeft aangemeld. Voor vloggers in eigen land zijn dergelijke regels nog op te leggen, maar dat wordt heel wat moeilijker voor pakweg een Amerikaanse vlogger met veel aanhangers in ons land. De vraag is of men dan toch via de beheerder van het platform, bijvoorbeeld YouTube in Ierland, de aansprakelijkheid kan bepalen.

Met betrekking tot de e-commerce heeft men alvast beslist om dat niet te doen opdat aanbieders van technologie niet aansprakelijk hoeven te zijn voor de

inhoud die de gebruikers ermee verspreiden. Dat lijkt Peggy Valcke geen ongezond principe. Voor haatspraak geldt wel aansprakelijkheid bij professionele nieuwsmedia.

Een andere vraag ging over de toekomstbestendigheid van de voorgestelde nieuwe richtlijn. Peggy Valcke gaat ervan uit dat de voorgestelde regels weloverwogen tot stand zijn gekomen. Zo verwijst de definitie van een videoplatform niet alleen naar de primaire doelstelling van de hele dienst, maar ook naar die van afzonderlijke secties daarvan. Daarmee speelt het voorstel in op de discussie over onlinekranten die voor een deel ook videocontent aanbieden. Het is daarmee ook voorbereid op eventueel toenemend videoaanbod op sites als Facebook en Twitter.

De VRM heeft nog niet moeten optreden tegen een vlogger, maar de Raad voor de Journalistiek heeft dit wel al gedaan. Een rechtbank heeft de bevoegdheid ter zake van de RvdJ ook bevestigd. De onlinewereld hoeft dus geen jungle te zijn. De betreffende regelgeving zal wel stap voor stap tot stand moeten komen.

Marcel Boulogne pikt in op de vraag van Katia Segers of inhoud niet veeleer dan het medium zelf de invalshoek van de regelgeving zou moeten vormen. In 1989 kwam de oorspronkelijke richtlijn Televisie zonder Grenzen tot stand. Het originele voorstel behandelde toen ook radio, maar de lidstaten besloten dat daarvoor geen interne markt bestond en dat bijgevolg ook geen Europese harmonisatie nodig is. De vraag is of het nu wel mogelijk zou zijn om alle toekomstige kanalen in de regelgeving te incorporeren. Willen we bijvoorbeeld de pers reguleren? Hier is de nodige voorzichtigheid aangewezen.

Op platformen als YouTube zijn inderdaad commerciële vloggers actief. In het VK is een zaak aangespannen tegen de reclame van beroemde vloggers voor Oreokoekjes. Dat gebeurde op basis van de richtlijn over oneerlijke handelspraktijken. Hiervoor bestaat met andere woorden al horizontale Europese regelgeving. Daarom wil de EC in deze richtlijn geen gelijkaardige regelgeving toevoegen.

De voorgestelde maximumharmonisatie met betrekking tot videosharingplatformen heeft alleen betrekking op de bescherming van minderjarigen en aanzetten tot haat. De lidstaten blijven dan vrij om de commerciële boodschappen voort te reguleren, voor zover die regels ten minste compatibel zijn met de andere Europese richtlijnen.

Voor reclame die YouTube zelf op zijn platform toevoegt, houdt de adverteerder in principe rekening met de leeftijd van de kijker. Alleen ingelogde mensen vanaf een bepaalde leeftijd krijgen advertenties te zien die niet geschikt zijn voor een bepaalde leeftijdscategorie. Er gebeurt dus al heel wat zelfregulering.

Het kanaal van een professionele vlogger die geld verdient aan sponsoring, kan volgens de definities worden gekwalificeerd als een audiovisuele mediadienst. In de praktijk is het echter vaak niet de vlogger die de advertenties bij de vlogs plaatst, maar Google of YouTube zelf. Een omroep met een eigen YouTubekanaal heeft soms de optie om zelf de reclame daarop te plaatsen. Bepaalde aanbieders verkrijgen van YouTube dan weer dat op hun kanaal helemaal geen reclame te zien zal zijn. Dit alles hangt af van onderhandelingen tussen professionele aanbieders en platformen.

Bart Caron vernam van BEA-directeur Olivier Maeterlinck dat de opbrengst van reclame die YouTube bij een videoclip plaatst, integraal naar YouTube zelf gaat tenzij de aanbieder van de clip een overeenkomst afsluit met het platform. De verhoudingen zijn dus heel complex en de rolverdeling is moeilijk te definiëren. Dit heeft ook zijn consequenties voor bijvoorbeeld auteursrechten.

Wouter Gekiere vindt het een goede zaak dat de herziening helemaal geen jacht op user generated content teweegbrengt. De criteria moeten duidelijk zijn. Als Europa bijvoorbeeld definieert dat er sprake moet zijn van economische activiteit, dan vallen al erg veel filmpjes buiten het toepassingsgebied van die regelgeving.

Vanuit het oogpunt van de level playing field is de cruciale vraag of er redenen bestaan waarom een platformeigenaar recht zou hebben op een andere behandeling dan de aanbieder van een audiovisuele mediadienst, terwijl hij net zo goed inkomsten genereert. De overheid moet oog hebben voor intenties van operatoren. Ze mag haar focus niet louter beperken tot de vrijheid om video's te uploaden, maar moet ook de openbare belangen bewaken. De rol van platformen en hun keuzes, zelfs als die niet redactioneel zijn, bepalen voor een deel hoe de inhoud precies bij de consument komt.

Karin Brouwers stelt dat de burger de indruk heeft dat hij zelf bepaalt welke inhoud hij bekijkt, terwijl de provider in feite die keuze heel sterk stuurt. We worden enigszins geleefd door de media die we raadplegen. De overheid heeft de taak om de burger te beschermen en te begeleiden.

Bart CARON,
voorzitter

Katia SEGERS
Joris POSCHET,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

BEA	Belgian Entertainment Association
btw	belasting over de toegevoegde waarde
CULT	Committee on Culture and Education
EBU	European Broadcasting Union
EC	Europese Commissie
EP	Europees Parlement
ERGA	European Regulators Group for Audiovisual Media Services
EU	Europese Unie
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
REFIT	Regulatory Fitness and Performance Programme
RvdJ	Raad voor de Journalistiek
VK	Verenigd Koninkrijk
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen