

SAMENVATTING VAN DE WETTELIJKE VERPLICHTINGEN¹ VAN TOEPASSING OP DE AUDIOVISUELE MEDIADIENSTEN IN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST²

1. Bepalingen die van toepassing zijn op alle aanbieders van audiovisuele mediadiensten

1.1. Voorafgaandelijke aangifte bij het BIPT (art. 7)

Aangifte te doen voor elke audiovisuele mediadienst waarvan de verstrekking wordt beoogd.

1.2. Onafhankelijkheid (art. 7/1)

Aanbieders van audiovisuele mediadiensten waarvan de audiovisuele mediadienst verdeeld wordt via een gesloten distributieplatform moeten onafhankelijk zijn van politieke partijen of organisaties die werkgevers of werknemers vertegenwoordigen.

1.3. Transparantie (art. 8)

Aanbieders van audiovisuele mediadiensten zijn verplicht om informatie ter beschikking te stellen van de gebruikers (naam, postadres van de vestiging, contactgegevens) en te vermelden dat ze onder de bevoegdheid van België en van het BIPT vallen. De informatie moet gemakkelijk, rechtstreeks en permanent toegankelijk zijn.

1.4. Ontwerp van de informatie- en nieuwsprogramma's in samenwerking met beroepsjournalisten (art. 10)

1.5. Toegankelijkheid voor personen met een visuele of auditieve handicap (art. 12)

De audiovisuele mediadiensten moeten voortdurend en in toenemende mate toegankelijker gemaakt worden voor personen met een visuele of auditieve handicap. Noodinformatie moet worden verstrekt op een wijze die toegankelijk is voor personen met een visuele of auditieve handicap.

De aanbieders van audiovisuele mediadiensten delen aan het BIPT een actieplan mee in verband met de verbetering van de toegankelijkheid van hun diensten voor personen met een visuele of auditieve handicap. Om de drie jaar brengen zij verslag uit aan het BIPT over de aangenomen maatregelen.

1.6. Commerciële communicatie (art. 14)

De audiovisuele commerciële communicatie

- moet gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn;
- gebruikt geen subliminale technieken;
- tast de menselijke waardigheid niet aan;
- mag niet enige vorm van discriminatie op grond van geslacht, ras of etnische afstamming, nationaliteit, godsdienst of levensbeschouwing, een handicap, leeftijd of seksuele geaardheid bevatten of bevorderen;
- spoort niet aan tot gedrag dat schadelijk is voor de gezondheid of veiligheid;
- spoort niet aan tot gedrag dat in hoge mate schadelijk is voor het milieu;

¹ [Wet van 5 mei 2017](#) betreffende de audiovisuele mediadiensten in het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad

² Dit document wordt louter ter informatie verstrekt en mag niet worden beschouwd als een bindend standpunt of een officiële interpretatie van de wet door het BIPT.

- brengt minderjarigen geen lichamelijke, geestelijke of zedelijke schade toe. De aanbieder spoort minderjarigen daarom niet rechtstreeks ertoe aan een product of dienst te kopen of te huren door te profiteren van hun onervarenheid of goedgelovigheid, spoort hen niet aan om hun ouders of derden te overreden om een product of een dienst te kopen, buit het bijzondere vertrouwen dat minderjarigen in ouders, leerkrachten of andere personen stellen niet uit en toont niet op ongerechtvaardigde wijze minderjarigen in gevaarlijke situaties.

Audiovisuele commerciële communicatie is verboden voor:

- sluireclame;
- sigaretten en andere tabaksproducten, alsook voor elektronische sigaretten en navulverpakkingen;
- geneesmiddelen en medische behandelingen die in België alleen op doktersvoorschrift verkrijgbaar zijn;
- alcoholische dranken specifiek gericht op minderjarigen of die tot overmatig gebruik ervan aanzetten.

1.7. Gesponsorde programma's (art. 15)

Audiovisuele mediadiensten of programma's die worden gesponsord, beantwoorden aan de volgende eisen:

- de inhoud en de programmering ervan mogen nimmer dusdanig worden beïnvloed dat de redactionele onafhankelijkheid en verantwoordelijkheid van de aanbieder van audiovisuele mediadiensten worden aangetast;
- zij sporen niet rechtstreeks aan tot de aankoop of huur van goederen of diensten, in het bijzonder door specifieke aanprijzingen van die producten of diensten;
- de kijkers worden duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst.

Gesponsorde programma's moeten duidelijk als zodanig worden gekenmerkt doordat aan het begin, tijdens en/of aan het einde van het programma op passende wijze naam, logo en/of ander symbool van de sponsor, bijvoorbeeld door middel van een verwijzing naar zijn product(en) of dienst(en) of met een onderscheidingsteken, worden vermeld.

Sponsoring is verboden van:

- nieuws-, actualiteiten- en kinderprogramma's;
- programma's door bedrijven waarvan de voornaamste activiteit bestaat in de vervaardiging of verkoop van sigaretten en andere tabaksproducten, alsook van elektronische sigaretten en navulverpakkingen;
- programma's door bedrijven waarvan de voornaamste activiteit bestaat in de vervaardiging of verkoop van geneesmiddelen en medische behandelingen die in België alleen op doktersvoorschrift verkrijgbaar zijn.

1.8. Productplaatsing (art. 16)

Productplaatsing is toegestaan in alle audiovisuele mediadiensten, behalve in nieuws- en actualiteitenprogramma's, programma's over consumentenzaken, religieuze programma's en kinderprogramma's.

Productplaatsing is verboden voor:

- sigaretten en andere tabaksproducten, alsook voor elektronische sigaretten en navulverpakkingen;
- producten die voortkomen van ondernemingen waarvan de voornaamste activiteit bestaat in de vervaardiging of verkoop van sigaretten en andere tabaksproducten, alsook van elektronische sigaretten en navulverpakkingen;

- specifieke geneesmiddelen en medische behandelingen die in België alleen op voorschrift verkrijgbaar zijn.

Programma's die productplaatsing bevatten, voldoen ten minste aan de volgende voorwaarden:

- de inhoud en de programmering ervan mogen nimmer dusdanig worden beïnvloed dat de redactionele onafhankelijkheid en verantwoordelijkheid van de aanbieder van audiovisuele mediadiensten worden aangetast;
- zij sporen niet rechtstreeks aan tot de aankoop of huur van goederen of diensten;
- het betrokken product krijgt geen overmatige aandacht;
- de kijkers worden duidelijk gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing.

1.9. Geweld, haat, discriminatie, terrorisme (art. 17)

Het is verboden om programma's uit te zenden met de volgende inhoud:

- een aansporing tot geweld of haat jegens een groep personen of een lid van een groep, op grond van nationaliteit, geslacht, ras, kleur, etnische of sociale afkomst, genetische kenmerken, taal, godsdienst of overtuiging, politieke of andere denkbeelden, het behoren tot een nationale minderheid, vermogen, geboorte, een handicap, leeftijd of seksuele gerichtheid; of die in strijd is met de wet van 30 juli 1981 tot bestraffing van bepaalde door racisme of xenofobie ingegeven daden, met de wet van 10 mei 2007 ter bestrijding van bepaalde vormen van discriminatie, met de wet van 10 mei 2007 ter bestrijding van discriminatie tussen vrouwen en mannen, of met de wet van 22 mei 2014 ter bestrijding van seksisme in de openbare ruimte;
- een publiekelijk uitlokken tot het plegen van een terroristisch misdrijf in de zin van artikel 137 van het Strafwetboek.

1.10. Bescherming van minderjarigen (art. 17/1)

Het is verboden om een audiovisuele mediadienst te verstrekken waarvan de programma's (of scènes) de lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling van minderjarigen kunnen aantasten, behalve indien gewaarborgd wordt:

- voor de televisie-uitzendingen, dat de minderjarigen in het zendgebied dit programma normalerwijze niet zullen zien of horen en voor zover dat programma geïdentificeerd wordt door de aanwezigheid van visuele symbolen in de elektronische programmagids, indien een dergelijke gids bestaat, en dat wanneer er geen voorwaardelijke toegang is, de uitzending van dit programma voorafgegaan wordt door een akoestische waarschuwing of het programma geïdentificeerd wordt door de aanwezigheid van een visueel symbool gedurende de volledige uitzending;
- voor de audiovisuele mediadiensten op aanvraag dat de minderjarigen in het zendgebied dit programma normalerwijze niet zullen zien of horen en voor zover dat programma geïdentificeerd wordt door de aanwezigheid van visuele symbolen in de elektronische programmagids.

Het is verboden om persoonsgegevens van minderjarigen die eventueel door aanbieders van audiovisuele mediadiensten op grond van de maatregelen bestemd voor de bescherming van minderjarigen worden verzameld of op andere wijze gegenereerd, te verwerken voor commerciële doeleinden (direct marketing, profilering, op gedrag gerichte reclame, ...).

1.11. Uitzending van Europese producties (art. 18)

Doelstellingen en verplichtingen

Voor zover mogelijk reserveert de televisieomroeporganisatie (met uitsluiting van de aan informatie, sport, spel, reclame, teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd):

- het grootste gedeelte van haar zendtijd voor Europese producties;

- ten minste 10% van haar zendtijd voor Europese producties die zijn vervaardigd door van de televisieomroeporganisaties onafhankelijke producenten.

Aanbieders van audiovisuele mediadiensten op aanvraag stellen minstens 30% van Europese producties in hun catalogus voor en leggen er bijzondere nadruk op.

Aanbieders van audiovisuele mediadiensten leggen jaarlijks aan het BIPT een verslag voor over de mate waarin deze doelstellingen inzake uitzending van Europese producties zijn bereikt. In voorkomend geval motiveren aanbieders waarom deze doelstellingen niet zijn bereikt, en vermelden ze de maatregelen die genomen zijn of overwogen worden om ze te bereiken.

Uitzonderingen

Deze verplichtingen en doelstellingen zijn niet van toepassing op

- televisieprogramma's die voor lokaal publiek bestemd zijn, voor zover die geen deel uitmaken van een nationaal net;
- televisiezenders waarvan de programma's worden uitgezonden in een andere taal dan die van de lidstaten van de Europese Unie (als zij eveneens uitzenden in een taal van de Europese Unie, gelden de verplichtingen alleen voor de zendtijd in deze taal);
- televisiezenders die uitsluitend gewijd zijn aan televisiereclame, telewinkelen of zelfpromotie;
- aanbieders van audiovisuele mediadiensten op aanvraag met een lage omzet of een klein publiek;
- audiovisuele mediadiensten op aanvraag waarvan de aard of het onderwerp deze verplichtingen of eisen onuitvoerbaar of ongerechtvaardigd maakt.

2. Specifieke bepalingen voor de instanties voor televisieomroep

2.1. Evenementen van groot maatschappelijk belang (art. 19)

Het is de televisieomroeporganisaties verboden op de evenementen van groot maatschappelijk belang exclusieve rechten op zodanige wijze uit te oefenen dat een belangrijk deel van het publiek deze evenementen niet via een kosteloze televisieomroepdienst kan volgen via rechtstreekse verslaggeving (dan wel waar nodig om objectieve redenen van openbaar belang, via uitgestelde verslaggeving).

Alle in een lidstaat van de Europese Unie gevestigde televisieomroeporganisaties hebben recht op toegang tot korte fragmenten van de evenementen van groot maatschappelijk belang, of alle andere evenementen van groot belang voor het publiek die op basis van exclusiviteit door een televisieomroeporganisatie worden uitgezonden. Deze korte fragmenten worden alleen voor algemene nieuwsprogramma's gebruikt, en mogen uitsluitend in audiovisuele mediadiensten op aanvraag worden gebruikt indien hetzelfde programma door dezelfde televisieomroeporganisatie via uitgestelde verslaggeving wordt aangeboden. De korte fragmenten zijn beperkt tot een kort nieuwsverslag over het in het eerste lid bedoelde evenement, waarbij dit verslag niet langer mag duren dan 90 seconden en pas ten minste twintig minuten na het einde van het evenement uitgezonden mag worden.

2.2. Televisiereclame en telewinkelen (art. 22 tot 25)

Telewinkelprogramma's (maximumduur van 20 minuten) en televisiereclame zijn duidelijk herkenbaar en worden gescheiden van redactionele inhoud via visuele en/of akoestische en/of ruimtelijke middelen.

Het aandeel zendtijd voor televisiereclame- en telewinkelspots mag enerzijds tussen 6 en 18 uur en anderzijds tussen 18 en 24 uur niet meer dan 20% van dat tijdvak bedragen.

Niet van toepassing:

- voor de televisiezenders die uitsluitend gewijd zijn aan televisiereclame en telewinkelen, alsook op televisiezenders die uitsluitend aan zelfpromotie gewijd zijn;
- op boodschappen van de televisieomroeporganisatie in verband met haar eigen programma's;
- op sponsorboodschappen;
- op productplaatsing;
- op neutrale frames ingevoegd tussen de redactionele inhoud en televisiereclame- of telewinkelspots en tussen elke spot.

Verboden zijn:

- telewinkelen met betrekking tot medische behandelingen of geneesmiddelen waarvoor een vergunning voor het in de handel brengen nodig is;
- de onderbreking van uitzendingen van televisiefilms (met uitsluiting van series, feuilletons en documentaires), cinematografische producties, en nieuwsprogramma's meer dan één keer per geprogrammeerd tijdvak van dertig minuten voor televisiereclame/ telewinkelen;
- de onderbreking van uitzendingen van religieuze erediensten voor televisiereclame of telewinkelen;
- de onderbreking van programma's voor kinderen voor telewinkelen.

Televisiereclame en telewinkelen met betrekking tot alcoholhoudende dranken:

- richten zich niet specifiek tot minderjarigen en tonen geen minderjarigen die dit soort dranken gebruiken;
- leggen geen verband tussen alcoholgebruik en een verbetering van fysieke prestaties of gemotoriseerd rijden;
- wekken niet de indruk dat alcoholgebruik bijdraagt tot sociale of seksuele successen;
- suggereren niet dat alcoholhoudende dranken therapeutische kwaliteiten bezitten, dan wel een stimulerend, kalmerend of spanningsreducerend effect hebben;
- moedigen geen onmatig alcoholgebruik aan en stellen onthouding of matig alcoholgebruik niet in een negatief daglicht;
- leggen geen nadruk op het hoge alcoholgehalte van dranken als positieve eigenschap.

2.3. Verplichting om een kopie van de programma's te bewaren (art. 26)

De televisieomroeporganisaties bewaren een integrale kopie van hun programma's gedurende een periode van drie maanden vanaf de uitzending ervan en stellen deze kopie ter beschikking van elke overheid die daarom zou verzoeken krachtens een wettelijke of reglementaire bepaling.