

De EU-Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten 2018/1808 creëert een kader voor de nieuwe media

Documenten

Link naar Huidige Richtlijn NL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj> of <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=NL>

Link naar Nieuwe Richtlijn NL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>

Of <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&qid=1545139561496&from=nl>



Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)

a REVISED media framework for the 21st century [#AVMSD](#) [#DigitalSingleMarket](#)



NEW RULES

Video-sharing platforms and social media used for sharing video content will now need to **protect minors from harmful content**, protect citizens from incitement to violence and hatred and from illegal content.

They will also need to respect certain advertising rules and to indicate when user generated videos have an advertising purpose. Video-sharing platforms will also be encouraged to **reduce the exposure of children to ads** for unhealthy foods.

Independence of audiovisual regulators will be reinforced so that their work is not influenced by their governments or industry.



European works will be **better promoted** on VOD services - at least 30% share of their catalogues will need to be devoted to European content.



Strengthened **rules against hate speech and terrorist content** across the EU: on TV, VOD and now also on video-sharing platforms.

Broadcasters will be given **more flexibility** as to when ads can be shown, but these still cannot make more than 20% of broadcast time during the day (6:00 - 18:00) and during prime time (18:00 - 24:00).

At the same time the rules seeking to **protect the most vulnerable** are reinforced, in particular to protect children from advertising for alcohol or unhealthy foods.



Waarom is er een herziening van de EU-Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten?

De laatste Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (AVMD) dateert van in 2010. In de laatste jaren is ons kijkgedrag echter sterk veranderd. We kijken niet enkel meer lineaire TV. We kijken nu ook content online en op aanvraag en dit op verschillende mobiele apparaten. In dit veranderde medialandschap is er nood aan aangepaste regelgeving.

Welke diensten vallen onder het toepassingsgebied van de nieuwe Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten?

De richtlijn audiovisuele mediadiensten was in 2010 reeds van toepassing op lineaire televisiediensten en diensten op aanvraag. De regels voor deze diensten worden nu meer gelijkgeschakeld, bijvoorbeeld op het vlak van de bescherming voor minderjarigen. In de herziening van deze richtlijn audiovisuele mediadiensten wordt het toepassingsgebied bovendien ook uitgebreid met videoplatformdiensten.

Videoplatformdiensten, ook wel video-sharing platforms genoemd, moeten nu dus ook regels volgen die voortvloeien uit deze richtlijn audiovisuele mediadiensten.

Wat is een videoplatformdienst?

Een videoplatformdienst is een dienst waarvan het hoofddoel, een daarvan losstaand gedeelte of een essentiële functie van de dienst bestaat in het aanbieden van programma's en/of door gebruikers gegenereerde video's aan het algemene publiek. De aanbieder van het videoplatform draagt hierover geen redactionele verantwoordelijkheid. De organisatie wordt bepaald door de aanbieder van het videoplatform, onder meer met automatische middelen of algoritmen, met name door weergeven, taggen en rangschikken.

Welke regels gelden er voor deze videoplatformdiensten?

Een videoplatformdienst moet op organisatorisch vlak gepaste en proportionele maatregelen nemen ter bescherming van minderjarigen. Dit kan bijvoorbeeld door het gebruiken van systemen voor leeftijdscontrole en ouderlijk toezicht, 'flagging', het voorzien van klachtenprocedures, inzetten op mediageletterdheid, Ook moet de videoplatformdienst gepaste en proportionele maatregelen nemen om het publiek te beschermen tegen content dat aanzet tot haat, geweld en terrorisme.

Commerciële communicatie die de videoplatformdienst zelf beheert, moet steeds duidelijk herkenbaar zijn als zodanig. Verder moet deze commerciële communicatie voldoen aan enkele kwalitatieve minimumvoorschriften.

Ook moet een videoplatformdienst beschikken over een adequate functie waarmee gebruikers die video's uploaden, kunnen verklaren of die video's commerciële communicatie bevatten.

Andere regels die gelden voor videoplatformdiensten kan je terugvinden in artikel 28a en 28b van de nieuwe richtlijn audiovisuele mediadiensten.

Wat is het verschil tussen een videoplatform en een (niet-lineaire) audiovisuele mediadienst?

Een audiovisuele mediadienst is een dienst waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit de levering van programma's voor het algemene publiek, onder de redactionele verantwoordelijkheid van een aanbieder van mediadiensten, ter informatie, vermaak of educatie door middel van elektronische communicatienetwerken. Een audiovisuele mediadienst kan zowel lineair als niet-lineair zijn. Een audiovisuele mediadienst draagt dus redactionele verantwoordelijkheid over de programma's. Het begrip 'programma' omvat niet enkel (televisie)programma's in de klassieke zin. Ook video's met korte duurtijd kunnen als programma's beschouwd worden.

Kan een YouTube-kanaal als een audiovisuele mediadienst beschouwd worden?

Ja, indien het YouTube-kanaal voldoet aan alle voorwaarden die gelden voor een kwalificatie als audiovisuele mediadienst (o.m. economisch karakter en redactionele verantwoordelijkheid).

Kan een video-afdeling van een krantenwebsite als een audiovisuele mediadienst beschouwd worden?

Ja, indien het om een afzonderlijke sectie gaat die voldoet aan alle voorwaarden die gelden om gekwalificeerd te worden als een audiovisuele mediadienst.

Hoeveel televisiereclame mag er getoond worden?

De nieuwe richtlijn audiovisuele mediadiensten voorziet in meer flexibiliteit bij het inplannen en verspreiden van reclame gedurende de dag. In de huidige richtlijn geldt een uurlimiet van 20% : elk uur mag er maximum 12 minuten reclame uitgezonden worden. In de nieuwe richtlijn mag er maximum 20% reclame uitgezonden worden tussen 6u en 18u (max. 2u24min) en maximum 20% reclame tussen 18u en 00u (max. 1u12min).

Gelden er nieuwe regels voor productplaatsing en sponsoring?

De regels voor productplaatsing en sponsoring worden niet sterk gewijzigd. Productplaatsing is toegelaten, mits de naleving van de voorwaarden, in programma's en in door gebruikers gegenereerde video's. Bij deze voorwaarden wordt aangevuld dat niet enkel de inhoud, maar ook de programmering en het opnemen in de catalogus niet beïnvloed mag worden door de productplaatsing. Productplaatsing is verboden in kinder-, consumenten-, nieuws- en religieuze programma's.

Hoe bevordert deze nieuwe Richtlijn Europese producties?

In de richtlijn worden strengere regels opgenomen voor op aanvraag-diensten: minstens 30% van hun video-catalogus moet uit Europese werken bestaan. Deze werken moeten bovendien voldoende aandacht krijgen binnen het gehele aanbod: bijvoorbeeld door het aanmaken van een categorie 'Europese films en series'.

Ook kunnen lidstaten aanbieders van mediadiensten verplichten een financiële bijdrage te leveren aan de totstandbrenging van Europese producties, onder meer door middel van directe investeringen in inhoud en bijdragen aan nationale fondsen, zelfs indien zij in een andere lidstaat zijn gevestigd.

Vanaf wanneer zullen deze nieuwe regels gelden?

Op 28 november 2018 werd de *Richtlijn (EU) 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie* gepubliceerd.

Iedere lidstaat moet deze richtlijn nu omzetten in nationale regelgeving. Dit moet ten laatste gebeuren tegen september 2020.