



➤ NIEUWE EUROPESE RICHTLIJN
VOOR AUDIOVISUELE MEDIADIENSTEN

Mag uw videosite straks nog wel?

is op dit moment dus uitsluitend gebonden aan de meer algemene regelgeving, bijvoorbeeld op het gebied van e-commerce en de 'diensten van de informatiemaatschappij', die ook gelden voor de andere content op een website.

In de nabije toekomst gaat er echter het één en ander veranderen. De Europese Commissie is in december vorig jaar gekomen met een aanpassing van de Televisierichtlijn; de zogenaamde Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (2007/65/EG). Deze richtlijn heeft onder meer als doel het mediarecht geschikt te maken voor de technologieconvergentie en de interactieve media door het vaststellen van een basispakket van gecoördineerde voorschriften. Deze voorschriften hebben onder meer betrekking op verplichtingen aangaande identificatie van de aanbieder, tv-advertising (commercials, banners, etc.), teleshopping, sponsoring, product placement en het nemen van maatregelen voor de bescherming van minderjarigen. Voor de traditionele audiovisuele mediadiensten geldt overigens nog een aantal aanvullende voorschriften.

Voor iedereen met een of meer filmpjes op zijn website wordt het dus van belang om na te gaan of hij al dan niet valt onder de definities van de nieuwe richtlijn. Is hij een 'aanbieder van programma's', of van een mediadienst? Het gaat dan vooral om de definitie van een "audiovisuele mediadienst op aanvraag" (in juridische termen: een audiovisuele mediadienst die door een aanbieder van mediadiensten wordt aangeboden en als hoofddoel heeft de levering aan het algemeen publiek van programma's ter informatie, vermaak of educatie via elektronische communicatienetwerken. De mediadienst wordt op individueel verzoek bekeken op basis van een door de aanbieder van de mediadiensten geselecteerde programmacatalogus). Uit de

overwegingen bij de richtlijn volgt overigens dat de dienst met televisie te vergelijken moet zijn, wat wil zeggen dat zij wedijveren om hetzelfde publiek.

Aanbieders moeten nagaan of hun site onder de nieuwe richtlijn valt

”

Het zal niet eenvoudig zijn om aan de hand van de definitie te bepalen of diverse via internet aangeboden mediadiensten onder de nieuwe wetgeving vallen. Veel zal neerkomen op de beantwoording van de vraag of de aanbieder het aanbieden van de programma's als hoofddoel heeft en of de programma's wedijveren om hetzelfde publiek. De tv-items op de website van de Europese Commissie komen waarschijnlijk met de schrik vrij. Dat ligt wellicht anders voor de items die op websites als YouTube of Rabo SportTV worden uitgezonden. Gelukkig hebben de aanbieders nog wel even de tijd om zich hierin te verdiepen. De Europese richtlijn is namelijk nog niet in de Nederlandse wetgeving geïmplementeerd. Dit moet vóór 19 december 2009 plaatsvinden. □

Linda Eijpe
www.skoopadvocaten.nl

Het Europees Parlement wordt media-geniek: met tv-items wil de Europese volksvertegenwoordiging meer in beeld komen bij de 500 miljoen EU-inwoners. De website toont vanaf dit voorjaar zo'n 300 uur tv-items over actuele thema's, zo meldde Adformatie in februari.

Deze actie van het Europees Parlement is niet uniek. Er zijn talloze instellingen en bedrijven die met behulp van tv-items internetters naar hun website proberen te lokken. Het maken van dergelijke items is technisch eenvoudig, commercieel aantrekkelijk en er zijn bovendien weinig juridische obstakels. Omdat de tv-items/programma's meestal op aanvraag worden aangeboden, zijn de restricties uit de Mediawet niet van toepassing. De aanbieder van de tv-items