



**Vlaamse  
overheid**

**SARC**

Strategische Adviesraad voor  
Cultuur, Jeugd, Sport en Media

**Advies**

**Sectorraad Media**

**13 september 2021**

## **Advies bij het voorontwerp van decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende de toegankelijkheidsvoorschriften voor producten en diensten**

---

### **Situering**

De SARC werd per brief van 19 juli 2021 door Vlaams minister van Media Benjamin Dalle om advies gevraagd over het voorontwerp van decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende de toegankelijkheidsvoorschriften voor producten en diensten (hierna: Toegankelijkheidsrichtlijn).

Deze richtlijn heeft als algemene doelstelling het verbeteren van de werking van de eengemaakte markt voor specifieke toegankelijke producten en diensten, in het bijzonder door belemmeringen voor het vrije verkeer van bepaalde toegankelijke producten en diensten ten gevolge van uiteenlopende toegankelijkheidsvoorschriften in de lidstaten weg te nemen en te voorkomen. De Toegankelijkheidsrichtlijn is van toepassing op een brede waaier van producten en diensten. Gelet op de bevoegdheid van de Vlaamse Gemeenschap voor de inhoudelijke en technische aspecten van de audiovisuele en de auditieve mediadiensten wordt de Toegankelijkheidsrichtlijn hierbij omgezet in zoverre deze betrekking heeft op eindapparatuur voor gebruik door consumenten met interactieve computerfuncties voor toegang tot audiovisuele mediadiensten, en op diensten die toegang verlenen tot audiovisuele mediadiensten waaronder elektronische programmagidsen (EPG's). Deze omzetting gebeurt via een wijziging van het Mediadecreet.

Het voorliggend voorontwerp van decreet stelt, niettegenstaande de titel en de samenvatting, ook wijzigingen voor op andere domeinen zoals wijzigingsbepalingen met betrekking tot radio-omroep en productplaatsing.

De SARC-Sectorraad Media besprak het ontwerpdecreet op zijn vergadering van 16 augustus 2021 en werkte het advies verder af via schriftelijke procedure. Tijdens de zitting van 14 juni 2021 kwam NOOZO (Vlaamse adviesraad handicap) de sectorraad een toelichting geven bij zijn advies omtrent toegankelijkheid van audiovisuele media.

## Advies

### Omzetting Toegankelijkheidsrichtlijn

De Sectorraad Media onderschrijft om bij de omzetting van de Toegankelijkheidsrichtlijn de aanpak en methodes uit deze Europese Richtlijn te volgen. Het is immers dankzij de geharmoniseerde toegankelijkheidsvoorschriften en de op Europees niveau afgesproken aanpak uit deze richtlijn, dat mediaspelers die digitale audiovisuele mediadiensten en -apparatuur aanbieden in Vlaanderen beroep zullen kunnen doen op de ruimere en geharmoniseerde beschikbaarheid van nog meer toegankelijke producten en diensten binnen Europa. Dit zal essentieel zijn bij het ter beschikking stellen van bijkomende toegankelijke producten en diensten aan de klanten van de mediaspelers in Vlaanderen, en op uniforme wijze binnen België.

De sectorraad heeft wel nog enkele praktische vragen bij de verdere uitwerking van deze richtlijn. In de bijlagen worden een aantal opties opgesomd, maar hoe deze zich concreet zullen vertalen in meer toegankelijke Vlaamse mediadiensten is nog niet duidelijk. De sectorraad vraagt zich af of deze praktische vraagstukken verder zullen worden uitgewerkt in uitvoeringsbesluiten, door loutere interpretatie en implementatie vanwege de Regulator of via een gezamenlijke concrete interpretatie. De raad verkiest de laatste optie, en vraagt dan ook om bij de verdere uitwerking en implementatie van de richtlijn voldoende af te stemmen met alle betrokken stakeholders teneinde onduidelijkheid weg te werken, een helder zicht te krijgen op verwachtingen en haalbaarheid, en rechtszekerheid te creëren.

In het bijzonder is wat betreft art. 14 niet duidelijk welke uitzonderingen concreet worden toegelaten voor vrijstelling van de toegankelijkheidsvoorschriften. Opnieuw is hier een helder kader vereist dat rechtszekerheid creëert. De raad is van mening dat de criteria voor vrijstelling noch te streng mogen zijn (waardoor alsnog een disproportionele last zou worden gecreëerd voor de mediabedrijven), noch te laks mogen worden gedefinieerd (waardoor er in de praktijk weinig zou veranderen voor gebruikers met een handicap). Het is belangrijk om hierin een goede balans te vinden. Daarnaast is het onduidelijk in welke mate dit artikel het krijgen van financiering voor specifieke toegankelijkheidsingrepen aan een mediaspeler de mogelijkheid ontzegt om een vrijstelling te vragen, inclusief voor toegankelijkheidsverbeteringen in totaal andere domeinen dan deze waarvoor de financiering is bedoeld.

Tot slot raadt de Sectorraad Media aan om bij de implementatie van de richtlijn in dialoog te treden met de belangenorganisaties die duidelijke standpunten omtrent toegankelijkheid hebben geformuleerd en wiens expertise en ervaringsdeskundigheid zeker waardevol kunnen zijn in de verschillende stappen van het proces. Een van de aanbevelingen die de raad hierbij onderschrijft is om ook micro-ondernemingen in het implementatieproces van de Toegankelijkheidsrichtlijn te betrekken. Het zijn namelijk niet louter de grote ondernemingen, in termen van economisch gewicht, die voor een specifiek doelpubliek zeer belangrijke media kunnen zijn. Er zouden bijvoorbeeld goede praktijken kunnen uitgewisseld worden zodat micro-ondernemingen, hoewel niet verplicht om aanpassingen te doen, toch in het debat betrokken worden om stappen te zetten naar meer toegankelijkheid.

### Andere bepalingen

De Sectorraad Media stelt vast dat er van de andere bepalingen in het ontwerpdecreet, betreffende productplaatsing en enkele wijzigingen inzake regelgeving voor radio-omroeporganisaties, nergens gewag wordt gemaakt in de adviesvraag, de samenvatting in de nota aan de Vlaamse Regering en de samenvatting in de Memorie van Toelichting. Dit kwam bij lezing van het dossier eerder verwarrend

en verrassend over op de sectorraad. De Raad beveelt aan in de titel van het ontwerpdecreet alsook in de samenvatting van de Memorie van Toelichting alle onderwerpen te expliciteren waarop het ontwerp betrekking heeft, zodat het dossier ook later eenvoudiger te identificeren is. Inhoudelijk heeft de raad volgende beperkte opmerkingen bij de andere bepalingen in voorliggend ontwerpdecreet.

In art.5 wordt bepaald dat er een tweede lid wordt toegevoegd aan art. 99 van het Mediadecreet, dat luidt als volgt:

*“Goederen en diensten gratis ter beschikking stellen wordt alleen als productplaatsing gekwalificeerd als het gaat om goederen of diensten van grote waarde. De Vlaamse Regering kan nadere criteria bepalen met betrekking tot de kwalificatie van goederen en diensten van grote waarde.”*

De sectorraad stelt voor om voor de bepaling van deze waarden te kijken naar de voorbeelden in andere landen (cfr. Bijlage 1), rekening houdend met de Vlaamse context wat betreft productiebudgetten en kijkcijfers. De raad stelt voor goederen of diensten te kwalificeren als "van grote waarde" wanneer deze, alle leveranciers van deze goederen samen genomen, meer bedragen dan 2% van het productiebudget zonder dat de waarde hiervan lager kan zijn dan € 1.500,-. Gezien de productiebudgetten in Vlaanderen standaard een stuk lager liggen dan in onze buurlanden, is het objectief verantwoord om een hoger liggend percentage van het productiebudget te hanteren om een gelijkaardig resultaat te bekomen. Wat het absoluut bedrag betreft, lijkt verantwoord dat dit wat hoger ligt dan bijvoorbeeld in Nederland om rekening te houden met de zeer lage Vlaamse productiebudgetten voor audiovisuele producties voor online exploitatie. Ook naar het voorbeeld van ons omringende landen, stelt de sectorraad voor om producten die gratis ter beschikking worden gesteld onder de vorm van bruikleen en waarvan een merk niet herkenbaar in beeld komt uitdrukkelijk uit te sluiten van de definitie van productplaatsing of minstens toe te laten als 'niet van grote waarde'.

De Sectorraad hoopt dat met een duidelijke definitie van het begrip “niet van grote waarde” eindelijk rechtszekerheid ontstaat voor mediabedrijven. De Raad vraagt de Regering wel om periodiek te onderzoeken wat de impact van deze regeling is op de aanwezigheid en zichtbaarheid van merken in met name informatie, kinder- en consumentenprogramma's.

Art.7 van voorliggend ontwerpdecreet laat lokale radio-omroeporganisaties onder strikte voorwaarden toe om bij evenementen in de gemeenten of steden waar ze actief zijn te mogen ontkoppelen op één van de hun toegewezen frequenties. De Sectorraad Media begrijpt deze versoepeling. De gestelde voorwaarden waaronder deze wordt toegestaan, zijn volgens de Raad terecht streng, en zorgen ervoor dat de filosofie achter het oorspronkelijke verbod gehandhaafd blijft.

Art. 8 bepaalt dat een landelijke radio-omroeporganisatie, nadat ze een erkenning heeft gekregen, niet meer kan afwijken van de basisvoorwaarden, zoals bepaald in het mediadecreet, en de volgende aanvullende kwalificatiecriteria: de concrete invulling van het programma-aanbod en de verwezenlijkingen, plannen, intenties, en engagementen rond digitale radio-uitzendingen via DAB+ en andere vormen van digitale radio. Onder de concrete invulling van het programma-aanbod wordt onder meer, maar niet beperkt tot, het volgende verstaan: het format, de doelgroep, de algemene programmering. De raad snapt het principe van deze wijziging maar vindt het artikel (en de bijhorende passage in de Memorie van Toelichting) niet helder genoeg geformuleerd waardoor deze in de praktijk tot onduidelijkheid zouden kunnen leiden.

Namens de Sectorraad Media,

Simon Delaere, voorzitter

Maud Van de Velde, ondervoorzitter

Valerie Ansoms, secretaris

## Bijlage 1.

	WAARDEGRENS PRODUCT PLACEMENT	BRUIKLEEN
<b>Nederland<sup>1</sup></b>	Geringe waarde: Het verstrekken van een niet-financiële bijdrage die in het programma niet of <b>niet identificeerbaar</b> wordt getoond of vermeld en <i>waarvan de waarde in verhouding tot de totale kosten van de totstandkoming of aankoop van het programma van ondergeschikte betekenis is maar in ieder geval niet hoger is dan € 1.000,-</i> is geen PP.	Het verstrekken van een niet-financiële bijdrage die in het programma niet of <b>niet identificeerbaar</b> wordt getoond of vermeld <i>en die door een derde in bruikleen is gegeven</i> is geen PP.
<b>Frankrijk<sup>2</sup></b>	/	PP = plaatsing tegen betaling waarvan de merknaam herkenbaar in het programma wordt gebracht. <-> Gratis in bruikleen gegeven waarbij het <b>merk niet identificeerbaar</b> in het programma wordt gebracht is geen PP.
<b>Duitsland<sup>3</sup></b>	Grote waarde: Er is sprake van PP indien de waarde hoger is dan €100,- en tegelijkertijd 1% van het productiebudget bedraagt, maar in elk geval indien het bedrag van € 10.000,- wordt overschreden.	Het gratis ter beschikking stellen van goederen of diensten is geen PP indien van <b>geringe waarde</b> .
<b>Spanje<sup>4</sup></b>	Grote waarde: Er is sprake van PP indien het bedrag van de vertoonde goederen en diensten 10% hoger ligt dan het standaardtarief voor een reclameboodschap overeenkomstig het tijdslot waarin het programma wordt uitgezonden.	Het gratis ter beschikking stellen van goederen of diensten is geen PP indien de producten van <b>geringe waarde</b> .

<sup>1</sup> [Art. 3.19, b, Mediawet; Art. 8 Regeling productplaatsing commerciële media instellingen 2014](#)

<sup>2</sup> [Art. 14-1, Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication \(Loi Léotard\); Délibération du 16 février 2010 relative au placement de produit dans les programmes des services de télévision modifiée par la Délibération du 24 juillet 2012](#)

<sup>3</sup> [§8, \(7\) MStV; §10 Satzung zur Durchführung der Werbevorschriften des Medienstaatsvertrags](#)

<sup>4</sup> [Art. 14, Real Decreto 21/2014, de 17 enero, por el que se modifica el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la comunicacion comercial televisiva, aprobado por el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre; Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.](#)