


COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Hoge Naarderweg 78 ■ 1217 AH Hilversum ■
Postbus 1426 ■ 1200 RK Hilversum ■ cvdm@cvdm.nl ■ www.cvdm.nl ■

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
Postbus 20401
2500 EK 'S-GRAVENHAGE

Datum	Onderwerp		
11 september 2018	Reactie op uw brief van 31 juli 2018		
Uw kenmerk	Ons kenmerk	Contactpersoon	Doorkiesnummer
DGETM-MC	712294/712311		

Geachte heer

Wij danken u voor het in de gelegenheid stellen van het maken van opmerkingen bij het conceptwetsvoorstel uitvoeringswet Verordening samenwerking consumentenbescherming (CPC-verordening) consumentenbescherming.

In dat licht hebben we ook zeer gewaardeerd dat wij op uitnodiging van uw departement hebben kunnen deelnemen aan overleggen van de interdepartementale werkgroep. De wijze waarop medewerkers van uw departement de discussies hebben geleid en de (complexe) materie inzichtelijk hebben gemaakt hebben we zeer op prijs gesteld.

Voor wat betreft onze inhoudelijke opmerkingen en observaties verwijzen we graag naar ons commentaar toegezonden per email van 27 juni 2018, hetgeen eveneens een weerslag vormt van onze inbreng in de interdepartementale werkgroep.

Het wetsvoorstel introduceert vergaande bevoegdheden zoals het gebruik maken van een fictieve identiteit bij online aankopen en "notice & take down" maatregelen die om een zorgvuldige afweging van belangen vragen. Zoals we reeds hebben opgemerkt acht het CvdM zich door zijn specifieke expertise en ervaring zeer wel in staat om een afweging te maken tussen het belang van stopzetting van de inbreuk en de in het geding zijnde hogere belangen zoals vrijheid van meningsuiting en vrijheid van drukpers welke zijn vastgelegd in de Grondwet en internationale verdragen. Bovendien is er ook nog de waarborg van wettelijke toetsing omdat de rechter-commissaris van de rechtbank Rotterdam een voorafgaande machtiging dient af te geven.

Alles afwegend verzet zich niets tot het neerleggen van deze handhavingsbevoegdheid bij het CvdM in samenspel met de ACM, een collega toezichthouder waarmee het CvdM reeds gedurende zeer lange tijd in verschillende dossiers uiterst constructief en effectief samenwerkt. In het licht van de nieuwe verordening en uitvoeringswet zullen we ook het bestaande Samenwerkingsprotocol Autoriteit Consument en Markt en Commissariaat voor de Media (gepubliceerd in de Staatscourant van 22 december 2015) nader tegen het licht houden en aanpassen waar nodig.



Meer specifiek hebben we nog enkele opmerkingen inzake de verwijzing naar sommige artikelen in AVMD Richtlijn en Mediawet in de bijlage bij de uitvoeringswet. Hiervoor verwijzen we naar de bijlage bij onze brief.

Wij hopen u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd en staan uiteraard open voor verdere toelichting.

Hoogachtend,
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,

voorzitter

Bijlage

Hieronder treft u aan onze opmerkingen inzake *Bijlage 3 Overzicht van wettelijke bepalingen waarop middels de bevoegdheden in de Wet handhaving consumentenbescherming wordt toegezien en die op grond van de Wet handhaving consumentbescherming worden gehandhaafd, Onderdeel d; handhaving door het Commissariaat voor de Media.*

Wij missen allereerst verwijzingen naar enkele mediawettelijke bepalingen:

Het gaat hier om artikel 2.88b en artikel 3.5b van de Mediawet 2008 die een implementatie betreffen van artikel 9, eerste lid, onder a en b, van de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn 2010/13/EU.

Artikel 2.88b

1 Reclame- en telewinkeloordschappen en gesponsord media-aanbod zijn als zodanig herkenbaar.

2 In reclame- en telewinkeloordschappen en gesponsord media-aanbod worden geen subliminale technieken gebruikt.

3 Het media-aanbod bevat geen:

- a. sluikreclame; of*
- b. productplaatsing.*

Artikel 3.5b

1 Reclame- en telewinkeloordschappen, gesponsord programma-aanbod en productplaatsing zijn als zodanig herkenbaar.

2 In reclame- en telewinkeloordschappen, gesponsord programma-aanbod en programma-aanbod met productplaatsing worden geen subliminale technieken gebruikt.

3 Het programma-aanbod bevat geen sluikreclame.

Ook ontbreken verwijzingen naar de artikelen 3.19a en 3.19b Mediawet die regels stellen voor productplaatsing bij de commerciële mediadiensten.

Artikel 3.19a

1 Productplaatsing in het programma-aanbod, voor zover dat aanbod is geproduceerd na 19 december 2009, is niet toegestaan.

2 Tenzij het programma-aanbod in het bijzonder bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar, is het eerste lid niet van toepassing op programma-aanbod bestaande uit:

- a. films;*
- b. series;*
- c. sportprogramma's; en*
- d. lichte amusementsprogramma's.*

Artikel 3.19b

1 Productplaatsing mag alleen voorkomen als in het redactiestatuut, bedoeld in artikel 3.5, tweede lid, waarborgen zijn opgenomen voor de redactionele onafhankelijkheid van de werknemers die belast zijn met de verzorging en samenstelling van het programma-aanbod in verband met productplaatsing.

2 Productplaatsing in het programma-aanbod is zodanig vormgegeven dat:

a. het publiek niet rechtstreeks door middel van specifieke aanprijzingen wordt aangespoord tot het kopen of huren van producten of afname van diensten; en

b. het betrokken product geen overmatige aandacht krijgt.

3 Productplaatsing is niet toegestaan voor:

a. medische behandelingen; en

b. alcoholhoudende dranken tussen 06.00 uur en 21.00 uur.

4 Bij programma-aanbod waarin productplaatsing is opgenomen wordt ter informatie van het publiek duidelijk vermeld dat het programma-aanbod voorzien is van productplaatsing. De vermelding geschiedt op passende wijze en vindt plaats aan het begin en het einde van het programma en eveneens aan het begin of het einde van de in het programma opgenomen reclameboodschap of reclameboodschappen.

5 Het Commissariaat kan nadere regels stellen over de toepassing van productplaatsing in programma-aanbod, welke regels de goedkeuring behoeven van Onze Minister.

Overigens ontbreekt ook in de bijlage onder onderdeel d ook een verwijzing naar artikel 11, lid 1 tot en met 3, van de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn waar artikel 3.19a en 3.19b een implementatie van zijn. Artikel 11, lid van de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn waar de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit een rol speelt bij de handhaving is immers wel in de bijlage onder onderdeel f genoemd. Ook ontbreekt een verwijzing naar artikel 21 van de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn; artikel 3.7, lid 2 Mediawet waarin deze bepaling is geïmplementeerd is daarentegen wel genoemd in de bijlage onder onderdeel d.

Voorts zouden wij willen bepleiten om in onderdeel d van de bijlage artikel 3.29d van de Mediawet 2008 op te nemen; een bepaling die ons inziens ten onrechte ontbreekt in de bijlage bij de huidige wet.

Artikel 3.29

De artikelen 3.8, 3.9, eerste en derde lid, 3.10, tweede lid, 3.11 tot en met 3.14 en 3.19 tot en met 3.26 zijn niet van toepassing op programma-aanbod dat niet direct of indirect buiten Nederland ontvangen kan worden en dat:

a. voor zover het de beeldinhoud betreft uitsluitend of nagenoeg uitsluitend bestaat uit stilstaande beelden; of

b. hoofdzakelijk bestaat uit informatie over programma-aanbod en andere diensten die via een omroepzender of omroepnetwerk worden aangeboden.

Deze belangrijke schakelbepaling in de Mediawet 2008 zorgt ervoor dat ook de zogeheten mediadiensten op aanvraag, in de praktijk beter bekend als video-on-demand diensten ook

gehouden zijn aan de (kwalitatieve) voorschriften voor reclame, sponsoring, productplaatsing en telewinkelen.

Aangezien deze diensten bij uitstek internationaal opereren moet gewaarborgd zijn dat zij gedekt worden door de uitvoeringswetgeving.

Daarentegen lijken sommige mediawettelijke artikelen die wel in de bijlage bij de huidige Wet handhaving consumentenbescherming worden genoemd zich weer niet te lenen voor toepassing van de verordening en uitvoeringswetgeving. Wij achten het namelijk niet reëel dat voor een aantal in de bijlage genoemde artikelen waarvoor het CvdM als bevoegde autoriteit is aangewezen het voor de hand ligt dat er intracommunautaire inbreuken op collectieve consumentenbelangen zullen plaatsvinden. Het gaat met name om de volgende artikelen inzake de publieke mediadienst waarvan zich heel moeilijk laat voorstellen dat meerdere burgers in andere EU-lidstaten hierover klachten zullen indienen wegens inbreuk op collectieve belangen:

Artikel 2.1, tweede lid, onderdeel e van de Mediawet 2008:

Publieke mediadiensten zijn in overeenstemming met publieke waarden, waarbij zij voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Zij verzorgen daartoe media-aanbod dat:

e. voldoet aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen;

Artikel 2.113 Mediawet van de Mediawet 2008:

De publieke media-instellingen brengen jaarlijks via de jaarrekening verslag uit over de inkomsten uit sponsorbijdragen, het gesponsorde media-aanbod en de hoedanigheid van de sponsors, gespecificeerd per onderdeel van het media-aanbod.

Wij geven de wetgever in overweging om aan het begin van de opsomming van artikelen uit de Mediawet 2008 in de bijlage bij de Wet handhaving consumentenbescherming op te nemen dat

het gaat om het bepaalde 'bij of krachtens' die artikelen (vergelijk onderdeel A, AFM). Sommige van de genoemde bepalingen zijn bijvoorbeeld nader uitgewerkt in het Mediabesluit 2008.

Tot slot is het van belang op te merken dat de verwijzing naar de artikelen in de AVMD Richtlijn die binnenkort zal worden herzien geactualiseerd zou moeten worden. Het herzieningstraject is bijna afgerond; er is immer reeds een politiek compromis bereikt, maar definitieve formulering en nummering van artikelen zou nog tot het najaar kunnen veranderen.

Postbus 1426 1200 BK Hilversum

PostNL

€1,54

Afz. 1217 AH 78



NEDERLAND
11.09.2018
NetSet MS 120292



DGETM - P9.

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

A09CC #6641XDX#00#0000#

