

Wat houdt de TWF/TSF richtlijn in?

BVA notitie
Dd 28 maart 2006

TWF/TSF (Television Without Frontiers/Télévision Sans Frontières) is de basis voor regelgeving op het gebied van reclame via audiovisuele (tv) kanalen in Europa. De richtlijn definieert en demarkeert de beschikbare reclame-ruimte voor audiovisuele content van broadcasters/exploitanten.

Daarbij wordt uitgegaan van het County of Origin (CoO) principe. Dit beginsel houdt in dat de broadcaster/exploitant zich bij het distribueren van audiovisuele content moet houden aan de regels van het land waar hij is gevestigd. Daarvan heeft bijvoorbeeld RTL bij zijn lancering als Nederlandse zender geprofiteerd door programma's vanuit Luxemburg uit te gaan zenden. Zo kon de zender beperkingen die voor de Publieke Omroep golden omzeilen.

De TWF Richtlijn is in 1989 door de EU ingesteld om de distributie van televisie in de Europese interne markt zo vrij mogelijk met een minimum aan basisregels te laten verlopen. De richtlijn is herzien in 1997.

De Europese Commissie werkt al enkele jaren aan een nieuwe herziening van de richtlijn om gelijke tred te houden met de snelle technologische en marktontwikkelingen in de Europese audiovisuele sector. Die lijkt er nu echt aan te komen. Het is de bedoeling via de richtlijn de nu nog bestaande diverse nationale regels verder op elkaar af te stemmen, waardoor de snel groeiende audiovisuele sector meer grensoverschrijdend kan gaan werken.

In de revisie worden de regels voor tv reclame versoepeld en vergemakkelijkt. Daarbij wordt rekening gehouden met distributie van audiovisuele content via internet en met digitale on demand televisie. De Europese Commissie heeft in december 2005 de voorstellen voor de herziene richtlijn ingediend.

Highlights uit de revisie:

- Zenders kiezen zelf wanneer ze programma willen onderbreken

Voor geprogrammeerde uitzendingen stelt de Commissie voor om een einde te maken aan de administratieve rompslomp, bestaande voorschriften voor nieuwe vormen van reclame flexibeler te maken en zelf- en co-regulering aan te moedigen. In plaats van gedetailleerde voorschriften over hoe vaak en onder welke voorwaarden programma's door reclame mogen worden onderbroken, vereenvoudigt de gemoderniseerde richtlijn de bestaande EU-regelgeving. In de toekomst kunnen zenders zelf het meest geschikte moment kiezen om programma's voor reclame te onderbreken en zijn ze niet langer verplicht om tussen de reclameonderbrekingen tussenpozen van ten minste 20 minuten te laten bestaan, zoals nu het geval is. De hoeveelheid reclame mag echter niet toenemen, aangezien de Commissie voorstelt om het bestaande plafond van 12 minuten per uur te handhaven.

NB: Een uitzondering wordt gemaakt voor het uitzenden van films, kinderprogramma's en nieuwsbulletins. Die mogen maar één keer per 35 minuten voor reclame worden onderbroken. Dat is in de nu geldende richtlijn eens per 30 minuten. Omdat veel jeugdprogramma's niet langer dan 30 minuten duren, betekent dit dat hier geen

commerciële onderbreking meer kan worden ingelast. De WFA is het niet eens met het nieuwe voorstel en spreekt van 'een stap terug'.

- Expliciete product placement moet worden toegestaan

De nieuwe richtlijn steunt eveneens nieuwe vormen van reclame, zoals split-screen, virtuele reclame en interactieve reclame. Voor het eerst wordt productplaatsing expliciet gedefinieerd en aan duidelijke regels gebonden. Duidelijk herkenbare productplaatsing zal in Europa in zowel lineaire als non-lineaire audiovisuele diensten, met uitzondering van journaals, actualiteiten- en kinderprogramma's, worden toegestaan. Om sluikreclame te voorkomen, moet de consument bij aanvang van een programma over product placement worden geïnformeerd. Deze nieuwe voorschriften moeten de rechtsonzekerheid wegnemen en aanvullende middelen voor Europese producties verschaffen, om het concurrentievermogen van de Europese audiovisuele sector te vergroten.

- Vooralsnog geen quota voor reclame via on-demand kanalen.

In de richtlijn wordt ook het begrip televisie verbreed. Dit was nodig omdat als gevolg van de technologische ontwikkelingen allerlei andere vormen van televisie mogelijk zijn, zoals het via de kabel rechtstreeks opvragen van programma's. Het is niet de bedoeling dat de voorgestelde regelgeving direct het internet raakt. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen visuele informatie die breed wordt aangeboden en informatie die wordt opgevraagd zoals bij internet het geval is. In algemene termen wordt geformuleerd dat ook Europese producties moeten worden getoond. Maar het wordt aan de lidstaten overgelaten dit verder te regelen. Er komen geen quota's. Inzake nieuwe media wil de Commissie niet te veel regels instellen, maar zich beperken tot algemene regels omtrent het beschermen van kinderen en het verbod op het oproepen van haat.

Als Country of Origin tekort schiet...

Het Country of Origin principe blijft gehandhaafd. De plaatselijke waakhonden, zoals in Nederland het Commissariaat voor de Media, moeten toezien op naleving van de regels. Maar wanneer de regels in het land waar de ontvangers wonen, afwijken van de basis regels van TWF, gaat het Country of Destination principe werken. Dat betekent dat ineens de regels gelden van het land waar zich de doelgroep bevindt. Dit kan vooral problemen opleveren voor broadcasters van buiten Europa, die niets met de Europese regels van doen hebben.

Wanneer gaat de richtlijn in?

Een exacte datum is er niet. De nieuwe richtlijn moet eerst nog langs alle betrokken ministers en het europarlement. In het najaar van 2005 hebben tv-producenten het voorstel ten volle hebben ondersteund tijdens de consultaties van het afgelopen jaar. Ook de lidstaten zouden zich in informele gesprekken positief hebben uitgelaten over het voorstel.

Meer info:

http://europa.eu.int/comm/avpolicy/index_en.htm