

V L A A M S P A R L E M E N T



Zitting 2006-2007

24 november 2006

ONTWERP VAN DECREET

**houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV
van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005**

INHOUD

	Blz.
Memorie van toelichting	3
Voorontwerp van decreet	9
Advies van de Vlaamse Mediaraad	17
Advies van de Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen	21
Advies van de Raad van State	25
Ontwerp van decreet	33
Bijlage bij de memorie van toelichting: Reguleringsimpactanalyse	39

MEMORIE VAN TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

1. Algemene Toelichting

Bij decreet van 12 juni 1991 werd een Vlaamse regeling uitgevaardigd voor reclame en sponsoring op radio en televisie. Dit decreet kwam er niet alleen omdat de gemeenschappen als gevolg van de bijzondere wet van 8 augustus 1988 bevoegd werden voor de handelspubliciteit op radio en televisie, maar ook omdat de Vlaamse wetgeving in overeenstemming moest worden gebracht met de Richtlijn 89/552/EEG van 3 oktober 1989 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de Lid-Staten inzake de uitoefening van televisie-omroepactiviteiten (richtlijn ‘Televisie zonder Grenzen’, intussen gewijzigd in 1997 ...).

De Vlaamse decreetgever heeft zich bij het uitwerken van een regime voor televisiereclame en -sponsoring op meerdere punten strenger opgesteld dan vereist werd door de richtlijn ‘Televisie zonder Grenzen’. Dit was hoofdzakelijk het geval met de bepalingen over het onderbreken van films en de regeling inzake de reclame rond kinderprogramma's.

Vandaag wordt gewerkt aan de derde herziening van de richtlijn ‘Televisie zonder Grenzen’. Zonder vooruit te lopen op het eindresultaat van de onderhandelingen, kan nu al gesteld worden dat de Europese regels inzake televisiereclame en -sponsoring in belangrijke mate zullen worden geliberaliseerd.

De context waarbinnen de Vlaamse particuliere omroepen vandaag moeten werken, is niet meer te vergelijken met de situatie van 15 jaar geleden, toen het eerste Reclamedecreet tot stand kwam. Ten eerste is de aanwezigheid van particuliere landelijke televisieomroepen in het Vlaamse medialandschap gegroeid van één naar meer dan tien, en daarbij werd nog geen rekening gehouden met de omroepen die louter op de digitale platformen actief zijn. Ten tweede staan de opbrengsten van televisiereclame sterk onder druk (toenemend aantal omroepen, concurrentie van nieuwe media zoals het internet, wereldwijde achteruitgang van de reclamebestedingen enzovoort), waardoor de leefbaarheid van de Vlaamse commerciële televisie in gevaar dreigt te komen. Ten slotte krijgt de openbare

omroep (terecht) belangrijke bedragen om kwalitatieve programma's te maken en om deze indien nodig ook via nieuwe mediatoeepassingen aan zijn gebruikers te bezorgen.

Het Vlaams regeerakkoord stelt dat particuliere initiatieven op audiovisueel vlak, zonder discriminatie, voluit kansen krijgen. In deze omstandigheden is een strakkere opstelling dan de richtlijn ‘Televisie zonder Grenzen’ niet meer houdbaar. Een zekere versoepeling van de huidige Vlaamse reclameregels dringt zich op, steeds binnen de perken van de huidige tekst van de richtlijn en zonder vooruit te lopen op de toekomstige herziening ervan.

Een ander essentieel onderdeel van dit decreet heeft betrekking op het Vlaamse radiolandschap. Vandaag zitten vooral de regionale radio-omroepen in moeilijke papieren. Reeds bij de oprichting kon dit soort radio slechts op beperkte belangstelling rekenen. In alle Vlaamse provincies, op Antwerpen na, was er slechts één kandidaat voor de erkenning als regionale radio-omroep. In Antwerpen waren er twee gegadigden.

Ondanks de duidelijke toegevoegde waarde van het regionale karakter van een radio-omroep, kenden de regionale radio-omroepen tot nog toe relatief weinig succes in Vlaanderen. De luistercijfers bewijzen dit: gemeten over de periode 24 mei tot en met 25 december 2005 behaalden de regionale radio-omroepen marktaandelen van 0,68% (Antwerpen 1) tot 0,09% (FM Limburg). In die omstandigheden is dit medium economisch niet leefbaar. Alle regionale radio-omroepen zijn intussen teruggeplooid op non-stop muziekprogramma's, er is nauwelijks nog sprake van diversiteit in de programmatie.

Dit decreet moet de regionale radio-omroep een tweede adem geven, door het scheppen van samenwerkingsmogelijkheden tussen regionale radio-omroepen onderling, en met de landelijke particuliere radio-omroepen.

2. Commentaar bij de artikelen

Artikel 1

Dit artikel behoeft geen commentaar.

Artikel 2

Dit artikel versoepelt het heersende regime voor de landelijke radio-omroepen.

In de eerste plaats wordt het voortaan mogelijk dat één rechtspersoon maximaal twee landelijke radio-omroepen exploiteert.

In de tweede plaats wordt duidelijk gemaakt dat rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen landelijke radio-omroepen er niet mogen toe leiden dat een onderneming of rechtspersoon zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee landelijke radio-omroepen. ‘Zeggenschap’ moet hier worden opgevat in de zin van artikel 9, §3, van de wet tot bescherming van de economische mededinging, gecoördineerd op 1 juli 1999. Bijgevolg berust zeggenschap voor de toepassing van deze decreten op rechten, overeenkomsten of andere middelen die afzonderlijk of gezamenlijk met inachtnaam van alle feitelijke en juridische omstandigheden, het mogelijk maken een bepalende invloed uit te oefenen op de activiteiten van een onderneming, met name:

1. eigendoms- of gebruiksrechten op alle vermogensbestanddelen van een onderneming of delen daarvan;
2. rechten of overeenkomsten die een bepalende invloed verschaffen op de samenstelling, het stemgedrag of de besluiten van de ondernemingsorganen.

Artikel 3

Ook dit artikel voert meer flexibiliteit in voor landelijke radio-omroepen, nu het verbod om ontkoppeld uit te zenden wordt geschrapt.

Artikel 4

Dit artikel verruimt de samenwerkingsmogelijkheden van regionale radio-omroepen met andere radio-omroepen. De regel waarbij zulke samenwerking niet mocht leiden tot gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid, vervalt. Voortaan mogen regionale radio-omroepen samenwerken met andere landelijke, regionale of lokale particuliere radio-omroepen, zelfs indien deze samenwerking een eenvormig programmabeleid tot gevolg heeft.

Artikel 5

Deze bepaling voert een verdere versoepeling door van het regime voor de regionale radio-omroep. In de eerste plaats wordt het voortaan mogelijk dat één rechtspersoon maximaal twee regionale radio-omroepen exploiteert. Daarnaast wordt ook geëxpliciteerd dat rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen regionale of landelijke radio-omroepen er niet mogen toe leiden dat een onderneming of rechtspersoon zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee regionale of landelijke radio-omroepen.

‘Zeggenschap’ moet hier worden opgevat in de zin van artikel 9, §3, van de wet tot bescherming van de economische mededinging, gecoördineerd op 1 juli 1999. Bijgevolg berust zeggenschap voor de toepassing van deze decreten op rechten, overeenkomsten of andere middelen die afzonderlijk of gezamenlijk met inachtnaam van alle feitelijke en juridische omstandigheden, het mogelijk maken een bepalende invloed uit te oefenen op de activiteiten van een onderneming, met name:

1. eigendoms- of gebruiksrechten op alle vermogensbestanddelen van een onderneming of delen daarvan;
2. rechten of overeenkomsten die een bepalende invloed verschaffen op de samenstelling, het stemgedrag of de besluiten van de ondernemingsorganen.

Deze toegenomen samenwerkingsmogelijkheden moeten de regionale radio-omroepen meer ademruimte geven. Gecombineerd met de mogelijkheid voor landelijke radio-omroepen om ontkoppeld uit te zenden, moet dit leiden tot meer diversiteit in het radio-landschap doordat de regionale opdracht opnieuw ten volle kan worden uitgeoefend. Er moet opnieuw ruimte komen voor informatie uit de regio, voor culturele, sportieve en andere evenementen uit de regio en voor ontspanning, zodat de communicatie binnen een regio bevorderd wordt en dat bijgedragen wordt tot de algemene sociale en culturele ontwikkeling van de regio.

Artikel 6

Dit artikel introduceert een nieuwe bepaling in de gecoördineerde mediadecreten waardoor het mogelijk wordt voor alle regionale radio-omroepen om te fuseren tot één landelijke radio-omroep. Dit ver-

onderstelt dat de betrokken regionale radio-omroepen samen een nieuwe rechtspersoon oprichten die voldoet aan alle vereisten voor een landelijke radio-omroep, opgesomd in artikel 41, §1. Deze nieuwe rechtspersoon kan dan een erkenning als landelijke radio-omroep krijgen van de Vlaamse Regering. Het spreekt voor zich dat deze nieuwe landelijke radio-omroep moet voldoen aan de bepalingen van afdeling II van het hoofdstuk uit de gecoördineerde decreten betreffende de particuliere radio-omroepen.

Hoewel artikel 33 van de gecoördineerde mediadecreten bepaalt dat erkenningen voor particuliere radio-omroepen verleend worden voor negen jaar, verliezen de regionale radio-omroepen die fuseren en samen een erkenning verwerven als landelijke radio-omroep onmiddellijk hun erkenningen als regionale radio-omroep.

De nieuwe landelijke radio-omroep moet met toepassing van artikel 32, §3, van de gecoördineerde decreten een zendvergunning aanvragen bij de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM). In afwachting van de uitreiking van deze zendvergunning, kunnen de betrokken regionale radio-omroepen hun zendvergunning overdragen aan de nieuwe landelijke radio-omroep, zodat deze quasi onmiddellijk de uitzendingen kan aanvangen. Voor deze overdracht is, in afwijking van artikel 118, §1, tweede lid, van de gecoördineerde mediadecreten, het voorafgaand schriftelijk akkoord van de Vlaamse Regulator voor de Media niet vereist.

Artikel 7

Dit artikel strekt ertoe het maatschappelijk doel van de doelgroep- en themaomroepen te verruimen, net zoals dit in het verleden reeds gebeurde voor de andere particuliere televisieomroepen. Volgens de huidige tekst van de gecoördineerde mediadecreten moet het maatschappelijk doel van een doelgroep- en themaomroep beperkt blijven tot het verzorgen, binnen de gehele Vlaamse Gemeenschap, van programma's die bedoeld zijn voor een specifieke doelgroep of die opgebouwd zijn rond één thema. Voor de andere particuliere televisieomroepen (betaalomroepen, televisiediensten en telewinkeldomroepen) werd de verplichte beperking van het maatschappelijk doel tot de omroepactiviteit in kwestie reeds opgeheven. Aanbieders van betaalomroepen en televisiediensten kunnen vandaag reeds alle activiteiten verrichten die aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel.

Het is de bedoeling van dit artikel om ook voor de doelgroep- en themaomroepen, die met de opkomst van digitale televisie ongetwijfeld aan belang zullen winnen, de strikte beperking op het maatschappelijk doel te versoepelen, en het verrichten van andere activiteiten mogelijk te maken, mits deze aansluiten bij het maatschappelijk doel. Op die wijze wordt – voor wat betreft het maatschappelijk doel – eenzelfde regime van toepassing op alle particuliere omroepen, met uitzondering van de regionale televisieomroepen die een bijzondere opdracht hebben.

Artikel 8

Dit artikel moet ertoe leiden dat de reclameregels uit de gecoördineerde decreten ook op de radio- en televisiediensten van toepassing worden. Hoofdstuk II van titel IV van de gecoördineerde mediadecreten is vandaag uitsluitend van toepassing op alle omroepen van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap. Dit artikel breidt het toepassingsgebied van dit hoofdstuk uit met alle bij de VRM rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten. Dit hoofdstuk II bevat de regelgeving betreffende reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut.

Op basis van de tekst van de artikelen 31, §4, en 60 van de gecoördineerde mediadecreten is het duidelijk dat ook radio- en televisiediensten particuliere omroepen zijn, zij het met een bijzonder karakter: zij hebben geen erkenning nodig van de VRM. Dit neemt niet weg dat de bepalingen van hoofdstuk II van titel IV van de gecoördineerde mediadecreten ook op de televisiediensten van toepassing moeten zijn. Dit wordt gerealiseerd door aanvulling van de titel van dit hoofdstuk II.

Artikel 9

Dit artikel leidt ertoe dat ook de rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten de mogelijkheid krijgen om reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut uit te zenden. Radio- en televisiediensten zijn immers particuliere omroepen die hun middelen grotendeels moeten halen uit de commerciële markt. Zij moeten dan ook de kans hebben om reclame-inkomsten aan te trekken teneinde hun leefbaarheid maximaal te verzekeren.

Verder bepaalt dit artikel dat sponsorboodschappen op de openbare omroep uitsluitend de naam van

de sponsor, de handelsnaam, het logo, het product, de naam van het product, de dienst of de naam van de dienst mogen bevatten. Daarnaast wordt gespecificeerd dat sponsorvermeldingen op de openbare omroep niet langer mogen duren dan vijf seconden per sponsor en tien seconden in totaal. In verband met sponsoring van kinderprogramma's op de openbare omroep wordt tevens bepaald dat dit niet kan binnen de vijf minuten voor of na het kinderprogramma.

Het laatste lid van de tweede paragraaf van dit artikel moet verhinderen dat radio- en televisiediensten tegen betaling zendtijd ter beschikking stellen aan politieke mandatarissen of kandidaats-mandatarissen en aan politieke partijen.

Artikel 10

Deze bepaling streeft naar een vereenvoudiging van de regels inzake herkenbaarheid van reclame en telewinkelen. De twee eerste leden van dit artikel moeten leiden tot een versoepeling van het huidige principiële verbod in artikel 101, §1, eerste lid, van de gecoördineerde decreten om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma. De huidige bepaling is strikter dan hetgeen wordt opgelegd in de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen'. Artikel 10 van deze richtlijn bepaalt enkel dat televisiereclame en telewinkelen gemakkelijk als dusdanig herkenbaar moeten zijn, en dat zij door optische en/of akoestische middelen duidelijk gescheiden moeten zijn van de rest van het programma-aanbod. De eerste twee leden van dit artikel herleiden de huidige bepaling tot de essentiële principes uit de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen'.

Het derde lid van dit artikel strekt ertoe om de heersende regel uit artikel 101, §1, tweede lid, dat elk reclameblok moet worden voorafgegaan door een vermelding dat het om reclame gaat, te vereenvoudigen. Ook deze regel kan niet letterlijk worden teruggevonden in de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen'. De verplichting dat reclameblokken door 'optische en/of akoestische middelen' duidelijk afscheiden moeten worden van de rest van het programma-aanbod, blijft echter gelden op basis van het eerste lid van dit artikel.

Artikel 11

Dit artikel heeft de bedoeling om de Vlaamse regelgeving inzake het onderbreken van audiovisuele

producties voor reclame op gelijk niveau te brengen met de voorschriften in de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen'. De strengere aanpak wordt hier verlaten. Het gevolg van dit artikel is dat films die 20 minuten langer duren dan 2 maal 45 minuten – en die vandaag twee maal voor reclame mogen onderbroken worden – een derde maal voor reclame mogen worden onderbroken. Er wordt aan de huidige tekst van artikel 101, §4, eerste lid, een zin toegevoegd die letterlijk wordt hernomen uit artikel 11.3 van de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen'.

Artikel 12

Dit artikel leidt tot de afschaffing van de zogenaamde 'vijfminutenregel' inzake kinderreclame.

In Vlaanderen geldt reeds vanaf het ontstaan van commerciële televisie deze zogeheten vijfminutenregel. Het huidige artikel 101, §6, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 bepaalt niet alleen dat kinderprogramma's niet mogen worden onderbroken voor reclame, maar ook dat in de onmiddellijke omgeving van kinderprogramma's geen reclame of telewinkelen mag worden uitgezonden. Met onmiddellijke omgeving wordt bedoeld binnen een tijdsbestek van vijf minuten voor en na het kinderprogramma.

De Vlaamse regelgeving gaat met dit regime voor reclame rond kinderprogramma's een stuk verder dan wat de Europese richtlijn 'Televisie zonder Grenzen' voorschrijft. Net daardoor wordt de vijfminutenregel in de praktijk sterk uitgehold, in die zin dat zij enkel van toepassing is op de Vlaamse omroepen. Voor omroepen uit de ons omringende landen geldt deze beperking niet, zelfs niet indien deze in Vlaanderen verdeeld worden via de kabel.

Deze regel veroorzaakt een belangrijk concurrentieel nadeel voor de Vlaamse particuliere omroepen. Reclame is voor de particuliere omroepen dé bron van inkomsten en dus ook bron van financiering voor het maken en uitzenden van (kinder)programma's. Omroepen uit andere landen die ook in Vlaanderen uitzenden mogen wel reclame werven. Zij kunnen zelfs reclame gaan werven die specifiek gericht is op de Vlaamse jeugd. Het gevolg is dat de vijfminutenregel elk effect verliest.

Een ander en nog veel belangrijker gevolg van de huidige vijfminutenregel is dat er hierdoor bij de Vlaamse particuliere omroepbedrijven minder wordt

geïnvesteed in kinderprogramma's in het algemeen, en in eigen Vlaamse kinderprogramma's in het bijzonder. Dit kan nooit de bedoeling geweest zijn van de vijfminutenregel.

Het resultaat van dit artikel is dat reclame en telewinkelen voortaan mogen worden uitgezonden vlak voor of vlak na kinderprogramma's. Het onderbreken van kinderprogramma's voor het invoegen van reclame- of telewinkelspots blijft verboden.

Artikel 13

Deze bepaling vereenvoudigt de huidige regelgeving inzake het vermelden van producten of diensten in televisieprogramma's met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen. Het heersende regime – neergelegd in artikel 105, §3, van de gecoördineerde mediadecreten – kan worden beschouwd als een strikte regeling voor een vorm van 'product placement'. De huidige regeling voor televisie (product placement is in principe verboden) staat haaks op de regeling voor radio (product placement is in principe toegestaan).

Dit artikel streeft naar een eenvoudige, gelijklopende regel voor beide soorten media, en dit uitgaande van de interpretatieve mededeling van de Commissie over de toepassing van de reclameregels uit de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen' (2004/C 102/02). Het vermelden of vermelden van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen is toegestaan, mits aan deze producten of diensten geen ongegronde aandacht wordt besteed. Het concept 'ongegronde aandacht' wordt door de Europese Commissie gebruikt in hogervermelde interpretatieve mededeling (zie paragraaf 33). Van ongegronde aandacht voor goederen, diensten, handelsmerk of naam van een bedrijf kan volgens de Commissie sprake zijn als het merk, de goederen of de diensten in kwestie herhaaldelijk vermeld of vertoond worden, of het kan blijken uit de wijze waarop er de aandacht op wordt gevestigd. Daarbij dient ook rekening gehouden te worden op de redactionele inhoud van de uitzendingen waarin zij vertoond of vermeld worden.

Artikel 14

Dit artikel moet leiden tot een meer overzichtelijke regeling voor sponsoring op radio en televisie. Het huidige regime is immers veel meer complex en gedetailleerd dan vereist door de richtlijn 'Televisie zonder Grenzen'. Er wordt een zeer verregaande vereen-

voudiging doorgevoerd door louter terug te grijpen naar de bepalingen van deze richtlijn. Het regime voor sponsoring wordt teruggebracht tot de bepaling van artikel 17.1, b), van de richtlijn. Daar worden bovendien nog extra mogelijkheden aan toegevoegd voor het invoegen van sponsorvermeldingen: aan het begin/einde van een programmaonderdeel, bij het tonen van de stand en in aankondigingssspots. Tijds-limieten voor sponsorvermeldingen zijn geschrapt, net als het verbod op andere sponsorbepalingen. Hoewel hierdoor ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt: de algemene regel dat de sponsor geen impact mag hebben op de inhoud en de programmering van de gesponsorde uitzending, blijft immers wel gelden. Bovendien moet het onderscheid duidelijk blijven tussen sponsorvermeldingen en reclamespots. Het is de bedoeling dat sponsorboodschappen beperkt blijven tot een vermelding, en dat dit geen audiovisuele reclamespots worden. De Vlaamse Regulator voor de Media zal over de toepassing van dit onderscheid waken.

Artikel 15

Dit artikel bepaalt dat de code voor reclame en sponsoring op radio en televisie, zoals deze wordt opgesteld door de Vlaamse Regering in uitvoering van artikel 111 van de gecoördineerde mediadecreten, specifieke bepalingen bevat met betrekking tot reclame die specifiek gericht is op jeugd en kinderen. De bescherming van minderjarigen tegen overmatige reclamedruk op televisie blijft immers een belangrijk objectief.

Idealiter gebeurt deze aanpassing van de code in samenspraak met de Vlaamse particuliere omroepen, met consumenten- en gezinsorganisaties en met de federaties van adverteerders. De betrokkenheid bij het aanvullen van de code van niet alleen de grote Vlaamse particuliere omroepen, maar ook van de consumenten- en gezinsorganisaties en van de adverteerders, zou het draagvlak voor de toepassing ervan ongetwijfeld vergroten. Deze aanpak ligt volledig in de lijn van de evoluties op Europees vlak, waar zelfregulering als een belangrijk normatief instrument wordt beschouwd.

Artikel 16

Dit artikel schrapt de huidige rapporteringsplicht voor particuliere radio- en televisieomroepen. Vandaag moeten de particuliere radio-omroepen jaarlijks

aan de Vlaamse Regulator voor de Media een werkingsverslag en een financieel verslag bezorgen. Deze verslagen moeten door de particuliere radio's worden opgesteld aan de hand van een modelformulier dat door de Vlaamse Regulator voor de Media wordt verspreid. Er moet onder meer zeer gedetailleerde informatie worden gegeven over de programmatie van de radio, over de medewerkers, over de aanwezige infrastructuur, en over de financiële structuur. De particuliere televisieomroepen moeten naast een werkingsverslag jaarlijks de balans en de jaarrekening aan de VRM bezorgen.

Het opmaken van deze werkings- en financiële verslagen vormt een belangrijke administratieve last voor de betrokken omroepen. In het kader van de administratieve vereenvoudiging wordt deze verplichting door dit artikel afgevoerd. Met toepassing van artikel 176septies van de gecoördineerde mediadecreten kan de VRM op elk moment reeds de nodige informatie opvragen bij elke radio- en televisieomroep, en is deze omroep ook verplicht om medewerking te verlenen. Bovendien zijn een aantal van de gegevens die in deze werkings- en financiële verslagen moeten worden opgegeven, reeds elders ter beschikking, bv. bij de balanscentrale van de Nationale Bank.

De minister-president van de Vlaamse Regering,

Yves LETERME

*De Vlaamse minister van Bestuurszaken,
Buitenlands Beleid, Media en Toerisme,*

Geert BOURGEOIS

VOORONTWERP VAN DECREET

VOORONTWERP VAN DECREET

houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV
van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie,
gecoördineerd op 4 maart 2005

DE VLAAMSE REGERING,

Op voorstel van de Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme;

Na beraadslaging,

BESLUIT:

De Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme is ermee belast, in naam van de Vlaamse Regering, bij het Vlaams Parlement het ontwerp van decreet in te dienen, waarvan de tekst volgt:

Artikel 1

Dit decreet regelt een gemeenschapsaangelegenheid.

Artikel 2

In artikel 41, §1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

- 1° in punt 2°, worden de woorden “één landelijke radio-omroep” vervangen door de woorden “twee landelijke radio-omroepen”;
- 2° in punt 2°, worden de woorden “Tussen de rechtspersonen die een landelijke radio-omroep exploiteren, kunnen geen rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen bestaan” vervangen door de woorden: “Rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen landelijke radio-omroepen mogen er niet toe leiden dat een onderneming of rechtspersoon zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee landelijke radio-omroepen.”.

Artikel 3

In artikel 43 van dezelfde decreten wordt het tweede lid opgeheven.

Artikel 4

In artikel 44, tweede lid, van dezelfde decreten wordt de eerste zin geschrapt.

Artikel 5

In artikel 45, §1, van dezelfde decreten, gewijzigd bij het decreet van 15 juli 2005, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

- 1° in punt 2° worden de woorden “één particuliere regionale radio-omroep” vervangen door de woorden “twee particuliere regionale radio-omroepen”;
- 2° in punt 2° worden de woorden “Tussen de rechtspersonen die een regionale radio-omroep exploiteren, mogen geen rechtstreekse noch onrechtstreekse bindingen bestaan” vervangen door de woorden: “Rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen regionale of landelijke radio-omroepen mogen er niet toe leiden dat een onderneming of rechtspersoon zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee regionale of landelijke radio-omroepen.”.

Artikel 6

Aan artikel 47 van dezelfde decreten worden de volgende leden toegevoegd:

“De regionale radio-omroepen kunnen hetzij onafhankelijk opereren, hetzij binnen een samenwerkingsverband met andere regionale radio-omroepen.

Een samenwerkingsverband dat bestaat uit alle regionale radio-omroepen, en dat opgericht is in de vorm van een rechtspersoon die voldoet aan de voorwaarden van artikel 41, §1, van deze decreten, kan door de Vlaamse Regering worden erkend als landelijke radio-omroep.

Vanaf de datum van erkenning door de Vlaamse Regering als landelijke radio-omroep, zijn de bepalingen van Afdeling II van dit hoofdstuk op dit samenwerkingsverband van toepassing.

In afwijking van artikel 33, eerste lid, van deze decreten, vervalt de erkenning van de regionale radio-omroepen die deelnemen aan dit samenwerkingsverband vanaf de datum van erkenning door de Vlaamse Regering van het samenwerkingsverband als landelijke radio-omroep.

In afwachting van een nieuwe zendvergunning, uitgereikt door de Vlaamse Regulator voor de Media, en in afwijking van artikel 118, §1, tweede lid, van deze decreten, dragen de regionale radio-omroepen in kwestie hun zendvergunning over aan het samenwerkingsverband dat erkend is als landelijke radio-omroep.”.

Artikel 7

Artikel 81 van dezelfde decreten wordt vervangen door wat volgt:

“Artikel 81

Om erkend te worden als doelgroep- en themaomroep, moet het maatschappelijk doel bestaan in het verzorgen, binnen de hele Vlaamse Gemeenschap, van programma's die bedoeld zijn voor een specifieke doelgroep of die opgebouwd zijn rond één thema. De doelgroep- en themaomroepen kunnen alle activiteiten verrichten die rechtstreeks of onrechtstreeks aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel.”.

Artikel 8

Het opschrift van hoofdstuk II van Titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, wordt vervangen door wat volgt:

“Hoofdstuk II. Bepalingen die van toepassing zijn op alle omroepen van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap en op alle radio- en televisiediensten die bij de Vlaamse Regulator voor de Media zijn aangemeld”.

Artikel 9

§1. Artikel 97, §1, van dezelfde decreten wordt vervangen door wat volgt:

“Artikel 97

§1. De particuliere televisieomroepen erkend door de Vlaamse Gemeenschap of rechtmatig aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media, zijn gemachtigd reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut uit te zenden.

De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap kan enkel reclame brengen met het oog op zelfpromotie. De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap is gemachtigd boodschappen van algemeen nut te brengen.

De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap is gemachtigd sponsoring te brengen. De sponsorvermeldingen op de omroep van de Vlaamse Gemeenschap mogen uitsluitend de naam van de sponsor, de handelsnaam, het logo, het product, de naam van het product, de dienst of de naam van de dienst bevatten. De vermeldingen mogen niet langer duren dan vijf seconden per sponsor en tien seconden in totaal.

Binnen een tijdsbestek van vijf minuten voor en na kinderprogramma's op de omroep van de Vlaamse Gemeenschap mag geen sponsorvermelding plaatsvinden.

De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap mag geen telewinkelen brengen.”.

§2. In artikel 97 van dezelfde decreten worden de volgende wijzigingen aangebracht:

- 1° in §2 worden tussen de woorden “Vlaamse Gemeenschap” en de woorden “zijn gemachtigd reclame” de woorden “of rechtmatig aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media” ingevoegd;
- 2° in §3 worden tussen de woorden “Vlaamse Gemeenschap” en de woorden “verboden om tegen betaling” de woorden “of rechtmatig aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media” ingevoegd.

Artikel 10

In artikel 101, §1, van dezelfde decreten, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

- 1° in het eerste lid wordt tussen het woord “en” en het woord “onderscheiden” het woord “duidelijk” ingevoegd;
- 2° de tweede zin van het eerste lid wordt geschrapt;
- 3° de tweede en de derde zin van het tweede lid worden geschrapt.

Artikel 11

Aan artikel 101, §4, eerste lid, van dezelfde decreten wordt een zin toegevoegd die luidt als volgt:

“Indien de geprogrammeerde duur ervan ten minste 20 minuten langer is dan twee of meer volledige tijdvakken van 45 minuten, mag er nog één keer worden onderbroken.”.

Artikel 12

In artikel 101, §6, van dezelfde decreten worden de tweede en de derde zin geschrapt.

Artikel 13

In artikel 105 van dezelfde decreten wordt §3 vervangen door wat volgt:

“§3. In een televisieprogramma is, inzake het vertonen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vertonen van het product of de dienst toegestaan op voorwaarde dat er geen gebruik wordt gemaakt van aanprijzingstechnieken.

De prijzen mogen maximaal twee keer worden getoond of vermeld.”.

Artikel 14

Artikel 106 van dezelfde decreten wordt vervangen door wat volgt:

“Artikel 106

De gesponsorde programma's moeten aan het begin en/of aan het einde duidelijk als gesponsorde programma's worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor.

De sponsorvermelding mag voorkomen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel.

Tijdens sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegestaan bij het tonen van tijdsaanduidingen en weergave van de stand.

In de aankondigingspots mag melding worden gemaakt van de sponsors.”.

Artikel 15

Aan artikel 111 van dezelfde decreten wordt een zin toegevoegd, die luidt als volgt:

“Deze code bevat specifieke bepalingen over reclame en sponsoring die specifiek gericht zijn op kinderen en jongeren.”.

Artikel 16

Artikelen 38, 66, 82, 86, 91 en 93, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, worden opgeheven.

Brussel,

De minister-president van de Vlaamse Regering,

Yves LETERME

De Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme,

Geert BOURGEOIS

ADVIES VAN DE VLAAMSE MEDIARAAD

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP**VLAAMSE MEDIARAAD****Advies nr. 2006/005**

Betreft: voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005

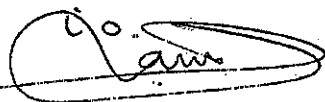
Met een brief van 20 juli 2006 vraagt de Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme om advies inzake het voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005.

Met de ontwerptekst wordt gestreefd naar een vereenvoudiging van de gecoördineerde decreten betreffende de radio-omroep en de televisie op het vlak van de reclameregels en voor wat betreft de allianties tussen particuliere landelijke en regionale radio-omroepen. Tevens wordt de jaarlijkse rapporteringsplicht voor omroepen opgeheven, met de bedoeling de administratieve lasten in aanzienlijke mate te verminderen.

De Vlaamse Mediaraad, in vergadering bijeen te Brussel op 6 september 2006, brengt gunstig advies uit wat betreft de bepaling aangaande de vijfminutenregel. Voor de overige bepalingen stelt de Vlaamse Mediaraad voor om de thans in bespreking zijnde wijzigingen aan de richtlijn "Televisie zonder grenzen" af te wachten, alvorens deze materies in de gecoördineerde mediadecreten te wijzigen. Hij stelt vast dat de voorgestelde versoepelingen en vereenvoudigingen heel wat onduidelijkheid scheppen, inzonderheid de nieuwe regels betreffende sponsoring. Bovendien kan deze laatstgenoemde nieuwe regeling de financiële context van de openbare omroep aanzienlijk wijzigen.

Brussel, 6 september 2006,

Namens de Vlaamse Mediaraad,



Prof. Dr. E. De Bens
Voorzitter Vlaamse Mediaraad

ADVIES VAN DE SOCIAAL-ECONOMISCHE RAAD VAN VLAANDEREN

Sterk door overleg



Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen

Brussel, 13 september 2006
AG-IT/06-107Aan de heer BOURGEOIS Geert
VI. min. Bestuursz., Buitenl. Bel., Media & Toerisme
Emile Jacqmainlaan 20 - Alhambragebouw

1000 BRUSSEL

Betreft: Voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005

Mijnheer de Minister,

Op 20 juli 2006 heeft u de SERV om advies gevraagd betreffende bovenvermelde aangelegenheid.

Vanuit sociaal-economische invalshoek wenst de raad geen bemerkingen te maken bij het vermelde voorontwerp van decreet.

In de hoop u met deze informatie van dienst te kunnen zijn,

Met de meeste hoogachting,

i.o. E. h

Esther DEMAN
Adjunct-administrateur-generaalPieter Kerremans
administrateur-generaalPhilippe Muyters
voorzitter

ADVIES VAN DE RAAD VAN STATE

KDE

KONINKRIJK BELGIË

ADVIES 41.408/3

VAN DE AFDELING WETGEVING
VAN DE RAAD VAN STAAT

De RAAD VAN STAAT, afdeling wetgeving, derde kamer, op 28 september 2006 door de Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme verzocht hem, binnen een termijn van dertig dagen, van advies te dienen over een voorontwerp van decreet "houdende wijziging van sommige bepalingen van titel III en titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005", heeft op 17 oktober 2006 het volgende advies gegeven:

KDE

41.408/3

1. Met toepassing van artikel 84, § 3, eerste lid, van de gecoördineerde wetten op de Raad van State, heeft de afdeling wetgeving zich toegespitst op het onderzoek van de bevoegdheid van de steller van de handeling, van de rechtsgrond, alsmede van de vraag of aan de voorgeschreven vormvereisten is voldaan

*

* *

STREKKING VAN HET VOORONTWERP

2. Het om advies voorgelegde voorontwerp van decreet strekt tot het aanbrengen van een aantal wijzigingen in de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 (hierna: de gecoördineerde decreten).

Die wijzigingen kunnen als volgt worden samengevat.

De voorwaarden voor de erkenning van landelijke radio-omroepen worden versoepeld, meer bepaald voor wat betreft de mogelijkheid van exploitatie van of bindingen tussen meer dan één landelijke radio-omroep (artikel 2) en de opheffing van het verbod om ontkoppeld uit te zenden (artikel 3).

Ook voor wat betreft de regionale radio-omroepen bevat het ontwerp een aantal versoepelingen, met name de opheffing van de beperkingen aan de samenwerking met andere radio-omroepen (artikel 4), de mogelijkheid van exploitatie van of bindingen tussen meer dan één regionale radio-omroep (artikel 5) en de mogelijkheid van overgang naar een erkenning als landelijke radio-omroep van een samenwerkingsverband van alle regionale radio-omroepen (artikel 6).

Bij de televisieomroepen wordt het de doelgroep- en thema-omroepen toegestaan om naast hun programma's ook alle activiteiten te verrichten die rechtstreeks of onrechtstreeks aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel (artikel 7).

KDE

41.408/3

Het ontwerp bevat ook een aantal wijzigingen betreffende de voorschriften inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut.

De regeling wordt van toepassing gemaakt op de omroepen die geen erkenning behoeven en enkel moeten worden aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media. Tevens wordt de toegelaten sponsoring voor de televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap (de VRT) aan een aantal beperkingen onderworpen (artikelen 8 en 9)

De voorschriften inzake reclame en telewinkelen worden versoepeld, onder meer voor wat betreft de aankondiging, de onderbreking van films en de zogenaamde vijfminutenregeling in kinderprogramma's (artikelen 10 tot 12). De regeling inzake het vertonen van producten en diensten in televisieprogramma's met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen wordt versoepeld en afgestemd op de bestaande regeling voor radioprogramma's (artikel 13). Ook de regeling inzake sponsoring wordt versoepeld (artikel 14). De code voor reclame en sponsoring moet voortaan specifieke bepalingen bevatten over reclame en sponsoring, gericht op kinderen en jongeren (artikel 15).

Ten aanzien van een aantal omroepen wordt de verplichting geschrapt om documenten zoals balansen, jaarrekeningen en werkingsverslagen aan de Vlaamse Regulator voor de Media te bezorgen (artikel 16).

VORMVEREISTEN

3. Over het ontwerp diende, met toepassing van de artikelen 15, § 1, en 6, § 1, van het besluit van de Vlaamse Regering van 19 januari 2001 houdende regeling van de begrotingscontrole en -opmaak, respectievelijk het advies van de inspecteur van financiën en het akkoord van de Vlaamse minister, bevoegd voor de begroting, te worden ingewonnen. Aan die vormvereisten werd niet voldaan, wat dient te worden verholpen. Mochten ten gevolge van het vervullen ervan nog wijzigingen worden aangebracht aan het ontwerp, moeten die wijzigingen nog om advies worden voorgelegd aan de Raad van State, afdeling wetgeving.

ONDERZOEK VAN DE TEKST

Artikel 10

4. Krachtens artikel 10, lid 1, van richtlijn 89/552/EEG van de Raad van 3 oktober 1989 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de Lid-Staten inzake de uitoefening van televisie-omroepactiviteiten moeten televisiereclame en telewinkelen gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn en door middel van optische en/of akoestische middelen duidelijk gescheiden zijn van de rest van het programma-aanbod. Die bepaling is omgezet in artikel 101 van de gecoördineerde decreten, waarin eraan nog een aantal strengere bepalingen worden toegevoegd. Het vereiste van herkenbaarheid blijft behouden, maar door de schrapping van de tweede zin van het tweede lid van dat artikel (artikel 10, 3°, van het ontwerp) zou het vereiste van een scheiding van de rest van het programma-aanbod door middel van optische en/of akoestische middelen wegvallen. Het vereiste dat reclame en telewinkelen onderscheiden moet zijn van de programma's (zie het bestaande artikel 101, § 1, eerste lid, eerste zin, van de gecoördineerde decreten), is niet hetzelfde als een scheiding door middel van optische en/of akoestische middelen.

Artikel 101, § 1, van de gecoördineerde decreten, zoals het zou luiden ten gevolge van de voorgenomen wijzigingen, zou derhalve strijden met de genoemde richtlijnbeeping ⁽¹⁾.

Het in de memorie van toelichting voorkomende argument dat de omroepen in de praktijk wellicht één of ander signaal zouden blijven gebruiken, is niet relevant: de richtlijn moet correct worden omgezet door interne rechtsregels, en niet door een richtlijnconforme praktijk van de markdeelnemers.

De derde zin van het tweede lid van artikel 101, § 1, van de gecoördineerde decreten kan eventueel wel worden geschrapt, aangezien de richtlijn 89/552/EG niet van toepassing is op radio-omroepen.

⁽¹⁾ Overigens blijft de huidige tekst van artikel 10, lid 1, van richtlijn 89/552/EG behouden in het voorstel van de Europese Commissie tot wijziging van die richtlijn.

KDE

41.408/3

Artikel 13

5. De in het ontworpen artikel 105, § 3, eerste lid, voorkomende term "aanprijzingstechnieken" is nieuw en wordt niet nader gedefinieerd. Ook in richtlijn 89/552/EEG komt de term niet voor. Gelet op de gevolgen die een overtreding van deze bepaling voor een televisieomroep kan inhouden, zouden de stellers van het ontwerp deze term moeten preciseren of de bepaling moeten redigeren in een andere zin die meer rechtszekerheid biedt.

Dat de notie - zoals in de memorie van toelichting wordt gesteld - is gebaseerd op een interpretatieve mededeling van de Europese Commissie ⁽²⁾, doet geen afbreuk aan deze vaststelling. Overigens wordt ook in deze mededeling de notie niet als dusdanig gehanteerd. Wel kan worden overwogen om zich bij de uitwerking van een preciezere regeling te inspireren op de overwegingen van de Commissie met betrekking tot sluikreclame (punt 2.5 van de mededeling).

⁽²⁾ Bedoeld wordt allicht de interpretatieve mededeling van de Commissie over bepaalde aspecten van de bepalingen van de richtlijn "Televisie zonder grenzen" betreffende de televisiereclame, *Pb.*, C-102, 28 april 2004, 2-11.

KDE

41.408/3

De kamer was samengesteld uit

de Heren	J. SMETS,	staatsraad, voorzitter,
	B. SEUTIN, W. VAN VAERENBERGH,	staatsraden,
	J. VELAERS,	assessor van de afdeling wetgeving,
Mevrouw	G. VERBERCKMOES,	griffier.

Het verslag werd uitgebracht door de H. J. VAN NIEUWENHOVE, auditeur.

DE GRIFFIER,

DE VOORZITTER,

G. VERBERCKMOES

J. SMETS

ONTWERP VAN DECREET

ONTWERP VAN DECREET

DE VLAAMSE REGERING,

Op voorstel van de Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme;

Na beraadslaging,

BESLUIT:

De Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme is ermee belast, in naam van de Vlaamse Regering, bij het Vlaams Parlement het ontwerp van decreet in te dienen, waarvan de tekst volgt:

Artikel 1

Dit decreet regelt een gemeenschapsaangelegenheid.

Artikel 2

In artikel 41, §1, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

- 1° in punt 2°, worden de woorden “één landelijke radio-omroep” vervangen door de woorden “twee landelijke radio-omroepen”;
- 2° in punt 2°, worden de woorden “Tussen de rechtspersonen die een landelijke radio-omroep exploiteren, kunnen geen rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen bestaan” vervangen door de woorden: “Rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen landelijke radio-omroepen mogen er niet toe leiden dat een onderneming of rechtspersoon zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee landelijke radio-omroepen.”.

Artikel 3

In artikel 43 van dezelfde decreten wordt het tweede lid opgeheven.

Artikel 4

In artikel 44, tweede lid, van dezelfde decreten wordt de eerste zin geschrapt.

Artikel 5

In artikel 45, §1, van dezelfde decreten, gewijzigd bij het decreet van 15 juli 2005, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

- 1° in punt 2° worden de woorden “één particuliere regionale radio-omroep” vervangen door de woorden “twee particuliere regionale radio-omroepen”;
- 2° in punt 2° worden de woorden “Tussen de rechtspersonen die een regionale radio-omroep exploiteren, mogen geen rechtstreekse noch onrechtstreekse bindingen bestaan” vervangen door de woorden: “Rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen regionale of landelijke radio-omroepen mogen er niet toe leiden dat een onderneming of rechtspersoon zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee regionale of landelijke radio-omroepen.”.

Artikel 6

Aan artikel 47 van dezelfde decreten worden de volgende leden toegevoegd:

“De regionale radio-omroepen kunnen hetzij onafhankelijk opereren, hetzij binnen een samenwerkingsverband met andere regionale radio-omroepen.

Een samenwerkingsverband dat bestaat uit alle regionale radio-omroepen, en dat opgericht is in de vorm van een rechtspersoon die voldoet aan de voorwaarden van artikel 41, §1, van deze decreten, kan door de Vlaamse Regering worden erkend als landelijke radio-omroep.

Vanaf de datum van erkenning door de Vlaamse Regering als landelijke radio-omroep, zijn de bepalingen van afdeling II van dit hoofdstuk op dit samenwerkingsverband van toepassing.

In afwijking van artikel 33, eerste lid, van deze decreten, vervalt de erkenning van de regionale radio-omroepen die deelnemen aan dit samenwerkingsverband vanaf de datum van erkenning door de Vlaamse Regering van het samenwerkingsverband als landelijke radio-omroep.

In afwachting van een nieuwe zendvergunning, uitgereikt door de Vlaamse Regulator voor de Media, en in afwijking van artikel 118, §1, tweede lid, van deze decreten, dragen de regionale radio-omroepen in kwestie hun zendvergunning over aan het samenwerkingsverband dat erkend is als landelijke radio-omroep.”.

Artikel 7

Artikel 81 van dezelfde decreten wordt vervangen door wat volgt:

“Artikel 81

Om erkend te worden als doelgroep- en thema-omroep, moet het maatschappelijk doel bestaan in het verzorgen, binnen de hele Vlaamse Gemeenschap, van programma's die bedoeld zijn voor een specifieke doelgroep of die opgebouwd zijn rond één thema. De doelgroep- en themaomroepen kunnen alle activiteiten verrichten die rechtstreeks of onrechtstreeks aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel.”.

Artikel 8

Het opschrift van hoofdstuk II van titel IV van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, wordt vervangen door wat volgt:

“Hoofdstuk II

Bepalingen die van toepassing zijn op alle omroepen van of erkend door de Vlaamse Gemeenschap en op alle radio- en televisiediensten die bij de Vlaamse Regulator voor de Media zijn aangemeld”.

Artikel 9

§ 1. Artikel 97, §1, van dezelfde decreten wordt vervangen door wat volgt:

“Artikel 97

§1. De particuliere televisieomroepen erkend door de Vlaamse Gemeenschap of rechtmatig aangemeld bij

de Vlaamse Regulator voor de Media, zijn gemachtigd reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut uit te zenden.

De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap kan enkel reclame brengen met het oog op zelfpromotie. De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap is gemachtigd boodschappen van algemeen nut te brengen.

De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap is gemachtigd sponsoring te brengen. De sponsorvermeldingen op de omroep van de Vlaamse Gemeenschap mogen uitsluitend de naam van de sponsor, de handelsnaam, het logo, het product, de naam van het product, de dienst of de naam van de dienst bevatten. De vermeldingen mogen niet langer duren dan vijf seconden per sponsor en tien seconden in totaal.

Binnen een tijdsbestek van vijf minuten voor en na kinderprogramma's op de omroep van de Vlaamse Gemeenschap mag geen sponsorvermelding plaatsvinden.

De televisieomroep van de Vlaamse Gemeenschap mag geen telewinkelen brengen.”.

§2. In artikel 97 van dezelfde decreten worden de volgende wijzigingen aangebracht:

1° in §2 worden tussen de woorden “Vlaamse Gemeenschap” en de woorden “zijn gemachtigd reclame” de woorden “of rechtmatig aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media” ingevoegd;

2° in §3 worden tussen de woorden “Vlaamse Gemeenschap” en de woorden “verboden om tegen betaling” de woorden “of rechtmatig aangemeld bij de Vlaamse Regulator voor de Media” ingevoegd.

Artikel 10

In artikel 101, §1, van dezelfde decreten, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

1° in het eerste lid wordt tussen het woord “en” en het woord “onderscheiden” de woorden “door optische en/of akoestische middelen duidelijk” ingevoegd;

2° de tweede zin van het eerste lid wordt geschrapt;

3° de tweede en de derde zin van het tweede lid worden geschrapt.

Artikel 11

Aan artikel 101, §4, eerste lid, van dezelfde decreten wordt een zin toegevoegd die luidt als volgt:

“Indien de geprogrammeerde duur ervan ten minste 20 minuten langer is dan twee of meer volledige tijdvakken van 45 minuten, mag er nog één keer worden onderbroken.”.

Artikel 12

In artikel 101, §6, van dezelfde decreten worden de tweede en de derde zin geschrapt.

Artikel 13

In artikel 105 van dezelfde decreten wordt §3 vervangen door wat volgt:

“§3. In een televisieprogramma is, inzake het vertonen van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, het vertonen van het product of de dienst toegestaan op voorwaarde dat er geen ongegronde aandacht wordt besteed aan deze producten of diensten.

De prijzen mogen maximaal twee keer worden getoond of vermeld.”.

Artikel 14

Artikel 106 van dezelfde decreten wordt vervangen door wat volgt:

“Artikel 106

De gesponsorde programma's moeten aan het begin en/of aan het einde duidelijk als gesponsorde programma's worden gekenmerkt door vermelding van naam en/of logo van de sponsor.

De sponsorvermelding mag voorkomen aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel.

Tijdens sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegestaan bij het tonen van tijdsaanduidingen en weergave van de stand.

In de aankondigingsspots mag melding worden gemaakt van de sponsors.”.

Artikel 15

Aan artikel 111 van dezelfde decreten wordt een zin toegevoegd, die luidt als volgt:

“Deze code bevat specifieke bepalingen over reclame en sponsoring die specifiek gericht zijn op kinderen en jongeren.”.

Artikel 16

Artikelen 38, 66, 82, 86, 91 en 93, van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, worden opgeheven.

Brussel, 24 november 2006

De minister-president van de Vlaamse Regering,

Yves LETERME

*De Vlaamse minister van Bestuurszaken,
Buitenlands Beleid, Media en Toerisme,*

Geert BOURGEOIS

BIJLAGE

bij de memorie van toelichting:

REGULERINGSIMPACTANALYSE



Reguleringsimpactanalyse voor het voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005.

I Titel

Voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005 waarin wordt gestreefd naar een vereenvoudiging van de gecoördineerde decreten betreffende de radio-omroep en de televisie op het vlak van de reclameregels en voor wat betreft de allianties tussen particuliere landelijke en regionale radio-omroepen, en waarin de jaarlijkse rapporteringplicht voor omroepen wordt opgeheven.

2 Aanleiding en doel

2.1 Aanleiding

Het decreet van 12 juni 1991 vaardigde een Vlaamse regeling uit voor reclame en sponsoring op radio en televisie. Dit decreet kwam er niet alleen omdat de Gemeenschappen als gevolg van de bijzondere wet van 8 augustus 1988 bevoegd werden voor de handelspubliciteit op radio en televisie, maar ook omdat de Vlaamse wetgeving in overeenstemming moest worden gebracht met Richtlijn 89/552/EEG van 3 oktober 1989 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de Lid-Staten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten (hierna: richtlijn Televisie zonder Grenzen).

De Vlaamse decreetgever heeft zich bij het uitwerken van een regime voor televisiereclame en –sponsoring op meerdere punten strenger opgesteld dan vereist werd door de richtlijn Televisie zonder Grenzen, o.a. met de bepalingen over het onderbreken van films en de regeling inzake de reclame rond kinderprogramma's.

Vandaag wordt gewerkt aan de derde herziening van de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Zonder vooruit te lopen op het eindresultaat van de onderhandelingen, kan nu al gesteld worden dat de Europese regels inzake televisiereclame en –sponsoring in belangrijke mate zullen worden geliberaliseerd. Waarom niet gewacht wordt op de herziening van de richtlijn, is een politieke keuze.

De context waarbinnen de Vlaamse particuliere omroepen vandaag moeten werken, is niet meer te vergelijken met de situatie 15 jaar geleden, toen het eerste reclamedecreet tot stand kwam. Ten eerste is de aanwezigheid van particuliere landelijke televisieomroepen in het Vlaamse medialandschap gegroeid van één naar meer dan 10, en daarbij werd nog geen rekening gehouden met de omroepen die louter op de digitale platformen actief zijn. Ten tweede staan de opbrengsten van televisiereclame sterk onder druk (toenemend aantal omroepen, concurrentie van nieuwe media zoals het internet, wereldwijde achteruitgang van de reclamebestedingen, ...), waardoor de leefbaarheid van de Vlaamse commerciële televisie in gevaar dreigt te komen. Het feit dat de Vlaamse reclameregels vaak strenger zijn dan wat wordt opgelegd in de richtlijn Televisie zonder Grenzen of dan de reclameregels in de buurlanden, zal zeker niet leiden tot een toename van de reclame-inkomsten van de particuliere omroepen. Zo zijn de regels inzake herkenbaarheid van reclame en tewinkelen in de Vlaamse Gemeenschap strikter dan wat wordt opgelegd in de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Ook de Vlaamse regelgeving inzake het onderbreken van audiovisuele producties voor reclame is

strenger dan de voorschriften van de richtlijn. Het regime voor reclame rond kinderprogramma's dat de Vlaamse regelgever heeft uitgewerkt, de "vijfminuten-regel", gaat verder dan wat de richtlijn Televisie zonder Grenzen voorschrijft en dan wat in de ons omringende landen toepasselijk is. En ook de Vlaamse regeling voor sponsoring op radio en televisie is complexer en gedetailleerder dan vereist door de richtlijn.

Ten derde krijgt de openbare omroep belangrijke bedragen om kwalitatieve programma's te maken en om deze, indien nodig, ook via nieuwe mediatoepassingen aan zijn gebruikers te bezorgen.

Vandaag zitten vooral de regionale radio-omroepen in moeilijke papieren. Reeds van bij de oprichting kon dit soort radio slechts op beperkte belangstelling rekenen. In alle Vlaamse provincies, op Antwerpen na, was er slechts één kandidaat voor de erkenning als regionale radio-omroep. In Antwerpen waren er twee kandidaten.

Ondanks de duidelijke toegevoegde waarde van het regionale karakter van een zulke radio-omroep, kenden de regionale radio-omroepen tot nog toe relatief weinig succes in Vlaanderen. De luistercijfers bewijzen dit. In de periode van 24 mei 2005 tot en met 25 december 2005 behaalden de regionale radio-omroepen marktaandelen van 0,68% (Antwerpen 1) tot 0,09% (FM Limburg). Indien de omstandigheden niet wijzigen, is dit medium onleefbaar. De (reclame-) inkomsten zullen dalen. Er is nauwelijks nog sprake van diversiteit in de programmatie: alle regionale radio-omroepen zijn teruggeplooid op non-stop muziekprogramma's.

Vandaag moeten de particuliere radio-omroepen jaarlijks aan de Vlaamse Regulator voor de Media een werkingsverslag en een financieel verslag bezorgen. Deze verslagen moeten door de particuliere radio's worden opgesteld aan de hand van een modelformulier dat door de Vlaamse Regulator voor de Media wordt verspreid. Er moet onder meer zeer gedetailleerde informatie worden gegeven over de programmatie, over de medewerkers, over de aanwezige infrastructuur, en over de financiële structuur. De particuliere televisieomroepen moeten naast een werkingsverslag jaarlijks de balans en de jaarrekening aan de VRM bezorgen. Voor de omroepen is dit een zware administratieve last.

2.2 Doelstelling

De leefbaarheid van de regionale radio-omroepen vergroten.

Particuliere initiatieven op audiovisueel vlak, zonder discriminatie, voluit kansen geven.

De jaarlijkse rapporteringplicht voor omroepen opheffen.

3 Opties

Optie 1: Niets doen (“Nuloptie”).

De gecoördineerde mediadecreten blijven ongewijzigd.

Optie 2:

Met dit voorontwerp van decreet worden een aantal bepalingen van de gecoördineerde decreten betreffende de radio-omroep en de televisie gewijzigd om:

- de samenwerking tussen regionale radio-omroepen en landelijke regionale omroepen en tussen regionale radio-omroepen onderling mogelijk te maken. Dit om de leefbaarheid van de regionale omroepen te vergroten;
- de Vlaamse reclameregelgeving te versoepelen om de particuliere initiatieven op audiovisueel vlak voluit kansen te geven (soepeler regelgeving inzake sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken voor reclame, productplacement, opheffen van de vijfminuten-regel, ...);
- de jaarlijkse rapporteringplicht voor omroepen op te heffen.

Optie 3: Alternatieven voor traditionele of dwingende regulering

Werden voorgesteld door de Kenniscel Wetsmatiging: versoepeling vs. afschaffing van bepaalde reclameregels, meer samenwerking uitsluitend tussen regionale radio-omroepen, stimulerend beleid (subsidies, communicatie, ...) om nieuwe aanvragen voor regionale radio-omroepen in te laten dienen, ruimere verlaging van de rapporteringplichten, ...

Vermits de “keuze” voor optie 2 reeds voor de redactie van deze RIA was gemaakt, wordt aan optie 3 in deze RIA geen verdere aandacht meer besteed.

4 Effecten

4.1 Doelgroepen en betrokken partijen

- de overheid: de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM);
- de landelijke particuliere radio-omroepen;
- de regionale particuliere radio-omroepen;
- de lokale particuliere radio-omroepen;
- de aanbieders van radiodiensten;
- de particuliere televisieomroepen die zich richten tot de gehele Vlaamse Gemeenschap;
- de regionale televisieomroepen;
- de doelgroep- en themaomroepen;
- de betaalomroepen;

- de televisiediensten;
- de telewinkeldomroepen;
- de burgers (minderjarigen in het bijzonder).

Voor al deze subdoelgroepen zijn er verschillende effecten (zie verder).

4.2 Optie I

Directe effecten

-
- er komt geen versoepeling van de regelgeving betreffende de regionale radio-omroepen (bv. door het scheppen van samenwerkingsmogelijkheden tussen regionale radio-omroepen onderling, en met de particuliere landelijke radio-omroepen, ...) zodat de leefbaarheid van de regionale radio-omroepen problematisch blijft;
 - het maatschappelijk doel van de doelgroep- en themaomroepen blijft beperkt tot het verzorgen, binnen de gehele Vlaamse Gemeenschap, van programma's die bedoeld zijn voor een specifieke doelgroep of die opgebouwd zijn rond één thema;
 - de regelgeving betreffende reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut is niet van toepassing op de bij de VRM rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten;
 - de rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten hebben niet de mogelijkheid om reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut uit te zenden;
 - de regels inzake herkenbaarheid van reclame en telewinkelen blijven complex. Het principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma blijft behouden. Deze bepaling is strikter dan wat wordt opgelegd in de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Artikel 10 van de richtlijn bepaalt enkel dat televisiereclame en telewinkelen gemakkelijk als dusdanig herkenbaar moeten zijn, en dat zij door optische en/of akoestische middelen duidelijk gescheiden moeten zijn van de rest van het programma-aanbod.
 - de Vlaamse regelgeving inzake het onderbreken van audiovisuele producties voor reclame blijft strenger dan de bepalingen van de richtlijn Televisie zonder Grenzen: audiovisuele producties zoals bioscoopfilms en televisiefilms (met uitzondering van series, feuilletons, amusementsprogramma's en documentaires) mogen één keer per volledig tijdvak van 45 minuten worden onderbroken, mits de geprogrammeerde duur ervan meer dan 45 minuten bedraagt. Documentaires en actualiteitenmagazines waarvan de geprogrammeerde duur minder dan 30 minuten bedraagt, mogen niet door reclame of telewinkelen worden onderbroken;
 - de zogenaamde "vijfminuten-regel" inzake kinderreclame, die in Vlaanderen reeds bestaat vanaf het ontstaan van commerciële televisie, blijft behouden. Reclame en telewinkelen mogen niet worden uitgezonden vlak voor of vlak na kinderprogramma's;
 - het vermelden van producten of diensten in televisieprogramma's met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen (productplacement) blijft verboden. Er blijft een verschillende regeling bestaan voor radio (productplacement is toegelaten) en televisie (productplacement is verboden);
 - de regeling voor sponsoring op radio en televisie blijft complexer en gedetailleerder dan vereist in de richtlijn Televisie zonder Grenzen: zo moet men bvb. rekening houden met tijdslimieten voor sponsorvermeldingen, de mogelijkheden voor het invoegen van sponsorvermeldingen zijn beperkt, de sponsor mag geen impact hebben op de inhoud en de programmering van de gesponsorde uitzending.
 - de jaarlijkse rapporteringsplicht voor particuliere omroepen blijft behouden.

Verdelingseffecten

Er zijn geen belangrijke verdelingseffecten.

Indirecte effecten

De vijfminuten-regel houdt een belangrijk concurrentieel nadeel in voor de Vlaamse particuliere omroepen. Reclame is voor de particuliere omroepen immers de bron van inkomsten en dus ook bron van financiering voor het maken en uitzenden van kinderprogramma's. Bij de Vlaamse particuliere omroepen wordt door de vijfminuten-regel minder geïnvesteerd in kinderprogramma's in het algemeen en in eigen Vlaamse kinderprogramma's in het bijzonder.

Kindeffecten

Financiële effecten

Er zijn geen financiële effecten.

Lokale besturen

Er is geen weerslag wat de lokale besturen betreft.

Effecten op personeelsbehoeften en / of personeelsbudgetten

Er is geen weerslag wat de personeelsbehoeften en de personeelsbudgetten betreft.

Vergelijkingstabel van alle effecten

Doelgroepen en betrokken partijen	Baten		Kosten	
	Omschrijving	schatting	omschrijving	schatting
Overheid (VRM)	- de jaarlijkse rapporteringsplicht voor omroepen verschaft de VRM informatie die zij anders zelf zou moeten opvragen			
Landelijke particuliere radio-omroepen			- onderworpen aan een streng regime: geen flexibiliteit (verbod om ontkoppeld uit te zenden), geen samenwerking mogelijk met regionale radio-omroepen - strenge reclameregelgeving: strengere regels inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen, strengere regels voor sponsorvermeldingen, - vijfminuten-regel - jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Regionale particuliere radio-omroepen			- geen samenwerkingsmogelijkheden met andere radio-omroepen - strenge reclameregelgeving: strengere regels inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen, strengere regels voor sponsorvermeldingen, - vijfminuten-regel - jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Lokale particuliere radio-omroepen			- geen samenwerkingsmogelijkheden met regionale radio-omroepen - strenge reclameregelgeving: strengere regels inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen, strengere regels voor sponsorvermeldingen, - vijfminuten-regel	

			- jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Aanbieders van radiodiensten				
Particuliere televisieomroepen die zich richten tot de gehele Vlaamse Gemeenschap			- strenge reclameregelgeving: strengere regels inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen , strengere regels voor sponsorvermeldingen, - vijfminuten-regel - jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Regionale televisieomroepen			- strenge reclameregelgeving - afschaffing vijfminuten-regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Doelgroep- en themaomroepen			- beperking maatschappelijk doel - strenge reclameregelgeving: strengere regels inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen , strengere regels voor sponsorvermeldingen, - vijfminuten-regel - jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Betaalomroepen			- strenge reclameregelgeving: strengere regels inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen , strengere regels voor sponsorvermeldingen, - vijfminuten-regel - jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Aanbieders van televisiediensten	- regelgeving inzake reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut niet van toepassing		- jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM	
Telewinkeldomroepen			- strenge reclameregelgeving: strengere regels	

			inzake onderbreken van programma's voor reclameboodschappen, strengere regels voor sponsorvermeldingen, ... - jaarlijkse rapporteringsplicht	
Kinderen en jongeren	Vijfminutenregel: kinderprogramma's mogen niet worden onderbroken voor reclame en ook binnen een tijdsbestek van 5 minuten voor en na een kinderprogramma mag geen reclame worden uitgezonden.		- Door vijfminutenregel wordt er minder in kinderprogramma's geïnvesteerd	
Totaal				

4.3 Optie 2

Directe effecten voor de doelgroepen

- Maximaal twee landelijke radio-omroepen kunnen door één rechtspersoon worden geëxploiteerd.
- landelijke radio-omroepen mogen ontkoppeld uitzenden. Meer flexibiliteit voor landelijke radio-omroepen;
- Regionale radio-omroepen mogen samenwerken met andere landelijke, regionale of lokale particuliere radio-omroepen, zelfs indien deze samenwerking een eenvormig programmabeleid tot gevolg heeft;
- alle regionale radio-omroepen kunnen fuseren tot één landelijke radio-omroep;
- het maatschappelijk doel van de doelgroep- en themaomroepen wordt verruimd tot alle activiteiten die aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel. Met de opkomst van digitale televisie zullen doelgroep- en themaomroepen ongetwijfeld aan belang winnen. De strikte beperking op het maatschappelijk doel wordt versoepeld, en het verrichten van andere activiteiten wordt mogelijk gemaakt, mits deze aansluiten bij het maatschappelijk doel. Op die wijze wordt – voor wat betreft het maatschappelijk doel – eenzelfde regime van toepassing op alle particuliere omroepen, met uitzondering van de regionale televisieomroepen die een bijzondere opdracht hebben;
- alle bij de VRM rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten vallen onder de regelgeving betreffende reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut;
- de rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten krijgen de mogelijkheid om reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut uit te zenden;
- vereenvoudiging van de regels inzake herkenbaarheid van reclame en telewinkelen. Het principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma wordt versoepeld;
- Films die 20 minuten langer duren dan 2 maal 45 minuten, en die vandaag twee maal voor reclame mogen onderbroken worden, mogen een derde maal voor reclame worden onderbroken;
- de zogenaamde “vijfminuten-regel” inzake kinderreclame, die in Vlaanderen reeds bestaat vanaf het ontstaan van commerciële televisie, wordt afgeschaft. Reclame en telewinkelen mogen voortaan worden uitgezonden vlak voor of vlak na kinderprogramma's. Het onderbreken van kinderprogramma's door reclame- of telewinkelspots blijft verboden;

- het vermelden van producten of diensten in televisieprogramma's met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen (productplacement) wordt toegestaan, mits er geen gebruik wordt gemaakt van aanprijzingstechnieken. Er komt een gelijklopende regeling voor radio en televisie;
- de regeling voor sponsoring op radio en televisie wordt vereenvoudigd door louter terug te grijpen naar de bepalingen van de richtlijn. Het regime voor sponsoring wordt teruggebracht tot de bepaling van artikel 17.1 b) van de richtlijn. Daar worden bovendien nog extra mogelijkheden aan toegevoegd voor het invoegen van sponsorvermeldingen: aan het begin/einde van een programmaonderdeel, bij het tonen van de stand en in aankondigingsspot. Tijdslimieten voor sponsorvermeldingen zijn geschrapt, net als het verbod op andere sponsorbepalingen. Hoewel hierdoor ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt. De algemene regel dat de sponsor geen impact mag hebben op de inhoud en de programmering van de gesponsorde uitzending, blijft wel gelden;
- de rapporteringplicht voor particuliere radio- en televisieomroepen wordt geschrapt. Het opmaken van deze werkings- en financiële verslagen vormt een belangrijke administratieve last voor de betrokken omroepen. In het kader van de administratieve vereenvoudiging wordt deze verplichting door dit artikel afgevoerd. De VRM kan nu reeds op elk moment de nodige informatie opvragen bij elke radio- en televisieomroep, en de omroepen zijn ook verplicht om medewerking te verlenen. Bovendien zijn een aantal van de gegevens die in deze werkings- en financiële verslagen moeten worden opgegeven, reeds elders ter beschikking, vb. bij de balanscentrale van de Nationale Bank.

Verdelingseffecten

Er zijn geen belangrijke verdelingseffecten.

Indirecte effecten

Het voorontwerp van decreet zal ook effecten hebben voor bedrijven en voor de reclamesector in het bijzonder (afschaffing vijf-minutenregel, vereenvoudiging sponsorregeling, toelaten van het vermelden van producten of diensten in televisieprogramma's met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, versoepeling reclameregelgeving, ...).

Door het opheffen van de vijfminuten-regel valt een belangrijk concurrentieel nadeel weg voor de Vlaamse particuliere omroepen. Reclame is voor de particuliere omroepen de bron van inkomsten en dus ook bron van financiering voor het maken en uitzenden van kinderprogramma's. Bij de Vlaamse particuliere omroepen wordt door de vijfminuten-regel minder geïnvesteerd in kinderprogramma's in het algemeen en in eigen Vlaamse kinderprogramma's in het bijzonder. Het wegvallen van de vijfminuten-regel kan dus een stimulans zijn om meer te investeren in kinderprogramma's.

Financiële effecten

Er zijn geen financiële effecten.

Lokale besturen

Er is geen weerslag wat de lokale besturen betreft.

Effecten op personeelsbehoeften en / of personeelsbudgetten

Er is geen weerslag wat de personeelsbehoeften en de personeelsbudgetten betreft.

Kindeffecten

Dit voorontwerp van decreet raakt kennelijk het belang van het kind (afschaffing vijfminuten-regeling inzake kinderreclame). Voor het voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, dat het voorwerp uitmaakt van deze RIA, zal een afzonderlijk Kindeffectrapport worden opgemaakt.

De specifieke bepaling rond het verbod van reclame in de vijf minuten voor en na een kinderprogramma verdwijnt en zal vervangen worden door specifieke bepalingen in een “code voor reclame en sponsoring” die specifiek gericht zijn op kinderen en jongeren. Deze aanpassing is noodzakelijk omwille van verschillende redenen. Ten eerste is deze bepaling niet meer realistisch in een maatschappelijke omgeving waar iedereen, dus ook kinderen en jongeren, dagdagelijks met reclame wordt geconfronteerd via andere media en ook via internet, waarvoor deze regel niet geldt. Ten tweede ondervinden de Vlaamse omroepen hiervan substantieel economisch nadeel waardoor ook minder in kinderprogramma’s wordt geïnvesteerd. Ten derde creëert dit een competitief nadeel met buitenlandse zenders die niet aan deze verplichting zijn onderworpen. De Vlaamse regering is immers strenger dan wat Europees wordt opgelegd. De aanpassing van deze regel naar een gedragscode is daarom een meer adequate regeling.

Vergelijkingstabel van alle effecten

Doelgroepen en betrokken partijen	Baten		Kosten	
	Omschrijving	schatting	omschrijving	schatting
Overheid (VRM)			- door het opheffen van de jaarlijkse rapporteringsplicht voor omroepen aan de VRM, moet de VRM zelf de nodige informatie opvragen	
Landelijke particuliere radio-omroepen	- versoepeling regime: I rechtspersoon kan max. 2 landelijke radio-omroepen exploiteren; - meer flexibiliteit (verbod om ontkoppeld uit te zenden wordt opgeheven) - samenwerkingsmogelijkheden met regionale radio-omroepen - algemene versoepeling reclameregelgeving (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - afschaffing vijfminuten-regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Regionale particuliere radio-omroepen	- verruiming samenwerkingsmogelijkheid met andere landelijke, regionale en lokale radio-omroepen - fusiemogelijkheid tot één landelijke radio-omroep - algemene versoepeling reclameregelgeving (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om			

	in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - afschaffing vijfminuten- regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Lokale particuliere radio-omroepen	- samenwerkingsmogelij- kheden met regionale radio-omroepen - algemene versoepeling reclameregeling (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - afschaffing vijfminuten- regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Aanbieders van radiodiensten	- kunnen reclame- inkomsten verwerven - algemene versoepeling reclameregeling afschaffing vijfminuten- regel			
Particuliere televisieomroepen die zich richten tot de gehele Vlaamse Gemeenschap	- algemene versoepeling reclameregeling (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...);			

	- afschaffing vijfminuten-regel - afschaffing vijfminuten-regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Regionale televisieomroepen	- algemene versoepeling reclameregelgeving (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - afschaffing vijfminuten-regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Doelgroep- en themaomroepen	- verruiming maatschappelijk doel - algemene versoepeling reclameregelgeving (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - afschaffing vijfminuten-regel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Betaalomroepen	- algemene versoepeling reclameregelgeving (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een			

	programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - afschaffing vijfminutenregel - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Aanbieders van televisiediensten	- kunnen reclame-inkomsten verwerven - algemene versoepeling reclameregelgeving - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Telewinkelmroepen	- algemene versoepeling reclameregelgeving (versoepeling regelgeving sponsoring, versoepeling principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma, meer mogelijkheden om programma's te onderbreken met reclame, productplacement toegelaten, ...); - opheffing jaarlijkse rapporteringsplicht aan VRM			
Minderjarigen	- afschaffen vijfminutenregel zal leiden tot meer investeren in kinderprogramma's			
Totaal				

4.4 Keuze en motivering van de optie

Met het voorliggend voorontwerp van decreet wordt gekozen voor optie 2. De hierboven aangehaald doelstellingen (enerzijds versoepeling van de reclameregels en anderzijds nieuwe kansen creëren voor regionale radio-omroepen) wil de Vlaamse Regering realiseren door een aantal bepalingen van de bestaande gecoördineerde mediadecreten te wijzigen.

De Vlaamse Regering kiest niet voor optie 1 omdat een wijziging, en versoepeling, van de gecoördineerde mediadecreten, rekening houdend met de herziening van de richtlijn Televisie zonder Grenzen, op termijn noodzakelijk is.

De Vlaamse Regering kiest niet voor een eventuele derde optie om redenen van politieke opportuniteit.

5 Uitwerking, uitvoering en monitoring

5.1 Juridisch-technische uitwerking

De hierboven aangehaald doelstellingen (enerzijds versoepeling van de reclameregels en anderzijds nieuwe kansen creëren voor regionale omroepen) wil de Vlaamse Regering realiseren door een aantal bepalingen van de bestaande gecoördineerde mediadecreten te wijzigen.

Het voorontwerp versoepelt de erkenningvoorwaarden voor landelijke radio-omroepen.

Het verbod voor landelijke radio-omroepen om ontkoppeld uit te zenden, wordt geschrapt. Het voorontwerp voert meer flexibiliteit in voor landelijke radio-omroepen.

De samenwerkingsmogelijkheden van regionale radio-omroepen met andere radio-omroepen worden met dit voorontwerp verruimd. De regel waarbij zulke samenwerking niet mocht leiden tot gestructureerde eenvormigheid in het programmabeleid, vervalt. Voortaan mogen regionale radio-omroepen samenwerken met andere landelijke, regionale of lokale particuliere radio-omroepen, zelfs indien deze samenwerking een eenvormig programmabeleid tot gevolg heeft.

Het regime voor de regionale radio-omroep wordt verder versoepeld. In de eerste plaats wordt het voortaan mogelijk dat één rechtspersoon maximaal twee regionale radio-omroepen exploiteert. In de tweede plaats wordt benadrukt dat rechtstreekse of onrechtstreekse bindingen tussen regionale of landelijke radio-omroepen er niet mogen toe leiden dat een onderneming zeggenschap uitoefent of kan uitoefenen over meer dan twee regionale of landelijke radio-omroepen.

Het voorontwerp voorziet de mogelijkheid voor alle regionale radio-omroepen om te fuseren tot één landelijke radio-omroep.

Artikel 81 van de gecoördineerde mediadecreten wordt gewijzigd. Dit artikel strekt ertoe het maatschappelijk doel van de doelgroep- en themaomroepen te verruimen tot alle activiteiten die aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel, net zoals dit in het verleden reeds gebeurde voor de andere particuliere televisieomroepen. Op die wijze wordt – voor wat betreft het maatschappelijk doel – eenzelfde regime van toepassing op alle particuliere omroepen, met uitzondering van de regionale televisieomroepen die een bijzondere opdracht hebben. Volgens de huidige tekst van de gecoördineerde mediadecreten moet het maatschappelijk doel van een doelgroep- en thema-omroep beperkt blijven tot het verzorgen, binnen de gehele Vlaamse Gemeenschap, van programma's die bedoeld zijn voor een specifieke doelgroep of die opgebouwd zijn rond één thema. Voor de andere particuliere televisieomroepen (betaalomroepen, televisiediensten en telewinkeldomroepen) werd de verplichte beperking van het maatschappelijk doel tot de omroepactiviteit in kwestie reeds opgeheven. Aanbieders van betaalomroepen en televisiediensten kunnen vandaag reeds alle activiteiten verrichten die aansluiten bij de verwezenlijking van hun maatschappelijk doel.

Door het opschrift van hoofdstuk II van Titel IV van de gecoördineerde mediadecreten te wijzigen (d.i. de regelgeving betreffende reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut), wordt het toepassingsgebied van dit hoofdstuk uitgebreid tot alle bij de VRM rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten. Op basis van de tekst van de artikelen 31 §4 en 60 van de gecoördineerde mediadecreten is het duidelijk dat ook radio- en televisiediensten particuliere omroepen zijn, zij het met een bijzonder karakter: zij hebben geen erkenning nodig van de VRM. Dit neemt niet weg dat de bepalingen van hoofdstuk II van titel IV van de gecoördineerde mediadecreten ook op de televisiediensten van toepassing moeten zijn. Dit wordt gerealiseerd door aanvulling van de titel van dit hoofdstuk II.

Radio- en televisiediensten zijn particuliere omroepen die hun middelen grotendeels moeten halen uit de commerciële markt. Zij moeten dan ook de kans hebben om reclame-inkomsten aan te trekken teneinde hun leefbaarheid maximaal te verzekeren. Rechtmatig aangemelde radio- en televisiediensten krijgen de mogelijkheid om reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut uit te zenden.

Verhinderd wordt wel dat radio- en televisiediensten tegen betaling zendtijd ter beschikking stellen aan politieke mandatarissen of kandidaatsmandatarissen en aan politieke partijen.

De regels inzake herkenbaarheid van reclame en telewinkelen worden vereenvoudigd. Zo komt er een versoepeling van het huidige principiële verbod om in reclame en telewinkelen te verwijzen naar een programma. De huidige bepaling is strikter dan wat wordt opgelegd in de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Artikel 10 van deze richtlijn bepaalt enkel dat televisiereclame en telewinkelen gemakkelijk als dusdanig herkenbaar moeten zijn, en dat zij door optische en/of akoestische middelen duidelijk gescheiden moeten zijn van de rest van het programma-aanbod.

Aan de huidige tekst van artikel 101, §4, eerste lid, van de gecoördineerde mediadecreten wordt een zin toegevoegd die letterlijk wordt hernomen in artikel 11.3 van de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Hierdoor wordt de Vlaamse regelgeving inzake het onderbreken van audiovisuele producties voor reclame op gelijk niveau gebracht met de voorschriften in de richtlijn. De strengere aanpak wordt hier verlaten. Het gevolg van dit artikel is dat films die 20 minuten langer duren dan 2 maal 45 minuten, en die vandaag twee maal voor reclame mogen onderbroken worden, een derde maal voor reclame mogen worden onderbroken.

De zogenaamde “vijfminuten-regel” inzake kinderreclame, die in Vlaanderen reeds bestaat vanaf het ontstaan van commerciële televisie, wordt afgeschaft. Het huidige artikel 101, § 6 van de gecoördineerde mediadecreten bepaalt niet alleen dat kinderprogramma's niet mogen worden onderbroken voor reclame, maar ook dat in de onmiddellijke omgeving van kinderprogramma's, d.i. binnen een tijdsbestek van vijf minuten voor en na het kinderprogramma, geen reclame of telewinkelen mag worden uitgezonden. De Vlaamse regelgeving gaat met dit regime voor reclame rond kinderprogramma's een stuk verder dan wat de richtlijn Televisie zonder Grenzen voorschrijft. In de praktijk wordt de vijfminuten-regel sterk uitgehold omdat zij enkel van toepassing is op de Vlaamse omroepen. Voor omroepen uit de ons omringende landen geldt deze beperking niet, zelfs niet indien deze in Vlaanderen verdeeld worden via de kabel. Door dit artikel mogen reclame en telewinkelen voortaan worden uitgezonden vlak voor of vlak na kinderprogramma's. Het onderbreken van kinderprogramma's door reclame- of telewinkelspots blijft verboden.

De regelgeving inzake het vermelden van producten of diensten in televisieprogramma's met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, wordt vereenvoudigd. Het heersende regime kan worden beschouwd als een strikte regeling voor een vorm van product placement. De huidige regeling voor televisie (product placement is in principe verboden) staat echter haaks op de regeling voor radio (product placement is in principe toegestaan). Dit artikel streeft naar een eenvoudige, gelijklopende regel voor beide soorten media, en dit uitgaande van de interpretatieve mededeling van de Commissie over de toepassing van de reclameregels uit de richtlijn Televisie zonder Grenzen: het vertonen of vermelden van producten of diensten met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen is toegestaan, mits er geen gebruik wordt gemaakt van aanprijzingstechnieken.

De regeling voor sponsoring op radio en televisie wordt overzichtelijker. Het huidige regime is complexer en gedetailleerder dan vereist door de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Er wordt een zeer verregaande vereenvoudiging doorgevoerd door louter terug te grijpen naar de bepalingen van deze richtlijn. Het regime voor sponsoring wordt teruggebracht tot de bepaling van artikel 17.1 b) van de richtlijn. Daar worden bovendien nog extra mogelijkheden aan toegevoegd voor het invoegen van sponsorvermeldingen: aan het begin/einde van een programmaonderdeel, bij het tonen van de stand en in aankondigingspots. Tijdslimieten voor sponsorvermeldingen zijn geschrapt, net als het verbod op andere sponsorbepalingen. Hoewel hierdoor ruime mogelijkheden ontstaan voor het invoegen van sponsorboodschappen, zijn deze toch niet onbeperkt. De algemene regel dat de sponsor geen impact mag hebben op de inhoud en de programmering van de gesponsorde uitzending, blijft wel gelden.

De Code voor reclame en sponsoring op radio en televisie, zoals deze wordt opgesteld door de Vlaamse Regering in uitvoering van artikel 111 van de gecoördineerde mediadecreten, zal specifieke bepalingen bevatten met betrekking tot reclame die specifiek gericht is op jeugd en kinderen. Hoewel de vijfminuten-regeling wordt afgeschaft, blijft de bescherming van minderjarigen tegen overmatige reclamedruk op televisie een belangrijk objectief. Idealiter gebeurt deze aanpassing van de Code in samenspraak met de Vlaamse particuliere omroepen, met consumenten- en gezinsorganisaties en met de federaties van adverteerders. De betrokkenheid bij het aanvullen van de code van niet alleen de grote Vlaamse particuliere omroepen, maar ook van de consumenten- en gezinsorganisaties en van de adverteerders, zou het draagvlak voor de toepassing ervan ongetwijfeld vergroten.

De huidige rapporteringplicht voor particuliere radio- en televisieomroepen aan de VRM, wordt geschrapt.

Het voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, werd voorgelegd voor wetgevingstechnisch en taalkundig advies. Het voorontwerp werd aangepast aan dit advies.

5.2 Uitvoering en administratieve lasten

Nadat de Vlaamse Regering de ontwerptekst voor de eerste keer principieel heeft goedgekeurd, zullen de adviezen van de SERV en van de Vlaamse Mediaraad worden ingewonnen. Op basis van deze adviezen zal de ontwerptekst eventueel worden aangepast.

De ontwerptekst zal vervolgens voor een tweede principiële goedkeuring worden voorgelegd aan de Vlaamse Regering waarna de ontwerptekst voor advisering zal worden voorgelegd aan de afdeling Wetgeving van de Raad van State.

Dan volgt de definitieve goedkeuring door de Vlaamse Regering. Na goedkeuring van het besluit tot indiening, wordt het voorontwerp als ontwerp van decreet doorgestuurd naar het Vlaams Parlement.

De datum van inwerkingtreding staat nog niet vast.

Het voorontwerp bevat geen overgangsmaatregelen.

Er moet geen bijkomende regelgeving worden goedgekeurd.

Wanneer de Code voor reclame en sponsoring op radio en televisie wordt opgesteld, is nog niet bekend. Of deze Code nog zal worden opgesteld voor de inwerkingtreding van het decreet, staat niet vast.

De nieuwe regelgeving zal worden gecommuniceerd via publicatie in het Belgisch Staatsblad.

De administratieve lastenmeting zal worden uitgevoerd door de Kenniscel Wetsmatiging tegen de volgende, definitieve, goedkeuring door de Vlaamse Regering.

5.3 Handhaving

Het voorliggend voorontwerp van decreet wijzigt een aantal artikelen van de gecoördineerde mediadecreten.

Op de naleving van de gecoördineerde mediadecreten, ook op de artikelen die door voorliggend voorontwerp van decreet worden gewijzigd, wordt toegezien door de VRM. De VRM beschikt hiervoor over een arsenaal aan sancties:

- de waarschuwing met het bevel de overtreding stop te zetten;
- het bevel de uitspraak uit te zenden;
- de verplichte publicatie van de beslissing;
- een administratieve geldboete opleggen;
- de zendvergunning schorsen of intrekken;
- de erkenning van de omroep schorsen of intrekken.

Het voorliggend voorontwerp van decreet wijzigt de handhaving van de gecoördineerde mediadecreten niet. Wel kan de versoepeling van de regels tot gevolg hebben dat minder inbreuken kunnen worden vastgesteld.

5.4 Evaluatie

Het voorliggend voorontwerp van decreet bevat geen bepalingen betreffende de opvolging en de evaluatie van de regelgeving. Er is noch een evaluatiemoment in opgenomen, noch enige bepaling over hoe de effectiviteit en de efficiëntie van de regelgeving zullen worden opgevolgd. Dit is een politieke keuze.

6 Consultatie

Nadat de Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring heeft gehecht aan het voorontwerp van decreet houdende wijziging van sommige bepalingen van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 4 maart 2005, zullen de adviezen van de Vlaamse Mediaraad en van de SERV worden ingewonnen. Er is nog geen informeel overleg geweest met de verschillende doelgroepen.

7 Overige informatie voor de Inspectie van Financiën

Het advies van de Inspectie van Financiën zal worden ingewonnen door het kabinet van de Vlaamse minister, bevoegd voor het mediabeleid.

8 Samenvatting

Met de voorliggende ontwerp tekst wordt gestreefd naar een vereenvoudiging van de gecoördineerde decreten betreffende de radio-omroep en de televisie op het vlak van de reclameregels en voor wat betreft de allianties tussen particuliere landelijke en regionale radio-omroepen.

Concreet wordt in bijgaande tekst een vereenvoudiging voorgesteld van de regels inzake de herkenbaarheid van reclame en telewinkelen, een versoepeling van het regime voor onderbrekingen van audiovisuele producties voor reclame, een schrapping van de “vijf-minutenregel” inzake reclame rond kinderprogramma’s, een vereenvoudiging van de huidige regelgeving inzake het vermelden van producten of diensten in televisieprogramma’s met de bedoeling ze als prijs ter beschikking te stellen, en een meer overzichtelijke regeling van sponsoring op radio- en televisie.

In het voorontwerp wordt ook voorgesteld om één rechtspersoon maximaal twee landelijke en/of regionale radio-omroepen te laten uitbaten, om het verbod op ontkoppelde uitzendingen voor landelijke particuliere radio-omroepen te schrappen, om de samenwerkingsmogelijkheden van regionale radio-omroepen onderling en met andere particuliere radio-omroepen te verruimen, en om de mogelijkheid in te voeren voor alle regionale radio-omroepen om te fuseren tot één derde particuliere landelijke radio-omroep.

Vandaag moeten alle particuliere radio-omroepen jaarlijks aan de Vlaamse Regulator voor de Media een werkingsverslag en een financieel verslag bezorgen. De particuliere televisieomroepen moeten naast een werkingsverslag jaarlijks de balans en de jaarrekeningen aan de VRM bezorgen. Het opmaken van deze werkings- en financiële verslagen vormt een belangrijke administratieve last voor de betrokken omroepen. In het kader van de administratieve vereenvoudiging wordt in het voorontwerp voorgesteld om deze verplichting af te voeren. De VRM kan vandaag reeds op elk moment de nodige informatie opvragen bij elke radio- en televisieomroep, en zijn de omroepen ook verplicht om medewerking te verlenen. Bovendien zijn een aantal van de gegevens die in de werkings- en financiële verslagen moeten worden opgegeven reeds elders ter beschikking, bv. bij de Balanscentrale van de Nationale Bank van België.

9 Contactinformatie

Koen Desmaretz

adjunct van de directeur

departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media – afdeling Media

Arenberggebouw – Arenbergstraat 9 – 1000 Brussel

tel.: 02-553 46 67 – fax: 02-553 45 79

e-mail: koen.desmaretz@cjsm.vlaanderen.be