

Advies Sectorraad Media

5 september 2012

Besluit betreffende de vastlegging van een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en betreffende het verstrekken van subsidies

Vlaams minister voor Media Ingrid Lieten vraagt de Sectorraad Media per brief van 24 juli 2012 om advies aangaande het besluit van de Vlaamse Regering betreffende de vastlegging van een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en betreffende het verstrekken van subsidies, in uitvoering van artikel 151 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: Mediadecreet).

De Sectorraad Media vergadert hierover op 27 augustus 2012 en brengt volgend advies uit.

ADVIES

Inleiding

Voorliggend voorontwerp van besluit van de Vlaamse Regering bevat een tijdspad en quota voor het toegankelijk maken van omroepprogramma's en regelt het verstrekken van subsidies. Dit gebeurt in uitvoering van het artikel 151 van het Mediadecreet.

De toegankelijkheid van media voor personen met een auditieve of visuele handicap leeft op het internationale en Europese vlak. Twee Europese richtlijnen, namelijk de richtlijn audiovisuele mediadiensten (art. 7) en de universele dienstenrichtlijn (art. 31), zijn belangrijk voor het toegankelijk maken van televisiediensten. Dit kan op verschillende manieren geregeld worden: op basis van intentieverklaringen, autoregulering, overeenkomsten met de overheid of verplichtingen door de overheid opgelegd.

De Vlaamse Gemeenschap opteert ervoor, in aansluiting van deze richtlijnen van de Europese Commissie en op basis van het artikel 151 van het Mediadecreet, om de toegankelijkheid van televisieprogramma's decretaal en reglementair te regelen door verplichtingen en quota, maar ook door het ter beschikking stellen van subsidies. Dit geldt niet voor de openbare omroep: toegankelijkheid maakt immers deel uit van de beheersovereenkomst die de VRT met de Vlaamse Regering sloot. Ook op de regionale omroepen is dit besluit niet van toepassing.

Het besluit werkt volgens het principe: 'hoe groter het marktaandeel, hoe meer verplichtingen.' De private omroeporganisaties op wie dit besluit van toepassing is, kunnen subsidies aanvragen voor het toegankelijk maken van televisiediensten door middel van audiodescriptie, gesproken ondertiteling, ondertiteling en Vlaamse Gebarentaal.

Algemeen: onduidelijkheden wegwerken

De Sectorraad Media detecteert enkele onduidelijkheden in dit ontwerp van besluit, die uitklaring behoeven.

De onduidelijkheid wat betreft de tijdslijn wordt hieronder bij de artikelsgewijze opmerkingen uitgebreid besproken. Daarnaast wenst hij aan te stippen dat er rond de financiering nog vragen kunnen rijzen. Wat is de kostenimpact voor de zenders of omroeporganisaties? Is daar studiewerk naar verricht of kan een studie hier mogelijk meer inzicht bieden? Kunnen eventueel eerdere ervaringen van de openbare omroep inspiratie bieden? Hoe worden afspraken gemaakt tussen de zenders wat betreft de verdeling van de beschikbare middelen?

Tot slot ontbreken er volgens de sectorraad bepaalde definities, met name van de begrippen 'gemiddeld marktaandeel' en 'algemeen marktaandeel', en het eventuele verschil ertussen.

Artikelsgewijze opmerkingen: suggesties voor een meer coherent tijdsplan

Artikel 2

Het probleem situeert zich in de eerste paragraaf.

Volgens deze verwoording, moeten enkel de omroepprogramma's die 12 maanden na de inwerkingtreding van het besluit, gedurende deze 12 maanden een gemiddeld marktaandeel hebben van 30% of meer, aan de verplichtingen voldoen.

De formulering houdt geen rekening met de situatie waarin een omroepprogramma op een tijdstip later dan 12 maanden na de inwerkingtreding van het besluit, gemiddeld 30% of meer marktaandeel heeft kunnen handhaven gedurende een jaar. In principe is dit artikel dus niet op hen van toepassing.

Het referentiepunt is immers enkel 12 maanden na de inwerkingtreding van het besluit en de referentieperiode zijn de 12 maanden die eraan vooraf gaan.

Om een statische situatie te vermijden en rekening te houden met veranderende marktomstandigheden, zoals de oorspronkelijke bedoeling van het besluit was, zou het referentiepunt moeten losgekoppeld worden van de inwerkingtreding van het besluit, zodat elk omroepprogramma dat op een bepaald ogenblik een gemiddeld marktaandeel van 30% of meer heeft, aan de ondertitelingsverplichtingen voorzien in dit artikel moet voldoen.

De referentieperiode over dewelke het marktaandeel wordt berekend, moet 12 maanden bedragen, maar het is eenvoudiger om te rekenen per kalenderjaar (1 januari tot 31 december), zodat de toezichthouders niet elke maand opnieuw de gemiddelden moeten berekenen en opvolgen.

Daarnaast moet er ook voorzien worden dat deze strenge ondertitelingsverplichtingen enkel blijven gelden zo lang het omroepprogramma dit marktaandeel kan behouden.

De Sectorraad Media doet hierbij een mogelijke suggestie voor een nieuwe formulering:

Van zodra een omroepprogramma van de private televisieomroeporganisaties minimum 12 maanden na inwerkingtreding van dit besluit een gemiddeld marktaandeel heeft van 30% of meer, berekend over het kalenderjaar dat eraan vooraf gaat, moet het uiterlijk 12 maanden later en voor zo lang dit marktaandeel (gemeten als gemiddelde van de daaropvolgende kalenderjaren) behouden blijft: (...).

Artikel 3 en 4

De argumenten voor de wijzigingen voorgesteld aan artikel 3 en 4 zijn dezelfde als diegene die werden vermeld voor artikel 2, nu de verwoording van de eerste paragraaf van elk artikel in grote lijnen hetzelfde is.

Volgens de verwoording van de aanhef en paragraaf 1°, moeten enkel de omroepprogramma's die 12 maanden na de inwerkingtreding van het besluit, gedurende deze 12 maanden een gemiddeld marktaandeel van 15 t.e.m. 29% hebben, uiterlijk 12 maanden later, 50% van alle zendtijd ondertitelen.

Ook hier wordt net zoals in artikel 2 geen rekening gehouden met evoluerende markten. Het referentiepunt is immers enkel het ogenblik van 12 maanden na inwerkingtreding van het besluit en de referentieperiode, de twaalf maanden die aan het referentiepunt vooraf gaan. Elk omroepprogramma dat in een periode erna een gemiddeld marktaandeel zou verwerven van 15 t.e.m. 29%, zal strikt genomen niet onder deze bepaling van paragraaf 1° vallen.

In de paragrafen 2° t.e.m. 5° is het referentiepunt wel losgekoppeld van de inwerkingtreding van het besluit. Het referentiepunt wordt nu dus het ogenblik vanaf wanneer het omroepprogramma gedurende twaalf opeenvolgende maanden het voorziene marktaandeel behaalt.

De verschillen tussen paragraaf 1° enerzijds en paragrafen 2° t.e.m. 5° anderzijds, worden best weggewerkt.

De referentieperiode over dewelke het marktaandeel wordt berekend, moet 12 maanden bedragen, maar het is eenvoudiger om te rekenen per kalenderjaar (1 januari tot 31 december), zodat de toezichthouders niet elke maand opnieuw de gemiddelden moeten berekenen en opvolgen.

Daarnaast moet er ook voorzien worden dat deze strenge ondertitelingsverplichtingen enkel blijven gelden zo lang het omroepprogramma dit marktaandeel kan behouden.

De Sectorraad Media doet hierbij een mogelijke suggestie voor een nieuwe formulering:

Van zodra een omroepprogramma van de private televisieomroeporganisaties minimum 12 maanden na inwerkingtreding van dit besluit een gemiddeld marktaandeel heeft van 15% tot en met 29%, berekend over het kalenderjaar dat eraan vooraf gaat, moet voor zo lang dit marktaandeel (gemeten als gemiddelde van de daaropvolgende kalenderjaren) behouden blijft:

1° uiterlijk 12 maanden later minstens 50% van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's, ondertitelen tussen 13 uur en 24 uur;

2° uiterlijk 24 maanden later minstens 60% van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's, ondertitelen tussen 13 uur en 24 uur;

3° uiterlijk 36 maanden later, minstens 70% van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's, ondertitelen tussen 13 uur en 24 uur;

4° uiterlijk 48 maanden later, minstens 75% van alle zendtijd die besteed wordt aan programma's, ondertitelen tussen 13 uur en 24 uur;

5° uiterlijk 12 maanden later een signaal voor gesproken ondertiteling uitzenden.

Namens de Sectorraad Media,

David Stevens, voorzitter
Hilde Van den Bulck, ondervoorzitter
Hanne Schuermans, secretaris