

Studie omtrent passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van algemeen belang in Vlaanderen

Een onderzoek van imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel

16/01/2025

In opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media en de
Minister van Media

Promotor
Prof. Dr. Tim Raats
Dr. Adelaida Afilipoaie
Pieter Van der Elst
Noëmie Forest

1. Inhoudstafel

1. INHOUDSTAFEL	2
2. CONTACT	5
3. LIJST VAN ACRONIEMEN	6
4. VERKLARENDE BEGRIPPENLIJST	7
5. FIGUREN- EN TABELLENLIJST	10
5.1. FIGUREN	10
5.2. TABELLEN	10
6. INLEIDING	12
7.1. ZICHTBAARHEID EN VINDBAARHEID ONDER DRUK?	12
7.2. DE INTERNATIONALE ROEP VOOR MAATREGELEN VOOR DE BESCHERMING VAN PROMINENTIE	14
7.3. NAAR EEN BELEIDSKADER VOOR PROMINENTIEMAATREGELEN	16
7.4. WELKE ZICHTBAARHEID, VINDBAARHEID EN PASSENDE AANDACHT?	17
7.5. AFBAKENING EN VRAAGSTELLING VAN HET ONDERZOEK	19
7.6. ONDERZOEKSMETHODE	21
7.6.1. <i>De stakeholderconsultatie</i>	21
7.6.2. <i>Interviews met betrokken stakeholders</i>	22
7.6.3. <i>Interviews met academische experts, regulatoren en vertegenwoordigers van supranationale belangenverenigingen</i>	23
7.6.4. <i>Meta-analyse van bestaande rapporten en studies inzake prominentie</i>	24
7.7. STRUCTUUR VAN DIT RAPPORT	25
7.8. DANKWOORD	26
8. PROMINENTIE EN ZICHTBAARHEID IN DE MEDIAWAARDEKETEN	28
8.2. INLEIDING	28
8.3. AUDIOVISUELE SPELERS	28
8.3.1. <i>Visueel overzicht van de mediawaardenketen voor audiovisuele spelers</i>	28
8.3.2. <i>Hardware</i>	30
8.3.3. <i>Software</i>	34
8.3. AUDITIEVE MARKTSITUATIE	39
8.3.1. <i>Visueel overzicht van de mediawaardenketen voor auditieve spelers</i>	39
8.3.2. <i>Hardware</i>	41
8.3.3. <i>Software</i>	44
8.4. CONCLUSIES	46
9. RELEVANTE BEPALINGEN IN DE VLAAMSE REGELGEVING MET BETREKKING TOT ZICHTBAARHEID, VINDBAARHEID EN PASSENDE AANDACHT	49
9.1. INLEIDING	49
9.2. ARTIKEL 155/1: PASSENDE AANDACHT, ZICHTBAARHEID EN VINDBAARHEID	49
9.3. ARTIKEL 157: PROMINENTIE VOOR EUROPESE WERKEN	50
9.4. ARTIKEL 180 EN 181: SIGNAALINTEGRITEIT EN EPG'S	51
9.5. ARTIKELS 185, 186 EN 187: DOORGIFTE VAN LINEAIR AANBOD	53
9.6. ARTIKEL 184/0: DOORGIFTE VAN NIET-LINEAIR AANBOD	56
9.7. SAMENVATTING EN KEY TAKEAWAYS	56
10. BEHOEFTE EN PRIORITEITEN VOOR STAKEHOLDERS MET BETREKKING TOT ZICHTBAARHEID, VINDBAARHEID EN PASSENDE AANDACHT	59
10.1. INLEIDING	59

10.2. VOORSTELLEN UIT STAKEHOLDERCONSULTATIE	59
10.2.1. <i>Publieke omroep VRT</i>	59
10.2.2. <i>Particuliere grote omroepen (DPG Media en Play Media)</i>	61
10.2.3. <i>Regionale omroepen (NORTV)</i>	62
10.2.4. <i>Particuliere themazenders (Ment TV, Dobbitt TV)</i>	63
10.2.5. <i>Dienstenverdelers (Telenet, Orange, Proximus)</i>	65
10.2.6. <i>Vlaamse niet-lineaire omroeporganisatie (Streamz)</i>	66
10.2.7. <i>Internationale niet-lineaire omroeporganisaties (Netflix, Amazon Prime Video)</i>	67
10.2.8. <i>Hardware-fabrikanten (Samsung, LG, Phillips)</i>	68
10.2.9. <i>Vlaamse Regulator voor de Media</i>	69
10.2.10. <i>Key takeaways bevraagde stakeholders</i>	71
10.3. VOORSTELLEN VAN EUROPESE ORGANISATIES	71
10.3.10. <i>European Broadcasting Union</i>	71
10.3.2. <i>Raad van Europa</i>	74
10.3.3. <i>Europese Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA)</i>	76
11. RELEVANTE BEPALINGEN IN DE EUROPESE REGELGEVING EN BUITENLANDSE VERGELIJKING.....	81
11.1. INLEIDING	81
11.2. BEPALINGEN IN DE EUROPESE REGELGEVING	82
11.2.1. <i>Richtlijn audiovisuele mediadiensten (AVMD)</i>	82
11.3. RICHTLIJN INZAKE ELEKTRONISCHE HANDEL (E-COMMERCE DIRECTIVE)	83
11.4. VERORDENING MEDIAVRIJHEID (EUROPEAN MEDIA FREEDOM ACT)	84
11.5. EUROPEES WETBOEK VOOR ELEKTRONISCHE COMMUNICATIE (EUROPEAN ELECTRONIC COMMUNICATION CODE)	87
11.6. OMZETTING VAN PROMINENTIEBEPALINGEN DOOR EU-LIDSTATEN	89
11.6.1. <i>Duitsland</i>	89
11.6.2. <i>Italië</i>	97
11.6.3. <i>Frankrijk</i>	103
11.6.4. <i>Ierland</i>	113
11.6.5. <i>Verenigd Koninkrijk</i>	116
11.7. SAMENVATTING EN TAKEAWAYS	123
12. AANBEVELINGEN VOOR MAATREGELEN VOOR PASSENDE AANDACHT	129
12.1. PRINCIPES VOOR DE UITWERKING VAN PROMINENTIEMAATREGELEN	129
12.2. DE WENSELIJKHEID VAN REGELS VOOR PASSENDE AANDACHT	130
12.3. VERPLICHTINGEN OPLEGGEN OF VERPLICHTEN TOT AKKOORD?	132
12.4. DE GEADRESSEERDEN VAN MAATREGELEN VOOR PASSENDE AANDACHT	134
12.5. AFBAKENING BEGUNSTIGDE DIENSTEN VAN ‘ALGEMEEN BELANG’	137
12.5.1. <i>Voor audiovisuele diensten</i>	137
12.5.2. <i>Betalende diensten</i>	140
12.5.3. <i>Welke ‘dienst’ is begunstigde?</i>	140
12.5.4. <i>Meerdere mediaspelers prominent gemaakt?</i>	141
12.5.5. <i>Regionale omroepen</i>	142
12.5.6. <i>Auditieve diensten</i>	145
12.6. SPECIFICATIES M.B.T. DE UITWERKING VAN VERPLICHTINGEN VOOR PASSENDE AANDACHT	146
12.6.1. <i>Voor audiovisuele diensten</i>	147
12.6.2. <i>Voor auditieve diensten</i>	150
12.7. TOEZICHT EN RAPPORTERING	151
12.8. PROMINENTIE EN EUROPESE BEPALINGEN	153
13. REFERENTIES	155
14. OVER DE ONDERZOEKERS	168
15. BIJLAGEN	169

15.1. GEADRESSEERDE SPELERS FRANKRIJK.....	169
15.2. GEADRESSEERDE SPELERS DUITSLAND	170
15.3. VRAGENLIJST STAKEHOLDERBEVRAGING	171

2. Contact

Betrokken onderzoeksdepartementen

Studies on Media, Innovation and Technology (imec-SMIT, VUB) Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 9, 2nd floor, B-1050 Brussel

Onderzoeksteam

Naam en Functie	Prof. Dr. Tim Raats Promotor Media Economics & Policy unit, imec-SMIT Professor Vrije Universiteit Brussel
E-mail	Tim.Raats@vub.be
Naam en Functie	Dr. Adelaida Afilipoaie Senior Researcher Media Economics & Policy unit, imec-SMIT
	Adelaida.Afilipoaie@vub.be
Naam en Functie	Pieter Van der Elst Researcher Media Economics & Policy unit, imec-SMIT
	Pieter.Van.der.Elst@vub.be
Naam en Functie	Noëmie Forest Researcher Media Economics & Policy unit, imec-SMIT
	Noemie.Janine.Forest@vub.be

(c) imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel.

Contactpersoon onderzoek: Prof. Dr. Tim Raats

Suggestie voor citatie: Raats, T., Afilipoaie, A., Van der Elst, P. & Forest, N. (2024). Studie omtrent passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van algemeen belang in Vlaanderen. Onderzoek in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Media en de Minister van Media. Brussel: imec-SMIT-VUB.

3. Lijst van acroniemen

- AFNUM: Alliance Française des Industries du Numérique
- API: Application Programming Interface
- ARCOM: Autorité de Regulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique
- AVMD: Audiovisuele Mediadiensten-Richtlijn
- BVOD: Broadcaster-Video-on-Demand
- CAS: Conditional Access Systemen
- CERRE: Centre on Regulation in Europe
- DIPS: Designated Internet programme services
- DMA: Digitale-marktenverordening
- DSA: Digitale-dienstenverordening
- DTT: Digitale ethertelevisie
- EBU: European Broadcasting Union
- EECC: Europese Code voor Elektronische Communicatie
- EMFA: Europese Verordening Mediavrijheid (European Media Freedom Act)
- EPG: Elektronische programmagids
- ERGA: European Regulators Group for Audiovisual Media Services
- EWEC: Europees wetboek voor elektronische communicatie
- FAST: Free Ad-supported Streaming Television
- IPTV: Internet Protocol Television
- LCN: Logical Channel Number
- OSMR: Online Safety and Media Regulation Act
- RTSS: Regulated Television Selection Service
- SARC: Strategische AdviesRaad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
- TRIS: Technical Regulations Information System
- TSS: Television Selection Services
- TUSMA: Audiovisual Media Services Code
- UI: User Interface (gebruikersinterface)
- VLOP's: Very Large Online Platforms
- VRM: Vlaamse Regulator voor de Media
- VWEU: Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie
- WTO: World Trade Organization
- ZAK: Commissie voor Vergunningverlening en Toezicht

4. Verklarende begrippenlijst

Algemeen Belang: Een status die wordt toegekend aan bepaalde diensten of inhouden op basis van de inhoudelijke meerwaarde (bvb. nieuws, culturele diversiteit, enz.).

Begunstigde (dienst) van 'algemeen belang': Dienst van een speler die de status geniet van algemeen belang en dus geniet van de bepalingen voor zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht.

Broadcaster-video-on-demand (BVOD): Term om streamingdienst van (Vlaamse) omroep mee aan te duiden.

Content: Inhoud van diensten; het gaat dan om auditieve of audiovisuele programma's of film of onderdelen daarvan.

Cord-cutter: Personen die overstappen van traditionele tv-distributiemethoden naar internetgebaseerde streamingdiensten.

Cord-never: Personen die zelf nooit voor traditionele tv-distributiemethoden gekozen hebben. In plaats daarvan hebben ze altijd gebruik gemaakt van internetgebaseerde streamingdiensten en andere digitale diensten om televisieprogramma's en andere inhoud te bekijken.

Dienstenverdelers: Elke rechtspersoon die door middel van elektronische communicatienetwerken een of meer omroepdiensten levert aan het publiek. De omroeporganisatie die alleen de eigen omroepdiensten ter beschikking van het publiek stelt, is geen dienstenverdelers (Mediadecreet).

Elektronische Programmagids (EPG): Dienst die bestaat uit op tekst gebaseerde inhoud die de programma's vergezelt en die het programma-aanbod van aanbieders van omroepdiensten weergeeft, en uit het verschaffen van gehele of gedeeltelijke toegang tot de opgelijste programma's en diensten.

Free Ad-Supported Streaming Television (FAST) kanalen: Streamingtechnologie waarmee televisiezenders via internet worden aangeboden. Ze bieden lineaire programmering en worden gefinancierd door middel van advertenties.

Geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces: De spelers waarop de regels van toepassing zijn, en die dus verplichtingen opgelegd krijgen.

Gebruikersinterface: Een dienst die de toegang tot en het gebruik van mediadiensten die programma's aanbieden controleert of beheert en die gebruikers in staat stelt mediadiensten of -inhoud te kiezen.

Hardware-fabrikant: De natuurlijke persoon of de rechtspersoon die een toestel/hardware vervaardigt of volledig herstelt of een apparaat laat ontwerpen, vervaardigen of herstellen en dat apparaat onder zijn naam of handelsmerk verhandelt.

Interface: Zie gebruikerinterface.

Level playing field: Een gelijk speelveld voor bedrijven die opereren binnen eenzelfde markt, met verschillende karakteristieken waardoor verschillende wetgevende bepalingen of definities van toepassing zijn. Het streven naar een level playing field is het streven naar een aanpak waar verschillende spelers zoveel mogelijk op dezelfde manier gereguleerd worden of op dezelfde manier beperkt of ondersteund worden door een beleid.

Logical Channel Number (LCN): De unieke nummers die aan kanalen zijn toegewezen en die kijkers gebruiken om kanalen te selecteren en die de volgorde bepalen waarin kanalen op de EPG worden gepresenteerd.

Must-carry (doorgifteverplichting): De lineaire televisieomroepprogramma's en de bijbehorende diensten, vermeld in Artikel 186 van het Vlaamse Mediadecreet, § 1 en § 2, moeten, met het oog op het verzekeren van pluralisme en culturele diversiteit in het aanbod van dienstenverdelers, onverkort en in hun geheel worden aangeboden. Hier wordt onder bijbehorende diensten onder meer verstaan: ondertiteling, audiobeschrijving, gebarentaal en auditieve ondertiteling.

Must-offer (aanbodverplichting): Een verplichting ten aanzien van omroeporganisaties om hun omroepsignaal aan te bieden aan dienstenverdelers die daarom verzoeken, en die kan aangewend worden om te verhinderen dat omroepprogramma's van bepaalde omroeporganisaties nog exclusief op één platform kunnen worden bekeken.

Niet-lineaire omroepdienst: Een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst die de gebruiker de mogelijkheid biedt om auditieve en/of audiovisuele programma's te raadplegen op zijn/haar individuele verzoek en op het door hem/haar gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus (Mediadecreet).

Omroepdienst: Een dienst die valt onder de redactionele verantwoordelijkheid van de omroeporganisatie, waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit audiovisuele en/of auditieve programma's leveren voor het algemene publiek, ter informatie, vermaak, educatie of met culturele inslag door middel van elektronische communicatienetwerken (Mediadecreet).

Omroeporganisatie: De natuurlijke persoon of de rechtspersoon die de redactionele verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van de omroepdienst en die bepaalt hoe die wordt georganiseerd (Mediadecreet).

Omroepprogramma: Het geheel van programma's en alle additioneel meegestuurde informatie dat door een omroeporganisatie op basis van een programmaschema wordt aangeboden onder een merk of titel (Mediadecreet).

Programma: Een reeks bewegende beelden, al dan niet met geluid, of een reeks van klanken of geluiden, die ongeacht de duur ervan, een afzonderlijk element vormt van een schema opgesteld door een omroeporganisatie of een catalogus opgesteld door een omroeporganisatie, met inbegrip van bioscoopfilms, videoclips, sportevenementen, komische series, documentaires, kinderprogramma's en origineel drama (Mediadecreet).

Prominentiemaatregelen: Criteria en maatregelen die de Vlaamse Regering kan vastleggen en opleggen aan ondernemingen om ervoor te zorgen dat er passende aandacht wordt voorzien, en zichtbaarheid en vindbaarheid wordt gegarandeerd voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van ‘algemeen belang’, met het oog op het verzekeren van pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit.

Shortcut button/Smart button/sneltoets: Toets op een afstandsbediening die dient voor de navigatie en directe selectie binnen een gebruikersinterface, die bij aanwenden directe toegang verleent tot één of meerdere bepaalde mediadiensten (incl. app stores) beschikbaar binnen eender welke van de gebruikersinterfaces waarbinnen de afstandsbediening werkzaam is.

Signaalintegriteit: Het door dienstenverdelers onverkort, ongewijzigd en in hun geheel doorgeven, op het ogenblik dat ze worden uitgezonden, van lineaire en niet-lineaire televisie-omroepprogramma's die deel uitmaken van het aanbod van (televisie)diensten in de Vlaamse Gemeenschap. Dat geldt ook voor hun bijbehorende diensten (zie must-carry).

Smart speaker: Met het internet verbonden speaker waarmee geïnterageerd kan worden door middel van stemcommando's.

Smart-tv: Met het internet verbonden televisietoestel.

Streamingdienst: Een lokale of internationale dienst die door middel van het internet audiovisuele en/of auditieve content in lineaire en/of niet-lineaire vorm ter beschikking stelt en die tegen een abonnement aanbiedt of gratis, al dan niet voorzien van reclame.

Swimlane: De horizontale rij van mediadiensten, -programma's of -content in een specifieke volgorde die beschikbaar is op een gebruikersinterface. Ook wel naar gerefereerd als 'deck'.

Video-on-demand (VOD): Video op aanvraag. Dit kan verder onderverdeeld worden in SVOD-dienst (subscription-video-on-demand, oftewel betalende dienst tegen abonnementsformule), TVOD-dienst (transaction-video-on-demand, oftewel dienst met betaling per titel), of AVOD (advertisement-video-on-demand, oftewel gratis toegankelijk met advertenties in de vorm van pre-roll en/of mid-roll).

Videoplatformdienst: Een dienst als vermeld in Artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waarbij het hoofddoel van de dienst, een daarvan losstaand gedeelte of een essentiële functie daarvan bestaat in het aanbieden van programma's, door gebruikers gegenereerde inhoud, of beide, aan het algemene publiek, waarvoor de aanbieder van het videoplatform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt, ter informatie, vermaak of educatie via elektronische communicatienetwerken en waarvan de organisatie wordt bepaald door de aanbieder van het videoplatform, onder meer met automatische middelen of algoritmen, namelijk door weergeven, *taggen* en rangschikken (Mediadecreet).

5. Figuren- en tabellenlijst

5.1. Figuren

FIGUUR 1: OVERZICHT ZICHTBAARHEID EN VINDBAARHEID OP EEN GEBRUIKERSINTERFACE. BRON: AUTEURS.	19
FIGUUR 2: CONTENT-ROUTES VOOR AUDIOVISUELE MEDIA IN EEN SMART-TOESTEL OF DIENSTENVERDELER-OMGEVING. BRON: AUTEURS.	29
FIGUUR 3: GLOBALE MARKTGROOTTE SMART-TV'S (STRAITS RESEARCH, 2022).	31
FIGUUR 4: BELANGRIJKSTE SMART-TV-SPELERS IN BELGIË (STATISTA, 2024).	31
FIGUUR 5: BEZIT SMART-TV'S IN VLAANDEREN (CIM, 2023B).	32
FIGUUR 6: GOOGLE CHROMECAST EN AMAZON FIRESTICK.	32
FIGUUR 7: SHORTCUTS OP SMART-TV BESCHIKBAAR IN VLAANDEREN EN BRUSSEL.	33
FIGUUR 8: HOME'-SCHERM VAN DE PROXIMUS PICKXOMGEVING IN 2023 (PROXIMUS, 2023).	38
FIGUUR 9: CONTENT-ROUTES VOOR AUDITIEVE MEDIA IN EEN SMART-TOESTEL-OMGEVING, IN FUNCTIE VAN ZICHTBAARHEID EN VINDBAARHEID . BRON: AUTEURS.	40
FIGUUR 10: EVOLUTIE VAN PERCENTAGE VAN VLAMINGEN DAT MINSTENS MAANDELIJKS NAAR RADIO LUISTERT (DE MAREZ ET AL., 2024A, PP. 24-35).	42
FIGUUR 11: POPULAIRE SMART SPEAKERS IN VLAANDEREN ZIJN DE APPLE HOMEPOD MINI, GOOGLE NEST, AMAZON ECHO EN SONOS MOVE.	43
FIGUUR 12: INTERFACE CARPLAY EN ANDROID AUTO IN VLAANDEREN.	46
FIGUUR 13: BOUWSTENEN VOOR DE AFBAKENING VAN DIENSTEN VAN 'ALGEMEEN BELANG'.	137

5.2. Tabellen

TABEL 1: OVERZICHT DEELNEMERS STAKEHOLDERCONSULATIE INZAKE PROMINENTIE.	22
TABEL 2: OVERZICHT INTERVIEWS MET BETROKKEN STAKEHOLDERS.	22
TABEL 3: OVERZICHT GEÏNTERVIEWDE EXPERTS INZAKE PROMINENTIE.	24
TABEL 4: OVERZICHT BESTAANDE RAPPORTEN EN STUDIES INZAKE PROMINENTIE.	25
TABEL 5: BEPALINGEN MEDIADECREET DIE RELEVANT ZIJN BIJ DE UITWERKING VAN PROMINENTIEMAATREGELEN.	57
TABEL 6: OVERZICHT VAN DE BEPALINGEN INZAKE PROMINENTIE VOOR DUITSLAND.	97
TABEL 7: OVERZICHT VAN DE BEPALINGEN INZAKE PROMINENTIE VOOR ITALIË.	103
TABEL 8: OVERZICHT VAN DE BEPALINGEN INZAKE PROMINENTIE VOOR IERLAND.	116
TABEL 9: OVERZICHT VAN DE BEPALINGEN INZAKE PROMINENTIE VOOR HET VERENIGD KONINKRIJK.	122
TABEL 10: REIKWIJDTE EN TOEPASSINGSGEBIED VAN BEPALINGEN IN FRANKRIJK, DUITSLAND, HET VERENIGD KONINKRIJK EN ITALIË.	127
TABEL 11: SCENARIO'S VOOR DE AFBAKENING VAN DIENSTEN VAN 'ALGEMEEN BELANG'.	138
TABEL 12: SCENARIO'S VOOR DE TOEKENNING VAN HET STATUUT VAN BEGUNSTIGDE VAN 'ALGEMEEN BELANG' VOOR REGIONALE OMROEPEN.	144
TABEL 13: JAARLIJKS DOOR ARCOM GEPUBLICEERDE LIJST VAN INTERFACES WAAROP DE VERPLICHTINGEN VAN TOEPASSING ZIJN (ZIE VERSCHILLEN IN ORANJE).	169
TABEL 14: LIJST VAN DE BIJ DE COMMISSIE VOOR VERGUNNINGVERLENING EN TOEZICHT (ZAK) GEREgistreERDE GEBRUIKERSINTERFACES DIE NIET ONDER DE UITZONDERINGEN/PRIVILEGES VOLGENS MStV §81 VALLEN EN DIE DAAROM ONDER DE VINDBAARHEIDSREGELING VOLGENS §84 MStV VALLEN.	170

INLEIDING

6. Inleiding

7.1. Zichtbaarheid en vindbaarheid onder druk?

De komst van internationale streamingdiensten en videoplatformdiensten, het veranderend kijkgedrag dat er het gevolg van is, het doorspoelbaar maken van reclame en het verschuiven van reclamebestedingen naar internationale spelers, hebben het Vlaams media-ecosysteem een stuk afhankelijker gemaakt van internationale spelers en zetten een **grote druk op het bestaande audiovisuele ecosysteem**. Waar nieuwe spelers wel kansen bieden voor de productie en distributie van Vlaamse audiovisuele content, zet de concurrentie voor kijktijd, budgetten en exclusieve content Europese spelers hun bestaande financiering danig onder druk.

Vandaag speelt traditionele lineaire televisie nog steeds een belangrijke rol, en **traditionele spelers zetten in toenemende mate in op online portalen, maar ze worden hierin uitgedaagd door internationale VOD-diensten**. 78% van de Vlamingen heeft nog een digitale kabelaan sluiting, maar cord-cutting komt steeds meer voor, vooral in de categorie 'nestverlaters' (25-34-jarigen) waarbij 63% een digitale kabelaan sluiting heeft in 2023 (Rombaut, 2024). Eén vierde van het audiovisuele aanbod op de Europese markt bestaat uit VOD-diensten (Schneeberger, 2023). In 2020 maakten SVOD-diensten (abonnementsdiensten) al 84% van de totale VOD-inkomsten uit (geschat op 11,6 miljard euro), vergeleken met slechts 3% tien jaar daarvoor (Raad van Europa, 2021). De streamingmarkt wordt **wereldwijd gedomineerd door Netflix, Disney+ en Amazon Prime Video** (Stoll, 2023). Bij ons geeft de Imec Digimeter aan dat 48% van de Vlamingen geabonneerd is op Netflix, 21% op Disney+ en 9% op Amazon Prime Video. Streamz kende met 15% wel meer succes dan Amazon Prime Video in Vlaanderen de afgelopen jaren (De Marez et al., 2024a). 57% van de Vlamingen heeft toegang tot een SVOD-abonnement en 56% gebruikt deze minstens maandelijks (De Marez et al., 2024a, p. 21). 27% van de Vlamingen heeft meerdere SVOD-abonnementen (De Marez et al., 2024b, p.35). Wat de Vlaamse gratis toegankelijke spelers betreft, groeide het bereik van VRT MAX in 2023 met 40% (ten opzichte van 2022) en tot meer dan 1 miljoen kijkers per week (VRT, 2024). Het bereik van VTM GO groeide in 2023 met 14% (ten opzichte van 2022), waardoor het 48% van het marktaandeel van de BVOD-markt veroverd (DPG Media Group, 2024). Deze verschuivingen hebben ervoor gezorgd dat Telenet 18.000 klanten verloor en Proximus 15.000 in de eerste drie maanden van 2024 (Proximus, 2024; Rombaut, 2024; Telenet, 2024).

Als antwoord daarop hebben regelgever en sector daarom stappen ondernomen met het oog op het **versterken van het lokale ecosysteem**. Dit kreeg onder meer vorm door een uitbreiding van de middelen van het **Mediafonds van het Vlaams Audiovisueel Fonds** en **de invoering in 2019 van een investeringsverplichting** die niet alleen de bestaande dienstenverdelers van televisiediensten capteert (de 'Stimuleringsregeling' bestaat al sinds 2014), maar ook streamingdiensten die hun dienst aanbieden in Vlaanderen. De regeling werd in de vorige legislatuur onder Minister Dalle hervormd en in maart 2024 goedgekeurd. De nieuwe regeling, die pas in 2025 in werking zal treden, trekt onder meer de investeringsverplichting op naar 4% voor niet-lineaire omroeporganisaties met een omzet hoger dan 30 miljoen in het Nederlandse taalgebied. De stimuleringsregeling geldt voortaan ook voor de videoplatformdiensten.

Al deze maatregelen zijn gericht op het behoud van een sterk lokaal ecosysteem en het maken van kwaliteitsvolle, diverse content. De uitdagingen beperken zich echter niet alleen tot het kunnen **maken van Vlaamse content**. Ook het **vinden en zichtbaar zijn van die content** wordt een toenemend probleem in een internationaal hertekende context. Het gaat hier dan in de eerste plaats om de zichtbaarheid en vindbaarheid van Europese en lokale content in de **catalogi van internationale streamingdiensten** (Vannieuwenhuyze et al. 2021; Iordache et al. 2023). Daarnaast situeren de uitdagingen zich ook voor de zichtbaarheid en vindbaarheid van lokale content en diensten op de gebruiksinterfaces (UI) van dienstenverdelers (zoals die van Telenet of Proximus Pickx).

Nog belangrijker echter zijn de **interfaces van smart-tv- en smartphonefabrikanten**. Hierbinnen moeten Vlaamse content en diensten voor zichtbaarheid en vindbaarheid concurreren met diverse andere apps of content van internationale spelers. Dat is ook het geval op de afstandsbedieningen, waar steeds vaker *shortcuts* of toetsen zichtbaar zijn naar Netflix, YouTube of Apple TV. Ook in de app stores vechten apps van Vlaamse spelers voor zichtbaarheid en vindbaarheid binnen een gigantisch en steeds vaker internationaal gedefinieerd aanbod.

De bezorgdheid beperkt zich niet tot het aanbieden van audiovisuele diensten en programma's, maar geldt ook voor **auditieve diensten** en programma's, waar de vindbaarheid en zichtbaarheid van lokale diensten en content druk ondervinden met de opkomst van smart speakers of carplay in de wagen.

Op zich is het logisch dat niet alle diensten en programma's zichtbaar kunnen zijn, en uiteraard is het aan de consument om ook – voor een stuk op basis van eigen kijk- en luistergedrag en de aanbevelingen die eruit voortvloeien, deels door eigen keuzes om bepaalde apps te downloaden, te verwijderen of prominenter te plaatsen - mee te beslissen welke diensten prominent zichtbaar moeten zijn. Echter, zichtbaarheid en vindbaarheid van diensten worden niet alleen beïnvloed door ons kijkgedrag, maar ook door commerciële deals die aanbieders van televisietoestellen of speakers maken. Er zijn echter **bepaalde programma's en diensten van 'algemeen belang' waar een gegarandeerde vindbaarheid wenselijk lijkt**.

De begrippen ***prominence, findability en discoverability*** kregen in toenemende aandacht binnen academisch onderzoek (o.m. Hesmondhalgh & Lobato, 2019; Iordache et al. 2023). Wat meteen opvalt, zijn **de verschillende wijzen waarop de begrippen worden geïnterpreteerd** en gebruikt, vaak afhankelijk van de specifieke diensten of markten die onderzocht worden. Een vaak gebruikte definitie is die van Mazzoli en Tambini (2020) die prominentie definiëren als *“the location of content and services on internet intermediation services that are more or less visible to the final users”*. *‘Discoverability’* definiëren ze als *“the likelihood of discovery and the related consumption of content”*. Ze identificeren vier factoren die *prominence* en *discoverability* van content en diensten beïnvloeden: (i) de technologische architectuur en interface van toestellen en diensten; (ii) commerciële afspraken en marktrelaties (bvb. wanneer spelers deel uitmaken van dezelfde groep) tussen betrokken actoren; (iii) keuzes van de consument om bepaalde apps te downloaden of (indien dat kan, te verwijderen), of door het kijkgedrag van de consument; (iv) het bestaan van eventuele wetgevende maatregelen. Zo dienen Europese werken bijvoorbeeld volgens de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn prominent zichtbaar te zijn in de catalogi van on-demand audiovisuele diensten.

Over de impact van smart-tv-architecturen en marketingrepen bestaat nog relatief weinig onderzoek, ook omdat het zo moeilijk is om algemene lessen te trekken op basis van interfaces die er voor veel gebruikers anders uitzien door het eigen kijk- of luistergedrag. De bevindingen van een **Australische studie** uit 2022 naar content-selectie op smart-tv's lijken alvast **het belang van maatregelen rond prominentie te beklemtonen** (Lobato et al., 2023):

- 67% van de bevroagden had thuis toegang tot smart-tv's; 72% gebruikt het toestel dagelijks.
- Gebruikers zien smart-tv's meestal als een vooraf geprogrammeerd toestel en maken bijna geen gebruik van de mogelijkheid om hun interface te personaliseren; 28% heeft nog nooit een app in de app store gedownload, 20% heeft 1 of 2 apps gedownload op hun smart-tv en 93% geeft aan dat alle apps die ze nodig hebben al op hun toestel staan. Toch gebruikt 83% van deze laatsten streaming apps.
- Gebruikers zoeken weinig via de zoekfunctie, maar maken voornamelijk gebruik van de aanbevelingen van hun smart-tv; 22% gebruikt de zoekbalkfunctie op het startscherm van hun smart-tv (zeer) vaak, 6% gebruikt spraakgestuurd zoeken via de afstandsbediening.
- Slechts 33% van de ondervraagden gaf aan te weten hoe ze apps moeten downloaden, de volgorde van apps wijzigen op hun interface en de privacy settings kunnen wijzigen; 26% beschikt over geen enkele van die vaardigheden. Deze laatsten doen daardoor uitsluitend beroep op de default setting van hun smart-tv.
- Vooral jongere, goed opgeleide en welgestelde gebruikers downloaden vaker actief apps, zoeken naar inhoud en bezitten die digitale vaardigheden. Hierdoor is de controle van de gebruiker over smart-tv's ongelijk verdeeld over de Australische samenleving.
- Smart-tv's hebben telkens tussen 10 en 23 app-snelkoppelingen op hun startscherm, waarbij de grote Amerikaanse streamingdiensten (Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, YouTube) en 'in-house'-spelers (LG Channels, Samsung TV Plus) de beste posities krijgen. Op sommige smart-tv's is het zelfs niet mogelijk om deze vooraf geïnstalleerde snelkoppelingen te verwijderen.
- De afstandsbedieningen bevatten vooral shortcuts naar Netflix, Disney+ en Amazon Prime Video. Op minder dan de helft van de afstandsbedieningen (2 op 5) stonden lokale Australische diensten geïnstalleerd.

7.2. De internationale roep voor maatregelen voor de bescherming van prominentie

De vraag naar maatregelen om de zichtbaarheid en vindbaarheid van lokale diensten en content van 'algemeen belang' te garanderen, weerklonk het eerst in het Verenigd Koninkrijk. Al in 2018 lanceerde Ofcom een oproep om na te denken over de prominentie van publieke omroepdiensten in het Verenigd Koninkrijk (Ofcom, 2018). Sinds dan weerklinkt de **roep naar prominentiemaatregelen** steeds meer, niet in het minst door de mediaspelers zelf. ITV CEO Carolyn McCall verwoordde die nood in 2021 als volgt:

"Increasingly, as people watch TV online it's going to be more and more critical that they can easily find content from Public Service Broadcaster providers on the online platforms they use, and that commercial PSBs like ITV and Channel 4 are able to make a fair return on that content. This will not be the market outcome in a world of a

few global platforms, so we welcome the government's decision to update the rules for the online era.” (Digital Culture, Media & Sport Committee, 2021).

McCall benadrukt de nood aan ‘due prominence’ maatregelen voor alle spelers die onder de definitie van ‘**public service broadcasting**’ vallen. Naast de BBC zijn dat ook ITV, Channel 4 en 5 en de Welsche en Schotse S4C en STV. Tim Davie, CEO van de BBC, onderstreepte vooral het belang van een flexibel en toekomstbestendig kader dat bestand is tegen de komst van nieuwe spelers of nieuwe technologische ontwikkelingen. Hij benadrukte ook het belang van een aanpak die zowel voor audiovisuele als voor auditieve diensten van toepassing is:

“The UK’s legal and regulatory environment has not kept pace with the market. We need rules for the prominence, availability and inclusion of PSB content in new platforms, in video and audio. Plus, a regulatory framework that is proactive, agile, and responds to obvious harm when it occurs – allowing innovation and growth across the industry, alongside the necessary and appropriate safeguards.” (BBC News, 2022).

Op publieke fora pleitte BBC voor strenge regels, met onder meer een voorstel voor **boetes** tot 250.000 pond voor niet-prominent opnemen van de iPlayer in het aanbod van smart-tv-fabrikanten (Singh, 2021). De omroep verwijst daarbij naar het fundamenteel **disruptief karakter van smart-tv**, waarbij niet langer een lineair of digitaal kijkabbonnement vereist is. Ook in Australië liepen discussies hoog op, alsook de vraag naar maatregelen. Fabrikanten van smart-tv’s hebben er hun eigen Free Ad-Supported Streaming Television (FAST)-kanalen gelanceerd die uitgebreid worden gepromoot op het startscherm van de tv. Bovendien brengen tv-fabrikanten kosten in rekening voor prominentie, die bepalen in welke volgorde streaming apps verschijnen wanneer de smart-tv wordt aangezet (Lobato and Scarlata, 2023). Hoewel de kosten in verband met huidige commerciële overeenkomsten niet worden gepubliceerd, gaf de CEO van de Australische publieke omroep SBS James Taylor een voorbeeld aan de hand van zijn eigen SBS-case tijdens een hoorzitting in het Parlement (Parliament of Australia, 2024):

“In June 2018 the manufacturer of the best-selling connected TV in Australia wrote to SBS and advised that unless we agreed to a 15 per cent revenue share arrangement and a placement fee, SBS would be removed from the app launcher on the TV homepage for that brand. When SBS refused to pay, the manufacturer carried through on their threat, making it much harder for audiences to find the SBS On-Demand app. Then, in August 2020, that same manufacturer delivered the same demand, but this time threatening to take SBS On-Demand off the platform entirely. It was difficult for me to even find a representative in Australia for us to challenge this with; a reflection on how these companies are imposing their global commercial rent-seeking activities from thousands of kilometres away, with no regard to local audiences or the public interest.”

*“In August 2023, we received notification from another platform operator, **that unless SBS agreed to pay them 30 per cent of the revenue we derived from being on their platform, they would exclude us entirely.** That platform operator has a market capitalisation of over US\$1.7 trillion. It is frankly scandalous that these massive global*

tech firms can unilaterally insert themselves as gatekeepers between Australians and their free Australian content, trusted news and information, services that have been intentionally developed and underpinned by decades of public policy. These are examples of the corrosive impact that unregulated the marketplace is having. It's a free-for-all, where foreign entities essentially control what Australians see on their devices and can kick off a public broadcaster that has a particular remit to serve vulnerable and marginalised communities.”

Door deze zakelijke afspraken wordt de zichtbaarheid van lokale apps en diensten verminderd, vooral omdat deze laatste niet over het budget of de onderhandelingspositie beschikken om deals te sluiten voor een grotere zichtbaarheid.

Ook in **Zweden** weerklinkt de roep om prominentiemaatregelen vanuit de publieke omroep. De Zweedse autoriteit voor pers, radio en televisie, MPRT (2023) meldde eind 2023 echter dat ze op dit moment **geen noodzaak** ziet **voor prominentieregulering** omdat de publieke omroepdienst een sterke positie in de markt heeft. De publieke omroep SVT (2024) was in haar antwoord hierop van mening dat de beoordeling gebreken vertoonde, dat de media-autoriteit de risico's van toekomstige ontwikkelingen onderschat en het gebrek aan regelgeving gevolgen zal hebben in de toekomst. In het antwoord van de SVT aan de MPRT betreffende de mogelijke onverenigbaarheden met Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel, suggereerde SVT dat zelfs indien Zweden enkel de actoren die vestigingen in Zweden hebben, zou onderwerpen, dit nog steeds belangrijke positieve effecten zou hebben en niet beschouwd zou moeten worden als een reden om geen regelgeving op dit gebied in te voeren.

7.3. Naar een beleidskader voor prominentiemaatregelen

Discussies over prominentie en vindbaarheid voor diensten/content van 'algemeen belang' zijn in wezen niet veel verschillend van **discussies doorheen de omroepgeschiedenis** met betrekking tot de toegankelijkheid van sport- en andere culturele evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving (Lefever, 2013), discussies over positionering op teletext-diensten (Van den Bulck & Moe, 2016), discussies over must-carry en must-offer-statuten van omroepen binnen de pakketten van dienstenverdelers (Valcke, 2006), discussies over de kanaalnummers op de elektronische programmagidsen begin jaren 2000, en discussies met betrekking tot signaalintegriteit (opgenomen in de bepalingen van het Mediadecreet in 2013 en in de Audiovisuele Mediadienstenrichtlijn van 2018) (Helberger, 2005; Afilipoaie et al., 2023; Vlaamse Overheid, 2024). Allen hebben ze betrekking op de **controle en autonomie van omroepen over de manier waarop hun diensten en content bij de kijker te zien zullen zijn**. Echter, net zoals in deze discussies zijn diverse spelers betrokken bij de (mogelijke) uitwerking van prominentiemaatregelen. De belangen van elk van deze spelers liggen ook – logischerwijs – uiteen.

De herziene **Audiovisuele Mediadienstenrichtlijn** uit 2018 biedt de mogelijkheid aan lidstaten om regels uit te vaardigen **ter waarborging van passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van 'algemeen belang'** (Artikel 7 bis, overweging 25). In Duitsland, Frankrijk, Ierland, Italië en in de nieuwe Media Act 2024 in het Verenigd Koninkrijk bestaan al wettelijke

bepalingen voor zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en/of auditieve content. In heel wat andere landen worden op dit moment discussies gevoerd. Zo gaf de bevoegde mediaregulator in Zweden eind maart 2024 nog aan dat ze wettelijke bepalingen voor prominentie van diensten van ‘algemeen belang’ voorlopig niet nodig acht, gezien de populariteit van SVT Play (Lindquist, 2024).

De European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) lanceerde ook richtlijnen voor de wettelijke vertaling van prominentiemaatregelen. Ook op het niveau van belangenorganisaties als de **European Broadcasting Union (EBU)** is gewerkt aan aanbevelingen en wordt met belanghebbenden onderhandeld over garanties voor vindbaarheid en zichtbaarheid.

In Vlaanderen werd Artikel 7 bis als volgt omgezet in het Mediadecreet: Art. 155/1:

“Met het oog op het verzekeren van pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit kan de Vlaamse Regering criteria vastleggen en maatregelen opleggen aan ondernemingen om ervoor te zorgen dat er passende aandacht wordt voorzien, en zichtbaarheid en vindbaarheid wordt gegarandeerd voor televisiediensten van algemeen belang.”

Op basis hiervan heeft de Vlaamse Regering de mogelijkheid om verdere maatregelen uit te werken. De uitwerking van die regels dient ook te gebeuren in samenhang met de eventuele herwerking van bestaande definities of regelingen.

Eind 2023 publiceerde **Centre on Regulation in Europe (CERRE)** (2023) een visiepaper met de titel ‘Towards Coherent Rules on the Prominence of Media Content on Online Platforms and Digital Devices’ (Ledger, 2023). Volgens CERRE is de formulering van Artikel 7 bis te algemeen en bepleit de **noodzaak om verduidelijkingen op te nemen**, bijvoorbeeld met betrekking tot de soorten diensten die onder het toepassingsgebied vallen. CERRE pleit er ook voor om in het artikel zelf en niet in een niet-bindende overweging te vermelden dat de doelstellingen van ‘algemeen belang’ duidelijk moeten worden gedefinieerd en dat alleen evenredige verplichtingen inzake prominentie mogen worden opgelegd. CERRE pleit ten slotte voor een vermelding van hoe en door wie deze evenredigheidstest moet worden beoordeeld. In de opmaak, uitrol en/of het toezicht van prominentie-initiatieven moeten volgens CERRE zowel de aanbieders van content en gebruikersinterfaces betrokken worden, alsook het middenveld. Er moeten rapporteringsverplichtingen gedefinieerd worden en procedures worden bepaald voor het beslechten van geschillen. Dit rapport toont goed dat er zowel rond het toepassingsgebied, als rond de definitie van ‘algemeen belang’, als rond de samenhang met andere Europese bepalingen en regelgeving, de exacte transparantievereisten en rapporteringsplicht, een noodzaak bestaat aan verdere afbakening en definiëring .

7.4. Welke zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht?

Gezien de noodzaak aan een duidelijke afbakening van de begrippen **zichtbaarheid, vindbaarheid, prominentie en passende aandacht** en met het oog op een coherent gebruik doorheen dit rapport gaan wij uit van volgende definities.

Wanneer in dit rapport verwezen wordt naar prominentiemaatregelen, dan geldt het geheel van maatregelen met het oog op **zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht**. Prominentie kan aldus begrepen worden als een waarde die resulteert uit een combinatie van factoren zoals toegankelijkheid, vindbaarheid, beschikbaarheid, serendipiteit (i.e. de kans waarmee iets toevallig ondekt kan worden) en zichtbaarheid.

- **Passende aandacht:** Wordt hier gebruikt als het Nederlandstalige equivalent van *due prominence*. Passende aandacht kan zowel voor audiovisuele als auditieve diensten en content van toepassing zijn; het geldt voor diensten die een bepaalde status krijgen omwille van het 'algemeen belang' en het impliceert het voorzien van bepaalde handelingen binnen een gebruikersinterface die de zichtbaarheid garanderen of vergroten; passende aandacht slaat bijgevolg op een aantal factoren of maatregelen die een bepaalde dienst of inhoud zichtbaar en vindbaar maken tot op een niveau dat redelijkerwijze passend is voor het type dienst of inhoud.
- **Zichtbaarheid:** Is het te zien zijn van bepaalde diensten of content; zichtbaarheid is een voorwaarde voor passende aandacht (bvb. een zichtbare tegel op een gebruikersinterface); zichtbaarheid kan beïnvloed worden door bijvoorbeeld de grootte, helderheid van een tegel.
- **Vindbaarheid:** Vindbaarheid hangt samen met de mogelijkheid tot gevonden worden, wat eveneens deels samenhangt met zichtbaarheid en/of passende aandacht. Toegang bieden tot een dienst is een voorwaarde voor de vindbaarheid ervan. Het voorzien van passende aandacht leidt tot een vergroting van de vindbaarheid.

Zichtbaarheid en vindbaarheid zijn m.a.w. een selectie uit een reeks neutrale factoren die kunnen meespelen in de waardering van prominentie.

Verder hanteren we ook de volgende definitie van *prime space* doorheen dit rapport (om de meest zichtbare programma's en diensten aan te duiden): het meest zichtbare gedeelte van de startpagina van de gebruiker (bovenste banner en eerste paar swimlanes, oftewel rijen, ook wel decks genoemd), als concept voor een streamingomgeving analoog aan het concept 'prime time' voor een broadcastomgeving (definitie gebaseerd op de omschrijving van Bideau, 2020).

Echter, wanneer iets zichtbaar is of vindbaar is, welke dienst of programma nu meer zichtbaar is dan een andere, zijn **moeilijk te kwantificeren of in verdere criteria te vertalen**. Intuïtief wordt dan wel aangevoeld dat een aanwezigheid van diensten of programma's in hogere decks/swimlanes meer zichtbaar is dan lager, of dat diensten waartoe de toegang wordt gevonden met minder clicks of handmatige commando's dan andere, meer vindbaar zijn, het is moeilijk om hierop een duidelijke maatstaf te plakken. Regelgevers zouden kunnen nadenken over **gradaties van 'lage', 'middelhoge' of 'hoge' zichtbaarheid**, maar elke keuze zal een arbitraire keuze zijn en moet voldoende de diversiteit van gebruikersinterfaces kunnen capteren. Wel kan een identificatie gemaakt worden van de verschillende onderdelen van een user interface (UI) waar aspecten gerelateerd aan zichtbaarheid en vindbaarheid van toepassing zijn (geïllustreerd op figuur 1):

1. Voorgeïnstalleerde apps (bvb. YouTube).
2. Zichtbaarheid van apps in suggesties op app stores.

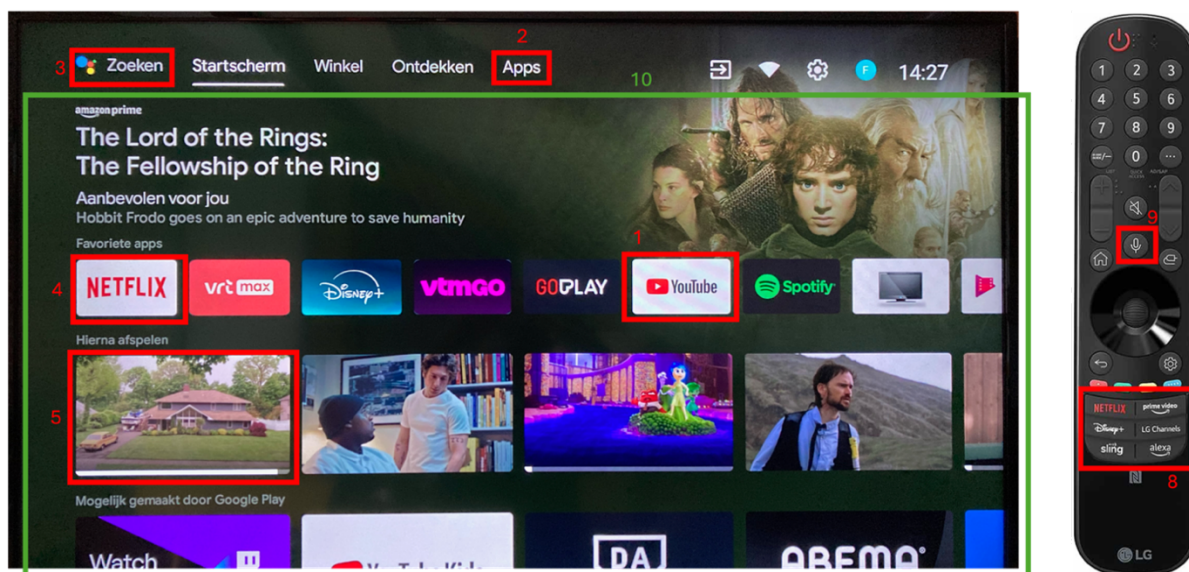
3. Vindbaarheid van apps en programma's via zoekmachines.
4. Zichtbaarheid op basis van een hogere rangschikking of minder aantal clicks in decks.
5. Top placement van aanbevolen content in banners bovenaan.
6. Zichtbaarheid door automatisch afspelen van trailers op het toegangsscherm.
7. Zichtbaarheid door het automatisch afspelen van trailers of afleveringen na het bekijken van een programma.
8. Remote control shortcuts/fast buttons: zichtbaarheid van een dienst op de afstandsbediening door zichtbaarheid van het merklogo gekoppeld aan een toets.
9. Herkenning van diensten of programmatitels door een auditief commando op de afstandsbediening.
10. Prime space.

Bij smartphones gaat het over:

- Zichtbaarheid van **apps bij user interfaces op smartphones** (hoe meer scrolls naar rechts, hoe lager de prominentie).

Bij auditieve diensten gaat het over:

- Prominentie van **content en diensten van 'algemeen belang'** bij aanspreken van een voice assistant.
- Zichtbaarheid van radio-applicatie of apps in carplay van wagens.



Figuur 1: Overzicht zichtbaarheid en vindbaarheid op een gebruikersinterface. Bron: auteurs.

7.5. Afbakening en vraagstelling van het onderzoek

Deze studie heeft tot doel om beleidsaanbevelingen te formuleren over het nut en de wenselijkheid van maatregelen voor zichtbaarheid en vindbaarheid in Vlaanderen. De opdrachtgever heeft een tweeledige onderzoeksvraag:

- (i) Zijn er **extra maatregelen nodig om de passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en auditieve content te garanderen** (...) en meer specifiek voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van '**algemeen belang**'?
- (ii) Hoe kan de passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid voor audiovisuele of auditieve mediadiensten van '**algemeen belang**', en de **zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en auditieve content in de Vlaamse mediasector** op een optimaal toekomstbestendige wijze worden benaderd en georganiseerd?

We doen dit aan de hand van:

- Een analyse van de huidige **verschijningsvormen van prominentie** in de Vlaamse markt, hoe een aanbieder zijn lineaire en non-lineaire content vindbaar en zichtbaar kan maken binnen de context van verschillende gebruikersinterfaces (zowel audiovisueel als auditief).
- Een analyse van de huidige bepalingen in het **Mediadecreet en andere beleidsrelevante bepalingen** die een impact kunnen hebben op of ondervinden van maatregelen met betrekking tot zichtbaarheid en vindbaarheid: must-carry, prominente plaats (Artikel 157 Mediadecreet), passende aandacht, zichtbaarheid, vindbaarheid (Artikel 155/1 Mediadecreet).
- Een uitgebreide consultatie van relevante **stakeholders** betrokken bij prominentie van audiovisuele of auditieve content in Vlaanderen en een identificatie van hun standpunten rond het thema.
- Een analyse van de **maatregelen** met betrekking tot zichtbaarheid en vindbaarheid in **Europese landen**, op basis van een deskresearch studie van bestaande studies, expertinterviews met regulatoren, publieke omroepen en onderzoekers,) analyse van beleidsdocumenten (beslissingen op Europees niveau, visieteksten, wetgevende documenten, stakeholderconsultaties).
- Op basis van die analyses identificeren we de **knelpunten en kansen** met betrekking tot passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele of auditieve mediadiensten van 'algemeen belang' in Vlaanderen.

In de aanbevelingen beschrijven we de verschillende pistes om passende aandacht voor audiovisuele of auditieve mediadiensten van 'algemeen belang', en om vindbaarheid en zichtbaarheid van audiovisuele of auditieve content in de Vlaamse mediasector op een optimaal toekomstbestendige wijze te benaderen en organiseren. Daarbij hebben we aandacht voor de vraagstukken rond:

- Of er extra maatregelen nodig zijn om de zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en auditieve content te garanderen en meer specifiek voor audiovisuele en auditieve mediadiensten van 'algemeen belang'?
- Mogelijke geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces van regels rond prominentie van audiovisuele of auditieve content met inbegrip van de vraag of vanuit de Vlaamse mediabevoegdheid aan bepaalde spelers zoals fabrikanten van eindapparatuur of internationale providers regels opgelegd kunnen worden.
- Hoe we 'algemeen belang' moeten definiëren en welke spelers hieronder vallen.
- Modaliteiten voor de (co)-regulering van maatregelen.

- Het precieze voorwerp van de regels van prominentie en de manieren waarop er prominentie gegeven kan worden vanuit de Vlaamse mediabevoegdheid.

7.6. Onderzoeksmethode

Voor deze studie hanteren we een combinatie van onderzoeksmethoden: desk research, **literatuuronderzoek**, **meta-analyse** van bestaande rapporten en studies inzake prominentie, analyse van **beleidsdocumenten** en **case study-analyse**, **expertinterviews** en **stakeholderconsultatie**. We lichten ze hier achtereenvolgens toe.

Desk research en literatuuronderzoek: hier gaat het om een lezing van bestaand onderzoek om de marktsituatie te contextualiseren, met het oog op het in kaart brengen van de waardeketen van audiovisuele en auditieve diensten, alsook inzichten uit verschuivend mediagebruik die een impact hebben op zichtbaarheid en vindbaarheid van Vlaamse content en diensten.

7.6.1. De stakeholderconsultatie

Deze omvat een bevraging van relevante actoren die een impact hebben op of een impact ondervinden van verschuivingen in de zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en auditieve diensten. Het gaat om:

- Vragen met betrekking tot de wenselijkheid en noodzaak. Daarbij wordt ook expliciet gevraagd aan spelers om inschattingen met betrekking tot (potentiële of nog te verwachten) impact duidelijk te beargumenteren en te ondersteunen aan de hand van cijfers/eigen inschattingen.
- Vragen met betrekking tot de reikwijdte van eventuele maatregelen (op welke diensten en devices van toepassing).
- Vragen met betrekking tot definiëring van 'algemeen belang'.
- Vragen met betrekking tot afbakening van wat exact als prominent wordt gedefinieerd.
- Vragen met betrekking tot de implementering, transparantievoorwaarden en opvolging van de regelingen.

We stuurden de consultatie naar (i) dienstenverdelers actief op de Vlaamse markt; (ii) commerciële omroepen; (iii) de publieke omroep; (iv) de Vlaamse mediaregulator; (v) hardware-fabrikanten en tech-bedrijven; (vi) themazenders actief op de Vlaamse markt; (vii) streamingdiensten.

Stakeholdergroep	Organisatie	Contactpersoon	Functie
Publieke omroep	VRT	Sandra Coppieters	Hoofd Juridische dienst
Regionale zenders	NORTV	Greet Claes	Managing Director RingTV & bestuurder NORTV
Themazenders	Ment TV	Marc Hallez	Manager Ment TV
	Dobbit TV	Andy Noyez	Directeur-Bestuurder Dobbit TV

Commerciële omroepen	DPG Media	Wilfried Celis	Director Strategic Partnerships & Public Affairs
	Play Media	Liesbet Hauben	Senior Legal Counsel
Dienstenverdelers	Proximus	Frederic Logghe	Regulatory Affairs
	Telenet	Thomas Roukens	Directeur regelgeving
	Orange	Henry Maes	Corporate Affairs Manager
Regulator	Vlaamse regulator voor de Media (VRM)	VRM-administratie (Joris Sels, Koen Desmaretz, Dieter Gillis)	Gedelegeerd bestuurder, Teamverantwoordelijke stafdienst, Jurist
Lokale streamingdienst	Streamz	Bart De Grootte	Head of Streamz
Internationale streamingdiensten¹	Netflix	Jasmijn Touw	Public Policy Manager
	Amazon Prime Video	Isabel van Enckevort	Head of Public Policy Benelux & Nordics
Besturingssysteem-ontwikkelaars²	/		
Smart-hardware-fabrikanten	Samsung	Savvina Papadaki	Senior Digital Policy Manager
	LG	Stuart Savage	Director EU R&D
	Philips (TP Vision)	Peter Langan	Senior Manager - Standardisation

Tabel 1: Overzicht deelnemers stakeholderconsultatie inzake prominentie.

7.6.2. Interviews met betrokken stakeholders

Het gaat hier om interviews met het oog op een verduidelijking van statements gemaakt in de consultatie.

Naam	Functie	Organisatie	Datum interview
Karen Donders	Directeur	VRT	27 maart 2024
Michel Flamme	Head of Content Partnerships	VRT	20 maart 2024
Brieuc Goossens	Content Partnership	VRT	20 maart 2024
Wilfried Celis	Director Strategic Partnerships & Public Affairs	DPG Media	19 maart 2024

Tabel 2: Overzicht interviews met betrokken stakeholders.

¹ Disney+ werd gecontacteerd maar nam niet deel aan de bevraging.

² Google, Amazon en Apple werden gecontacteerd in hun hoedanigheid als ontwikkelaars van besturingssystemen, maar namen niet deel aan de bevraging.

7.6.3. Interviews met academische experts, regulatoren en vertegenwoordigers van supranationale belangenverenigingen

Het gaat hier om extra interviews met spelers die niet deelnamen aan de consultatie en academische of juridische experts inzake Europese regelgeving en/of zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en/of auditieve diensten.

Naam	Functie	Organisatie	Datum interview
Michèle Ledger	Head of practice Onderzoeker	Cullen CRIDS (Université de Namur)	19 maart 2024
Jenny Weinand	Head of Media Law	EBU	21 maart 2024
Thomas Bergmann	Senior EU Policy Advisor	EBU	21 maart 2024
Krisztina Rosgonyi	Senior onderzoeker	Alpen-Adria-Universität	15 maart 2024
Sally Broughton-Micova	Professor in Communication Policy and Politics	University of East Anglia	22 maart 2024
Liam Boyle	Senior Manager	CNAM	28 maart 2024
Tomas Granryd	Head of Digital Partnerships	Sveriges Radio	3 april 2024
Paolo Lupi	Head of unit Deputy Director	Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)	11 april 2024
Francesca Pellicanò	Onderzoeker	Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)	11 april 2024
Danielle Sartori	Cheffe du département SMAD, distribution et nouveaux services à la direction des médias télévisuels	Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM)	18 april 2024
Thomas Dantin	Chargé de mission responsable de la distribution des services audiovisuels	Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM)	18 april 2024

Eva-Maria Sommer	Directeur	Hamburg/Schleswig-Holstein Media Authority (MA-HSH)	19 april 2024
-------------------------	-----------	---	---------------

Tabel 3: Overzicht geïnterviewde experts inzake prominentie.

7.6.4. Meta-analyse van bestaande rapporten en studies inzake prominentie

Hierbij analyseren we de geïmplementeerde maatregelen met betrekking tot de vertaling van Artikel 7 bis in EU, alsook de regelingen die op dit moment voorliggen bij buitenlandse beleidsmakers.

Opdrachtgever	Titel	Datum
<i>Raad van Europa</i>	PRIORITISATION UNCOVERED. The Discoverability of Public Interest Content Online.	2020
<i>Departement Cultuur Jeugd en Media</i>	Doorlichting van het Mediadecreet.	2023
<i>ERGA</i>	Ensuring Prominence and Access of Audiovisual Media Content to all Platforms.	2020
<i>European Audiovisual Observatory</i>	IRIS 2022-2 Prominence of European works and of services of general interest.	2022
<i>European Audiovisual Observatory</i>	IRIS Special 2023-01 Public interest content on audiovisual platforms: access and findability.	2023
<i>Europees Parlement</i>	Implementation of the revised Audiovisual Media Services Directive.	2022
<i>Europese Commissie</i>	SMART 2018/0066 Part D: Study on the implementation of the new provisions in the revised Audiovisual Media Services Directive (AVMD).	2021
<i>Europese Commissie</i>	CNECT/2020/OP/0099 - Study on media plurality and diversity online. Publications Office of the European Union.	2022
<i>Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap</i>	Prominentie in beeld: Verkenning due prominence van audiovisuele media van ‘algemeen belang’.	2021
<i>Ofcom</i>	Small Screen: Big Debate Statement published 15 July 2021 Recommendations to Government on the future of Public Service Media.	2021
<i>Ofcom</i>	Review of TV user interfaces in the UK market Current offerings and future developments.	2019
<i>Royal Melbourne Institute of Technology & ARC Centre of Excellence for</i>	Smart-tv's and local content prominence A submission to the Prominence Framework for Connected TV Devices Proposals Paper.	2023

<i>Automated Decision-Making & Society</i>		
<i>RTÉ & TG4</i>	Safeguarding prominence for Irish Public Service Media in a global media landscape.	2020

Tabel 4: Overzicht bestaande rapporten en studies inzake prominentie.

De inzichten uit de meta-analyse worden aangevuld met bijkomende **analyse van beleidsdocumenten**. Dit voornamelijk met het oog op het in kaart brengen van nieuwe of geüpdatete regelingen). We analyseren ook de beleidsdiscussies die gepaard gingen met de implementatie van maatregelen en de motivering van bepaalde keuzes, om de context waarin keuzes gemaakt worden te begrijpen en na te gaan in hoeverre diezelfde contextuele factoren ook relevant zijn voor Vlaanderen. Er zal hier onder meer stilgestaan worden bij de analyse van de Britse, Franse, Italiaanse en Duitse cases.

7.7. Structuur van dit rapport

Het rapport bestaat uit vier delen:

Deel 1 schetst de marktsituatie voor de audiovisuele en auditieve markt in Vlaanderen. Dit bestaat uit een beschrijving van de marktcontext (i) aan de hand van beschikbare data over penetratie van diensten en apparaten bij de Vlaamse mediagebruiker; (ii) een overzicht van de waardeketen voor audiovisuele en auditieve content en waar bepaalde ingrepen op dit moment de zichtbaarheid en vindbaarheid van diensten en programma's beïnvloeden. Dit wordt geïllustreerd aan de hand van visuele voorstellingen van de routes tot content, marktschakels en -spelers, waarbij aangegeven wordt waar prominentie kan optreden, aangevuld met uitleg over de huidige vormen van prominentie in de Vlaamse markt, inclusief commerciële afspraken. Ten slotte worden de huidige bepalingen in het Mediadecreet overlopen en hoe die zich verhouden tot zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en auditieve diensten en content.

Deel 2 presenteert de resultaten van de stakeholderbevraging met een weergave van de belangrijkste punten per stakeholdergroep. Dit is thematisch opgedeeld in: (i) reikwijdte van 'algemeen belang', (ii) reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten, (iii) gewenste regelgeving.

Deel 3 presenteert de resultaten van de case study-analyse. Hierbij ligt de focus enerzijds op de maatregelen die in andere landen en lidstaten bestaan, maar ook op de samenhang tussen maatregelen voor prominentie en andere wettelijke bepalingen zoals in de recent goedgekeurde Europese Verordening Mediavrijheid (in dit rapport naar verwezen als European Media Freedom Act of EMFA), de Richtlijn inzake elektronische handel (hierna: e-commerce richtlijn) en de Electronic Communications Code (afgekort in dit rapport als ECC), die een invloed kunnen/zullen hebben op de invoering van prominentiemaatregelen in Vlaanderen.

Deel 4 bevat de aanbevelingen. Deze sectie behandelt de vraag of er extra maatregelen nodig zijn om de zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele en auditieve content van 'algemeen belang' te garanderen. De aanbevelingen beschrijven de mogelijke en wenselijke scenario's voor de (al dan niet) verdere aanscherping van een kader voor zichtbaarheid en vindbaarheid van

diensten van ‘algemeen belang’. Aanbevelingen worden gemaakt met betrekking tot: (i) de reikwijdte van geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces waarop de regels betrekking hebben; (ii) de begunstigde diensten van ‘algemeen belang’ voor maatregelen m.b.t. passende aandacht; (iii) de concrete vertaling van maatregelen voor audiovisuele en auditieve diensten (hoe zichtbaar is zichtbaar, hoe gedetailleerd kan en moet dit gespecificeerd worden); (iv) regelingen voor transparantie, rapportering en opvolging van maatregelen.

7.8. Dankwoord

Deze studie werd uitgevoerd tussen januari en september 2024 door onderzoekers van imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel. We wensen uitdrukkelijk de opdrachtgevers bij het Departement Cultuur, Jeugd en Media en het Kabinet Media van voormalig Minister Benjamin Dalle en huidig Minister Cielkje Van Achter te bedanken voor het vertrouwen in het team, voor het deskundig advies en de fijne en constructieve samenwerking.

We danken ook alle belanghebbenden die deelnamen aan de consultatie, van omroepen tot regulatoren, dienstenverdelers, internationale streaming-platformen en hardware-fabrikanten. Speciale dank gaat ook uit naar de academische experts, regulatoren, en medewerkers van buitenlandse publieke omroepen die hun suggesties en aanbevelingen deelden met het oog op het uitwerken van concrete maatregelen in Vlaanderen en de vertegenwoordigers van mediaspelers voor hun expertise gedeeld in interviews.

PROMINENTIE EN ZICHTBAARHEID IN DE MEDIAWAARDEKETEN

8. Prominentie en zichtbaarheid in de mediawaardeketen

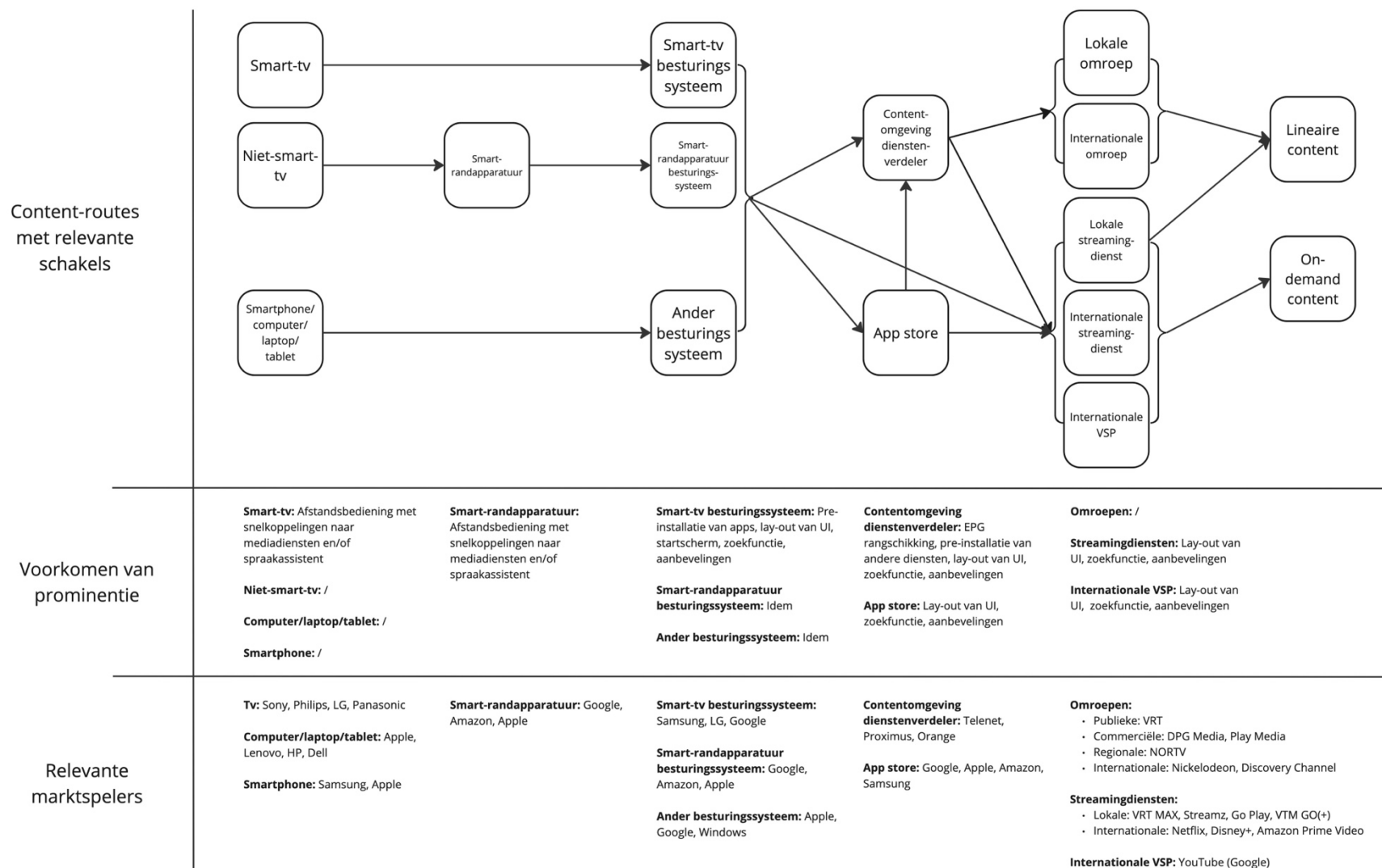
8.2. Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de **marktcontext voor zowel de audiovisuele als auditieve markt in Vlaanderen, die van belang is voor de vindbaarheid, zichtbaarheid en passende aandacht voor mediadiensten van ‘algemeen belang’ in Vlaanderen**. Concreet doen we dit door middel van (i) een visuele voorstelling van de verschillende routes die naar content en diensten leiden, waarop de relevante marktschakels en -spelers uit de waardeketen geplot staan (“Content-routes met relevante schakels”); (ii) daarop identificeren we vervolgens de plaatsen en vormen waar aspecten gerelateerd aan vindbaarheid en zichtbaarheid zich voordoen (“Voorkomen van prominentie”); (iii) vergezeld van duiding over hoe de verschillende prominentievormen momenteel voorkomen in de Vlaamse markt, bijvoorbeeld of en welke commerciële afspraken gelden in ruil voor prominentie in bepaalde delen van de waardeketen. De waardeketen wordt aangevuld met inzichten uit verzamelde informatie en cijfers over de adoptie en het gebruik van diensten en toestellen.

8.3. Audiovisuele spelers

8.3.1. Visueel overzicht van de mediawaardenketen voor audiovisuele spelers

In het schematisch overzicht in figuur 2 vermelden we voor de volledigheid dat de mediadiensten zelf binnen hun apps waartoe smart-tv's, dienstenaanbieders en smartphones toegang bieden, ook nog gebruik maken van gebruikersinterfaces, waarbij de zichtbaarheid en vindbaarheid bepaald wordt door redactionele keuzes en eigen curatie, kijkgeschiedenis en kijkvoorkeuren (al dan niet beïnvloed door aanbevelingssystemen). Deze zullen we hier, door de scope van dit onderzoek, echter niet bespreken. De bepalingen uit de AVMD-richtlijn onder Artikel 7 bis en overweging 25 focussen immers op prominentie voor gehele mediadiensten of op content-niveau waar content van ‘algemeen belang’ in een gedesaggregeerde vorm binnen een gebruikersinterface op derde platformen wordt gepresenteerd.



Figuur 2: Content-routes voor audiovisuele media in een smart-toestel of dienstenverdelers-omgeving. Bron: auteurs.³

³ Op basis van Mazzoli, 2020; Ofcom, 2019; De Marez et al., 2024a; VRM, 2023; CIM, 2024b

8.3.2. Hardware

De meest relevante toegangspunten of -devices met scherm zijn tegenwoordig de **smart-tv, de klassieke televisie in combinatie met smart-randapparatuur, computer/laptop/tablet en smartphone** (De Marez et al., 2024a). Andere internet-geconnecteerde toestellen zoals gameconsoles laten we hier buiten beschouwing omdat hun gebruik voor deze doeleinden niet wijdverspreid is. Mogelijke prominentieregimes voor deze toestellen mogen evenwel niet over het hoofd gezien worden. Prominentie komt het meest zichtbaar voor in de **fysieke vorm van snelkoppelingen of sneltoetsen op de afstandsbedieningen** van de smart devices.

8.2.2.1. De adoptie van smart-tv

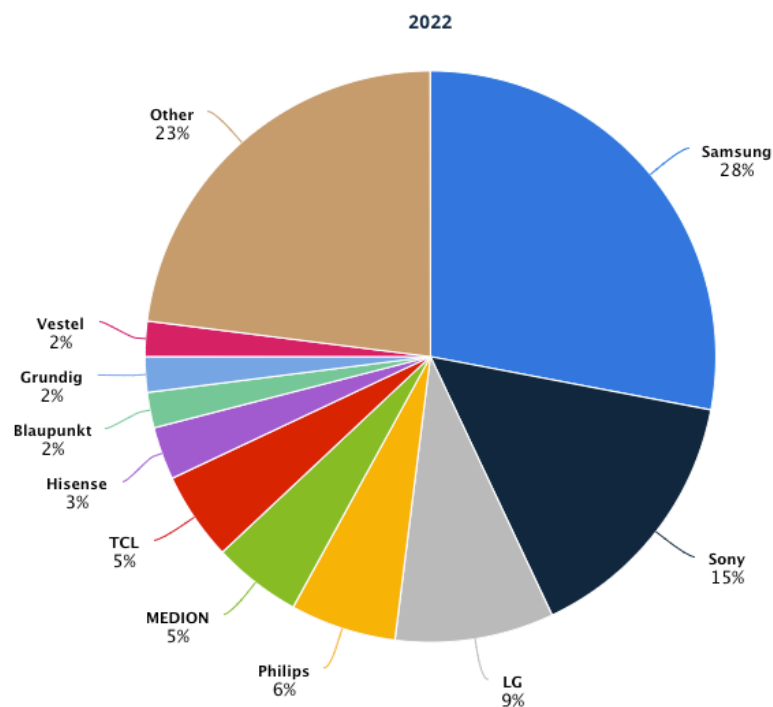
Tv-schermen blijven alomtegenwoordig voor het bekijken van videocontent, maar de concurrentie met andere toestellen is toegenomen. Europees onderzoek toont dat **77% van de mensen nog altijd dagelijks videocontent bekijkt via tv**. Daarnaast worden smartphones (69%), computers (45%) en tablets (35%) bijna dagelijks gebruikt voor dit doel (RTL & Smartclip, 2023). In Vlaanderen blijft de tv met 93,7% de belangrijkste manier om (bijna dagelijks) videocontent te bekijken, **maar tv's moeten concurreren met smartphones (42,3%), computerschermen (33,6%) en tablets (19,8%)**. Bij de jongere doelgroep (12-24) kijkt 82,5% op een smartphone en 64,7% op een PC (CIM, 2023a).

Binnen het segment televisie hebben de **smart-tv's** hun opmars gemaakt in Europa. Dit zijn internet-geconnecteerde tv-toestellen met een eigen besturingssysteem en een eigen app-dienst waar consumenten makkelijk toegang hebben tot online streamingdiensten. **In 2022 heeft meer dan de helft (52%) van de Europese huishoudens een smart-tv**, een groei van 9% ten opzichte van 2020 (Eurostat, 2023). Volgens Grand View Research (2022) zal de smart-tv-markt tussen 2023 en 2030 met 11,4% groeien en 451,26 miljard dollar (omgerekend 411,19 miljard euro) waard zijn in 2030.

In 2022 domineerde Samsung de wereldwijde markt met 36,3 miljoen verkochte units, gevolgd door Hisense (27 miljoen), TCL (26,2 miljoen) en LG (22,91 miljoen) (Kale, 2023). In België zijn de belangrijkste spelers Samsung, Sony, LG, Philips, TCL en Hisense (Statista, 2024).

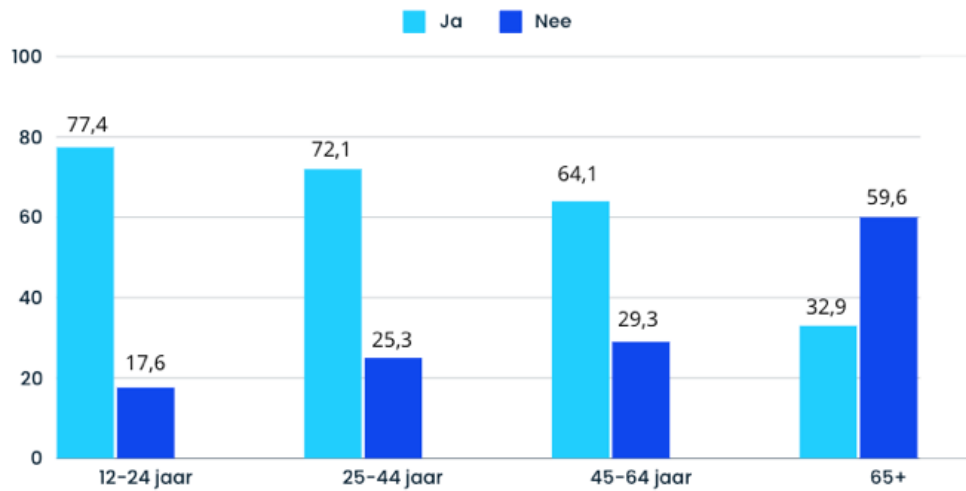


Figuur 3: Globale marktgrootte smart-tv's (Straits Research, 2022).



Figuur 4: Belangrijkste smart-tv-spelers in België (Statista, 2024).

In Vlaanderen bezit momenteel 61,1% van de bevolking met een televisie een smart-tv, met een grotere adoptiegraad onder de jongere doelgroepen (CIM, 2023b). Het is duidelijk dat smart-tv's steeds meer aan populariteit gaan winnen, deels omdat omroepen zelf meer inzetten op online aanbod, gevoed door de kijkervaring die steeds meer vormgegeven wordt door online streaming, en het aandeel cord-cutters van digitale televisiediensten dat langzaam toeneemt (CIM, 2023a, p.5; The Insight Partners, 2022).



Figuur 5: Bezit smart-tv's in Vlaanderen (CIM, 2023b).

Daarnaast kunnen consumenten van streamingdiensten ook, dankzij smart-randapparatuur, een gelijkaardige seamless experience ervaren zonder dat ze een smart-tv moeten kopen.



Figuur 6: Google Chromecast en Amazon Firestick.

Door bijvoorbeeld de Amazon Firestick of Google Chromecast via HDMI aan te sluiten op hun tv, kunnen consumenten hun tv **'slim' maken**. Hierdoor kunnen ze gemakkelijk toegang krijgen tot streamingdiensten via de smartphone, spraakassistenten (zoals Alexa of de Google Assistent) of bijbehorende afstandsbedieningen. Net als bij een smart-tv kunnen gebruikers ook andere apparaten bedienen via de Firestick of Chromecast (De Looper, 2023). Voor het vervolg van dit onderdeel van de studie zullen we de 'slim gemaakte' tv's ook met 'smart-tv' aanduiden, aangezien er in onderstaande bespreking geen verschil tussen beide is.

Hoewel de apps van de Vlaamse streamingdiensten kunnen worden gedownload via Chromecast, worden ze niet ondersteund door Amazon Fire tv (Amazon, z.d.). **Van de Vlamingen heeft 43,7% in 2023 gecast**, wat nog ruimte laat voor groei. Bij de jongere doelgroepen is er wel al een meerderheid van 66,2% voor 12-24-jarigen en 63,4% voor 25-44-jarigen (CIM, 2023b).

8.2.2.2. Shortcuts en afstandsbedieningen

Op nagenoeg alle afstandsbedieningen van smart-tv's die in Vlaanderen worden verkocht, staan sneltoetsen (of shortcuts) naar internationale streamingsdiensten en/of app stores. Ook de afstandsbedieningen die bij bepaalde versies van een Google Chromecast of Amazon Fire-product geleverd worden, zijn hiervan voorzien. De meest voorkomende sneltoetsen (in volgorde van meest naar minst voorkomend) zijn Netflix, Amazon Prime Video, YouTube, Disney+, Google Play en eigen content services (zoals bvb. Samsung TV Plus, LG Channels).

De figuur hieronder geeft de sneltoetsen weer op afstandsbedieningen die in Vlaanderen worden verkocht. Bij Samsung QLed is dat de Samsung-shortcut, Netflix, Amazon Prime Video en Disney+. Bij Google Chromecast zijn shortcuts te vinden naar Youtube en Netflix. Bij Phillips naar Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Phillips, YouTube en Viaplay. Bij TCL zijn buttons naar Netflix, Amazon Prime Video, YouTube and Web. De LG OLED heeft shortcuts naar Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Rakuten TV, LG Channels en Alexa.



Figuur 7: Shortcuts op smart-tv beschikbaar in Vlaanderen en Brussel.

De fysieke ruimte die sneltoetsen op smart-tv-afstandsbedieningen innemen, blijkt onderdeel van commerciële onderhandelingen uit te maken. Een Ofcom-rapport uit 2019 vermeldt dat spelers als Netflix en Amazon “aanzienlijke, maar niet openbaar gemaakte” bedragen betaalden voor hardware shortcuts, zoals sneltoetsen op smart-tv-afstandsbedieningen, aan sommige van de grootste smart-tv-fabrikanten (Ofcom, 2019).

Niet enkel de streamingdiensten voeren dit soort onderhandelingen met de smart-tv-fabrikanten. Ook een bedrijf als Google dat een videoplatformdienst (YouTube) en een app store (Google Play) aanbiedt, neemt deel aan dit soort onderhandelingen (Ofcom, 2019). Ondanks het niet-publieke karakter van deze deals, zou het voorbeeld van Netflix dat in 2019 voor de Amerikaanse markt aan Roku TV \$1 per verkochte afstandsbediening met zijn sneltoets op betaalde, ons een idee kunnen geven van de grootorde van deze onderhandelingen (Shaw & Smith, 2019). De grootorde van bedragen zou verschillen naargelang de populariteit en dus ook de onderhandelingsmacht van de streamingdiensten (Ofcom, 2019). Deze vergoedingen

worden wellicht niet betaald voor de smart-tv-afstandsbedieningen die deel uitmaken van de spelers zelf (YouTube bij Google, Apple TV+ bij AppleTV4K, SonyTV bij Sony-toestellen).

De onderhandelingsmarge is bovendien afhankelijk van hoeveel sneltoetsen een fabrikant voorziet voor niet-eigen diensten op een bijgeleverde afstandsbediening. Zo zal de machtsbalans anders liggen in onderhandelingen met bijvoorbeeld Samsung dat maximum vier van dit soort sneltoetsen voorziet, in vergelijking met het Amerikaanse Vizio dat in 2021 maar liefst zeven sneltoetsen naar andere diensten aanbood (Roettgers, 2021).

Nationale content-aanbieders, zoals publieke omroepen, ondervinden een nadeel ten opzichte van de internationaal opererende content-aanbieders, in hun vraag naar en onderhandelingen om een sneltoets op de afstandsbediening te krijgen van de hardware-fabrikanten dat naar hen verwijst. Een bedrijf als Samsung, dat overal ter wereld dezelfde tv-toestellen en afstandsbedieningen verkoopt, zal eerder geneigd zijn om ook een internationaal opererende streamingdienst op zijn afstandsbediening te zetten in plaats van een lokale dienst, waarvoor het dan per regio een andere afstandsbediening zou moeten voorzien (Ofcom, 2019). **Daarenboven hebben nationale/regionale spelers doorgaans minder financiële slagkracht bij onderhandelingen dan een internationale streamingdienst.**

In grotere markten of voor spelers die in een aantal landen actief zijn in Europa, lijken op dit moment toch mogelijkheden te bestaan tot onderhandeling voor het aanbrengen van shortcuts. Op Phillips afstandsbedieningen is een Viaplay button terug te vinden (niet toevallig een streamingdienst die ook actief is met een aanbod in Nederland). Op Samsung toestellen in Frankrijk is een button terug te vinden voor TF1+ (Groupe TF1, 2024) en het Franse Canal+ (streaming en pay-tv) heeft een recente overeenkomst met smart-tv-fabrikant Philips (Canal+, 2024). Concreet gaat bij de smart-tv-modellen van Philips die Titan OS gebruiken én die in Frankrijk verkocht worden, een afstandsbediening voorzien worden waarop Canal+ zijn eigen fysieke sneltoets heeft.

Naast de shortcut-toetsen zijn er ook spraakopdrachten (voice commands) om de smart-tv te bedienen. De afstandsbedieningen van alle nieuw verkochte modellen die we onder de loep namen, bieden deze functie via een sneltoets aan. Met het gebruik van deze toets kunnen alle andere sneltoetsen overgeslagen/omzeild worden. Voice commands, die doorgaans verwerkt worden door smart assistants zoals Google Assistant, Siri of Amazon Alexa, kunnen in sommige gevallen ook rechtstreeks aan het smart-tv-toestel gegeven worden zonder daarvoor eerst de afstandsbediening te moeten gebruiken; een eigenschap van de smart speaker lijkt hiermee geïntegreerd in de smart-tv.

8.3.3. Software

De tweede schakel van de content-routes zijn de software-lagen die prominentie beïnvloeden: **het besturingssysteem** en de **verschillende gebruikersinterfaces**. De voornaamste types van besturingssystemen en gebruikersinterfaces voor smart-toestellen waarlangs audiovisuele

content geconsumeerd wordt, zijn deze van smart-tv's, smart-randapparatuur, smartphones en computers/laptops/tablets.⁴

8.2.3.1. Installatieproces van smart-tv

Al bij de opstart van een smart-tv-toestel, nog voor het eerste effectieve gebruik, doen er zich vormen van **prioritisering** voor die een impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid van diensten. Wanneer een toestel voor het eerst met het internet verbindt, zal namelijk via het **IP-adres bepaald worden in welke regio het toestel** zich bevindt. Dit bepaalt dan op zijn beurt de vorm die het installatieproces en de initiële startpagina zullen aannemen, aangezien de locatie zal bepalen welke diensten automatisch (voorgesteld worden om te) downloaden (stakeholderinterview met LG-contact, 2024).

Het installatieproces verschilt sterk van speler tot speler en is zelden langer dan een jaar hetzelfde. Voor één speler verloopt dit bijvoorbeeld als volgt:

- (i) Er wordt bij opstart automatisch een lijst opgehaald met apps die beschikbaar zijn in de regio/het land. Enkel de icoontjes voor de beschikbare apps worden meteen mee gedownload.
- (ii) Tijdens één van de installatiestappen wordt een beperkt aantal apps uit deze lijst aan de gebruiker aangeboden om effectief te installeren, dit “*op basis van commerciële deals en/of andere overeenkomsten of factoren*” (stakeholderinterview met LG-contact, 2024).
- (iii) Wanneer de gebruiker voor het eerst echt de tv gebruikt (na installatie) komt die op een startscherm uit, het ‘default home screen’. Hier vindt voor de eerste keer echt rangschikking van apps plaats, namelijk in de ‘rail’ van apps bovenaan het default home screen. In deze rail kunnen naast de effectief geïnstalleerde apps ook nog de icoontjes staan die in de eerste stap zijn opgehaald (indien hun apps dus niet zijn geïnstalleerd tijdens het installatieproces). Of deze icoontjes in deze rail staan en welke plaats ze daar hebben, is opnieuw afhankelijk van commerciële deals.

Welke apps en mediadiensten precies automatisch worden opgehaald per regio, zal dus niet alleen **afhangen van de regio zelf**, maar ook van de **commerciële overeenkomsten** die de software/hardware-providers hebben gemaakt met lokale en internationale spelers voor deze markt (Ofcom, 2019; stakeholderinterview met hard/software-provider, 2024).

Deze providers ‘verkopen’ namelijk een deel van de beperkte ruimte in hun installatieproces. Want hierin opgenomen worden betekent niet enkel een gegarandeerde aanwezigheid op het startscherm maar vaak ook een prominentere plek op dit startscherm (Hesmondhalgh & Lotz, 2020). Een **bepalende factor** voor de machtsverhouding in dit soort onderhandelingen, is de **populariteit van de mediadienst voor de regio**. Het publiek verwacht van de fabrikant dat bepaalde diensten vrijwel meteen toegankelijk zijn op hun nieuwe smart-tv, wat in grote markten

⁴ We focussen hier echter op smart-tv's en smart-randapparatuur omdat andere types en corresponderende smart-toestellen niet de consumptie van audiovisuele content als primaire functie hebben. Desalniettemin spelen de andere types en toestellen wel een belangrijke rol in het totale consumptieproces. De voorkomens van prominentie in de software-lagen bij smartphones/computers/laptops/tablets worden hier dus niet apart besproken, maar zijn wel meegenomen in de visuele voorstelling in figuur 2.

verklaart waarom de meeste toestellen naast Netflix en Amazon Prime Video ook een populaire lokale dienst opnemen in hun installatieproces (Ofcom, 2019).

Dit neemt echter niet weg dat de mediadiensten nog steeds diegenen zijn die voor hun aanwezigheid/prominentie betalen aan de hard/software-providers (meerdere stakeholderinterviews, 2024). Enkele van onze geïnterviewden gaven aan dat dergelijke onderhandelingen evenzeer voor de Vlaamse markt plaatsvinden.

8.2.3.2. Gebruikersinterfaces van smart-tv

Een volgende, hieruit voortvloeiende uiting van prominentie is te vinden op **het startscherm van de smart-tv**, en de manier waarop deze gebruikersinterface is opgesteld. Prominentie uit zich hier in de onderlinge rangschikking, plaatsing en algemene vormgeving van **aanwezige diensten en specifieke content-items**. De mate van prominentie voor items (diensten of gedesaggregeerde content) hangt af van het al dan niet (i) meteen verschijnen op het startscherm na het aanzetten van de smart-tv; (ii) meer links en/of bovenaan gerangschikt staan en; (iii) meer plaats innemen op de gebruikersinterface dan andere items.

De plaatsing van diensten/content-items in een startscherm of gebruikersinterface is eveneens een mogelijke bron van inkomsten voor diegene die ze voorziet (Hesmondhalgh & Lotz, 2020). En dus zijn, in analogie met de sneltoetsen op afstandsbedieningen, of de suggesties om bepaalde diensten te downloaden bij de installatie, sommige van de meest waardevolle plaatsen in gebruikersinterfaces voor lokale markten **al gereserveerd als onderdeel van een ruimere deal met een internationale content-speler** zoals Netflix, Amazon Prime Video of Disney+ (Ofcom, 2019). Voor lokale spelers kan dergelijke onderhandelingsdynamiek problematisch zijn. Zeker voor spelers van ‘algemeen belang’ (Public Media Alliance, 2024).

Wat bij uitstek de meest prominente plek op een startscherm is, hangt af van de gebruikersinterface. Wel kunnen we met zekerheid zeggen dat elke beweging of klik weg van de startpositie een drempel vormt om andere diensten of content te ontdekken (Ofcom, 2019).

Concrete **uitingen van zichtbaarheid** op het startscherm zijn echter niet enkel het gevolg van marktakkoorden, de algemene populariteit van apps, maar ook **het eigen kijkgedrag**. Diensten die een consument regelmatig raadpleegt (bvb. omdat de consument op deze dienst een abonnement heeft), komen door de automatische generatie van prominent geplaatste swim lanes als “Hierna afspelen” of “Verder kijken/luisteren” meer zichtbaar op het startscherm dan diensten waarmee de consument minder/niet interageert.

Binnen de verschillende gebruikersinterfaces van een smart-tv-omgeving is er ook plaats voorzien voor **zoekfuncties** en **gepersonaliseerde aanbevelingen**. Een zoekfunctie geeft de mogelijkheid om binnen een gebruikersinterface op zoek te gaan naar een bepaalde mediadienst of content. Dit kan heel doelgericht gebeuren, met een uitkomst in het achterhoofd of eerder exploratief en open voor gepersonaliseerde suggesties.

Gepersonaliseerde aanbevelingen gebeuren automatisch en stellen de gebruiker steeds diensten of content voor zonder dat die er actief naar op zoek gaat. Zowel zoekfuncties als gepersonaliseerde aanbevelingen komen tot stand op basis van **gebruikersdata en commerciële onderhandelingen** en worden beheerd door de aanbieders van de besturingssystemen. Zij bepalen de parameters die de zoekresultaten en aanbevelingen vormgeven, en voeren de onderhandelingen met de content providers die hun werken op prominentere plekken willen zien terugkeren in de resultaten van deze functies (Ofcom, 2019).

De resultaten van actief zoeken moeten wel voldoende in lijn liggen met wat de gebruiker zoekt. Onderhandelingen zullen hierin dus vooral invloed hebben op exploratief zoeken bijvoorbeeld wanneer de gebruiker de term ‘fantasy’ ingeeft eerder dan wanneer op een specifieke titel wordt gezocht. Dit om de gebruiker niet te frustreren en de zoekfunctie als concept niet te ondermijnen (Ofcom, 2019).

Tot slot vermelden we hier nog het intermediaire niveau van **de app stores** en de gebruikersinterfaces die ze huizen. Buiten het feit dat content en diensten rechtstreeks via een startscherm kunnen geraadpleegd worden, kunnen er via de beschikbare app store van de smart-tv ook door de gebruiker diensten toegevoegd worden aan de startomgeving. Deze app stores voorzien de consument van een nieuwe gebruikersinterface die vergelijkbare vormen van prominentie huist als die van het startscherm.

8.2.3.3. Gebruikersinterfaces van dienstenverdelers

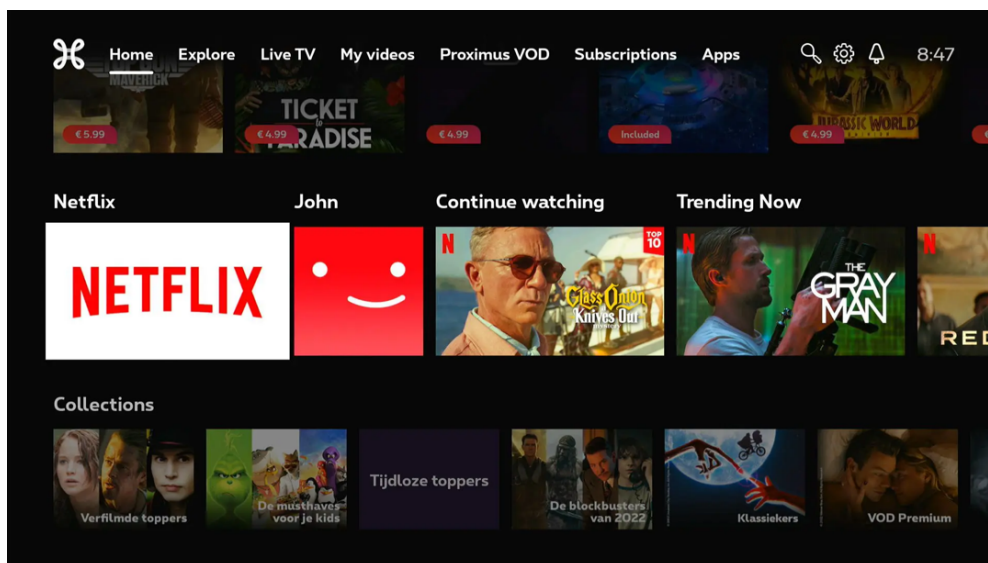
Na aansluiting van een settopbox aan de smart-tv of de installatie van een van daartoe bedoelde app kan ook nog een ander tussenniveau geraadpleegd worden, **dat van de dienstenverdelers**. In het geval met een settopbox is voor de gebruikersinterfaces van dienstenverdelers zelfs geen smart-tv nodig, maar dit geldt ook voor de traditionele settopboxen die steeds vaker zijn gaan inzetten op het aanbieden van swimlanes met gedesaggregeerde items van verschillende zenders, gepersonaliseerde items en specifieke aandacht voor bepaalde titels in de vorm van banners.

De invoering hiervan leidde destijds tot **weerstand van omroepen**, die vreesden hun zichtbaarheid, identiteit en onderscheidend karakter hierdoor te verliezen (De Standaard, 2019). In juni 2019 trokken de Vlaamse omroepen kort na de lancering van Proximus Pickx aan de alarmbel. Proximus Pickx zou beter inspelen op de door streamingdiensten aangepaste gebruikersverwachtingen en programma's van de Vlaamse omroepen gedesaggregeerd presenteren en bundelen in o.a. genre-categorieën. In een brief gericht aan toenmalig CEO Dominique Leroy hekelden ze het gebrek aan overleg en het feit dat er nog geen akkoord was tussen de omroepen en dienstenverdelers (De Standaard, 2019). Toen werd beargumenteerd dat dienstenverdelers **toestemming dienen te vragen aan de omroepen voor aanpassen van de wijze waarop het aanbod gerangschikt of gepresenteerd wordt**, iets wat destijds eerder gelinkt werd aan de regeling ‘signaalintegriteit’ bij gebrek aan prominentieregels. In december van datzelfde jaar sloot de VRT een overeenkomst met Proximus over de zichtbaarheid en positionering van VRT-programma's binnen de gebruikersinterface van Pickx. Op dat moment

liepen de gesprekken nog met de andere omroepen (Dumon, 2019), inmiddels is er ook een deal met de andere omroepen.

De eigen content-omgeving van de dienstenverdelers biedt zoals de app store en het startscherm via een gebruikersinterface de zenders en programma's aan aan de gebruiker, met daarbij vergelijkbare gemaakte keuzes van prominentie. Ook zoekfuncties bestaan hier. Drie factoren spelen bijkomend een rol met betrekking tot zichtbaarheid. Ten eerste het feit dat bepaalde dienstenverdelers **zelf eigen zenders en aanbod** hebben of gelinkt zijn aan een (niet-)lineaire omroep, wat extra aandacht met betrekking tot een faire marktwerking met zich meebrengt. Dienstenverdelers zouden hier dus kunnen eigen diensten (net zoals bij de hardware-fabrikanten) prominent plaatsen.

Ten tweede bestaan tussen dienstenverdelers en omroepen overeenkomsten over de **retransmissievergoedingen**, oftewel vergoedingen betaald voor het doorgeven van omroepsignalen. Dienstenverdelers geven zelf aan dat onderhandelingen over zichtbaarheid en vindbaarheid met Vlaamse omroepen deel uitmaken van onderhandelingen over vergoedingen aan die omroepen. De dienstenverdelers geven eveneens aan dat zij zelf, om de kijker zo goed mogelijk te bedienen, steeds de populaire diensten heel zichtbaar zullen aanbieden, en zowel de Vlaamse omroepen als dienstenverdelers daarin dezelfde belangen hebben. Het gaat hier dan over de omroepen met groot marktbereik: VRT(MAX), VTM(GO) en (Go)Play. Voor de dienstenverdelers geldt dit ook als argument om vooral te pleiten voor regels m.b.t. zichtbaarheid en vindbaarheid voor smart-tv aanbieders eerder dan voor hen.



Figuur 8: Home'-scherm van de Proximus Pickxomgeving in 2023 (Proximus, 2023).

Ten slotte kunnen **dienstenverdelers** ondanks de zichtbaarheid van Vlaamse spelers ook **direct toegang geven tot internationale streamingdiensten** zoals Netflix of Disney+. Deze worden daarenboven vaak als **voordelig geprijsde bundels** aangeboden samen met het abonnement op de dienstenverdelers zelf. Een voorbeeld van directe toegang is de nauwe samenwerking tussen Proximus en Netflix door de integratie van deze laatste in de Proximus Pickx-content-

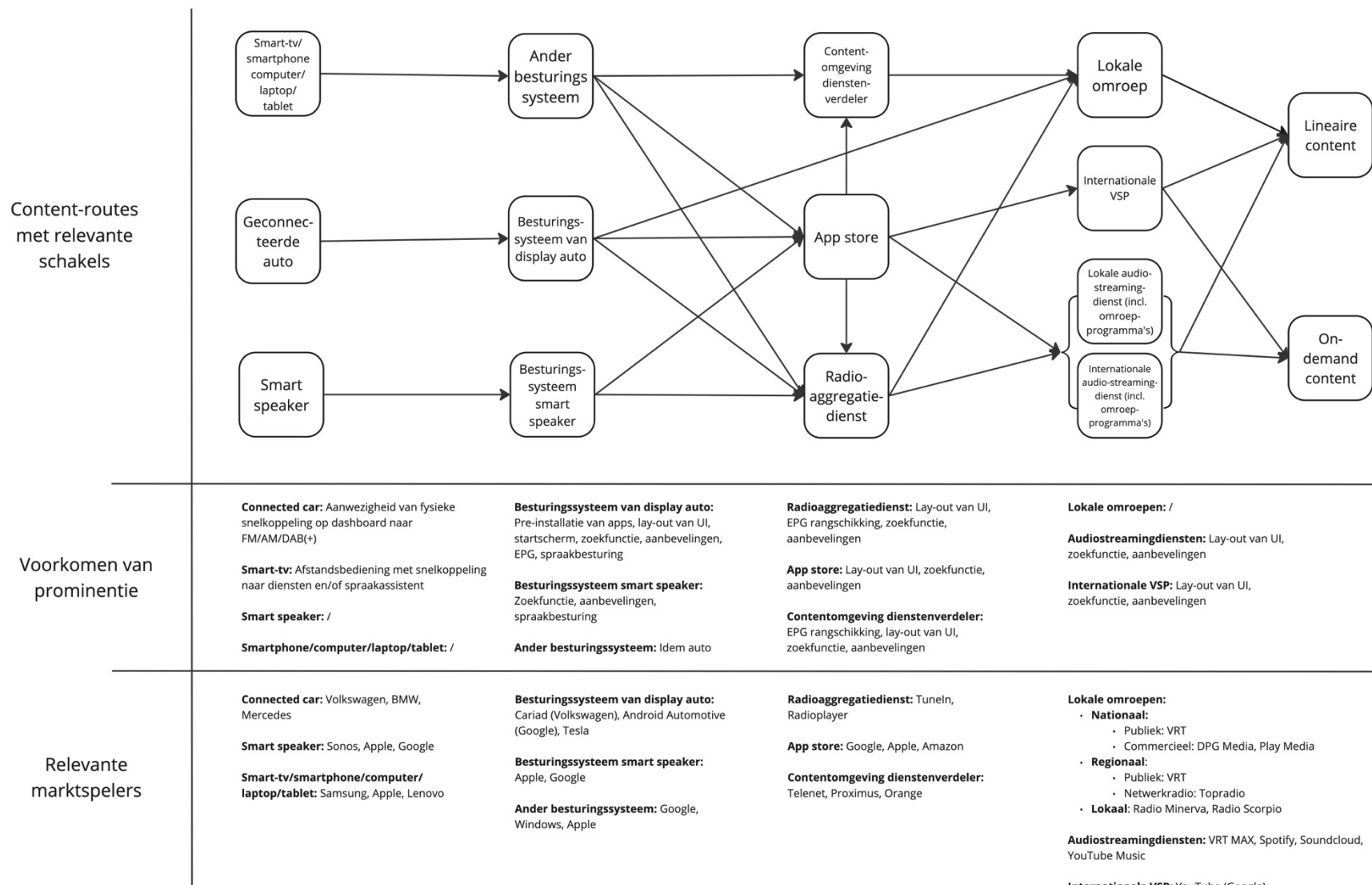
omgeving voor de televisie. Naast de optie op voordelig geprijsde bundels met beide diensten, krijgen alle Pickx-gebruikers sinds februari 2023 ook aanbevolen content van Netflix via een specifiek hiervoor ingerichtte swimlane. De Pickx-gebruikers krijgen deze aanbevelingen, ongeacht of ze al een Netflix-account hebben of niet (Proximus, 2023).

8.3. Auditieve marktsituatie

8.3.1. Visueel overzicht van de mediawaardeketen voor auditieve spelers

Net zoals in het schematische overzicht bij de audiovisuele marktsituatie presenteren we hieronder de **waardeketen voor auditieve diensten**. We beperkten ons tot smart-toestellen in de content-routes, omdat de discussies rond prominentie zich immers in deze context afspelen. Ondanks het grote luistervolume (De Marez et al., 2024a), bespreken we niet de FM/AM/DAB(+) radiotoestellen. Hetzelfde geldt voor de wagen die enkel een FM/AM/DAB(+)-ontvanger aan boord heeft. Wanneer sprake is van de geconnecteerde wagen, gaat het om wagens waar bovenop FM/AM/DAB(+) ook internetconnectiviteit aangeboden wordt. Deze kan ingebouwd in de wagen of via een smartphoneverbinding tot stand komen.

Nog een verschil met de bespreking van de audiovisuele marktsituatie is dat we spraakbesturing, of commando's aan een spraakassistent niet bij de schakel van de hardware vermelden. Voor dit onderdeel rekenen we spraakbesturing bij de schakel van de software en besturingssystemen, omdat deze functionaliteit voor de auditieve markt doorgaans niet aan een fysieke sneltoets gekoppeld is en dus de hardware-schakel overslaat.



Figuur 9: Content-routes voor auditieve media in een smart-toestel-omgeving, in functie van zichtbaarheid en vindbaarheid . Bron: auteurs⁵

⁵ Op basis van Mazzoli, 2020; Ofcom, 2019; De Marez et al., 2024a; VRM, 2023; CIM, 2024b

8.3.2. Hardware

Enkele van de voornaamste **fysieke toegangspunten tot auditieve media** in een smart-omgeving zijn onder meer de smart-tv, smartphone, computer, laptop en tablet. Specifiek voor audio komen hier ook de geconnecteerde wagens en de smart speaker bij.

Naast de eerder besproken snelkoppelingen naar mediadiensten en/of spraakassistenten op de afstandsbediening van smart-tv's, vestigen we hier de aandacht op de **al dan niet aanwezige fysieke radioknop** in geconnecteerde wagens. Prominentie van lineaire radiodiensten zal in deze schakel immers in sterke mate bepaald worden door deze snelkoppeling: is ze aanwezig, dan kan de consument binnen een smart-omgeving met één handeling de beschikbare app- en internet-gedistribueerde mediadiensten naar de achtergrond brengen en de FM/DAB(+)-gedistribueerde radioprogramma's naar de voorgrond trekken. Of een fysieke (of virtuele, zie volgende alinea) knop aanwezig zal zijn op het dashboard van een geconnecteerde wagen, is een van de onderwerpen van de lopende onderhandelingen tussen de European Broadcasting Union (EBU) en verschillende autofabrikanten. Momenteel is EBU hierover voor een eerste keer in gesprek met onder meer Volvo, Volkswagen, BMW en Mercedes (Granryd, 2024). Prominentie van lineaire radiokanalen, die de EBU met de fysieke sneltoets naar de voorgrond wil halen, zal dus ook hier voortkomen uit actief (commercieel) overleg.

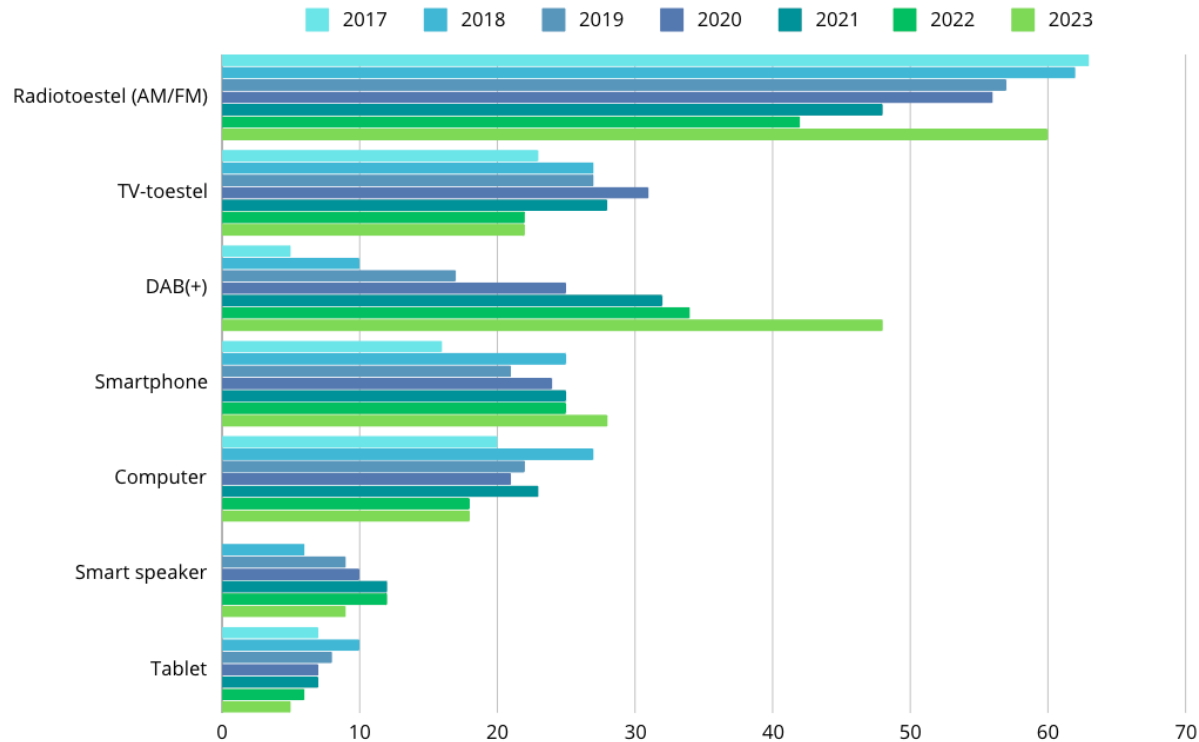
8.3.2.1. Digitalisering en audioconsumptie

Er is een opmars van online luisteren - aangevoerd door audiostreaming -, Digital Audio Broadcasting (DAB+) en luisteren via videoplatformdiensten. Consumenten beluisteren wereldwijd slechts 17% van hun muziek via de radio en meer dan 70% streamden digitaal in 2023 (IFPI, 2023). Ook in Vlaanderen is een gelijkaardige trend zichtbaar, waarbij **de digitale audioconsumptie stijgt**:

- Het aantal Vlamingen dat via FM-radio luistert daalt tot 58,5% (CIM, 2023a).
- 36,8% van de Vlamingen luistert via audiostreaming, 30,7% via live DAB+ radio en 27,6% via videoplatformdiensten (zoals YouTube) (CIM, 2023a).
- Jongeren onder de 30 jaar consumeren meer audio via audiostreaming en videoplatformdiensten dan via de FM-radio (CIM, 2023a).

Hoewel het gebruik van audiostreaming lager ligt dan videostreaming, kende deze markt de afgelopen jaren wel een sterkere groei in Vlaanderen met een kwart (24,9%) van de Vlamingen dat een betalend abonnement heeft op Spotify, Apple Music, SoundCloud of andere audiostreamingdiensten (CIM, 2023a). **Globaal gezien domineert YouTube** met 2 miljard actieve gebruikers in 2022, gevolgd door Tencent Music (593 miljoen gebruikers, toegespitst op de Chinese markt) en Spotify (433 miljoen gebruikers). In **Vlaanderen** wordt YouTube door 50% van de bevolking gebruikt, maar is **Spotify de populairste** audiostreamingdienst met 52% van de Vlamingen als actieve gebruikers. Apple Music, iTunes, Soundcloud en Tuneln Radio worden elk door minder dan 6% van de Vlamingen gebruikt (De Marez et al., 2024a, p.27; De Marez et al., 2024b, p. 47).

Deze verschuivingen in de audiomarkt zorgen eveneens voor de introductie en het gebruik van nieuwe toestellen. De populariteit van radio's, autoradio's en televisies neemt af ten gunste van digitale apparaten zoals smartphones, computers en smart speakers (CIM, 2024a).



Figuur 10: Evolutie van percentage van Vlamingen dat minstens maandelijks naar radio luistert (De Marez et al., 2024a, pp. 24-35).

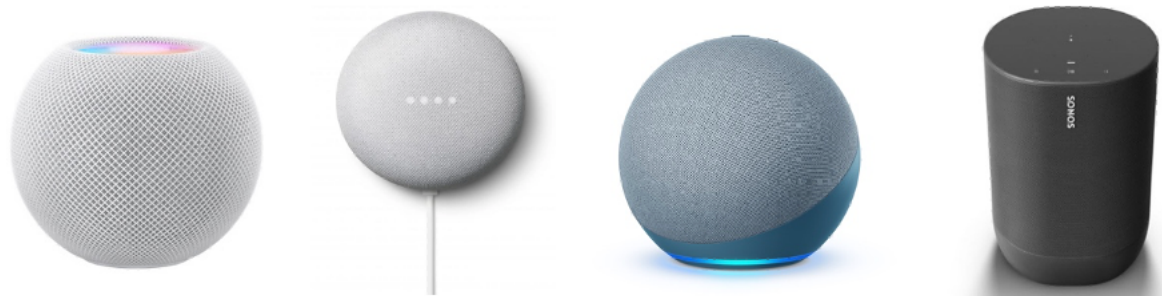
Tijdens de interviews die we voor deze studie afnamen, benadrukten vertegenwoordigers van de Zweedse publieke omroep Sveriges Radio (SR) wel de noodzaak om te focussen op radio, vooral in de auto, aangezien **radio het meest gebruikte medium is in de auto**. Hoewel veel gebruikt, maken moderne auto's het moeilijk om het radiomenu op het startscherm te vinden, omdat de positie ervan verborgen is achter knoppen en menu's. **Radio-app prominentie** is volgens SR het meest **problematisch**. SR is echter niet van oordeel dat prominentie beperkt hoeft te blijven tot de radiodiensten van de publieke omroep. Met betrekking tot smart speakers/voice assistants zeiden onze interviewees dat er altijd een tussenlaag van een commerciële aggregator is, en dus, wanneer men de smart speaker vraagt om een bepaalde output te genereren, de commerciële aggregator in werking treedt (bvb. Spotify) om toegang te bieden tot radio of podcasts, omdat dit de output gemakkelijker te genereren maakt voor de luidspreker. Maar de omroep wil een zekere mate van onafhankelijkheid en controle, omdat het niet transparant is wat deze aggregatoren met de gegevens en de inhoud doen. Dat gebrek aan inzicht in het gebruik van inhoud en gegevens, wordt nog groter wanneer AI zal worden toegevoegd om bepaalde inhoud bijvoorbeeld te vertalen.

8.3.2.2. DAB+

DAB+, ook wel de opvolger van de FM, verzendt radiosignalen digitaal via de ether, waardoor het een grotere keuze, digitale geluidskwaliteit, extra informatie en gebruiksvriendelijke interface kan aanbieden. Hiervoor is in tegenstelling tot de internetradio geen internet nodig (Ipsos, 2023). De CIM Establishment Survey (2023a) geeft een daling in het aantal mensen die live FM-radio luisteren weer (60% (-3,2%). Deze wordt echter ruimschoots recht getrokken door het **toenemend gebruik van DAB+** (25% (+7,2%)). Dit wordt bevestigd door de Digimeter (De Marez et al., 2024b) die aangeeft dat radio's (FM/AM), DAB(+) en smartphones de belangrijkste toestellen waren voor Vlamingen om in de afgelopen jaren naar de radio te luisteren en zijn in 2023 nog gestegen tot 60%, 48% en 28% (De Marez et al., 2024b, pp. 42-43).

8.3.2.3. Smart speakers

Via smart speakers kunnen consumenten **draadloos via spraakopdrachten of een app informatie verkrijgen** (zoals het weer, herinneringen, agenda) of andere smart home toestellen besturen (zoals licht, tv) (Charlton, 2023). Zo kunnen ze traditionele informatiebronnen zoals een fysieke radio, agenda of krant vervangen.



Figuur 11: Populaire smart speakers in Vlaanderen zijn de Apple HomePod Mini, Google Nest, Amazon Echo en Sonos Move.

Music Ally (2018) duidt ook op de potentiële veranderingen door smart speakers in muziekconsumptie. Door muziek te vragen aan een smart speaker voor een specifieke mood of gelegenheid, zal de luisteraar mogelijks **niet altijd naar dezelfde muziek geleid worden als wanneer hij deze zelf online zou opzoeken** (Music Ally, 2018).

De markt van smart speakers wordt gedomineerd door Apple, Google en Amazon die als gatekeepers functioneren voor de informatie die de consument te horen krijgt en die de controle hebben over al de consumentendata (Joshi, 2024). De populairste modellen in Vlaanderen zijn de Apple HomePod, Google Nest en Amazon Echo, die functioneren met elk hun eigen spraakassistenten: Siri, Google Assistent en Alexa. Andere spelers die aan belang winnen zijn Sonos, Bose, Denon, LG, Sony. Deze zijn actief op de markt met één of meerdere spraakassistenten van de drie grote platformspelers (Testaankoop, 2023).

De adoptie van smart speakers verloopt langzaam in Vlaanderen en is in 2023 zelfs gedaald tot 9% (De Marez et al., 2024b, p. 43). Community Research (2022) deelt gebruikers op in drie categorieën:

- 'Just a speaker'. Deze mensen gebruiken de speaker bijna uitsluitend om naar de radio en muziek te luisteren.
- 'A speaker with added fun and functions'. Gebruikers die voornamelijk muziek afspelen op hun speaker, maar ook andere functies gebruiken zoals het raadplegen van hun agenda en weersverwachtingen.
- 'A control hub'. Voor deze mensen vormt hun smart speaker een fundamenteel onderdeel van hun dagelijks leven en huishouden.

8.3.3. Software

De fysieke sneltoets naar lineaire radiodiensten slaat in deze context ook op een **aanraakscherm** met virtuele toetsen dat het volledige (fysieke) dashboard vervangt. De virtuele dashboards zijn in zekere zin startschermen zoals we die bij andere smart-toestellen met displays terugvinden. De factoren die we toen toegelicht hebben, beïnvloeden ook de prominentie en prominentieonderhandelingen op virtuele dashboards en startschermen voor auditieve media. Hetzelfde geldt voor de lay-out van andere visuele gebruikersinterfaces, de voorinstallatie van bepaalde apps, en visuele zoekfuncties en aanbevelingen (Granryd, 2024).

Auditieve zoekfuncties en aanbevelingen worden uitgevoerd via spraakbesturing en verwerkt door smart assistants, zonder dat er een scherm aan te pas hoeft te komen. Het keuzeproces of de route naar content verloopt in dit geval deels geautomatiseerd. In plaats van de gebruiker te laten kiezen op een scherm uit verschillende opties die aangereikt worden na een zoekopdracht, maakt de smart assistant **automatisch** een keuze. Een vergelijkbaar proces wordt doorlopen bij (de vraag naar) auditieve aanbevelingen. In plaats van de gebruiker te laten kiezen uit meerdere aanbevolen diensten of contentitems, bijvoorbeeld via verschillende visuele decks, kiest de smart assistant bij (de vraag naar) aanbevelingen automatisch, ofwel voorziet het slechts een beperkt aantal keuzemogelijkheden. De gebruiker kan na de keuze nog steeds bijsturen en een nieuw commando geven, maar de verhoogde automatisering, het ontbreken van een visuele cue en de beperktere user agency in het keuzeproces maken de prominentie van mediadiensten en -content mogelijk nog prangender voor auditieve zoekopdrachten en aanbevelingen. Net zoals bij audiovisuele omgevingen, worden ook hier commerciële overeenkomsten gesloten die de zichtbaarheid en vindbaarheid kunnen beïnvloeden. Een voorbeeld is de overeenkomst tussen Radioplayer en Google uit maart 2024, waarbij Radioplayer in Google's smart assistant geïntegreerd wordt en zo het vertrekpunt wordt voor radiogerelateerde spraakcommando's (Radioplayer, 2024).

Daarnaast zijn er de intermediaire diensten die we onder **radio-aggregatiediensten** (eerder naar verwezen als 'digitale radioplatformen') en **app stores** classificeren. Deze eerste zijn derde-partijplatformen die hun aanbod opgebouwd hebben rond lineaire radio-uitzendingen, aangevuld met muziek en on-demand audiocontent. Deze commerciële diensten huizen vormen van

prominentie zoals we die eerder al belichtten. Met name de lay-out van gebruikersinterfaces, Elektronische programmagids (EPG)-rangschikkingen, zoekfuncties en aanbevelingen vinden we terug als voorkomens van prominentie bij radio-aggregatiediensten.

Wat de app stores binnen deze marktomgeving betreft, kunnen we verwijzen naar onze bespreking van prominentievoorkomens van app stores voor de audiovisuele marktsituatie, idem voor de dienstenverdelers en hun content-omgeving. Ten slotte vermelden we, eveneens naar analogie met de audiovisuele marktschets, dat er in ons schematisch overzicht ook prominentievoorkomens op mediadienstenniveau vermeld worden. Deze zullen we ook hier door de scope van het onderzoek echter niet bespreken.

8.3.3.1. Digitale radioplatformen

Digitale radioplatformen, die niet van één omroep uitgaan en waarlangs gebruikers **verschillende radiozenders digitaal** kunnen beluisteren, bieden een scala aan functies en mogelijkheden die het traditionele radiolandschap veranderen. Zowel internationale spelers als lokale initiatieven spelen zo in op de behoefte om gemakkelijk digitale audiocontent te consumeren.



Digitale audiodiensten worden gebundeld binnen radioplatformen. Een voorbeeld is **Radioplayer.be** is de Belgische variant van een internationaal radioplatform waarop de streaming van meer dan 140 Belgische radiostations mogelijk is. Het is een samenwerking tussen VRT, DPG Media en Mediahuis die deel uitmaakt van Radioplayer Worldwide (Radioplayer, 2024).



Daarnaast bestaan echter ook initiatieven als **Tuneln Radio**, een internationale audiostreamingdienst met een gevarieerd aanbod aan content, waaronder nieuws, radioprogramma's, live sportevenementen, muziek en podcasts (Tuneln, z.d.). Die diensten zijn ook bij ons populair, maar problematisch omdat ze de radiostream van omroepen gebruiken zonder toestemming en het aanbod ervan commercialiseren door zelf advertenties aan te bieden. In onder meer het Verenigd Koninkrijk zijn al inbreuken inzake piraterij en schending van auteursrecht vastgesteld bij Tuneln (Royal Courts of Justice, 2021) en ook bij ons worden die door de meeste spelers als illegaal beschouwd.

8.3.3.2. CarPlay en Android Auto

CarPlay, geïntroduceerd door Apple in 2014, en Android Auto, gelanceerd door Google in 2014, bieden autobestuurders de mogelijkheid om de **vertrouwde iOS- of Android-interface van hun smartphones op het dashboard van de wagen te visualiseren**. Dit stelt hen in staat om gemakkelijk toegang te krijgen tot diverse functies en apps zoals navigatie, berichten, muziek, allemaal via spraakbediening en een vereenvoudigde interface (Apple, z.d.; Android Auto, z.d). McKinsey's onderzoek uit 2023 wijst op een **toenemende vraag naar CarPlay en Android Auto** onder autobestuurders, waarbij 47% van de traditionele autobezitters en 69% van de elektrische autobezitters deze systemen willen gebruiken voor een geïntegreerde ervaring in hun voertuigen. Hoewel de interesse in CarPlay en Android Auto blijft groeien, toont onderzoek dat slechts 17% van de gebruikers tevreden is met de functionaliteit ervan, wat aangeeft dat er **ruimte is voor verbetering in termen van features en diensten** (Matthey et al., 2023). Sinds 2023 zijn ook VRT en Radioplayer.be terug te vinden op CarPlay en Android Auto. Zo kunnen gebruikers radioprogramma's, podcasts en digitale streams van VRT MAX, en VRT NWS op de interface raadplegen (Radioplayer, 2023; Verstraete, 2023).



Figuur 12: Interface CarPlay en Android Auto in Vlaanderen.

8.3.3.3. Dienstenverdelers

Het beluisteren van radio kan ook via de kanalen aangeboden binnen de pakketten van dienstenverdelers, en zijn toegankelijk via de elektronische programmagidsen, door ze vindbaar te maken in zoekfuncties van dienstenverdelers, of door ze zichtbaar te maken in de gebruikersinterfaces.

8.4. Conclusies

Dit hoofdstuk had tot doel de marktsituatie te duiden door een overzicht te geven van de gewijzigde waardeketen voor audiovisuele en auditieve diensten binnen een zogenaamde smart-omgeving. Met het oog op de uitwerking van maatregelen ten behoeve van passende aandacht, toont de analyse alvast het toenemend belang van hardware-spelers die zich opwerpen als aanbieders van digitale gebruikersinterfaces en rechtstreeks toegang (kunnen) verschaffen tot diensten aangeboden in Vlaanderen, zowel audiovisueel als auditief. Ze werpen zich op als nieuwe gatekeepers in het medialandschap en zijn bovendien vaak internationale spelers, die

rechtstreekse overeenkomsten afsluiten met spelers die vervolgens bepaalde gunstige plaatsing, zichtbaarheid of vindbaarheid krijgen op de gebruikersinterface, ten koste van andere spelers. Deze aanbieders van gebruikersinterfaces hebben bovendien vaak zelf ook eigen diensten die ze zo gunstig mogelijk willen plaatsen (Sony, Apple, Google, enz.). Voor audiovisuele diensten lijken de meest ingrijpende veranderingen die aandacht behoeven zich te situeren op het vlak van smart-tv's; voor auditieve diensten lijken de twee kerndomeinen die aandacht behoeven de spraakassistenten en de gebruikersinterfaces van wagens.

**RELEVANTE BEPALINGEN IN DE
VLAAMSE REGELGEVING MET
BETREKKING TOT ZICHTBAARHEID,
VINDBAARHEID EN PASSENDE
AANDACHT**

9. Relevante bepalingen in de Vlaamse regelgeving met betrekking tot zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht

9.1. Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we na welke huidige **wetgevende bepalingen** een invloed hebben, gelieerd zijn aan, of een basis (kunnen) vormen voor bepalingen met betrekking tot de **zichtbaarheid en vindbaarheid en passende aandacht van audiovisuele en auditieve mediadiensten van ‘algemeen belang’**. Het Mediadecreet (Decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie; bijgewerkt tot 19 april 2024) vormt de grondslag van het huidige beleidskader in Vlaanderen met betrekking tot deze problematiek (Vlaamse Overheid, 2024).

We merken tegelijkertijd op dat de hieronder besproken maatregelen gelieerd aan bepaalde aspecten die relevant zijn voor zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht, niet betekenen dat die juridische bepalingen ook overlappen. In de bespreking wordt telkens geduid of en hoe er eventuele samenhang is.

Het onderzoeksteam was er zich van bewust dat een update van het begrippenapparaat en structuur van het Mediadecreet het voorwerp was van de studie ‘Doorlichting van het Mediadecreet’ van het KU Leuven Centre for IT & IP Law - imec (CiTiP) en onthoudt zich dus van te vergaande analyses van de positie van bepaalde begrippen. De conceptnota van mei 2024 van de Minister van Media ‘Naar een toekomstgericht mediabeleid’ benadrukt eveneens het belang van deze herziening van het begrippenkader en definities (SARC, 2024).

9.2. Artikel 155/1: passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid

Dit artikel in het Mediadecreet is de **rechtstreekse omzetting van Artikel 7 bis van de herziene AVMD-richtlijn**, de wettelijke basis op Europees niveau om prominentieregimes in het voordeel van audiovisuele mediadiensten van ‘algemeen belang’ in te voeren. Het artikel voorziet **de mogelijkheid voor de Vlaamse Regering om nieuwe maatregelen in te voeren**, maar bevat **geen concrete richtlijnen** die nageleefd dienen te worden:

*“Met het oog op het verzekeren van pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit kan de Vlaamse Regering criteria vastleggen en maatregelen opleggen aan ondernemingen om ervoor te zorgen dat er **passende aandacht** wordt voorzien, en **zichtbaarheid** en **vindbaarheid** wordt gegarandeerd voor televisiediensten van ‘algemeen belang’.”*

In dit artikel maakt de regelgever gewag van passende aandacht (wat dan het Nederlandstalig equivalent is van appropriate prominence), zichtbaarheid en vindbaarheid (findability in buitenlandse bepalingen). Bij de uitwerking van de maatregelen zal dit belangrijk zijn.

Op dit moment wordt de mogelijkheid voor de Vlaamse Regering beperkt tot televisiediensten. Wil de regelgever dezelfde mogelijkheid bieden voor radiodiensten, dan moet dit artikel

aangepast worden of moet er een gelijkaardig artikel voor radiodiensten in het Mediadecreet worden ingevoerd.

9.3. Artikel 157: prominentie voor Europese werken

Het eerste lid van Artikel 157 in het Mediadecreet behandelt **prominentie**, maar doet dit in een andere context dan Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn, namelijk de aandacht die moet gegarandeerd worden voor **Europese producties in de programmacatalogus van niet-lineaire televisieomroeporganisaties** (omzetting van Artikel 13.1 van de AVMD-richtlijn: “*De lidstaten zorgen ervoor dat onder hun bevoegdheid vallende aanbieders van audiovisuele mediadiensten op aanvraag een aandeel van ten minste 30 % aan Europese producties opnemen in hun catalogi en dat die producties aandacht krijgen.*”). De programmacatalogus moet minstens 30% Europese producties bevatten, waarvan een niet verder afgebekend, doch aanzienlijk deel Nederlandstalige producties:

“De niet-lineaire televisieomroeporganisaties bieden in hun programma-catalogus minstens 30% Europese producties aan waarvan een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties zijn. De niet-lineaire televisieomroeporganisaties zorgen voor een prominente plaats van deze Europese producties in hun programmacatalogus.” (Artikel 157 lid 1)

De Europese regelgever schrijft hier ‘aandacht’ voor, wat in lijn ligt met voorgenomende ‘passende aandacht’ uit Artikel 7 bis. De aanduiding ‘aandacht’ wordt overigens in de AVMD-richtlijn niet verder geduid. Artikel 157 lid 1 vertaalt de ‘aandacht’ naar ‘**prominente plaats**’ in programmacatalogi. ‘Prominente plaats’ hangt samen met de termen zichtbaarheid, vindbaarheid en het meest nog met passende aandacht, maar er werd niet voor dezelfde bewoording gekozen als in 155/1. Het Mediadecreet definieert niet wat juist een ‘prominente plaats’ is in de programmacatalogus. Dit is overigens ook het geval bij de meeste omzettingen van dit artikel in andere lidstaten, gezien de diversiteit van catalogi en gebruikersinterfaces van spelers en gezien de vaak arbitraire en moeilijk te monitoren operationaliseringen. Landen die verdere specificaties hebben opgelegd met betrekking tot prominentie van Europese werken, vermelden bijvoorbeeld vindbaarheid in zoekfuncties, zichtbaarheid in een aparte categorie met Europese werken of de ondersteuning van Europese werken in marketingcampagnes. Hoewel buiten de scope van deze studie, lijkt het aangewezen om op te volgen of de bestaande formulering effectief het beoogde resultaat oplevert, en of **meer gedetailleerde bepalingen** relevant bevonden worden voor prominentie van Europese en Nederlandstalige werken, dan wel of dit meegenomen dient te worden in discussies rond een eventuele herziening van AVMD in 2026.

De verplichting is **niet van toepassing** op niet-lineaire televisieomroeporganisaties met een lage omzet of een klein publiek en is niet van toepassing op kleine en micro-ondernemingen of spelers die minder dan 0,5% van alle inwoners van het Nederlandse taalgebied bereiken. De Vlaamse

Regering heeft de criteria van een lage omzet en van een klein publiek bepaald in het Besluit van de Vlaamse Regering van 26 april 2024.⁶

Indien de regelgever bepalingen specificceert voor prominentie van Europese werken en Nederlandstalige werken aan de ene kant, en passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid aan de andere kant, dient men dus goed te waken over de **helderheid en complementariteit van de termen en definities**.

9.4. Artikel 180 en 181: signaalintegriteit en EPG's

Artikel 180 lid 1 stelt dat dienstenverdelers de lineaire televisieomroepprogramma's die deel uitmaken van hun aanbod van televisiediensten in de Vlaamse Gemeenschap, **onverkort, ongewijzigd en in hun geheel, moeten doorgeven op het ogenblik dat ze worden uitgezonden**. Belangrijk is dat dat ook geldt voor de niet-lineaire televisiediensten en de daarin vervatte programma's in de Vlaamse Gemeenschap. Dit betreft met andere woorden de streamingdiensten van de Vlaamse omroepspelers, inclusief Streamz. Binnen de applicaties die toegang geven zijn ook het lineaire signaal en het niet-lineaire aanbod beschermd door dit artikel.

Lid 2 bepaalt dat **elke functionaliteit van dienstenverdelers** die het mogelijk maakt om de lineaire of niet-lineaire televisieomroepprogramma's op een uitgestelde, verkorte of gewijzigde wijze te bekijken, onderworpen is aan de **voorafgaande toestemming van de betrokken televisieomroeporganisatie**.⁷ Lid 3 stelt dat functionaliteiten die de redactionele autonomie en verantwoordelijkheid van de betrokken televisieomroeporganisaties in het gedrang brengen, altijd kunnen worden geweigerd.

Bovenstaande bepalingen hebben betrekking op het principe van **signaalintegriteit** (dat eerst geïntroduceerd werd in Vlaanderen en nadien overgenomen werd in de AVMD-richtlijn) en betekenen niét hetzelfde als bepalingen m.b.t. zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht.

⁶ Het Besluit van de Vlaamse Regering van 26 april 2024 (gepubliceerd op 12 juli 2024 in het Belgisch Staatsblad) verduidelijkt die regeling:

Art. 3. De Vlaamse Regulator voor de Media stelt het bereik van niet-lineaire televisiediensten, vermeld in Artikel 157, § 1, tweede lid, en Artikel 188/1, § 2, eerste lid, 1°, van het decreet van 27 maart 2009, vast.

Particuliere omroeporganisaties die niet-lineaire televisiediensten aanbieden en jaarlijks meer dan 10 audiovisuele werken aanbieden, geven jaarlijks, voor 1 juni, aan de Vlaamse Regulator voor de Media voor elk van de volgende niet-lineaire televisiediensten die gericht zijn op het Nederlandse taalgebied, het aantal actieve gebruikers van het jaar vóór het jaar waarin ze de informatie moeten doorgeven, door:

1° op abonnementen gebaseerde niet-lineaire televisiediensten: het aantal unieke betalende abonnees;

2° transactionele niet-lineaire televisiediensten: het aantal unieke gebruikers die ten minste één programma in de catalogus hebben aangekocht;

3° op advertenties gebaseerde niet-lineaire televisiediensten waarvoor de gebruiker geen financiële vergoeding betaalt: het aantal unieke gebruikers die ten minste één programma hebben bekeken.

De Vlaamse Regulator voor de Media berekent jaarlijks voor 1 december 0,5% van het totaal aantal inwoners van het Nederlandse taalgebied en maakt deze informatie bekend op zijn website.

⁷ Lid 2 vermeldt hier bijkomend: *“De betrokken televisieomroeporganisatie en dienstenverdelers onderhandelen te goeder trouw en dienen hun toestemmingswijze op een redelijke en proportionele wijze uit te oefenen. Wanneer een akkoord hierover leidt tot financiële vergoedingen van de dienstenverdelers aan de televisieomroeporganisaties, dan dienen die te worden aangewend voor Nederlandstalige Europese producties, overeenkomstig Artikel 154 en 157.”*

Toch zijn ze belangrijk wanneer nagedacht zou worden over de invoering van prominentiemaatregelen die ook van toepassing zijn op de gebruikersinterfaces van dienstenverdelers en niet enkel voor die van smart-tv's, aangezien dit lid, dan voorafgaandelijke toestemming verwacht voor elke ingreep in de functionaliteit (waartoe ook de EPG's en interfaces behoren).⁸

Artikel 181 maakt eveneens deel uit van de bepalingen in het Mediadecreet die van toepassing zijn voor dienstenverdelers. De bepalingen bij dit artikel behandelen onder andere de **Elektronische Programmagidsen (EPG's) die de dienstenverdelers mogen aanbieden**. Deze hebben momenteel geen vat op andere aanbieders van (smart-)content-omgevingen of gebruikersinterfaces. Artikel 181 in het Vlaamse Mediadecreet luidt als volgt:

*“Het is een dienstenverdelers toegestaan via het elektronische communicatienetwerk dat hij gebruikt, een **elektronische programmagids** aan te bieden.”* (Artikel 181 lid 1)

*“Dienstenverdelers kunnen door de Vlaamse Regulator voor de Media verplicht worden, als dat noodzakelijk is om de toegang van eindgebruikers tot gespecificeerde digitale omroepdiensten te waarborgen, **toegang tot de applicatieprogramma-interfaces en elektronische programmagidsen aan te bieden** tegen billijke, redelijke en niet-discriminerende voorwaarden.”* (Artikel 181 lid 2)

*“De Vlaamse Regering kan voorwaarden opleggen voor de installatie van, de **toegang tot en de presentatie van elektronische programmagidsen** die gebruikt worden in het kader van de digitale omroepprogramma's, als dat noodzakelijk is om de toegang van de eindgebruiker te verzekeren tot een aantal duidelijk gespecificeerde digitale omroepprogramma's die beschikbaar zijn in de Vlaamse Gemeenschap.”* (Artikel 181 lid 3)

Hoe de EPG moet worden samengesteld wordt niet gespecificeerd en berust op een **akkoord tussen omroepen en dienstenverdelers**. Er wordt verder niets gespecificeerd over de voorwaarden waarin dit akkoord moet bereikt worden, behalve de bepaling dat de VRM kan ingrijpen wanneer toegankelijkheid van programma's via een EPG in het gedrang komt.

Zowel in Italië als Duitsland wordt expliciet verwezen naar bepalingen van EPG's ter ondersteuning voor nieuwe regels met betrekking tot zichtbaarheid. Een belangrijk verschil is dat in Vlaanderen de spelers zelf overeengekomen zijn om tot een volgorde te komen en hierover ook (commerciële) afspraken bestaan. In principe zou dit als inspiratie kunnen dienen voor het uitwerken van maatregelen voor zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht door de

⁸ De in 2024 opgeleverde studie van Brightwolves en de UGent 'Digitale Radio in Vlaanderen' bepleit overigens de uitbreiding van signaalintegriteit naar auditieve diensten, met het oog op de maximale bescherming van commerciële inkomsten tegen digitale aggregatoren: “We roepen de Vlaamse Regering op om de nodige maatregelen te treffen opdat voldoende reclame-inkomsten naar het Vlaamse media-ecosysteem blijven vloeien. Eén manier om dit te realiseren, is het creëren van een regelgevend kader dat de signaalintegriteit van Vlaamse radio-omroeporganisaties vastlegt. Deze regeling werd reeds in het Mediadecreet opgenomen voor verdelers van lineaire en niet-lineaire televisiediensten, maar kan worden uitgebreid naar verdelers van lineaire en niet-lineaire radiodiensten.” (Brightwolves & UGent, 2024).

regelgever, en kan de regelgever ervoor kiezen dat spelers ook verplicht tot akkoorden dienen te komen tussen begunstigde diensten van ‘algemeen belang’ en geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces; of kunnen er modaliteiten bestaan waarbij spelers zelfs binnen opgelegde regels nog de mogelijkheid hebben om bijkomend tot commerciële overeenkomsten te kunnen komen. Deze mogelijkheden worden uitgewerkt in de aanbevelingen van dit rapport.

Indien er maatregelen komen met betrekking tot de gebruikersinterfaces van dienstenverdelers, kan overwogen worden om bepalingen met betrekking tot passende aandacht te integreren binnen de andere bepalingen voor dienstenverdelers; of kan er gekozen worden de maatregelen die van toepassing zijn op dienstenverdelers m.b.t. passende aandacht te integreren binnen een afzonderlijke uitwerking van 155/1.

9.5. Artikels 185, 186 en 187: doorgifte van lineair aanbod

Deze bepalingen uit het Mediadecreet hebben betrekking op dienstenverdelers en hoe ze dienen om te springen met de doorgifte van lineaire omroepprogramma's. Ze vormen de kern van de zogenaamde **must en/of may-carry-verplichtingen voor dienstenverdelers** en moeten in de content-omgevingen van deze dienstenverdelers minstens de aanwezigheid van bepaalde lineaire omroepprogramma's garanderen. Dienstenverdelers mogen de niet-lineaire omroepprogramma's van dezelfde aanbieders doorgeven, echter hier geldt geen verplichting.

De bepalingen geven aan **welke soort diensten** (in dit geval de omroepen) **als belangrijk geacht worden** om opgenomen te worden binnen het aanbod van dienstenverdelers, iets waar prominentiebepalingen zich door kunnen laten inspireren. In tweede instantie kan gesteld worden dat het opnemen van een dienst in het aanbod een minimumvoorwaarde is voor het garanderen van passende aandacht. Een dienst kan immers geen passende aandacht genieten als ze niet wordt doorgegeven. Een vraag die dan rijst is of elke dienst die een begunstigde dienst van ‘algemeen belang’ zou worden, dan ook automatisch must-carry moet genieten.

De derde paragraaf van Artikel 185 stelt een **minimumtermijn** in voor het oormerken van de netwerken die vallen onder de must-carry-verplichtingen. Bij een decreetswijziging van 2021 werd die periode op maximaal 5 jaar gelegd. Ze specificeert ook dat het de VRM is die hierover advies formuleert en de Vlaamse Regering die ze uiteindelijk vastlegt.

De bepalingen in Artikels 185-186 zijn daarnaast interessant omdat ze het principe van een **minimumdrempel** naar voor schuiven voor dienstenverdelers die gevat worden onder verplichtingen om bepaalde omroepprogramma's door te geven. Artikel 185 lid 1 spreekt van dienstenverdelers die “gebruikmaken van netwerken die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn” om de omroepen te ontvangen. Het tweede lid bepaalt dan dat dienstenverdelers die *“hun diensten aanbieden over netwerken die niet voor een significant aantal eindgebruikers [het belangrijkste middel zijn om televisieomroepprogramma's te ontvangen]”* de bepalingen volgen van Artikel 187 (zie verder). Bij de uitwerking van maatregelen voor zichtbaarheid en vindbaarheid zou ook over zo'n drempel kunnen worden

gedacht voor wat betreft het afbakenen van de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces (zie aanbevelingen).

De leidende principes voor welke omroepprogramma's in aanmerking komen voor gegarandeerde doorgifte zijn bij de **must-carry-regelgeving** ('pluralisme en culturele diversiteit') **sterk gelijkend op de principes die de begunstigde diensten van 'algemeen belang' bepalen**, vermeld bij Artikel 155/1 ('pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit'). Volgens Artikel 186 lid 1 moeten specifiek volgende lineaire omroepprogramma's door dienstenverdelers doorgegeven worden:

"1° de omroepprogramma's⁹ van de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap.

2° het omroepprogramma van de regionale televisieomroeporganisatie. Dat wordt kosteloos, gelijktijdig en onverkort doorgegeven binnen het verzorgingsgebied van die regionale televisieomroeporganisatie. De kosteloosheid slaat zowel op de aanvoer als op het doorgeven van het omroepprogramma.

3° twee radio- en twee televisieomroepprogramma's van de openbare omroeporganisatie van de Franse Gemeenschap en het radio-omroepprogramma van de Duitstalige Gemeenschap.

4° twee radio-omroepprogramma's en de televisieomroepprogramma's van de Nederlandse openbare omroeporganisatie.

5° de bijbehorende diensten van de televisieomroepprogramma's, vermeld in punt 1° tot en met 4° en in § 2." (Vlaamse Overheid, 2024)

Bovenstaande lijst is relevant omdat het duidelijke prioriteiten toont van de Vlaamse overheid in de kanalen die prioritair onder de aandacht van de Vlamingen moeten worden gebracht. Deze **doorgifteverplichting** kan door de Vlaamse Regering nog worden **uitgebreid**, zoals bepaald in Artikel 186 § 2:

"De Vlaamse Regering kan, op advies van de Vlaamse Regulator voor de Media, beslissen dat nog andere omroepprogramma's van lineaire omroeporganisaties onder die doorgifteverplichting vallen, mits die omroeporganisaties voldoen aan de volgende voorwaarden:

*1° ze brengen een **volwaardig journaal** dat verzorgd wordt door een eigen redactie die hoofdzakelijk bestaat uit erkende beroepsjournalisten.*

*2° ze zorgen voor een **gevarieerd, divers en pluralistisch aanbod**, dat onder meer **informatieve en culturele programma's** bevat en ten minste voor een bepaald percentage bestaat uit Nederlandstalige programma's.*

*3° ze **ondertitelen** een bepaald percentage van de programma's voor doven en slechthorenden." (Vlaamse Overheid, 2024)*

⁹ Opgelet: omroepprogramma wordt door het Mediadecreet gedefinieerd als: "het geheel van programma's en alle additioneel meegestuurde informatie dat door een omroeporganisatie op basis van een programmaschema wordt aangeboden onder een merk of titel".

Deze bepalingen zijn interessant om mee te nemen in de verdere uitwerking van prominentiemaatregelen. Ze duiden op het belang van een divers aanbod en noemen twee specifieke genres prioritair (informatieve en culturele programma's). Ze stellen ook dat een kwantitatieve drempel zou kunnen worden gebruikt voor toegankelijkheid en voor het aanbod aan Nederlandstalige content. Het artikel vermeldt geen specifiek percentage voor beiden. Het artikel besluit wel dat de Vlaamse Regering de percentages bepaalt, die worden vermeld in het eerste lid, 2° en 3°. De artikels tonen ook het **belang van de Vlaamse Regering in het vastleggen van vrij gedetailleerde bepalingen**, eerder dan de Vlaamse Regulator voor de Media, daar waar in andere markten sommige regulatoren (zoals Ofcom in het Verenigd Koninkrijk) de bevoegdheid hebben voor het specificeren van bepaalde regels of uitwerken van modaliteiten en procedures. Deze vaststelling dient te worden meegenomen voor de uitwerking van de aanbevelingen.

De vastlegging van **begunstigde diensten van 'algemeen belang'** die passende aandacht kunnen genieten, zal bekeken moeten worden in samenhang met de bepalingen van 186 lid 1 en 2. Hier doen zich eveneens verschillende opties voor:

- Optie 1: **Must-carry-bepalingen** zouden kunnen worden **opgeheven**. Dit is echter niet te adviseren gezien het belang voor regionale spelers om een garantie te hebben om – zolang gesteund door de overheid en zolang belast met een specifieke decretale opdracht – ook opgenomen te worden in het aanbod van dienstenverdelers.
- Optie 2: **Must-carry-bepalingen** zouden de **leidraad kunnen vormen voor de prominentiemaatregelen**. De publieke omroep wordt daarbij expliciet genoemd, maar ook de regionale omroepen (per uitzendgebied) en ook kanalen van de andere gemeenschappen. Bij de uitwerking van prominentiemaatregelen zou kunnen worden nagedacht om eveneens zichtbaarheid en vindbaarheid te garanderen van diensten (en/of content) van de andere landsdelen en conform de regeling voor must-carry ook reciprociteit af te spreken voor passende aandacht voor diensten van 'algemeen belang' van de andere gemeenschappen.
- Optie 3: Een derde optie is dat must-carry-bepalingen en bepalingen voor passende aandacht voor diensten van 'algemeen belang' op gebruikersinterfaces **naast elkaar en los van elkaar bestaan**. Echter, zelfs indien deze optie wordt gekozen, is het aangewezen de must-carry-bepalingen te herzien (i) met betrekking tot omschrijvingen van pluralistisch aanbod, culturele diversiteit en ondertiteling, zodat deze in lijn liggen met de omschrijving voor gebruikersinterfaces van smart-tv's; en (ii) zodat ze van toepassing zijn op de aanbieders van deze gebruikersinterfaces.
- Optie 4: Must-carry-bepalingen en bepalingen voor zichtbaarheid en vindbaarheid worden **geïntegreerd in één sectie en zoveel mogelijk geharmoniseerd**. In dat geval zou het zelfs kunnen dat de must-carry-regels nog worden uitgebreid zodat bepaalde diensten die mogelijks genieten van het statuut 'algemeen belang' meteen ook van must-carry genieten. Dit scenario lijkt evenmin wenselijk wegens bijkomende nood aan opvolging en mogelijke onverenigbaarheden tussen de beide regeling.

De best mogelijke optie lijkt te zorgen dat **bepalingen die garanties geven voor must-carry** (en geïnspireerd zijn door kenmerken en meerwaarde van diensten van 'algemeen belang') **op elkaar worden afgestemd** zonder dat bepalingen voor toekenning van het ene statuut hetzelfde moeten lijn voor erkenning voor het andere statuut.

9.6. Artikel 184/0: doorgifte van niet-lineair aanbod

De regelgever voegde in 2019 Artikel 184/0 toe aan het Mediadecreet:

“Dienstenverdelers die zowel lineaire als niet-lineaire televisieprogramma's aanbieden, zijn verplicht om via hun aanbod toegang te geven tot de al dan niet gemeenschappelijke betalende niet-lineaire televisiedienst van een of meerdere lineaire televisieomroeporganisaties die onder het toepassingsgebied van Artikel 154, eerste en tweede lid, vallen, en die om die toegang verzoeken, zodat eindgebruikers rechtstreeks toegang kunnen krijgen tot die niet-lineaire televisiedienst, waarvan het aanbod een aanzienlijk deel aan Nederlandstalige Europese producties dient te bevatten en hieraan een prominente plaats dient te geven. De Vlaamse Regering kan voor de bepaling van een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties quota opleggen.”

Concreet betekent dit vandaag dat **dienstenverdelers eindgebruikers ‘rechtstreeks’ toegang moeten bieden tot de betalende speler Streamz** (gecatalogeerd als ‘omroeporganisatie die niet-lineaire televisiediensten aanbiedt’ volgens Artikel 154 van het Mediadecreet), gezien het gaat om een joint venture van twee omroepen die doorgegeven worden door dienstenverdelers. Hier wordt wel expliciet ‘prominente plaats’ genoemd, maar dit gebeurt enkel in de context van de verplichtingen omtrent Europese producties in de programmacatalogus van niet-lineaire televisieomroeporganisaties (Artikel 157 Mediadecreet) en heeft dus geen betrekking op de diensteverdelers zelf. Het artikel is bovendien relevant omdat het toont dat de regelgever het belangrijk vindt dat de toegang tot die dienst verzekerd wordt; dit kan mee in overweging genomen worden bij de uitwerking van aanbevelingen (en in bepalingen door de regelgever).

9.7. Samenvatting en key takeaways

Dit hoofdstuk had tot doel de **relevante bepalingen in het huidig Mediadecreet** op te lijsten die een impact hebben op, invloed kunnen ondervinden van of gelieerd zijn aan (onderdelen van) bepalingen met betrekking tot zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht. Maatregelen die relevant zijn met betrekking tot prominentie maken op dit moment al deel uit van het Mediadecreet, als omzetting van de AVMD. Daarnaast kunnen bepaalde dimensies van prominentie ook indirect gelinkt worden aan andere bestaande bepalingen in het Mediadecreet, zoals must-carry. Samengevat zijn dit de bepalingen die samenhangen met passende aandacht, zichtbaarheid en vindbaarheid:

Artikel	Bepalingen voor	Relevantie en raakpunten
Art. 155/1	Passende aandacht	Basis om maatregelen uit te werken voor prominentie voor diensten/inhouden van 'algemeen belang'.
Art. 157 lid1	Europese werken	'Prominentie' voor Europese werken, waarvan een aanzienlijk deel Nederlandstalige Europese producties zijn, in programma-catalogi van niet-lineaire televisieomroeporganisaties.
Art. 180	Signaalintegriteit	'Functionaliteiten' waarvoor toestemming dient te worden gevraagd aan omroepen Bepalingen voor bemiddeling en kennisgeving.
Art. 181	EPG	Mogelijkheid tot EPG in te richten. Bepalingen voor bijkomende regels bij niet-akkoord en bemiddeling.
Art. 184/0	Niet-lineaire omroeporganisaties	Verplichting van dienstenverdelers om via hun aanbod toegang te geven tot de al dan niet gemeenschappelijke betalende niet-lineaire televisiedienst (...) Gaaf om toegang tot, niet zichtbaarheid van, maar kan er wel als voorwaarde voor worden gezien.
Art. 185-187	Must en may-carry	Bepalingen voor 'significant' aantal gebruikers bij netwerken. Periode vastlegging onderworpen spelers. Oplijsting diensten die belangrijk geacht worden om verplicht door te geven door dienstenverdelers die gebruikmaken van netwerken die voor een significant aantal eindgebruikers het belangrijkste middel zijn om televisieomroepprogramma's te ontvangen. Bepalingen voor bijkomende diensten en regeling VRM. Noot: bepalingen geldend voor toegang geven tot, niet zichtbaarheid, vindbaarheid of passende aandacht geven aan.

Tabel 5: Bepalingen Mediadecreet die relevant zijn bij de uitwerking van prominentiemaatregelen.

**BEHOEFTE EN PRIORITEITEN
VOOR STAKEHOLDERS MET
BETREKKING TOT
ZICHTBAARHEID, VINDBAARHEID
EN PASSENDE AANDACHT**

10. Behoeften en prioriteiten voor stakeholders met betrekking tot zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht

10.1. Inleiding

Dit hoofdstuk presenteert de inzichten van de **stakeholderconsultatie** met relevante marktspelers en de mediaregulator. Het gaat dan voornamelijk om spelers gevestigd in Vlaanderen of die hun aanbod en toestellen in Vlaanderen aanbieden. Daarnaast neemt de consultatie ook standpunten op van Europese denktanken en belangenverenigingen met betrekking tot het thema. De stakeholderconsultatie heeft als doel om in kaart te brengen welke **visie bepaalde stakeholdergroepen hebben op de wenselijkheid, noodzakelijkheid en haalbaarheid van maatregelen** met betrekking tot zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht van audiovisuele en auditieve diensten van algemeen belang.

De finale lijst van bevraagde stakeholders is samengesteld op basis van een mapping aan de hand van het Mediaconcentratierapport 2023 van de VRM (VRM, 2023), de beschikbaarheid en bereidheid tot deelname van de gecontacteerde actoren, en relevante suggesties aangereikt door de opdrachtgever. De verzamelde input van de verschillende bevraagde actoren is bij sommigen geaggregeerd op stakeholdergroep-niveau, en bij sommigen afzonderlijk behandeld (de publieke omroep VRT, Streamz en de Vlaamse Regulator voor de Media) gezien hun unieke positie in het Vlaamse medialandschap.

De consultatie peilde naar de wenselijkheid van regels, de definitie en reikwijdte van ‘algemeen belang’, de speler op welke eventuele regels betrekking moeten hebben, en de invulling van concrete maatregelen. In de inleiding van dit rapport is de lijst met deelnemende spelers opgenomen. We merken voorafgaand op dat de weergave hieronder de standpunten van de spelers zijn. Ze worden weergegeven ongeacht de juridische haalbaarheid. We geven ook zoveel mogelijk de termen mee zoals die gebruikt werden door de stakeholders zelf (de meeste spreken over ‘prominentie’). In de aanbevelingen wordt, mede op basis van deze stakeholderstandpunten, een reeks scenario’s naar voorgeschoven.

10.2. Voorstellen uit stakeholderconsultatie

10.2.1. Publieke omroep VRT

10.2.1.1. Wenselijkheid van regels

VRT vindt maatregelen omtrent passende aandacht van lokale spelers en hun content **noodzakelijk**. Ze initieerden de discussie in Vlaanderen, trokken meermaals aan de alarmbel en geven aan significante schade te ondervinden van het gebrek aan zichtbaarheid. VRT geeft aan noch de draagkracht noch het mandaat te hebben om grootschalige commerciële overeenkomsten aan te gaan met internationale hardware-fabrikanten. Ze benadrukken de noodzaak aan regels die voor zowel **audiovisuele** als **auditieve** diensten en content moeten gelden.

10.2.1.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

VRT oordeelt dat hun **eigen mediadiensten** per definitie gekwalificeerd zijn als ‘algemeen belang’, maar trekt deze bepaling ook open naar de diensten en content van de twee andere grote Vlaamse “**commerciële omroepen**”. Zij het wel dat ze niet de volledige diensten van deze spelers als dusdanig kwalificeren, maar **enkel bepaalde programma’s** op basis van criteria naar inhoud (bvb. bevorderen van pluralisme, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit). Ze specificeren niet of dit dan ook de regionale omroepen omvat, en of dit beperkt dient te worden tot enkel de diensten van de BVOD-aanbieders of ook geldt voor de content van het niet-lineaire omroepaanbod van Streamz.

10.2.1.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Prominentiemaatregelen dienen voor de VRT van toepassing te zijn op “*alle ondernemingen die de voorwaarden voor weergave van omroepdiensten op gebruikersinterfaces bepalen*”, **los van de technologie die ze hiervoor gebruiken en de toestellen waarlangs ze dit doen**. Ze verwijzen hierbij naar het principe van technologie/platform-neutraliteit. De regelgeving dient voorts van toepassing te zijn op spelers in België, maar ook **spelers die hun activiteiten richten op het Belgisch grondgebied naar een Nederlandstalig publiek**. Gebruikersinterface beschrijft VRT als:

“Elk systeem dat de mediagebruiker een keuze aanbiedt voor het raadplegen van verschillende omroepdiensten of van verschillende programma’s die via zulke diensten aangeboden worden, en dat is i) geïnstalleerd op een apparaat dat bestemd is voor het raadplegen van omroepdiensten of programma’s; of ii) deel uitmaakt van een digitale omgeving die daartoe bestemd is; of iii) geïnstalleerd op een apparaat dat verbonden kan worden met, of als deel van een functionaliteit die interageert met, een apparaat dat of digitale omgeving die bestemd is voor het raadplegen van mediadiensten of programma’s.”

10.2.1.4. Gewenste regelgeving

Maatregelen die VRT graag in werking ziet treden zijn:

- De **voorinstallatie van apps** van Vlaamse spelers van algemeen belang op de homepage’s van gebruikersinterfaces.
- **Prominentie** voor **Vlaamse apps en content** van algemeen belang bij zoekopdrachten en aanbevelingen van gebruikersinterfaces (+ een verbod op self-preferencing en betaalde vormen van prominentie).
- Prominentiemaatregelen rond **fast buttons** op afstandsbedieningen.
- **Transparantie** over hoe zoekresultaten en aanbevelingen tot stand komen, en hoe Vlaamse prominentiemaatregelen gewaarborgd worden.

Ze bepleiten het wettelijk vastleggen van (i) het karakter van algemeen belang van het VRT-aanbod; en (ii) het uitwerken van criteria waarmee programma's van commerciële spelers (met generalistisch karakter, hieronder 'particuliere grote omroepen' genoemd) die maatschappelijke waarden uitdragen ook in aanmerking komen voor statuut van algemeen belang.

Naast prominentiemaatregelen oppert VRT ook voor het overwegen van een **must-carry-statuu**t voor Vlaamse diensten van algemeen belang om te garanderen dat deze minstens aanwezig zijn op de te reguleren platformen.

Ondanks de concrete aanbevelingen is het voor VRT evenwel noodzakelijk om prominentiemaatregelen in het Mediadecreet te verankeren in de vorm van **principes die voldoende flexibel en toekomstgericht** zijn.

Toezicht en monitoring op nieuwe prominentiemaatregelen ziet VRT het liefst gebeuren door een partij met "*afdoende expertise en mankracht*"; dit is bij voorkeur de regulator, in samenspraak met de sector. Vormen van incompatibiliteit met huidige regelgeving ziet de VRT momenteel niet, gezien de ruimte die de AVMD-richtlijn laat aan de lidstaten.

10.2.2. Particuliere grote omroepen (DPG Media en Play Media)

10.2.2.1. Wenselijkheid van regels

Volgens DPG Media en Play Media zijn regels inzake prominentie van lokale diensten en content **wenselijk en noodzakelijk**, aangezien deze diensten en content momenteel verdrongen worden en beperkte zichtbaarheid ervaren. Hierbij wordt gewezen naar de opmars van *cord-cutting* en het bestaan van commerciële akkoorden tussen internationale hardware-fabrikanten en streamingdiensten of videoplatformdiensten.

De regels moeten in eerste instantie focussen op de **zichtbaarheid en vindbaarheid van mediadiensten** (audiovisueel en auditief) en bijkomend ook op zichtbaarheid en vindbaarheid van **individuele titels**.

10.2.2.2. Reikwijdte van 'algemeen belang'

DPG Media en Play Media zijn van mening dat, naast de **publieke omroep**, ook **andere Vlaamse omroepen** onder de noemer 'algemeen belang' kunnen vallen. Dit met name wanneer de lokale content die ze produceren **pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit nastreeft** of als de **focus op lokale content** gelegd wordt. Spelers die hieraan tegemoetkomen zijn, naast VRT, ook Play Media en DPG Media.

10.2.2.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Nieuwe regels zien DPG Media en Play Media graag toegepast op alle **Europese en internationale 'platformen'**. Daarmee verwijzen ze meer concreet naar niet-lokale distributieplatformen (set-top-box- of app-gebaseerd), smart-tv's, smart speakers, smartphones,

smart devices (zoals bvb. Google Chromecast en Amazon Fire TV Stick) en boordcomputers van wagens.

10.2.2.4. Gewenste regelgeving

Voor de implementatie van nieuwe regelgeving pleiten ze ofwel om niet verder te bouwen op de huidige must-carry-verplichting (Play Media), ofwel voor een **uitbreiding en actualisering van het must-carry-statuu**t “op basis van de huidige vormen van distributie en consumptie” (DPG Media), waarmee DPG Media hint naar het toekennen van het must-carry-statuu

Daarnaast wensen ze expliciet ook prominente **zichtbaarheid** van lokale content in gebruikersinterfaces en aanbevelingssystemen van internationale distributieplatformen. Ze pleiten voor een **voorinstallatie** van de apps van mediadiensten van algemeen belang op de homepage, een fysieke knop naar lokaal aanbod (DPG Media), zichtbaarheid van lokaal aanbod zonder te moeten scrollen of doorklikken (Play Media). Hiervoor verwijzen ze onder meer naar gebruikersinterfaces van niet-lokale distributieplatformen, smart-tv's, smart speakers, smartphones, smart devices (bvb. Chromecast).

Vanuit het streven naar een **level playing field** moeten alle omroepen die een duidelijke focus op lokale content hebben evenwaardig behandeld worden. Om deze nieuwe regelgeving vorm te geven, moeten de verschillende beleidsdomeinen zich volgens DPG Media en Play Media aligneren rond deze materie en moet uitgemaakt worden welke maatregelen op welk niveau kunnen uitgewerkt worden. Ook de regelgeving uit de Digitale-marktenverordening (DMA) en EMFA wordt relevant geacht, al wordt hier niet dieper op ingegaan.

Het toezicht op nieuwe prominentiemaatregelen moet een essentiële opdracht zijn voor de daartoe bevoegde regulator.

10.2.3. Regionale omroepen (NORTV)

10.2.3.1. Wenselijkheid van regels

De regionale omroepen vinden het **noodzakelijk om prominentiemaatregelen in te voeren** in Vlaanderen met het oog op de bescherming van maatschappelijke waarden, zoals diversiteit, pluralisme, bevordering van de culturele identiteit.

10.2.3.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

De notie van ‘algemeen belang’ koppelen regionale omroepen aan **inhoud die van belang is voor het brede publiek en alle lagen van de bevolking**, terug te vinden in “*nieuwsprogramma's tot en met randinformatie, waaronder maar niet uitsluitend programma's met educatieve waarde of met culturele waarde.*” Hun eigen diensten vallen hier naar eigen zeggen onbetwistbaar onder, gezien de decretale opdrachten die ze dienen na te leven. De diensten van commerciële televisiediensten, zonder decretale opdrachten en met “*zuiver winst gedreven doelstelling*”, vallen hier volgens de regionale omroepen niet onder.

10.2.3.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Bijkomende regelgeving zien ze noodzakelijk op alle “**platformen en apparaten die fungeren als gateways en gatekeepers voor toegang tot mediadiensten**”, zoals bijvoorbeeld “de platformen van telecomoperatoren, de grote online platformen, hun zoekmachines en app-winkels, game consoles maar ook relatief nieuwe technologieën zoals connected-tv interfaces, voice assistants en car audio-systemen”.

10.2.3.4. Gewenste regelgeving

Regionale omroepen zijn voorstander van **prominente positionering** van mediadiensten van algemeen belang, een systeem van **snelpoppelingen** op smart-tv's of andere platforms, het opleggen van **transparantievereisten** inzake prominentie aan bovenvermelde platformen en apparaten, **samenwerking- en overlegmechanismen** tussen alle betrokken actoren (begunstigde diensten van ‘algemeen belang’ en gereguleerde gatekeepers), en de implementatie van een **periodieke evaluatie** van de effectiviteit van de opgelegde prominentiemaatregelen.

Daarbovenop willen ze de te betalen bereikvergoeding door dienstenverdelers rechtstreeks koppelen aan de must-carry-regeling, en deze meteen doortrekken naar andere platformen: “*Dit is essentieel voor de NORTV gezien het bereik op de nieuwe platformen ten koste gaat van dat bij de operatoren. Aanvullend op de huidige regelgeving moet de must-carry en de bereikvergoeding niet alleen gelden voor lineaire uitzendingen maar ook voor video op aanvraag en uitgesteld kijken.*” Met platformen verwijzen we naar de “gateways en gatekeepers” uit de vorige alinea.

Regionale omroepen zijn geen voorstander van overmatige regulering die te gedetailleerd, complex en buiten proportie is. Nieuwe regels moeten voldoende flexibel zijn om relevant te blijven in de snel evoluerende mediasector, evenals de redactionele onafhankelijkheid waarborgen en zowel financieel als technologisch haalbaar zijn voor de betrokken partijen. Mogelijke incompatibiliteit met andere (Europese) wetgeving signaleert NORTV niet. Naast de principes die ze graag in wetgeving gegoten zien, verkiest NORTV een systeem van zelfregulering “naar voorbeeld van de Media Rating Council (MRC) in de VS”, dat voortbouwt op de eerder vermelde transparantievereisten (MRC, 2024).

10.2.4. Particuliere themazenders (Ment TV, Dobbit TV)

10.2.4.1. Wenselijkheid van regels

De deelnemende Vlaamse themazenders zien nieuwe **regels rond prominentie als erg belangrijk en noodzakelijk**. Ze plaatsen zichzelf dan ook bij de groep begunstigde diensten van ‘algemeen belang’ van eventueel nieuwe prominentiemaatregelen.

10.2.4.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

De themazenders die deelnamen aan de consultatie bepleiten een afbakening van het concept ‘algemeen belang’ op basis van **bijdrage op het vlak van educatie, informatie, cultuur en economie**. Ze rekenen **zichzelf** hier ook toe. Door het aanbieden van een brede waaier aan thema’s in hun content voor de brede bevolking, zorgen ze naar eigen zeggen voor diversiteit en pluralisme in het medialandschap. Ook de **lokale openbare, commerciële en regionale omroepen** mogen volgens de themazenders een gunstregime genieten. Nieuwe diensten die hun relevantie kunnen aantonen, mogen hiervoor ook in aanmerking komen.

10.2.4.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Prominentiemaatregelen zouden volgens hen moeten gelden op **alle platformen en toestellen waarlangs mediadiensten te consumeren zijn en die zich richten op Vlaanderen of Nederlandstalige Vlamingen**.¹⁰ Concreet wijzen ze dan naar de lokale dienstenverdelers, online platformen, gameconsoles en smart-tv-aanbieders. Ook audio-aanbieders en podcast-platformen kunnen volgens de themazenders binnen eenzelfde aanpak opgenomen worden.

10.2.4.4. Gewenste regelgeving

Relevante manieren om prominentie voor de door hen gespecificeerde mediadiensten van algemeen belang te garanderen, zijn:

- Het **prominent plaatsen** van deze diensten binnen zoekmenu’s, zoekfuncties en aanbevelingsalgoritmes.
- Een **snelfunctie** op afstandsbedieningen en startschermen van platformen.
- Het faciliteren van **samenwerkingen** tussen de betrokken actoren om prominentie van lokale mediadiensten te verzekeren.
- Het betrekken van de **themazenders** in de reeds bestaande **must-carry-regeling**.

Op zijn minst dienen prominentiemaatregelen op mediadienstenniveau gedefinieerd te worden. Indien content op gedesaggregeerde wijze wordt aangeboden, moeten Vlaamse producties voorrang krijgen op co-producties met Vlaanderen, andere Europese content en niet-Europese content (in die volgorde).

Ze bepleiten regels die de tijd en ruimte laten om een begunstigde organisatie voor te bereiden op de wijzigingen die deze regels met zich meebrengen (financieel en organisatorisch) alsook regels waarvan de implementatie financieel haalbaar is. Handhaving van prominentiemaatregelen zien ze het liefst binnen kader van zelf-/co-regulering, met duidelijke principes of richtlijnen, waarbij de regulator VRM kan optreden indien zich geschillen voordoen.

¹⁰ Er wordt niet gespecificeerd of hier enkel Nederlandstalige Vlamingen gevestigd in Vlaanderen bedoeld wordt.

10.2.5. Dienstenverdelers (Telenet, Orange, Proximus)

10.2.5.1. Wenselijkheid van regels

De dienstenverdelers vinden de invoering van regels voor prominentiemaatregelen in Vlaanderen **niet noodzakelijk**, en zeker **niet wenselijk** voor lokale marktspelers (mediadiensten en dienstenverdelers), aangezien ze noch vandaag, noch prospectief gezien, indicaties ervaren dat ze niet goed functioneren van de markt wat betreft zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht. Regelgevend tussenkomen betekent voor hen ook het ingrijpen in de onderhandelingsverhoudingen tussen marktspelers, en dus wordt impliciet gekeken naar de buitenlandse spelers.

10.2.5.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

Het begrip ‘algemeen belang’ wordt door de dienstenverdelers **niet eenduidig gedefinieerd**. Enerzijds linkt Proximus het aan eerdere formuleringen in Europese wetgeving van *“doelstellingen betreffende het algemeen belang, zoals pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit”*, zoals deze in Artikel 114 van de Europese Code voor Elektronische communicatie (EECC) (Europese must-carry-bepaling/doorgifteverplichting). Anderzijds stelt Telenet concrete graadmeters voor om het label mee toe te kennen, zoals *“de hoeveelheid lokaal geproduceerde content en het kijkcijfer/marktaandeel van de zender in kwestie”*. Orange gaf geen definitie van ‘algemeen belang’.

10.2.5.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Ondanks het feit dat ze geen vragende partij zijn voor prominentiemaatregelen, vinden de dienstenverdelers wel dat internationale spelers meer aandacht mogen hebben voor lokale content, wat bewerkstelligd kan worden door het creëren van een **level playing field** op het vlak van **onderhandelingen tussen de betrokken actoren**. Concreet vermelden ze hier aanbieders van smart-toestellen (smart-tv's, smart audio devices), aanbieders van set-top-boxen, internationale online platformen, internationale aanbieders van toestellen en platformen, en ruim genomen alle aanbieders van technologieën waarmee auditieve en audiovisuele signalen ontvangen kunnen worden.

10.2.5.4. Gewenste regelgeving

Nieuwe **prominentiemaatregelen zijn niet wenselijk** voor de dienstenverdelers. Het zou een tussenkomt betekenen in de onderhandelingsverhoudingen tussen spelers, terwijl partijen zelf afspraken zouden moeten kunnen maken. Daarenboven zouden opgelegde verplichtingen op basis van beleidskeuzes binnen een regelgevend of beleidsuitvoerend kader steeds **achterlopen op de mogelijkheden, innovaties en evoluerende wensen van partijen**.

Desondanks is er volgens sommigen toch ruimte voor beleidsmaatregelen indien bijvoorbeeld uit buitenlandse cases zou blijken dat een overheidsingrijpen op dit vlak een duidelijk nut heeft. Ook zou de toegang van lokale spelers tot platformen en toestellen van internationale spelers

gefaciliteerd mogen worden, zeker wanneer zou blijken dat machtsposities op dit vlak misbruikt worden.

Indien maatregelen toch worden ingevoerd, dan moeten ze steeds **principe-gebaseerd** en **technologieneutraal** zijn en ruimte laten voor **marktwerking en innovatie**. Dergelijke regels zouden bovendien best op het **niveau van de dienst en niet op titelniveau** geïmplementeerd worden.

De voorkeur van de dienstenverdelers gaat uit naar **zelfregulering en samenwerking** omdat het realiseren van doelen van ‘algemeen belang’ efficiënter werkt als dat via actieve steun van de mediaspelers zelf gebeurt. Indien er toch regels rond prominentie zouden worden ingevoerd, zou de VRM deze als regulator kunnen opvolgen.

10.2.6. Vlaamse niet-lineaire omroeporganisatie (Streamz)

10.2.6.1. Wenselijkheid van regels

Streamz benadrukt ten eerste dat bijkomende prominentiemaatregelen **niet mogen gelden voor** het zichtbaarder maken van Vlaamse content binnen de catalogi van internationale streamingdiensten in Vlaanderen. Dit zou volgens hen het **uniek karakter van Streamz en de merkpositionering kunnen ondergraven**. Mochten prominentiemaatregelen zich manifesteren op dienstenniveau in plaats van content-niveau, en zich beperken tot smart-hardware en bijhorende gebruikersinterfaces, dan kan hun invoering het evenwicht herstellen in het ongelijke speelveld waarin lokale spelers nu een structurele handicap ervaren ten opzichte van de grotere, internationale spelers die *“dankzij hun schaal en financiële middelen moeiteloos de meest zichtbare toegangspunten verkrijgen”*.

10.2.6.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

In principe zou Streamz mediadiensten van algemeen belang gelijkstellen aan de diensten van de openbare omroep, maar zij bemerken in toenemende mate dat de openbare omroep ook content aanbiedt die *“bezwaarlijk als algemeen belang kan gekwalificeerd worden”*.

10.2.6.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Voor smart-tv's en de bijhorende gebruikersinterfaces zou Streamz graag bijkomende regulering zien, met het oog op het herstellen van een gepercipieerd onevenwicht.

10.2.6.4. Gewenste regelgeving

Concreet wil Streamz op de gebruikersinterfaces van smart-tv's **voorkeursposities voor aanbieders van lokale content**. Dit zien ze het liefst gebeuren op niveau van de mediadiensten, en niet op niveau van gedesaggregeerde content. Zoals eerder aangegeven zien ze maatregelen waarbij de streamingdiensten zelf passende aandacht moeten geven aan Vlaamse content, niet graag ingevoerd worden.

10.2.7. Internationale niet-lineaire omroeporganisaties (Netflix, Amazon Prime Video)

10.2.7.1. Wenselijkheid van regels

De bevroagde internationale streamingdiensten zijn **geen voorstanders** van de invoering van prominentiemaatregelen in Vlaanderen. Ze onderbouwen hun standpunt met de argumenten dat **prominentiemaatregelen de keuzevrijheid en gebruikerservaring voor consumenten ondermijnen**, en dat bijkomende regels mogelijks niet in overeenstemming zijn met bestaande nationale en Europese bepalingen.

10.2.7.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

Mochten er toch mediadiensten van ‘algemeen belang’ vastgelegd worden die prominentie genieten, dan dient dit volgens de streamingdiensten erg beperkt en **op basis van duidelijke, objectieve criteria** (zoals bvb. mediapluralisme, diversiteit, aanbod van nieuws) te gebeuren.

10.2.7.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Indien prominentiemaatregelen ingevoerd moet worden, waar deze spelers geen voorstander van zijn, dan vindt Netflix dat de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces een grote flexibiliteit moeten krijgen in hun implementatie van prominentiemaatregelen, zodat er steeds ruimte is voor innovatie en de ontwikkeling van nieuwe gebruikersinterfaces. Amazon Prime Video in dit scenario verwacht dat enkel aanbieders, van apparaten met gebruikersinterfaces waarvan Vlaanderen het ‘land’ van oorsprong is, gereguleerd zullen worden.

10.2.7.4. Gewenste regelgeving

In de eerste plaats moeten gereguleerde aanbieders van gebruikersinterfaces de grootst mogelijk **flexibiliteit** krijgen om regels te implementeren, **zodat innovatie en verdere ontwikkeling van gebruikersinterfaces niet ingeperkt wordt** en de **keuzevrijheid van de consument niet belemmerd wordt**.

De keuze van de consument (bvb. de optie voor het verwijderen en verplaatsen van apps in een gebruikersinterface) moet altijd de bovenhand krijgen op prominentiemaatregelen. Content die zich ‘opdringt’ door kunstgrepen zoals prominentiemaatregelen, werkt naar de mening van deze spelers enkel contraproductief.

Voorts spreken deze actoren zich uit tegen ingrepen die resulteren in een **ongelijke of discriminerende behandeling** van eender welke betrokken mediadienst, **tegen land/regio-specifieke aanpassingen** aan hun technische infrastructuur, en **tegen manuele ingrepen** in hun geautomatiseerde diensten.

Mocht er regulering omtrent passende aandacht ingevoerd worden, dan zien de streamers deze graag gealigneerd met principes als vrijheid van ondernemen, de Europese (digital) interne markt, consumentenvrijheid, en geharmoniseerd op het niveau van de verschillende EU-landen heen.

De minst hinderlijke vorm van prominentie voor mediadiensten van ‘algemeen belang’ lijkt voor de internationale streamingdiensten een enkele **virtuele ‘tegel’, knop of menu-optie op het startscherm van een gebruikersinterface** die toegang geeft tot alle gekwalificeerde mediadiensten van algemeen belang.

Hoewel ze verkiezen om, indien nodig, prominentie te verlenen op dienstenniveau, vermelden de internationale streamers wel dat de commerciële content van mediadiensten van algemeen belang geen prominentie mag genieten. Dit zou marktverstoring kunnen werken.

10.2.8. Hardware-fabrikanten (Samsung, LG, Phillips)

10.2.8.1. Wenselijkheid van regels

Doordat het huidige wetgevend kader een goede werking van de interne markt ondersteunt en ze geen problemen ondervinden wat prominentie betreft, vinden de hardware-fabrikanten **nieuwe regulering niet aan de orde** voor wat betreft hun smart-omgevingen en gebruikersinterfaces.

10.2.8.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

Wordt er toch regelgeving uitgevaardigd, dan dienen diensten van ‘algemeen belang’, volgens hen op basis van heel **concrete criteria** gedefinieerd worden. Specifieke aandacht moet hier gaan naar het selecteren van een **beperkt aantal diensten, zoals de publieke omroep**, die een functie van algemeen belang heeft en niet elke speler die informatieve content of content voor een breed publiek aanbiedt. Hardware-fabrikanten merken op dat zij zich in een slechte positie bevinden om te oordelen over de relatieve prominentie tussen deze diensten. Ze **waarschuwen ook voor een te uitgebreide lijst van mediadiensten van algemeen belang**. Ze verwijzen hierbij naar bijvoorbeeld Duitsland waar 60 televisiediensten de erkenning van algemeen belang kregen, waardoor het voordeel van prominentie verloren gaat.

10.2.8.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Volgens de fabrikanten zijn regels die **hardware-aanpassingen** met zich meebrengen te **vermijden**, aangezien consumenten volgens hen voornamelijk via de interface van dienstenverdelers of andere content-aggregatoren audiovisuele mediadiensten raadplegen.

10.2.8.4. Gewenste regelgeving

Proportionaliteit, noodzakelijkheid en consumentenbelang zijn voor hen de enige principes die mogelijke nieuwe regels kunnen onderbouwen. Indien uitgaande van deze principes toch regels opgelegd worden, dan moet passende aandacht gelden voor mediadiensten die (i) de consument verkiest; en (ii) door middel van afspraken en overleg met de betrokken actoren (zelfregulering). Een regulator moet pas actie ondernemen als de markt faalt om geïdentificeerde problemen op te lossen.

Smart-tv-aanbieders bepleiten – indien toch nieuwe regels ingevoerd worden - uniforme regels, geharmoniseerd op EU-niveau, en niet per regio (zoals in Vlaanderen). Ze geven aan dat dit mogelijk ingrepen zou vereisen die financieel onhaalbaar zijn. Tegelijkertijd merken ze op dat er ook rekening moet worden gehouden met de individuele behoeften en complexiteit van elke markt.

Voor een meer concrete aanpak verwijzen ze naar de Media Bill in het Verenigd Koninkrijk, die volgens één stakeholder het evenwicht bewaart tussen de belangen van gebruikers, dienstverleners, fabrikanten en platformexploitanten, en ervoor zorgt dat gebruikers diensten van ‘algemeen belang’ gemakkelijk kunnen vinden. Veel zal volgens hen echter afhangen van de details die nog moeten worden vastgelegd. Ze wijzen hier vooral op het belang van **richtlijnen die uitgaan van algemene principes**, in plaats van te proberen de werking van specifieke functies van apparaten te reguleren.

Indien er regulering op niveau van hardware-fabrikanten komt, moet dit volgens Philips aan de hand van een **technologieneutrale aanpak**, waarbij prominentie en must-carry voor diensten van ‘algemeen belang’ in de eerst plaats verzekerd moet worden op die toestellen waar dit momenteel het laagst/minst is. Bij prominentiemaatregelen horen volgens hen ook verplichtingen voor de mediadiensten van ‘algemeen belang’ om de nodige metadata te voorzien bij het signaal dat ze doorsturen. Dit is huns inziens nodig om de vindbaarheid in zoek- en aanbevelingsfuncties te kunnen garanderen. Het gebruiken van open standaarden, naar het voorbeeld van het Verenigd Koninkrijk en hun LCN-systeem (Logical Channel Numbering) voor digitale televisie, is hierbij noodzakelijk voor de fabrikanten.

Volgens de hardware-fabrikanten kunnen prominentiemaatregelen **enkel van toepassing zijn op het niveau van de mediadiensten**. Prominentie op niveau van individuele programma’s zorgt namelijk voor een nieuwe laag van (technische) complexiteit, onder meer door de moeilijkheid van toegang tot metadata, waardoor deze niet wenselijk is.

Andere prominentiemaatregelen die te vermijden zijn, zijn aanpassingen aan hardware die fabrikanten met onmogelijke vereisten opzadelen. Enkel aanpassingen die **proportioneel, technisch en financieel haalbaar** zijn, en in het belang van de eindgebruiker zijn, komen in aanmerking. Voorstellen van bijvoorbeeld Frankrijk en Italië om afstandsbedieningen te reguleren zouden volgens deze spelers de principes van de interne markt schaden en de kosten voor consumenten verhogen.

10.2.9. Vlaamse Regulator voor de Media

10.2.9.1. Wenselijkheid van regels

Een **verregaandere implementatie van Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn**, vertrekkend van **Artikel 155/1 in het Vlaamse Mediadecreet**, is voor regulator VRM wenselijk.

In lijn met de visie van Sectorraad Media van de Strategische AdviesRaad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (SARC)¹¹ wil de VRM dat de Vlaamse Regering criteria opstelt en maatregelen oplegt aan bepaalde bedrijven voor mediadiensten van ‘algemeen belang’. VRM meent dat dit een prangende kwestie is, gezien de signalen die ze hieromtrent opving vanuit de sectorraad Media van de SARC en zoals ze zelf eerder al identificeerde binnen ERGA-werkgroepen (ERGA, 2020). VRM geeft wel aan dat ze hier nog geen officiële klachten over heeft ontvangen.

10.2.9.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

‘Algemeen belang’ kan volgens VRM het best **breed gedefinieerd** worden. Niet enkel programma’s of producties van de openbare omroep dienen passende aandacht te genieten, ook andere **programma’s of producties die aan bepaalde kwaliteits- en originaliteitseisen voldoen** (eventueel gediversifieerd over bepaalde genres) zouden hiervoor in aanmerking moeten kunnen komen. Ze geven hier geen concrete spelers of programma’s aan.

10.2.9.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

De VRM-administratie vindt dat alle, of zoveel mogelijk, ***“partijen die de user interface controleren en impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid van content”*** best in aanmerking komen voor nieuwe prominentiemaatregelen.

10.2.9.4. Gewenste regelgeving

De regulator stelt maatregelen op verschillende vlakken voor, gerelateerd aan **zichtbaarheid, technische oplossingen en marketingoplossingen** (promotie). Een integratie van mediadiensten van ‘algemeen belang’ binnen het **meest aantrekkelijke gedeelte** van een **gebruikersinterface**, bijvoorbeeld het eerste schermgedeelte van een startpagina, lijkt hun een effectieve maatregel. **Aangepaste aanbevelingssystemen** lijken hen ook effectief te zijn. Het opzetten van een specifieke sectie inhoud van ‘algemeen belang’ zou dan weer mogelijk een tegenovergesteld effect kunnen hebben.

Bestaande verplichtingen in Vlaanderen met betrekking tot passende aandacht lijken volgens de VRM ook te kunnen dienen ter ondersteuning van de uitwerking van een beleidskader over prominentie, mits deze bepalingen worden aangepast en/of verduidelijkt; met name de bestaande regulering in verband met de EPG’s van dienstenverdelers, bepalingen betreffende de quota voor Europese producties in de programma-catalogus van niet-lineaire televisieomroeporganisaties, de voorwaarden voor erkenning van Vlaamse co-productieprojecten in het kader van de investeringsverplichting van niet-lineaire televisieomroeporganisaties en de doorgifteverplichting voor dienstenverdelers van een betalende Vlaamse niet-lineaire televisiedienst.

Afhankelijk van wiens belang vooropgesteld wordt, stelt VRM voor **regels vast te leggen ofwel op het niveau van programmatitels** (in het belang van de kijker), **ofwel op**

¹¹ Terug te vinden via https://www.vlaanderen.be/sarc/system/files/import20191118_Advies_omzetting_herziene_AVMD-richtlijn.pdf; en https://www.vlaanderen.be/sarc/system/files/import20200717_Advies_wijziging_Mediadecreet_n.a.v._AVMD2018.pdf

mediadienstenniveau (in het belang van de mediadienst, en diens integriteit en merkbekendheid).

Primeert flexibiliteit en het inspelen op snelle technologische evoluties, dan draagt een principe-gebaseerde aanpak de voorkeur uit. Wordt duidelijkheid en rechtszekerheid vooropgesteld, dan verkiest VRM het invoeren van gedetailleerdere regels. Zelf-/co-regulering door middel van samenwerkingen, in combinatie met het voorzien van aanvullende regulering als vangnet voor het geval zelf-/co-regulering niet effectief blijkt, geven zij aan als de meest breed gedragen vorm van regulering omtrent prominentie in Vlaanderen.

10.2.10. Key takeaways bevraagde stakeholders

Uit de stakeholderbevraging kwamen duidelijke tegenstellingen naar voor aangezien alle spelers voornamelijk uitgaan van het perspectief, met uitgesproken tegenstellingen tussen spelers die geen voorstander zijn van prominentiemaatregelen, spelers die dit enkel beperkt willen zien tot de internationale hardware-fabrikanten, en spelers die uitgesproken voorstander zijn. Er lijkt min of meer consensus te bestaan over het belang van regels die flexibel genoeg zijn om te kunnen aanpassen, de mogelijkheid om de consument toch voldoende vrijheid te laten en als er prominentie moet zijn voor diensten van 'algemeen belang', dan is de VRT de speler die het minst betwist wordt om die status te genieten. Zelfregulering met in meerdere of mindere mate ook een rol voor de regulator, lijkt voor de meerderheid van de spelers te verkiezen, al lijken duidelijke verschillen te bestaan over de invulling van die zelfregulering en de afdwingbaarheid, alsook hoe specifiek principes dan wel moeten zijn. Dissensus bestaat over welke diensten gecapteerd moeten worden, welke diensten begunstigd moeten zijn, en of de prominentiemaatregelen zich dienen te beperken tot diensten dan wel programma's kunnen omvatten.

10.3. Voorstellen van Europese organisaties

Het volgende deel bevat de standpunten en richtlijnen over best practices die door drie instanties naar voren zijn gebracht: de European Broadcasting Union (EBU), de Raad van Europa en de Europese Groep van Regelgevende instanties voor Audiovisuele mediadiensten (ERGA). Sommige bepalingen en benaderingen uit de diverse lidstaten of de plannen daartoe zijn duidelijk aanwezig in de standpunten en richtlijnen die door deze vier entiteiten zijn uitgebracht.¹²

10.3.10. European Broadcasting Union

10.3.1.1. Wenselijkheid van regels

De EBU heeft gelobbyd voor het invoeren van Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn, waarin uitdrukkelijk wordt gepleit voor een **ruime discretionaire bevoegdheid van de lidstaten** om ervoor te zorgen dat inhoud van 'algemeen belang' een prominente plaats inneemt. De AVMD-bepaling schrijft geen bepaalde vorm van prominentie voor en het al dan niet invoeren van

¹² We merken op dat hier geen systematische bevraging ondernomen is van alle relevante Europese belangenvereniging, maar dit deel bevat een samenvatting van enkele toonaangevende documenten en rapporten die vaak aangehaald worden in discussies met betrekking tot prominentie.

dergelijke maatregelen blijft volledig overgelaten aan het oordeel van de lidstaten, met inachtneming van hun **bevoegdheid om culturele aangelegenheden te regelen** (waaronder het bevorderen van pluralisme in de media). De EBU heeft een reeks richtlijnen gepubliceerd over het navigeren door prominentiemaatregelen, één in februari 2021 (EBU, 2021), en twee andere in april 2023 (EBU, 2023a) en mei 2023 (EBU, 2023b). Ze identificeren volgende **apparaten en gebruikersfuncties als spelers met een gatekeeping-functie** die de toegang tot inhoud regelen:

- Set-top-boxen (bvb. dienstenverdelers).
- Connected TV-interfaces (bvb. Samsung, LG), inclusief digitale mediaspelers/dongles (bvb. AndroidTV, FireTV, Apple TV) en afstandsbedieningen.
- Geconnecteerde infotainmentsystemen voor auto's.
- OTT-aggregatoren (bvb. MolotovTV in Frankrijk, Zattoo in Duitsland).
- Spraakassistenten (bvb. Google Assistant, Siri, Amazon Alexa).
- Zoekmachines (bvb. Google search).
- Online platforms (bvb. Facebook, Instagram, TikTok).
- Applicatiewinkels (bvb. Apple AppStore, Google Play).
- Spelconsoles (bvb. Playstation 5).

Ze lijsten volgende praktijken op als **problematisch**:

- **Knoppen op afstandsbedieningen** die prominentie toekennen aan grote Amerikaanse spelers (bvb. YouTube, Netflix, Disney, Amazon Prime Video, Apple TV).
- Vooraf **geïnstalleerde apps en diensten** van grote internationale spelers (bvb. Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV+) die vaak worden weergegeven op het beginscherm van een tv-toestel, set-top-box of gelijkwaardige UI.
- Fabrikanten van geconnecteerde tv's die een **betaling of een overeenkomst tot verdeling** van inkomsten eisen als voorwaarde om publieke media-apps toegankelijk te maken op de UI. Om vooraf te worden geïnstalleerd, zouden publieke omroepen dure overeenkomsten moeten sluiten met elke relevante fabrikant/gebruikersinterface-aanbieder.
- **Toestellen en gebruikersinterfaces die de zichtbaarheid van apps vergroten** die 'in-app aankopen' mogelijk maken, waardoor passende aandacht wordt gekoppeld aan inkomsten. De missie van de publieke omroepen is om alle doelgroepen te bereiken en publieke omroepen bieden meestal geen diensten aan waarvoor gebruikers moeten betalen.
- Apps die **gegevens delen met de hardware-fabrikant** hebben ook de neiging om hoger te scoren dan apps die dat niet doen, waardoor gegevens een vorm van valuta worden.
- Aanbevelingen van gedesaggregeerde content-items via gebruikersinterfaces, die soms ook de tv-fabrikanten zijn, op de beste positie van de pagina weergegeven (bvb. op een grote horizontale banner die een groot deel van het scherm in beslag neemt).
- **Metadata die door apparaten en gebruikersinterfaces** wordt gebruikt om hun positie te versterken en hun eigen AI-systemen, zoekmachines, sterke bibliotheken op te bouwen en andere soorten diensten te verbeteren, enzovoort.
- In de **gebruikersinterface zijn de gerelateerde merken en logo's van de inhoud** van derde partijen niet altijd duidelijk zichtbaar, waardoor het voor het publiek moeilijker is om onderscheid te maken tussen inhoud die door het apparaat en gebruikersinterface-aanbieders wordt geleverd en de inhoud die door derden wordt geleverd.

- De voorrang die gegeven wordt aan de **eigen inhoud/programma's via aanbevelingen op de gebruikersinterface**. Fire TV toont Amazon Prime content, Apple TV toont eigen Apple TV+ content.
- Op de ranglijst van apps in de app stores in categorieën zoals 'aanbevolen voor u', 'populaire apps', 'entertainment', 'nu streamen', 'top gratis', op smart-tv's, mobiele telefoons of tablets, zijn de apps van de publieke omroepen niet zichtbaar of helemaal niet aanwezig, **ondanks het feit dat sommige apps van publieke omroepen tot de populairste streamingdiensten in de respectieve lidstaten behoren**.
- Bij voice search, bijvoorbeeld op Google TV, wordt vaak inhoud van YouTube als eerste keuze gegeven. Spraakassistenten van grote verticaal geïntegreerde spelers die rechtstreeks concurreren om de aandacht van het publiek op de mediamarkt (bvb. Siri - Apple, Google Assistant - Google, Alexa – Amazon) geven de voorkeur aan hun eigen diensten/platforms/apps wanneer gevraagd wordt om een radiostream of een podcast af te spelen, **zelfs als de app van de content-aanbieder al gedownload is op het apparaat**. Deze praktijken ontnemen de aanbieders van media-inhoud inzichten in gegevens/metingen aangezien de directe relatie met hun publiek geïntermedieerd wordt door dergelijke verticaal geïntegreerde diensten.
- Dezelfde spraakassistenten geven ook de voorkeur aan hun eigen diensten/platforms/apps als het gaat om audiovisuele content bij het beantwoorden van een zoekopdracht over specifieke content, bijvoorbeeld een film of een serie. Het geleverde resultaat wordt vaak **aanbevolen op de eigen dienst, zelfs als dezelfde inhoud gratis beschikbaar is op andere diensten**.

De **argumenten** die EBU naar voor schuift **voor de rechtvaardiging van regelgeving** met betrekking tot de vindbaarheid en zichtbaarheid van diensten of content van 'algemeen belang' zijn: (i) vrijheid van meningsuiting, diversiteit van meningen, recht op informatie, culturele diversiteit en sociale cohesie beschermen en bevorderen; (ii) bijdragen aan het goed functioneren van samenlevingen; (iii) desinformatie tegengaan en toegang hebben tot betrouwbare informatie, vooral in tijden van crisis; (iv) gevarieerde inhoud van hoge kwaliteit voor alle doelgroepen bevorderen; (v) burgers in staat stellen inhoud te vinden die gefinancierd wordt met middelen van de burgers; (vi) een gelijk speelveld creëren; (vii) voorkomen dat louter commerciële overwegingen de toegang tot en de zichtbaarheid van inhoud van 'algemeen belang' op platformen bepalen; (viii) onafhankelijkheid van de media behouden en bevorderen.

10.3.1.2. Reikwijdte van 'algemeen belang'

Volgens de EBU zijn begunstigde diensten van 'algemeen belang' voor prominentiemaatregelen de (i) **lineaire en niet-lineaire programmadiensten** (ook programmaonderdelen/gedesaggregeerde inhoud) **van publieke omroepen** (audiovisueel en audio/radio); (ii) **content van commerciële aanbieders die vergelijkbaar is met die van de publieke omroep** op basis van **relevante criteria** bepaald door de nationale regelgever:

- De duur van nieuwsberichten over politieke en actuele zaken.
- De duur van regionale en lokale informatie.
- De transparantie van redactionele richtlijnen.
- Het aandeel van het educatieve aanbod voor met name een jong publiek.

- Het aandeel van eigen producties.
- Het aandeel van toegankelijke aanbiedingen.
- Het aandeel van live inhoud.

Mediadiensten van ‘algemeen belang’ moeten in hun geheel prominent getoond worden. Gedesaggregeerde inhoud van diensten van ‘algemeen belang’ moet echter voorrang krijgen op gebruikersinterfaces waar uitsluitend individuele programma's kunnen worden geselecteerd.

10.3.1.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Regels moeten voor de EBU van toepassing zijn op, tenminste, **de belangrijkste aanbieders van de gebruikersinterface die gebruikt worden voor toegang** tot en distributie van audio- en audiovisuele mediadiensten (bvb. aanbieders van smart-tv's). Om de evenredigheid te garanderen, zouden de prominentiemaatregelen kunnen worden bepaald aan de hand van een **significantiertest**, op basis van bijvoorbeeld het aantal gebruikers of het aantal verspreide eenheden.

10.3.1.4. Gewenste regelgeving

Voor de EBU moet inhoud van ‘algemeen belang’ **gemakkelijk te vinden** en **direct toegankelijk** zijn en de **aandacht** van de gebruiker eerder of in ieder geval even snel **trekken** als andere aanbiedingen (bvb. bovenste positie op de gebruikersinterface). De regels zijn best **flexibel, toekomstbestendig en aangepast op nationaal niveau**. Content-curatie door gatekeepers (zie oplijsting van spelers en problematisch geachte praktijken hierboven) mag alleen worden toegestaan volgens transparante en objectieve criteria die niet in strijd zijn met doelstellingen van ‘algemeen belang’. Ze zouden niet mogen: (i) tussenkomen in de doelbewuste personalisatie van de gebruiker; (ii) mogen discrimineren tussen vergelijkbare aanbiedingen; (iii) tegen betaling of soortgelijke vergoeding een voorkeursbehandeling geven; (iv) hun eigen inhoud of diensten een voorkeursbehandeling geven. De gebruikersinterface moet garanderen dat de identiteit van de mediadienst die de inhoud publiceert duidelijk zichtbaar is.

Prominentie moet volgens EBU gewaarborgd worden op de **landingspagina**, in de **aanbevelingen** voor gebruikers, in de **zoekresultaten** geïnitieerd door de gebruiker, en in **afstandsbedieningssystemen**. Aanbieders van gebruikersinterfaces moeten de criteria, op basis waarvan beslissingen over content-curatie worden genomen, delen met de bevoegde regelgevende instantie en garanderen dat ze voldoen aan de normen die door de autoriteiten zijn vastgesteld.

10.3.2. Raad van Europa

10.3.2.1. Wenselijkheid van regels

Eind 2021 heeft de Raad van Europa zijn Guidance Note on the Prioritisation of Public Interest Content Online gepubliceerd (Raad van Europa, 2021). Lidstaten zouden volgens de Raad van Europa de introductie van nieuwe niet-commerciële prominentiemaatregelen moeten

aanmoedigen en ernaar streven gebruikers beter in aanraking te laten komen met een verscheidenheid aan online media-inhoud. Overheden moeten **waar nodig passende en evenredige maatregelen** nemen om ervoor te zorgen dat inhoud van ‘algemeen belang’ online zichtbaar is. Gebruikersinterfaces en algoritmen voor het modereren van inhoud moeten worden ontworpen om mediapluralisme te beschermen en principes van democratie, de rechtsstaat en mensenrechten hoog te houden. Waar nodig moeten platforms prominentiemaatregelen ontwikkelen in overeenstemming met de vereisten voor het identificeren van inhoud van openbaar belang.

10.3.2.2. Reikwijdte van ‘algemeen belang’

Het bepalen van inhoud van ‘algemeen belang’ moet op basis zijn van **duidelijke, niet-discriminerende, standpuntneutrale, transparante en objectief te rechtvaardigen criteria**.

10.3.2.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Hoewel de **Guidance Nota** niet bindend is, biedt het een leidraad voor landen, overheden, platforms, tussenpersonen, mediaspelers en maatschappelijke organisaties bij het vormgeven, implementeren en/of monitoren van initiatieven op het gebied van prioritering van inhoud. Er wordt niet vermeld op wie de regels voor prominentie van toepassing moeten zijn, maar er wordt wel benadrukt dat deze principes strikt van toepassing moeten zijn op platformen die dominant zijn gezien hun bereik en invloed.

10.3.2.4. Gewenste regelgeving

Omdat prominentiemaatregelen in het ergste geval ook **propaganda en censuur** met zich kunnen meebrengen, moeten content-leveranciers en -gebruikers zoveel mogelijk gevrijwaard worden van deze mogelijke risico's. De Raad van Europa pleit er ook voor om **platforms niet te verplichten om specifieke inhoud/informatie te verspreiden** die staten van publiek belang achten, of partij- of kandidaatspecifieke boodschappen prominent te tonen. Staten zouden evenmin platforms moeten kunnen verplichten hun eigen verklaringen/mededelingen openbaar te maken, met uitzondering van openbare noodsituaties zoals gedefinieerd in Artikel 15 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens.

In diezelfde optiek is het voor de Raad van Europa belangrijk dat **platforms een aanzienlijke beoordelingsmarge krijgen bij de implementatie**; dat **onafhankelijke derden** zoals onafhankelijke nationale reguleringsorganen bepalen wat inhoud van ‘algemeen belang’ is en niet de staten of politieke partijen zelf; dat vormen van co-regulering kunnen worden gebruikt en dat, ten slotte, **naast de platforms, mediaspelers, ook middenveldspelers en andere belanghebbenden** hierbij betrokken moeten worden.

Prominentiemaatregelen moeten voor de Raad onderworpen zijn aan **transparantievereisten** met betrekking tot de criteria/normen voor het definiëren van inhoud van ‘algemeen belang’ (duidelijke richtlijnen) of aan door de staat opgelegde vereisten. Het moet gaan over **niet-discriminerende bepalingen** en er moet **transparantie zijn over het selectieproces van**

content die prominentie verdient en van de resultaten van prioriteringsprocessen (de impact op doelgroepen, maandelijkse en jaarlijkse rapportage). Naar het publiek toe moeten spelers zo transparant mogelijk zijn over hoe prioriteitsbeslissingen tot stand komen.

Toezicht moet worden toevertrouwd aan **onafhankelijke regulatoren** of gelijkwaardige instanties of aan medereguleringsmechanismen. **Zij moeten hiertoe over de nodige bevoegdheden en middelen beschikken.** Staten moeten er ook voor zorgen dat media- en informatievaardigheden (met andere woorden mediawijsheid en datageletterdheid) voldoende worden gefinancierd.

Platformen moeten prominentiemaatregelen kunnen aanvechten als deze in strijd zijn met de grondrechten. Definitieve beslissingen hierover moeten worden genomen door een onafhankelijke regelgevende instantie of een rechtbank. Platformen moeten vrijwillige controle van prioritisering in het 'algemeen belang' waar nodig vergemakkelijken. Er moet een efficiënte **beroepsprocedure** voor worden ingesteld. Rechtbanken dragen de eindverantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat de bepalingen in overeenstemming zijn met de toepasselijke normen op het gebied van mensenrechten en de rechtsstaat, bijvoorbeeld om discriminatie zoals gedefinieerd in Artikel 14 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens te voorkomen of om eerlijke concurrentie te waarborgen.

10.3.3. Europese Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA)

Eén van de belangrijkste taken van ERGA is het leveren van **technische expertise** aan de **Europese Commissie** in haar taak om te zorgen voor een consistente tenuitvoerlegging van de richtlijn audiovisuele mediadiensten in de lidstaten. Dit stuk bevat de standpunten van de ERGA-leden over Artikel 7 bis AVMD-richtlijn op basis van rapporten van ERGA die in 2021 en 2022 gepubliceerd zijn en die gebaseerd zijn op bevragingen onder de ERGA-leden (ERGA, 2021; 2022).

10.3.3.1. Wenselijkheid van regels

Een meerderheid van de ERGA-leden verklaarde dat hun nationale regels bij de omzetting van de herziene AVMD-richtlijn niet voorziet in de omzetting van Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn. Sommige lidstaten verklaarden dat zij **geen noodzaak** zien om een discussie aan te gaan, omdat de **bepaling niet bindend** is. Anderen vermeldde dat er geen problemen werden vastgesteld bij het waarborgen van doelstellingen van 'algemeen belang' en dat er geen redenen naar voren kwamen waarom het nodig zou zijn geweest om audiovisuele diensten van 'algemeen belang' te benadrukken.

Afgezien van enkele lidstaten die in voorbereiding waren om Artikel 7 bis om te zetten, verklaarden sommige ERGA-leden dat er al nationale maatregelen bestonden die lang vóór de herziene AVMD-richtlijn van kracht waren en die ook de toegankelijkheid en vindbaarheid van specifieke inhoud en aanbiedingen zouden garanderen. Deze antwoorden hadden echter meestal

betrekking op must-offer en must-carry-verplichtingen. Volgens deze verplichtingen moet een exploitant die televisieprogramma's distribueert bepaalde kanalen opnemen. De bestaande must-offer en must-carry-verplichtingen moeten duidelijk worden onderscheiden van de prominentiemaatregelen voor inhoud van 'algemeen belang' die in Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn is vastgelegd.

10.3.3.2. Reikwijdte van 'algemeen belang'

Het toepassingsgebied is voor ERGA, logischerwijs, alle soorten audiovisuele mediadiensten, zoals televisie-uitzendingen, audiovisuele mediadiensten op aanvraag, of de aanbieders daarvan:

- De meerderheid van de ERGA-leden was het erover eens dat inhoud van '**algemeen belang**' voornamelijk **mediapluralisme** moet bevorderen en moet bijdragen aan de **vorming van de publieke opinie**. In het algemeen kan een geschikt en actueel 'algemeen belang' als één overkoepelend criterium beschouwd worden voor het bepalen van content van 'algemeen belang'. ERGA-leden gaven vaak aan dat inhoud van 'algemeen belang' vooral wordt gemaakt om het publiek te **informer** en meestal betrekking heeft op belangrijke sociale, culturele of politieke aspecten en andere belangrijke onderwerpen.
- Diensten die inhoud van 'algemeen belang' aanbieden, kunnen worden geïdentificeerd aan de hand van de omvang van de **nieuws- en informatieprogramma's** over deze onderwerpen of aan de hand van het aandeel van de tijd dat lokale of **regionale informatie** wordt uitgezonden. Volgens de meeste leden moet hierbij ook rekening worden gehouden met het aandeel van **nationale en Europese producties** en de vertegenwoordiging van programma's voor eigen productie.
- Sommigen vermeldten dat (nieuws)programma's onderworpen moeten zijn aan **kwaliteitsnormen, geproduceerd moeten worden door professionele journalisten** en onderworpen moeten zijn aan regelgeving inzake objectiviteit en zelfregulerende processen om te voldoen aan de normen van de aanbieders van 'algemeen belang'.
- De meerderheid van de leden benadrukte in hun antwoorden dat een definitie van inhoud van 'algemeen belang' **niet beperkt mag zijn tot publieke media**, maar ook inhoud moet omvatten die wordt aangeboden door commerciële mediadiensten en die gericht is op het vervullen van sociale, democratische en culturele behoeften.

Sommige antwoorden van leden specificeren aanvullende criteria waarmee rekening kan worden gehouden:

- Het **aandeel van programma's voor minderjarigen** die bedoeld zijn voor educatieve, opvoedkundige en informatieve doeleinden.
- De **bescherming van de nationale en culturele identiteit en religieuze activiteiten**.
- Programma's voor de **vertegenwoordiging van culturen van nationale minderheden** en etnische groepen.
- De **relevantie van de inhoud of informatie op een specifieke locatie** of in een specifieke situatie.
- De **bevordering van culturele creativiteit, openbare dialoog, onderwijs, wetenschap en onderzoek**.
- Het aandeel van programma's die bestemd zijn voor **maatschappelijk kwetsbare burgers**.

De meeste leden vonden het cruciaal om **objectieve criteria** en normen vast te stellen en niet te veel in te gaan op een gedetailleerde beoordeling van de inhoud of verwijzen naar mogelijk subjectieve kwaliteitsnormen bij het definiëren van inhoud.

Een **gemengde aanpak voor een definitie** van criteria voor ‘algemeen belang’ is te verkiezen, in combinatie met criteria betreffende de aangeboden inhoud, maar ook indicatoren die verband houden met het type aanbieder van mediadiensten.

Sommige leden benadrukten ook de noodzaak om de criteria voor inhoud van ‘algemeen belang’ te evalueren naar aanleiding van de voortdurende veranderingen in het medialandschap, teneinde de criteria en de doeltreffendheid van prominentiemaatregelen te beoordelen en te actualiseren.

10.3.3.3. Reikwijdte van gereguleerde toestellen en diensten

Uit eigen analyses en discussies met de sector concludeert ERGA dat **distributeurs van audiovisuele mediadiensten** de belangrijkste potentiële geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces zijn van lokale maatregelen op grond van Artikel 7 bis AVMD.

10.3.3.4. Gewenste regelgeving

Maatregelen moeten zo **abstract, principieel en technologisch neutraal** mogelijk zijn om toekomstgericht te zijn.

Ze moeten **evenredig** zijn voor zowel de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces als voor begunstigde diensten van ‘algemeen belang’. Een definitie van **uitgebreide categorieën maatregelen of soorten maatregelen** wordt aanbevolen. Hieronder rekenen zij alvast zichtbaarheid op gebruikersinterfaces of websites, aanbevelingen, voorgeselecteerde aanbiedingen van inhoud en uitgelichte informatie en eenvoudige navigatie voor een gebruiker binnen een dienst, zoals zoekopties. Audiovisuele media-inhoud van ‘algemeen belang’ en met name geselecteerde individuele diensten moeten zowel in aanbevelingen als in zoekfuncties van geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces verschijnen. Bepaalde vormen van media-inhoud die moeten worden gepromoot, kunnen als dusdanig worden geïdentificeerd (d.w.z. inhoud van ‘algemeen belang’ wordt bij het uploaden als zodanig gemarkeerd). Deze gemarkeerde inhoud kan meer aandacht krijgen dan inhoud die niet is gemarkeerd als inhoud van ‘algemeen belang’. Het is noodzakelijk om de juiste balans te vinden tussen de doelstelling om de zichtbaarheid van de media-inhoud te garanderen en de noodzaak om platformen in staat te stellen hun gebruikers de dienst te bieden die zij verwachten. Algoritmes zouden de voorkeuren van klanten en hun eerdere zoekopdrachten kunnen matchen met bepaalde inhoud die regelgevers/aanbieders willen promoten en zo voor prominentie zorgen.

De definitie van **categorieën of soorten maatregelen** zou doorslaggevend moeten zijn in plaats van voorbeelden van maatregelen (d.w.z. zichtbaarheid op websites, aanbeveling, navigatie, zoekopdrachten). Een juiste labeling van **geadresseerde aanbieders van**

gebruikersinterfaces, begunstigde diensten van ‘algemeen belang’, bepalingen en prominentiewijzen is bijgevolg zeer belangrijk om ervoor te zorgen dat ze de juiste aandacht krijgen.

Alle maatregelen om ervoor te zorgen dat de audiovisuele media-inhoud voldoende op de voorgrond treedt, dienen afhankelijk te zijn van de **toestemming van de aanbieder van audiovisuele media-inhoud en dergelijke maatregelen dienen kosteloos te worden aangeboden**. Deze maatregelen mogen – zonder toestemming van de aanbieder van de inhoud – niet worden gebruikt voor aanvullende reclame-of sponsordoeleinden door het netwerk of de operator. Die laatste bepaling verwijst naar **signaalintegriteit**.

RELEVANTE BEPALINGEN IN DE EUROPESE REGELGEVING EN BUITENLANDSE VERGELIJKING

11. Relevante bepalingen in de Europese regelgeving en buitenlandse vergelijking

11.1. Inleiding

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van relevante bepalingen in Europese regelgeving die rechtstreeks of indirect van belang zijn voor bepalingen met betrekking tot zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht. We bespreken kort vier Europese regelgevende instrumenten die vaak genoemd worden wanneer het gaat over prominentiemaatregelen: de Richtlijn audiovisuele mediadiensten (AVMD-richtlijn), de Richtlijn inzake elektronische handel, de Europese Verordening mediavrijheid (EMFA), en het Europees wetboek voor elektronische communicatie (EECC). Daarnaast biedt dit hoofdstuk een overzicht van bestaande maatregelen uitgewerkt in verschillende landen.

Inzichten uit dit hoofdstuk bouwen verder op bestaande onderzoeken en rapporten, de opvolgingstabel inzake nationale AVMD-richtlijnomzettingen van het European Audiovisual Observatory (European Audiovisual Observatory, 2024), interviews met academische experts, stakeholders en mediaregulatoren, beleidsdocumenten uit de diverse markten, en relevante passages in de vakpers over dit onderwerp en de Technical Regulations Information System (TRIS) databank van de Commissie (Europese Commissie, z.d.). Deze databank vergemakkelijkt informatie-uitwisselingen tussen de lidstaten, de Commissie en andere deelnemende landen en dient als een hulpmiddel om preventief te beschermen tegen het creëren van technische barrières op vlak van handel, vrijheid van dienstverrichting en vrijheid van vestiging.¹³

Bevindingen met betrekking tot lidstaten die Artikel 7 bis van AVMD-richtlijn hebben omgezet in nationale wetgeving of die al soortgelijke regels hadden vóór de implementatie van de richtlijn, worden samengevat in de landentabellen. In de bijlage is extra informatie opgenomen (o.m. over de tijdslijn van de verschillende procedures tussen Commissie en Lidstaten). Dit hoofdstuk presenteert achtereenvolgens relevante beleidsdiscussies op Europees niveau, met name betreffende de link tussen Artikel 7 bis en andere wetgevende bepalingen. Vervolgens bespreekt dit hoofdstuk de synthetiserende landentabellen, om nadien af te sluiten met een overschouwende samenvatting en een aantal key takeaways omtrent de omzetting van Artikel 7 bis in de verschillende lidstaten. De analyse van de landencase werd afgerond in september. Ontwikkelingen na die periode zijn niet meegenomen in het rapport.

Bij vertalingen van wetgeving en bepalingen wordt in de bespreking van de Europese regelgeving naar de officiële Nederlandstalige vertalingen gewezen, bij de landencases wordt een eigen vertaling gemaakt of – waar nodig – de verwoording hernomen in de oorspronkelijke taal.

¹³ Artikel 5 van de Richtlijn (EU) 2015/1535 stelt dat, onverminderd Artikel 7, de lidstaten de Commissie onverwijld ieder ontwerp voor een technisch voorschrift meedelen, tenzij het een integrale omzetting van een internationale of Europese norm betreft, in welk geval louter met een mededeling van de betrokken norm kan worden volstaan. Lidstaten kunnen dankzij deze procedure ook hun opinie meedelen over de bepalingen.

11.2. Bepalingen in de Europese regelgeving

11.2.1. Richtlijn audiovisuele mediadiensten (AVMD)

De Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (AVMD-richtlijn) van 2018 (Richtlijn 2018/1808) voorziet de mogelijkheid voor lidstaten om *"maatregelen te nemen om passende aandacht voor audiovisuele mediadiensten van 'algemeen belang' te waarborgen"* (Artikel 7 bis). Overweging 25 bij Artikel 7 bis luidt:

*"Richtlijn 2010/13/EU doet geen afbreuk aan het vermogen van de lidstaten om verplichtingen op te leggen ter waarborging van **passende zichtbaarheid** van **inhoud** van **'algemeen belang'** op grond van gedefinieerde doelstellingen betreffende het **"algemeen belang"**, zoals pluralisme in de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit."*

De formulering uit deze overweging is niet bindend, en is bovendien gedefinieerd met veel ruimte voor verdere interpretatie. Zo laat AVMD toe dat lidstaten niet alleen volledige diensten kunnen opnemen, maar ook afzonderlijke programma's/segmenten, dat ze zelf modaliteiten dienen uit te werken voor transparantie, naleving, afbakening van 'algemeen belang', bepalingen die vastleggen wie geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces en wie begunstigde diensten van 'algemeen belang' zijn. De omzetting van de prominentiebepalingen verschilt bijgevolg sterk in de verschillende lidstaten. De verscheidenheid is inherent aan de minimale harmonisering en is ook het gevolg van de specifieke marktcontext (het aantal spelers in een markt, de marktomvang, enz.) en de reeds bestaande wetgeving met betrekking tot mediadiensten.

Artikel 7 bis vermeldt expliciet de passende aandacht van audiovisuele mediadiensten, zonder melding te maken van audio-diensten, app stores, voice assistants of spelconsoles. Alliance Française des Industries du Numérique (AFNUM, de Franse belangenverenigingen voor digitale industrieën greep dit aan om te stellen dat het uitbreiden van prominentieregels buiten audiovisuele mediadiensten *"ernstige vragen oproept over de verenigbaarheid van deze wet met de AVMD"* (AFNUM, 2022). Echter, de regels van AVMD gelden voor alles wat geharmoniseerd is binnen de AVMD. Audio-diensten en app stores vallen bijvoorbeeld niet onder de reikwijdte van de AVMD, dus daar zijn lidstaten vrij om verplichtingen uit te werken. Artikel 4 van de AVMD bepaalt:

"Lidstaten blijven vrij om van mediadienstverleners onder hun rechtsbevoegdheid te eisen dat zij zich houden aan meer gedetailleerde of strengere regels op de terreinen die door deze richtlijn worden gecoördineerd, mits dergelijke regels in overeenstemming zijn met het Unierecht."

Een gevolg van het land-van-oorsprong-beginsel, verankerd in Artikel 2.1 en 3.1 van de AVMD-richtlijn, is dat een aanbieder van mediadiensten enkel onderworpen is aan de rechtsbevoegdheid en regulering van het land waarin het is gevestigd. Het land-van-oorsprong-beginsel heeft tot doel meervoudige en potentieel tegenstrijdige regelgeving van verschillende lidstaten voor een enkele

dienst te vermijden. Elk EU-land is vrij om nationale regels aan te nemen die strenger zijn dan de AVMD, maar deze kunnen alleen worden toegepast op aanbieders die onder de bevoegdheid vallen van die betrokken EU-lidstaat. Dit betekent dat een aanbieder van mediadiensten alleen hoeft te voldoen aan de regels en voorschriften van het eigen land, zelfs als hij diensten verleent aan publiek in andere EU-lidstaten. Hierop bestaan een aantal derogaties (in het kader van bescherming minderjarigen).

Artikel 13, lid 1 van de AVMD, m.b.t. het 30% aandeel van Europese werken, vermeldt de verplichting voor aanbieders van on-demand audiovisuele mediadiensten om de aandacht voor Europese werken te waarborgen, en specificeert dat deze aanbieders onder de rechtsbevoegdheid van de lidstaat moeten vallen. Artikel 13, lid 2 over financiële bijdragen vermeldt eveneens dat lidstaten “[...] ook van aanbieders van mediadiensten die zich op hun grondgebied richten, maar gevestigd zijn in andere lidstaten, dergelijke financiële bijdragen kunnen eisen, die evenredig en niet-discriminerend dienen te zijn.” In dit laatste geval wordt dus expliciet afgeweken van het land-van-oorsprong-beginsel. Artikel 28 bis van de AVMD introduceert de toepassing van het land-van-oorsprong-beginsel voor aanbieders van videoplatformdiensten (VSP's) door verwijzing naar Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel. Artikel 28 bis luidt: *“Voor de toepassing van deze richtlijn valt een aanbieder van videoplatforms die op het grondgebied van een lidstaat is gevestigd in de zin van Artikel 3, lid 1, van Richtlijn 2000/31/EG, onder de bevoegdheid van die lidstaat.”*

Artikel 7 bis specificeert echter niet of de bepalingen van toepassing zijn op spelers die diensten en hardware aanbieden in een land, dan wel enkel van toepassing zijn op spelers die gevestigd zijn in dat land. Enerzijds moeten **lidstaten op dit moment anticiperen op de mogelijkheid dat de Commissie in de nabije toekomst een procedure voor het Hof van Justitie van de Europese Unie inleidt tegen Frankrijk**, op grond van Artikel 258 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU), wegens het niet voldoen aan de verplichtingen van Richtlijn (EU) 2015/1535, **als gevolg van een ongeoorloofde afwijking van het land-van-oorsprong-beginsel bij de uitwerking van prominentiemaatregelen o.b.v. Artikel 7 bis AVMD** (Europese Commissie, 2024b). Anderzijds heeft de Commissie geen opmerkingen gegeven bij Duitse uitwerking van prominentiemaatregelen o.b.v. Artikel 7 bis AVMD, hoewel deze mogelijk ook spelers die diensten en hardware aanbieden gevestigd buiten Duitsland aan Duits regelgeving zou onderwerpen (Europese Commissie, 2020). In nagenoeg alle publieke communicatie van vertegenwoordigers van de Commissie over Artikel 7 bis wordt gesproken over zowel spelers die gevestigd zijn in een lidstaat als de spelers die actief zijn in een bepaalde lidstaat maar daar niet noodzakelijk gevestigd zijn.

11.3. Richtlijn inzake elektronische handel (e-Commerce Directive)

De Richtlijn inzake elektronische handel (Richtlijn 2000/31) vormt het horizontale kader voor diensten van de informatiemaatschappij. Artikel 3, lid 1 en lid 2 leggen het beginsel van de interne markt vast voor diensten van de informatiemaatschappij (gedefinieerd in Artikel 2, a) en verder toegelicht in overweging 18). Deze bepalingen streven naar de vrijheid om diensten over

landsgrenzen heen aan te bieden, zoals uiteengezet in Artikel 56 van het VWEU(Verdrag 2016/C 202/01), te waarborgen.^{14 15} Internationale streamingdiensten in onze consultatie hebben het land-van-oorsprong-beginsel en de vrijheid van onderneming onder het VWEU aangehaald om hun tegenkanting tegen een op hen geldende Vlaamse omzetting van Artikel 7 bis kracht bij te zetten en onverenigbaarheden van de bepaling met de Richtlijn inzake elektronische handel te benadrukken. Het interne-marktargument wordt aangevoerd in alle discussies door degenen die zich verzetten tegen de prominentieregels in Artikel 7 bis AVMD. De Franse Alliantie van Digitale Industrieën (AFNUM, 2022), stelt zich vragen bij prominentiemaatregelen en *“de verenigbaarheid met de Richtlijn audiovisuele mediadiensten en Richtlijn inzake elektronische handel en het ‘land-van-oorsprong-beginsel’*. DigitalEurope (2022) de beroepsvereniging die de digitale technologie-industrie vertegenwoordigt, is ook van deze strekking en stelt dat uiteenlopende interpretaties van Artikel 7 bis in combinatie met (huns inziens) inbreuken op het land-van-oorsprong-beginsel leiden tot *“een aanzienlijke belemmering van de vrijheid van grensoverschrijdende levering van goederen (smart-tv & andere apparaten) en diensten (audiovisueel) in de interne markt [...] daarom moeten regels ter bevordering van mediapluralisme (bvb. publieke waarde, prominentie) op het niveau van de lidstaten beperkt worden tot maatregelen die niet leiden tot fragmentatie van de interne markt.”* (vertaald citaat).

Artikel 3, lid 4 van de Richtlijn inzake elektronische handel geeft een exhaustieve lijst van afwijkingen van de beginselen van Artikel 3, lid 1 en lid 2, ter bevordering van openbare orde, bescherming van de volksgezondheid, openbare veiligheid en bescherming van consumenten met inbegrip van beleggers. Sommige geïnterviewden claimden dat Artikel 3, lid 4 in dit geval niet kan worden gebruikt om af te wijken van het land-van-oorsprong-beginsel . Omdat de regels ter bevordering van prominentie van algemene en abstracte aard zijn, lijken ze niet onder de afwijkingsprocedure te vallen.

In plaats daarvan lieten verschillende geïnterviewden zich wel ontvallen dat Artikel 1, lid 6 zou kunnen worden gebruikt voor een afwijking van het land-van-oorsprong-beginsel. Artikel 1, lid 6 onder ‘Doel en toepassingsgebied’ bepaalt dat de richtlijn geen afbreuk doet aan *“maatregelen die op communautair of nationaal niveau met inachtneming van het Gemeenschapsrecht genomen zijn ter bevordering van de cultuur- en taalverscheidenheid en ter bescherming van het pluralisme.”* In de TRIS-procedure zou de Commissie bij de uitwerking van maatregelen van lidstaten kunnen vaststellen dat Artikel 1, lid 6 van toepassing is als afwijking voor Artikel 3.

11.4. Verordening Mediavrijheid (European Media Freedom Act)

Op 17 april 2024 werd de EMFA gepubliceerd in het Publicatieblad van de Europese Unie (Verordening 2024/1083). Deze Europese Verordening Mediavrijheid stelt regels vast om mediapluralisme en onafhankelijkheid in de EU te beschermen. Artikel 20 introduceert daarbij een recht voor gebruikers om de configuratie, inclusief de standaardinstellingen, van een apparaat of

¹⁴ 3, lid 1 *“Iedere lidstaat zorgt ervoor dat de diensten van de informatiemaatschappij die worden verleend door een op zijn grondgebied gevestigde dienstverlener voldoen aan de in die lidstaat geldende nationale bepalingen die binnen het gecoördineerde gebied vallen.”*

¹⁵ 3, lid 2 *“De lidstaten mogen het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij die vanuit een andere lidstaat worden geleverd, niet beperken om redenen die vallen het binnen het gecoördineerde gebied.”*

gebruikersinterface aan te passen, waaronder dus ook die van smart-tv's, waardoor ze het media-aanbod kunnen wijzigen om hun eigen voorkeuren weer te geven. Artikel 20, 'Recht op aanpassing van het media-aanbod' luidt als volgt:

“1. Gebruikers hebben het recht om de configuratie, met inbegrip van de standaardinstellingen, van een apparaat of gebruikersinterface waarmee de toegang tot en het gebruik van mediadiensten die programma's aanbieden wordt gecontroleerd of beheerd, met inachtneming van het Unierecht eenvoudig te wijzigen teneinde het media-aanbod aan te passen aan hun interesses of voorkeuren. Dit lid doet geen afbreuk aan nationale maatregelen ter uitvoering van de Artikelen 7 bis of 7 ter van Richtlijn 2010/13/EU.

2. Bij het op de markt brengen van apparaten en gebruikersinterfaces als bedoeld in lid 1 moeten fabrikanten, ontwikkelaars en importeurs ervoor zorgen dat deze apparaten en gebruikersinterfaces een functionaliteit hebben waarmee gebruikers op ieder moment hun configuratie, waaronder de standaardinstellingen voor het controleren en beheren van de toegang tot en het gebruik van de mediadiensten, vrij en eenvoudig kunnen wijzigen.

3. Fabrikanten, ontwikkelaars en importeurs van apparaten en gebruikersinterfaces als bedoeld in lid 1 zorgen ervoor dat de visuele identiteit van aanbieders van mediadiensten tot de diensten waarvan hun apparaten en gebruikersinterfaces toegang geven, consequent en duidelijk zichtbaar is voor de gebruiker.

4. De lidstaten treffen passende maatregelen om ervoor te zorgen dat fabrikanten, ontwikkelaars en importeurs van apparaten of gebruikersinterfaces als bedoeld in lid 1 de leden 2 en 3 naleven.

5. De raad bevordert de samenwerking tussen aanbieders van mediadiensten, normalisatie-instanties of andere belanghebbenden om de ontwikkeling van geharmoniseerde normen in verband met het ontwerp van apparaten of gebruikersinterfaces als bedoeld in lid 1 of door dergelijke apparaten doorgegeven digitale signalen, te bevorderen.”

Sinds het voorstel van het artikel volgden discussies over hoe **Artikel 20 EMFA en Artikel 7 bis AVMD** zich tot elkaar verhouden. Artikel 20, lid 1 EMFA stelt: *“dit lid doet geen afbreuk aan nationale maatregelen ter uitvoering van de Artikelen 7 bis of 7 ter van Richtlijn 2010/13/EU”* en Artikel 20, lid 2 EMFA bepaalt dat gebruikers *“vrij en gemakkelijk”* wijzigingen moeten kunnen aanbrengen in de standaardinstellingen van hun apparaten en gebruikersinterfaces. Met name het rapport van CERRE (Ledger, 2023) bediscussieert dat Artikel 20 EMFA kan worden geïnterpreteerd zodat *“dit betekent dat de nationale regelgeving die de regels inzake prominentie ten uitvoer brengt, moet kunnen beslissen of kijkers ondanks de regels inzake prominentie nog steeds het recht hebben om het media-aanbod aan hun voorkeuren aan te passen”*, zoals in Frankrijk effectief is gebeurd.

Door tegenstanders van prominentiemaatregelen werd in de ontwerpfase van Artikel 20 EMFA een mogelijk tegenstrijdige verhouding tussen dit artikel en Artikel 7 bis AVMD opgeworpen. In 2022 betoogde de Duitse fabrikantenvereniging ZVEI (2022) bijvoorbeeld dat mediadiensten die onder nationale prominentieregels prominent worden gemaakt, niet uitgesloten mogen worden van aanpassingsopties. Zij pleitten destijds in de ontwerpfase van de Verordening voor hetzij een afschaffing van Artikel 20, lid 1 of het vermelden dat prominentiebepalingen geen aanpassingsopties in de weg mogen staan die de gebruiker in staat stellen om eender welke vooraf geïnstalleerde volgorde van mediadiensten aan te passen. De positie van ZVEI werd versterkt in een gezamenlijke position paper met ANGA (2023) (Vereniging van Duitse Kabeloperators) en Bitkom, die toevoegden dat, indien mediaprogramma's of -kanalen vaststaan op gebruikersinterfaces zonder enige mogelijkheid om te worden gewijzigd door de gebruiker, er een potentieel risico bestaat dat de aanbieder van de gebruikersinterface daar misbruik van zou maken (door bvb. zijn eigen aanbod, of het aanbod waarvoor het meeste werd betaald op de meest zichtbare plaats te zetten), en dit risico kan in die omstandigheden moeilijk geremedieerd worden. Met een vergelijkbaar argument betoogde de European VOD Coalition (2023) de afschaffing van de verwijzing naar Artikel 7bis AVMD.

De discussie bleef ook na de goedkeuring van de EMFA. De mogelijkheid voor gebruikers om het media-aanbod aan te passen zou volgens Ledger (2023) duidelijker moeten worden verwoord in de AVMD-richtlijn, aangezien de huidige formulering van de EMFA tot verschillende interpretaties kan leiden over wat dit in de praktijk betekent.

Een mogelijk compatibiliteitsprobleem dat werd opgeworpen door één van de geraadpleegde juridische experts, kan voortvloeien uit het kiezen voor een hardware-oplossing zoals een merkspecifieke toegewijde knop op de afstandsbediening die leidt naar de specifieke PSM-dienst. Onder Artikel 20, lid 1 EMFA zou dit eventueel problematisch kunnen zijn omdat dergelijke knoppen “de toegang tot en het gebruik van mediadiensten beheren” en consumenten daarom “vrij en gemakkelijk” moeten kunnen configureren. Het hebben van een ‘lege’ knop zonder een specifiek merk zou dit compatibiliteitsrisico kunnen vermijden. Echter, technisch gezien zou het wél degelijk kunnen dat, om volledig in lijn te zijn met Artikel 20, lid 1, dat een consument de mogelijkheid krijgt om op een Netflix-button een YouTube-snelkoppeling te plaatsen. In die optiek suggereren sommigen de optie om te werken met numerieke knoppen en de consument de keuze te geven om zelf fast buttons in te stellen.

Op een workshop georganiseerd door CERRE erkende Anna Herold (hoofd van de Unit Audiovisual & Media Services Policy) de moeilijke verenigbaarheid tussen de twee bepalingen. Ze gaf wel aan dat beide bepalingen naast elkaar kunnen bestaan:

“We would take an interpretation (...) that pursues both objectives which is ultimately access to wider media diversity that tries to see their harmonious application. (...) We think that you could easily allow at the same time the user to change its interface and move around icons that give access to the general interest services that were designed at the national level. I do think we should not take an interpretation that would

go as far as to say that they should prevail totally over the user choice but neither an interpretation that would mean that you could remove entirely you know those services from the interface.(...) It could be perfectly possible for a provider to still continue to give prominence to a certain service on the interface without disturbing the basic choice of the customer that might have its preferences in the first row of its content choices.” (Anna Herold, getranscribeerd van mondelinge toelichting tijdens CERRE, 2024)¹⁶

In deze interpretatie zou het kunnen dat gebruikers de flexibiliteit krijgen om wel degelijk de volgorde aan te passen, de zichtbaarheid van eigen voorkeuren te wijzigen en dergelijke meer, maar dat – in lijn met Artikel 7 bis – toch garanties kunnen bestaan dat de diensten erkend als diensten van ‘algemeen belang’ op de één of andere manier zichtbaar blijven. Het mag duidelijk zijn dat de verenigbaarheden wel degelijk verdere uitklaring behoeven. Herold benadrukte in deze het belang van stakeholderoverleg, wat de Commissie vanaf de aanstelling van huidige Commissie Von Der Leyen II zou uitwerken, evenals het belang van richtsnoeren ter verduidelijking van de interpretatie van de regels, zowel voor lidstaten als voor de spelers op dewelke de bepalingen van toepassing zijn. Een verwijzing naar uit te werken richtsnoeren voor de toepassing van EMFA met betrekking tot Artikel 7 bis AVMD, vinden we ook expliciet terug in Artikel 16 2.A van de EMFA.

11.5. Europees Wetboek voor elektronische communicatie (European Electronic Communication Code)

De Richtlijn tot vaststelling van het Europees Wetboek voor Elektronische Communicatie (EWEC) (Richtlijn 2018/1972) is relevant met betrekking tot prominentie omdat ze een aantal bepalingen bevat die de toegang tot bepaalde diensten faciliteren of verplichten, en daarmee dus ook de zichtbaarheid van die diensten. Bovendien bevat het bepalingen gelieerd aan zowel de Elektronische Programmagidsen (EPG's) als must-carry-statuu, dat toegekend wordt vanuit doelstellingen voor ‘algemeen belang’. Om die reden wordt bij de uitwerking van prominentieregels binnen lidstaten vaak verwezen naar bestaande regels rond EPG's en must-carry.

De EWEC stelt een reeks regels vast voor elektronische communicatienetwerken,¹⁷ elektronische communicatiediensten¹⁸ en bijbehorende faciliteiten en diensten. Hieronder vallen regels over

¹⁶ Volledige workshop te bekijken via deze link: <https://www.youtube.com/watch?v=Ueq23OY7Nps>

¹⁷ Elektronische communicatienetwerk wordt als volgt gedefinieerd: “de transmissiesystemen, al dan niet gebaseerd op een permanente infrastructuur of gecentraliseerde beheercapaciteit, en in voorkomend geval de schakel- of routeringsapparatuur en andere middelen, waaronder netwerkelementen die niet actief zijn, die het mogelijk maken signalen over te brengen via draad, radiogolven, optische of andere elektromagnetische middelen waaronder satellietnetwerken, vaste (circuit- en pakketgeschakelde, met inbegrip van internet) en mobiele netwerken, elektriciteitsnetten voor zover deze voor overdracht van signalen worden gebruikt, netwerken voor radio- en televisieomroep en kabeltelevisienetwerken, ongeacht de aard van de overgebrachte informatie” (EWEC, Art 2.1).

¹⁸ Elektronische communicatiedienst wordt als volgt gedefinieerd: “een gewoonlijk tegen vergoeding via elektronischecomunicatienetwerken aangeboden dienst, die, met uitzondering van diensten waarbij met behulp van elektronischecomunicatienetwerken en -diensten overgebrachte inhoud wordt geleverd of redactioneel wordt gecontroleerd, de volgende soorten diensten omvat: a) internettoegangsdienst” in de zin van Artikel 2, tweede alinea, punt 2, van Verordening (EU)

systemen voor voorwaardelijke toegang (conditional access systemen (CAS)),¹⁹ toepassingsprogrammaverbindingen (Application Programming Interfaces (API's))²⁰ en EPG's. Omdat de EECB niet van toepassing is op inhoud, maar alleen op transmissie, bepaalt Artikel 62, lid 3 dat alle bepalingen met betrekking tot de CAS, API's en EPG's:

“Geen afbreuk doen aan de bevoegdheid van de lidstaten om verplichtingen op te leggen in verband met de presentatie van EPG's en soortgelijke overzichts- en navigatiefaciliteiten.”

Studies naar de impact van EPG-positionering op traditionele uitzenddiensten hebben aangetoond dat hogere posities op EPG's het publieksbereik en kijkcijfertaandeel kunnen beïnvloeden (Expert Media Partners, 2018). In die context komt logische kanaalnummering (LCN), een gevestigd systeem dat prioriteit geeft aan een lijst van kanalen en diensten, naar voor, meestal bepaald en/of gemonitord door een nationale mediaregulator (bvb. in Italië het geval (AGCOM, 2024b)) en geïmplementeerd door technologiefabrikanten en aanbieders van mediadiensten. Maar EPG's hebben voornamelijk invloed op live-uitzendinhoud op smart-tv's en niet zozeer op on-demand diensten. Smart-tv's en dienstenverdelers worden gezien als aggregatoren van inhoud op hun interfaces die bestaande EPG's omzeilen, door voorstelling van programmatitels -en diensten via een eigen interface, of door zelf FAST-kanalen weer te geven. Discussies rond de samenhang tussen EPG-bepalingen en prominentiemaatregelen zijn vooral relevant in die landen waar de volgorde van kanalen bepaald is door bepaalde criteria (waaronder 'algemeen belang'), die ter inspiratie dienen voor de uitwerking van de lijst met begunstigde diensten van 'algemeen belang'.

Artikel 7 bis van de AVMD bevat de bewoordingen “*audiovisuele mediadiensten van ‘algemeen belang’*”; bewoordingen die dicht bij de must-carry-verplichting zoals opgenomen in de EECB liggen. De wettelijke basis voor het opleggen van must-carry-verplichtingen is te vinden in de EECB (Artikel 114, en Overweging 308, 309 en 310). Must-carry verplichtingen worden vooral naar voor geschoven met het oog op mediadiversiteit en -pluralisme en om er zeker van te zijn dat bepaalde programma's beschikbaar zijn voor de volledige bevolking (Europese Commissie, 2022). Wat 'algemeen belang' is, wordt op het niveau van de lidstaten bepaald.

Artikel 114 luidt als volgt:

*“Lidstaten kunnen ten aanzien van nader bepaalde radio- en televisieomroepkanalen en daaraan gerelateerde complementaire diensten, met name toegankelijkheidsdiensten om een passende toegang voor eindgebruikers met een handicap en data ondersteunende **geconnecteerde televisiediensten en EPG's***

2015/2120;b) interpersoonlijke communicatiedienst; c) diensten die geheel of hoofdzakelijk bestaan in het overbrengen van signalen zoals transmissiediensten die voor het verlenen van intermachinale diensten en voor omroep worden gebruikt.” (EWEC, Art 2.4).

¹⁹ Een systeem voor voorwaardelijke toegang wordt gedefinieerd als “elke technische maatregel, authenticatiesysteem en/of regeling waarbij toegang tot een beschermde radio- of televisieomroepdienst in begrijpelijke vorm afhankelijk wordt gemaakt van een abonnement of een andere vorm van voorafgaande individuele machtiging.” (EWEC, Art. 2.12).

²⁰ Een API is “een software interface tussen externe toepassingen, die beschikbaar is gesteld door omroepen, dienstenleveranciers, alsmede de hulpmiddelen in de eindapparatuur.” (EWEC, Art 2.10).

*mogelijk te maken, aan de onder hun bevoegdheid ressorterende ondernemingen die elektronische communicatienetwerken en -diensten aanbieden welke voor de distributie van radio- en televisieomroepkanalen aan het publiek worden gebruikt, redelijke doorgifteverplichtingen opleggen indien die netwerken en diensten voor een significant aantal eindgebruikers ervan het **belangrijkste middel** zijn om radio- en televisieomroepkanalen te ontvangen. Dergelijke verplichtingen worden **alleen opgelegd indien zij noodzakelijk zijn om doelstellingen van ‘algemeen belang’ als duidelijk omschreven door elke lidstaat te verwezenlijken, en zijn evenredig en transparant.***”

De EECC staat een verscheidenheid aan nationale juridische benaderingen toe, rekening houdend met de gedekte netwerken (kabel, maar ook digitale ethertelevisie (DTT), Internet Protocol Television (IPTV) en satelliet)), de te dragen kanalen (publieke omroepen maar ook anderen), of de passende vergoeding voor het uitvoeren van must-carry-verplichtingen zoals beschreven in lid 3 van Artikel 114. De studie van CERRE (Ledger, 2023) pleit er alvast voor om de wisselwerking tussen de must-carry-regels en de regels inzake prominentie te specificeren, waarbij kan worden vermeld of er een passende vergoeding kan worden voorzien voor het uitvoeren van prominentieregels en, zo ja, welke voorwaarden aan deze vergoeding moeten worden verbonden. Belangrijk op te merken is wel dat de uitwerking van ‘algemeen belang’ bij Artikel 7 bis niet dezelfde hoeft te zijn als eventuele bepalingen onder de EWEC. Eveneens dient te worden opgemerkt dat het bij EWEC gaat om maatregelen die toegang opleggen, wat niet hetzelfde betekent als zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht.

Een beperkt aantal belanghebbenden die deelnamen aan onze consultatie verwezen ook naar de bestaande must-carry-verplichtingen en definities van wat als een dienst van ‘algemeen belang’ wordt beschouwd. Ook juridische experts die voor deze studie werden geïnterviewd, benadrukten dat nationale autoriteiten inspiratie zouden moeten halen uit de EECC voor het implementeren van de prominentieregels uit Artikel 7 bis.

11.6. Omzetting van prominentiebepalingen door EU-lidstaten

11.6.1. Duitsland

Artikel 84 van de Duitse Mediawet (Medienstaatsvertrag, in het Engels naar verwezen als Interstate Media Treaty, hierna ‘mediastaatsverdrag’) bevat regels over de prominentie van (tv- en radio) uitzendingen, en on-demand diensten op gebruikersinterfaces van mediaplatforms (Medienanstalten, 2020a). In de toelichting (Rundfunkkommission, 2020) bij de wetgeving wordt uitgelegd dat het doel van de bepaling is om mediapluralisme te waarborgen. Het mediastaatsverdrag bepaalt dat de regionale media-autoriteiten (de media-autoriteiten van de deelstaten) de details van de regels moeten vastleggen in gezamenlijke statuten of richtlijnen (Ledger, 2023). In december 2020 presenteerden de Duitse toezichthouders voor media (de Landesmedienanstalten of Medienanstalten, hierna ‘mediaregulatoren’) een reglement betreffende de concretisering van de bepalingen van het mediastaatsverdrag inzake

mediaplatforms en gebruikersinterfaces krachtens Artikel 84, lid 8 en Artikel 88. In juni 2021 is de regeling in werking getreden (Medienanstalten, 2020b).

Lid 7 en 8 van Artikel 1 van het mediastaatsverdrag benadrukken dat *“this Interstate Treaty applies to media intermediaries, media platforms, and user interfaces insofar as they are intended for use in Germany. Media intermediaries, media platforms, and user interfaces are to be regarded as intended for use in Germany if they are generally aimed at users in Germany, in particular through the language used, the content offered, or the marketing activities, or if they achieve a not insubstantial portion of their refinancing in Germany.”*. Wat impliceert dat de Duitse wet in bepaalde gevallen ook betrekking heeft op diensten die buiten Duitsland zijn gevestigd. Net als in de Franse en Italiaanse regelgeving zouden hier dus bij de Commissie dezelfde bezwaren kunnen rijzen wat betreft de mogelijke onverenigbaarheid ervan met Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel. De Commissie gaf echter geen opmerkingen over deze kwestie. In de definitieve tekst van het mediastaatsverdrag werd de naam van Artikel 84 gewijzigd naar *“Auffindbarkeit in Benutzeroberflächen”* (vindbaarheid van gebruikersinterfaces).

Net als in Italië koos Duitsland om alle diensten van ‘algemeen belang’ te groeperen onder een enkele tegel/menu-item/knop op de landingspagina (Medienanstalten, 2021a). Uit de discussie bleek dat de publieke omroepen er vanaf het begin mee instemden om in één categorie te worden ondergebracht met alle andere diensten die van ‘algemeen belang’ waren verklaard. Zowel de publieke omroepen als de mediaregulator vinden dat een mediaaanbod makkelijk vindbaar is wanneer het duidelijk zichtbaar te maken is, bijvoorbeeld door dit aanbod uit te lichten en naar de voorgrond te halen door middel van één knop die de diensten groepeerd. Wat de volgorde van de diensten in die categorie betreft, hebben gebruikersinterfaces, net zoals in de Franse regelgeving, verschillende opties, waaronder ook alfabetische volgorde, maar de meeste gebruikersinterfaces kiezen niet voor die optie en volgen in plaats daarvan de volgorde die wordt aanbevolen door de mediaregulator.

Vergeleken met andere lidstaten is Duitsland het enige land waar de entertainmentsystemen in de auto van bepaalde autofabrikanten (Audi, BMW/Mini en Tesla) officieel werden gecategoriseerd als een gebruikersinterface. In onze gesprekken zei het hoofd van de mediaregulator voor Hamburg/Schleswig-Holstein, betrokken bij de onderhandelingen voor de omzetting van Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn voor heel Duitsland, dat deze opname in de eerste plaats was gedaan met het oog op audio/radio, maar ook van toepassing zou zijn op audiovisuele inhoud. Autofabrikanten moeten zich registreren als ze een mediaplatform in de auto hebben ingebouwd. De meeste klachten komen momenteel van radio-omroepen die klagen over de voorwaarden en meer in het bijzonder over de toegang tot consumentengegevens. Op dit moment zijn er geen bepalingen die ervoor moeten zorgen dat radio-/audiodiensten van ‘algemeen belang’ op de voorgrond treden, maar dat zou in de toekomst wel kunnen.

Wat betreft Artikel 20, lid 1 van de EMFA - waarin staat dat het recht voor gebruikers om de configuratie van apparaten of gebruikersinterfaces te wijzigen om het media-aanbod aan te passen, geen afbreuk doet aan nationale maatregelen die Artikel 7 bis of 7 ter AVMD implementeren - maakte Duitsland de keuze in Artikel 84(6) om de gebruiker de macht te geven

om de sortering of rangschikking van aanbiedingen of inhoud in de gebruikersinterface permanent aan te passen. Op dit punt was de Duitse mediaregulator van mening dat er geen conflict is tussen de Duitse omzetting van Artikel 7 bis AVMD en Artikel 20 van de EMFA, aangezien de omzetting van Artikel 7 bis AVMD in de Duitse wetgeving consumenten de controle geeft. Toch is een onderwerp op de agenda van de mediaregulator de optie om aanbieders van apparaten en gebruikersinterfaces te verplichten de klant na een bepaalde periode te vragen of die de interface opnieuw wil ordenen, om al dan niet andere diensten te laten verschijnen. Dezelfde optie wordt ook overwogen op het gebied van smart speakers en de gegenereerde output.

DUITSLAND
Definitie van ‘algemeen belang’
- Artikel 2, lid 2, 29 en Artikel 84, lid 4 van het mediastaatsverdrag verlenen een speciale status aan content van de publieke omroepen die het publieke telemedia-aanbod wordt genoemd (ARD, ZDF, Deutschlandradio). - Artikel 84, lid 5 heeft betrekking op content van commerciële aanbieders die een bijzondere publieke bijdrage leveren aan de diversiteit van meningen en aanbod. Welke spelers dit zijn moet voor elke periode van drie jaar worden bepaald door de (regionale) media-autoriteiten van de staat en de lijst moet worden gepubliceerd. De criteria voor het selecteren van dit aanbod zijn vastgelegd in het mediastaatsverdrag: - De hoeveelheid tijd die wordt besteed aan verslaggeving over politieke en historische gebeurtenissen (en aan regionale en lokale informatie). - De verhouding tussen eigen producties en door derden geproduceerde content; - Quota voor toegankelijkheid. - De verhouding tussen opgeleide medewerkers (betrokken bij de totstandkoming van het programma) en medewerkers die nog moeten worden opgeleid. - De quota van Europese producties. - Quota voor aanbod voor jonge doelgroepen.
Actoren die van ‘algemeen belang’ worden geacht
- Artikel 84, lid 4 bepaalt dat ARD, ZDF en Deutschlandradio erkend worden. - Volgens Artikel 84, lid 5 moet de mediaregulator een openbare aanbesteding met procedurele waarborgen organiseren. In juni 2021 hebben de autoriteiten het reglement van ‘publieke waarde’ aangenomen waarin de details van de procedure zijn opgenomen (Medienanstalten, 2021b). De lijst werd in juni 2023 bijgewerkt tot een checklist van publieke-waarde-beginselen die verwijzen naar de overeenkomstige artikelen van het mediastaatsverdrag (Medienanstalten, 2023a). Na de aanbestedingsprocedure werd een algemene lijst van het geselecteerde aanbod van publieke waarde gepubliceerd, samen met drie afzonderlijke lijsten (één met lineaire tv, één met audio-inhoud en één met on-demand diensten) met aanbevelingen voor de rangschikking van het publieke en particuliere aanbod (Medienanstalten, 2023b). In totaal ontving de mediaregulator van de deelstaat Noordrijn-Westfalen, die verantwoordelijk was voor het proces, 325 aanvragen, waarvan 271 diensten van ‘algemeen belang’ werden geacht; deze diensten omvatten alle

diensten (audiovisueel en audio/radio) die in alle Duitse regio's prominent moeten worden gemaakt. De lijst voor lineaire commerciële tv bevatte 41 kanalen. Niet alle 271 diensten moeten tegelijkertijd in elke Duitse deelstaat worden vermeld, aangezien de diensten verschillen voor elk van de 16 deelstaten.

- Veel stakeholders die deelnamen aan de overlegronde die de Duitse regulator ondernam, bekritiseerden de lijst van 271 diensten als diensten van 'algemeen belang', omdat geen enkele dienst, gezien de beperkte ruimte op de gebruikersinterface, voldoende aandacht zou kunnen krijgen. De mediaregulator gaf aan dat het aantal gemiddeld rond de 30 nationale tv-zenders ligt die de status van dienst van 'algemeen belang' per regio hebben. Door ons bevroegde stakeholders gaven aan dat de Duitse criteria voor het identificeren van deze diensten te ruim waren. Ook wezen critici op de verwarring bij de consument over wat diensten van 'algemeen belang' zijn.

Geadresseerden voor prominentiebepalingen

- In Artikel 1, lid 7 en 8 van het mediastaatsverdrag wordt duidelijk benadrukt dat niet alleen Duitse spelers maar ook buiten Duitsland gevestigde aanbieders van 'telemedia' als geadresseerden voor prominentiebepalingen worden beschouwd. Lid 8 omschrijft dat het Medienstaatsverdrag van toepassing is op media-intermediairs, mediaplatformen en gebruikersinterfaces die **voor gebruik in Duitsland** bestemd zijn. Dit is het geval wanneer zij zich in het algemeen richten op gebruikers in Duitsland, in het bijzonder door de gebruikte taal, de aangeboden inhoud of de marketingactiviteiten, of als ze een niet onaanzienlijk deel van hun inkomsten in Duitsland realiseren.
- Artikel 84 van het mediastaatsverdrag heeft betrekking op de vindbaarheid in gebruikersinterfaces. Artikel 2, lid 2 15 definieert 'gebruikersinterface' als *"het tekstueel, visueel of akoestisch overgebrachte overzicht van aanbiedingen of inhoud van een of meer mediaplatforms dat wordt gebruikt voor de oriëntatie en directe selectie van aanbiedingen, inhoud of op software gebaseerde toepassingen, die in essentie directe besturing van omroep, op omroep lijkende telemedia (d.w.z. diensten op aanvraag) of telemedia in overeenstemming met Artikel 19, lid 1 (d.w.z. persachtig) mogelijk maken"*. Gebruikersinterfaces omvatten:
 - Aanbod of programmaoverzichten ('Programmübersichten) van mediaplatformen.
 - Aanbod of programmaoverzichten die geen deel uitmaken van mediaplatformen.
 - Visuele of akoestische presentaties, inclusief op toestel gebaseerde mediaplatformen, mits zij de functie vervullen overeenkomstig zin 1.

Dit zijn dan de EPG's en connected tv's of online aggregators van tv-kanalen.

- Artikel 78 bepaalt dat alleen bepaalde mediaplatformen en gebruikersinterfaces op basis van bereik onder de bepalingen vallen. Worden vrijgesteld:
"1. Infrastructuurgerelateerde mediaplatforms, die over het algemeen minder dan 10.000 aangesloten woonunits en gebruikersinterfaces hebben, of

2. niet-infrastructuurgerelateerde mediaplatformen en gebruikersinterfaces die geen gebruikersinterfaces zijn van mediaplatforms in overeenstemming met het eerste lid van dit artikel, en die op een gemiddelde maandelijkse basis minder dan 20.000 werkelijke dagelijkse gebruikers hebben”.

- In april 2024 heeft de Duitse Commissie voor Vergunningen en Toezicht (ZAK) de entertainmentsystemen van Audi, BMW/Mini en Tesla gecategoriseerd als gebruikersinterfaces. Daarnaast is de 'Tesla Media Player' ook geclassificeerd als een mediaplatform (Medienanstalten, 2024).
- Hoewel de focus op tv-apparaten ligt, strekt het mediastaatsverdrag zich uit tot alle apparaten met een gebruikersinterface. De mediaregulator is er zich echter van bewust dat het waarborgen van prominentie op tv-apparaten en op smartphones een andere aanpak vereist, aangezien bijvoorbeeld de verplichting om toegang te krijgen tot de categorie diensten van 'algemeen belang' - meestal in één handeling en maximaal twee klikken - op de smartphone niet erg verstandig is en waarschijnlijk zal moeten worden herzien. In tegenstelling tot de beslissing van Frankrijk om het idee van snelkoppelingen met afstandsbedieningen te schrappen, gaf de mediaregulator in onze gesprekken aan dat ze afstandsbedieningen nader zullen onderzoeken.

Bepalingen voor audiovisuele en/of auditieve diensten?

Artikel 84, lid 3 bevat regels over de vindbaarheid van audiovisuele en audiodiensten en luidt als volgt: *“broadcasting services are displayed or acoustically transmitted”.*

Transparantie en rapportering

- Artikel 85 verplicht een mediaplatform of een gebruikersinterface om criteria publiek te maken voor *“de wijze waarop content wordt gerangschikt, gesorteerd en gepresenteerd, hoe content gepersonaliseerd kan worden naar de gebruiker en de criteria volgens dewelke aanbevelingen worden gemaakt, alsook de voorwaarden waaronder omroepen of de omroepachtige telemedia overeenkomstig Artikel 80 (bvb. signaalintegriteit, overlays en schaalvergroting) niet worden weergegeven in hun oorspronkelijke formaat. Informatie hierover moet op een gemakkelijk waarneembare, direct bereikbare en voortdurend beschikbare manier ter beschikking van de gebruikers worden gesteld.”.*
- Hoofdstuk 5, Artikel 11, van het Reglement van december 2020 dat in juni in werking is getreden, verduidelijkt 'directe bereikbaarheid' als volgt: *“Informatie is direct bereikbaar wanneer ze ter beschikking wordt gesteld op een manier waardoor ze binnen het mediaplatform of de gebruikersinterface zonder belangrijke tussenstappen opvraagbaar is. Indien de dienst via het internet wordt gebruikt, dan kan dit ook via een koppeling gebeuren.”*

- Artikel 86, lid 3 van het mediastaatsverdrag verplicht aanbieders van mediaplatformen en gebruikersinterfaces om *“op hun verzoek informatie aan aanbieders van omroepdiensten, omroepachtige telemedia en telemedia overeenkomstig Artikel 19 bis, over het feitelijke sorteren, rangschikken en weergeven van aanbiedingen en inhoud, het gebruik van hun metadata en, in het kader van een rechtmatig belang, de toegangsvoorwaarden overeenkomstig Artikel 83 bis”* mee te delen.

Toezicht en supervisie

- De Commissie voor Vergunningverlening en Toezicht (ZAK) is samen met de media-autoriteiten van de deelstaten verantwoordelijk voor het toezicht op mediaplatforms en gebruikersinterfaces overeenkomstig de prominentieregels (Art. 79 t.e.m. 87; Art. 103, lid 1 en 2 van het mediastaatsverdrag).
- Als gebruikersinterfaces van mediaplatformen niet de vereiste vindbaarheid van content met een publieke waarde garanderen, wordt dit beschouwd als een administratieve overtreding die kan worden bestraft met een boete van maximum € 500.000, zoals bepaald in Art. 115, lid 2.
- Artikel 89 stelt dat de regeling elke 5 jaar moet worden herzien (voor het eerst in oktober 2025).

Prominentiemaatregelen

- Artikel 84, lid 2 van het mediastaatsverdrag stelt dat gelijkaardige diensten of content niet verschillend mogen behandeld worden wat betreft vindbaarheid, met name in het sorteren, rangschikken en presenteren van gebruikersinterfaces indien hier geen objectieve redenen voor bestaan. Toelaatbare criteria zijn: alfabetische rangschikking, rangschikking op genres zoals informatie, onderwijs, cultuur, lokaal of entertainment en de omvang van gebruik. (Sectie 4 Artikel 10, lid 3 van het Reglement van december 2020).

In de gepubliceerde lijsten wordt een volgorde van diensten aanbevolen, maar **het staat de platforms vrij om een andere volgorde en andere criteria te bepalen**. Wat niet is toegestaan, is:

- Een sortering of regeling die wordt beïnvloed door een vergoeding of een soortgelijke tegenprestatie of;
- De voorkeur geven aan de eigen aanbiedingen en inhoud van de aanbieder van de gebruikersinterface, tenzij de eindgebruiker een vergoeding betaalt voor het gebruik hiervan.

Als een eindgebruiker voor een dienst betaalt, mag deze dienst dus wel een voorkeursbehandeling krijgen en prominenter gesorteerd of gerangschikt worden.

- Sectie 4 Artikel 10, lid 4 van het Reglement van december 2020 bepaalt ook dat gebruikersinterfaces de optie moeten aanbieden om alle aanbiedingen vindbaar te maken, zonder discriminatie. Het resultaat van de zoekopdracht, samen met suggesties gemaakt

tijdens het zoekproces (bvb. door autocomplete) moet op non-discriminerende wijze doorgegeven worden. Daarnaast moet de gebruikersinterface ook de mogelijkheid bieden om content te zoeken.

- Artikel 84, lid 3 van het mediastaatsverdrag luidt: *“De uitzending die via een gebruikersinterface wordt doorgegeven, moet direct toegankelijk zijn en gemakkelijk in zijn geheel te vinden zijn op het **eerste selectieniveau**”*. Sectie 4 Artikel 10, lid 6, 2 van het Reglement van december 2020 voegt toe dat dit dient gevonden te worden *“zonder noemenswaardige tussenstappen, meestal met slechts één actie”*;
- Sectie 4 Artikel 10, lid 5 van het Reglement van december 2020 luidt dat de diensten makkelijk vindbaar moeten zijn, bijvoorbeeld in de presentatiewijze of door een button. Hoe makkelijker vindbaarheid kan worden gegarandeerd hangt af van het type, bereik, design van de user interface en de manier waarop de aanbieder van ‘algemeen belang’ haar dienst visueel presenteert. De regel is echter dat dit aanbod minstens even zichtbaar en makkelijk vindbaar moet zijn als andere diensten, maar dit is niet voldoende.
- Artikel 84, lid 3 van het mediastaatsverdrag vermeldt ook dat individuele programma’s van de publieke omroepen en programma’s van commerciële diensten die bijdragen aan pluralisme en diversiteit, makkelijk vindbaar moeten zijn. *“Als omroepdiensten worden weergegeven of akoestisch worden uitgezonden en vensterdiensten moeten ontvangen (Artikel 59 (4)), moet het gebied waarvoor de vensterdiensten zijn toegestaan of wettelijk zijn vastgesteld, **de hoofdprogramma's met vensterdiensten voorrang geven bij de uitzending in vergelijking met de hoofdprogramma's die zonder vensterdiensten worden uitgezonden** en in vergelijking met de vensterdiensten die voor andere gebieden zijn goedgekeurd of wettelijk zijn vastgesteld.”*
- De term vensterdiensten worden nader gedefinieerd in Artikel 59, lid 4 van het mediastaatsverdrag:
“De twee algemene kanalen die nationaal worden uitgezonden en het grootste kijkersbereik hebben, omvatten “vensterdiensten” die actuele, authentieke representaties van het politieke, economische, sociale en culturele leven in de desbetreffende deelstaat bieden, ten minste overeenkomstig de geplande en regionaal gedifferentieerde omvang van de programma-activiteiten per 1 juli 2002 overeenkomstig de desbetreffende deelstaatwet. De hoofddienstverlener waarborgt de redactionele onafhankelijkheid van de vensterdienstverlener door zijn organisatie. Aan de aanbieder van de vensterdienst wordt een afzonderlijke vergunning verleend. Aanbieders van vensterdiensten en hoofdaanbieders van diensten mogen niet met elkaar verbonden zijn in de vorm van verbonden ondernemingen overeenkomstig Artikel 62, tenzij de onafhankelijkheid op andere manieren wordt gewaarborgd door overheidsbepalingen die op 31 december 2009 van kracht waren. Vergunningen die op 31 december 2009 van kracht zijn, blijven ongewijzigd. Een verlenging is toegestaan. De organisatie van de vensterdiensten omvat ook de financiering ervan door de belangrijkste dienstverleners. De mediabesturen van de staat coördineren de

planning en technische organisatie van de vensterdiensten, rekening houdend met de belangen van de betrokken hoofddienstverleners.”

- In Artikel 84, lid 4 wordt opgemerkt dat soortgelijke regels ook bestaan voor on-demand aanbod van deze diensten.

Vrijstelling van verplichtingen

- Artikel 84, lid 7 van het mediastaatsverdrag vermeldt dat eisen inzake prominentie *“niet van toepassing zijn op gebruikersinterfaces als de aanbieder aantoont dat latere implementatie technisch onmogelijk is of alleen mogelijk is met onevenredig hoge uitgaven”*. Sectie 4 Artikel 10, lid 8 van het Reglement van december 2020 verduidelijkt: *“Doorslaggevend voor de bepaling van onredelijke kosten is een algemene afweging waarbij in het bijzonder rekening wordt gehouden met de financiële draagkracht van de aanbieder, de kosten voor andere functies voor de vindbaarheid van de gebruikersinterface alsook de aard en omvang van de overtreding die is begaan bij niet-naleving. De kosten zijn alleen onredelijk bij een ernstige wanverhouding.”*
- De numerieke drempelwaarden die het toepassingsgebied van de Duitse regelgeving bepalen met betrekking tot mediaplatformen en gebruikersinterfaces, zoals uiteengezet in Sectie 5, Sub-sectie 2, Artikel 78 van het mediastaatsverdrag zijn gebaseerd op de numerieke drempelwaarden die bepalen vanaf welk bereik commerciële omroepdiensten een omroeplicentie nodig hebben in Duitsland, zoals bepaald in Sectie 4, Sub-sectie, 2, Artikel 54, lid 1 van het mediastaatsverdrag.
- Artikel 78: *“De volgende bepalingen zijn van toepassing op alle mediaplatformen en gebruikersinterfaces. Met uitzondering van de Artikelen 79, 80, 86, lid 1, en Artikel 109 zijn de bepalingen niet van toepassing op*
 - 1. infrastructuurgerelateerde mediaplatformen, die over het algemeen minder dan 10.000 aangesloten wooneenheden en gebruikersinterfaces hebben, of;*
 - 2. niet-infrastructuurgerelateerde mediaplatformen en gebruikersinterfaces die geen gebruikersinterfaces zijn van mediaplatformen in overeenstemming met lid 1 en die op een gemiddelde maandbasis over het algemeen minder dan 20.000 werkelijke dagelijkse gebruikers hebben.**De mediaregulatoren van de deelstaten specificeren criteria om de drempelwaarden vast te stellen in de statuten en richtlijnen volgens Artikel 88, rekening houdend met regionale en lokale omstandigheden.”*
- Artikel 54, lid 1: *“Er is geen licentie vereist voor omroepdiensten*
 - 1. die van weinig belang zijn voor de individuele en publieke opinievorming, of;*
 - 2. die gemiddeld over een periode van zes maanden minder dan 20.000 gelijktijdige gebruikers bereiken of die dat aantal bij de verwachte ontwikkeling niet zullen bereiken.**De bevoegde mediaregulator van de deelstaat bevestigt of een omroepdienst vergunningsvrij is, op aanvraag door middel van een vrijgaveverklaring.”*

Sommige van de door ons bevroagde stakeholders beweren dat de waarden voor aantallen gebruikers te laag zijn en dat ze veel te veel adressen vastleggen. In ons gesprek gaf de media-autoriteit die verantwoordelijk is voor de omzetting van de prominentieregels aan dat de publieke omroep pleitte om de drempels verder te verlagen, maar de media-autoriteit was van mening dat deze drempels handig zijn en best ongewijzigd blijven, vooral omdat alle relevante spelers zich boven deze drempels bevinden. Momenteel zijn er ongeveer 50 spelers in de lijst van mediaplatforms.

Recht van de gebruiker op aanpassing

- Artikel 84, lid 6 luidt *“De sortering of rangschikking van aanbiedingen of content moet voor de gebruiker gemakkelijk en permanent aan te passen zijn.”*
- Sectie 4 Artikel 10, lid 7 van het Reglement van december 2020 vermeldt aanpassingsrechten voor gebruikers: *“Ongeacht de standaardinstellingen moeten aanbiedingen en inhoud eenvoudig en snel door de gebruiker kunnen worden gesorteerd en gerangschikt (bijvoorbeeld via een favorietenlijst). In de regel kunnen aanbiedingen of inhoud eenvoudig en snel worden gesorteerd of gerangschikt als dit duidelijk is of op een gemakkelijk te begrijpen manier wordt uitgelegd. De door de gebruiker gemaakte sortering of rangschikking mag alleen door de gebruiker worden gewijzigd en in het bijzonder niet via updates.”*

Tabel 6: Overzicht van de bepalingen inzake prominentie voor Duitsland.

11.6.2. Italië

Artikel 29 van de nieuwe Audiovisual Media Services Code (TUSMA) heeft prominentieverplichtingen ingevoerd in het Italiaanse rechtssysteem. Het Artikel voorziet in het algemeen kader en legt de verantwoordelijkheid voor het bepalen van de details en richtlijnen bij de regulator AGCOM. Vergelijkbaar met Frankrijk heeft de Italiaanse mediaregulator AGCOM opmerkingen gekregen van de Commissie die op mogelijke onverenigbaarheden met de interne markt hebben gewezen, specifiek Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel (Europese Commissie, 2023b). Bij de finalisering van dit rapport, waren voor de Italiaanse case tot op heden nog niet alle opmerkingen van de Commissie behandeld.

Voor Italië benadrukt AGCOM, gezien het belang van DTT, de noodzaak om te zorgen voor prominentie in de lineaire EPG's. Dit gebeurt al sinds 2010 op basis van LCN, onder billijke voorwaarden, aangezien de meeste problemen met prominentie afkomstig zijn van DTT (IRIS, 2017). De drie kanalen van de publieke omroep Rai komen eerst en worden gevolgd door lokale kanalen met nummers van 10 tot 19 en 71 tot 99 (Europese Commissie, 2022). Deze regeling hielp bij het standaardiseren van prominentie op lineaire televisie in Italië, maar heeft kritiek gekregen van verschillende actoren, naar hun zeggen omwille van het discriminerende karakter ervan.

Prominentie waarborgen op LCN wordt beschouwd als een goede tussenstap in de richting van maatregelen voor prominentie van diensten van ‘algemeen belang’. Wat radio betreft, is AGCOM zich ervan bewust dat de meeste radio in auto's wordt geconsumeerd en is van mening dat **het verplichten van autofabrikanten om een digitale radio-ontvanger (DAB+) te installeren een manier is om een redelijke mate van aandacht te geven aan diensten van ‘algemeen belang’.** Deze informatie zal de komende maanden door AGCOM worden gepubliceerd in de Technical Regulations Information System (TRIS) database en officieel op hun website.

ITALIË
Definitie van ‘algemeen belang’
Artikel 29, lid 1 TUSMA stelt dat: <i>“Om pluralisme, vrijheid van meningsuiting, culturele diversiteit en de doeltreffendheid van informatie voor een zo breed mogelijke groep gebruikers te waarborgen, moet voldoende aandacht worden besteed aan audiovisuele en radiomediadiensten van ‘algemeen belang’ die worden aangeboden via alle door gebruikers gebruikte middelen voor ontvangst of toegang tot dergelijke diensten, ongeacht het platform dat voor de levering van dergelijke diensten wordt gebruikt”.</i> Artikel 29, lid 2 TUSMA luidt als volgt: <i>“De Autoriteit stelt door middel van richtsnoeren de criteria vast op basis waarvan een audiovisuele of radiomediadienst als een dienst van ‘algemeen belang’ kan worden aangemerkt.”</i> (vertaalde citaten) (Repubblica Italiana, 2021). AGCOM organiseerde een openbare raadpleging (Europese Commissie, 2023b) tussen februari en eind maart in 2023 waarin zij voorstelde dat de diensten van ‘algemeen belang’ de televisiekanalen, de on-demand diensten, gratis radiostations op het digitale terrestrische netwerk, satelliet en online diensten zijn van: (i) de openbare omroep; (ii) de nationale generalistische, semi-generalistische en thematische diensten van commerciële spelers die nieuws aanbieden; (iii) op verzoek en onder voorbehoud van AGCOM's evaluatie, andere nationale commerciële spelers die bijdragen aan het waarborgen van pluralisme in de media, culturele diversiteit en diversiteit van meningen. AGCOM zou een aantal factoren in overweging moeten nemen; (iv) lokale aanbieders zouden in sommige gevallen ook worden opgenomen; (v) online diensten omvatten gratis catalogi, catch-up tv en radiodiensten, online streaming van FM- en DAB-radio.
Definitie van ‘algemeen belang’
- Bijlage B bij Resolutie nr. 14/23/CONS (Europese Commissie, 2023b) van april 2023 bouwt voort op de openbare raadpleging en definieert de richtsnoeren die vereist zijn volgens Artikel 29, lid 2 van de TUSMA. De lijst van diensten van ‘algemeen belang’ omvat: - Audiovisuele en auditieve mediadiensten die gratis worden verspreid door de openbare omroep op ether, satelliet, digitale, online middelen (d.w.z. de catch-up televisie en catch-up radio, de vrij beschikbare catalogi van de concessiehouder van

de openbare dienst, de FM-diensten die online worden gedistribueerd), met inbegrip van radiodiensten verspreid van de openbare omroep in DAB+.

- Nationale commerciële audiovisuele en radiodiensten die **gratis** worden verspreid via digitale ether-, satelliet- en online middelen (d.w.z. catch-up tv en catch-up radio, de vrij beschikbare catalogi van commerciële omroepdiensten, de FM-diensten die online worden gedistribueerd) en commerciële lokale audiovisuele en radiodiensten die verspreid worden via ether, met generalistische, semi-generalistische en thematische 'nieuws'programmadiensten.
- Bovendien omvatten de diensten van 'algemeen belang' eveneens nationale commerciële audiovisuele en radiodiensten die gratis worden verspreid op digitale ether-, satelliet- en online middelen (d.w.z. catch-up tv en catch-up radio, de vrij beschikbare catalogi van commerciële omroepdiensten, de FM-diensten die online worden gedistribueerd) en commerciële lokale audiovisuele en radiodiensten die verspreid worden via DAB+; die bijdragen aan het waarborgen van pluralisme in de media en culturele diversiteit en diversiteit van meningen.

Criteria voor het opnemen van commerciële diensten, zijn: (i) de tijd die besteed wordt aan informatie (nationaal, regionaal en lokaal); (ii) de tijd besteed aan actualiteit en sociale, educatieve en culturele programma's; (iii) het aandeel van Europese werken; (iv) het percentage van toegankelijk aanbod. AGCOM deelde op 11 april 2024 mee dat het de procedure voor het bepalen van de lijst van diensten van 'algemeen belang' zal vereenvoudigen.

Huidige interne discussies lijken betrekking te hebben op de **positionering van de publieke omroep RAI onder de categorie "Highlights" samen met de rest van de diensten van 'algemeen belang'**. Dit lijkt een zorg van RAI te zijn geweest, vooral gezien het feit dat de DTT-omroepen naaste concurrenten zijn en dat RAI als verschillend van de rest erkend zou willen worden. AGCOM wil echter **het algemene concept van diensten van 'algemeen belang' promoten** en nam de beslissing om de optie tot één icoon/tegel als toegangspoort tot alle diensten van 'algemeen belang' aan de publieke consultatie toe te voegen. Voorlopig richt AGCOM zich **niet op afzonderlijke inhoud**, maar op diensten in hun geheel.

Geadresseerden voor prominentiebepalingen

- Artikel 29, lid 1 verwijst naar het feit dat prominentie moet worden gewaarborgd op elk relevant platform. Het richtsnoer van AGCOM van april 2023 (Resolutie nr. 14/23/CONS) verwijst naar alle apparaten en gebruikersinterfaces die toegang bieden tot diensten van 'algemeen belang', waaronder:
 - Traditionele tv's en tv-sets met internetverbinding.
 - Decoders voor ether- en satelliettelevisie.
 - Apparaten die verbinding maken met een televisie of scherm en toegang bieden tot audiovisuele en radiomediadiensten.
 - Apparaten waarmee je naar radiodiensten in DAB+ kunt luisteren.

- Gebruikerinterfaces of toepassingen van een distributeur of in een app store die toegang bieden tot diensten van 'algemeen belang' op andere apparaten, zoals smartphones en personal computers.
Bepalingen voor audiovisuele en/of auditieve diensten?
Zoals bepaald in Artikel 29 geldt de regeling voor audiovisuele en radio-mediadiensten van 'algemeen belang'.
Transparantie en rapportering
- Artikel 6 van Bijlage A bij Resolutie Nr. 14/23/CONS van april 2023 voorzag in de oprichting van een panel voor de uitwisseling van standpunten van alle betrokken partijen in verband met de technische specificaties van signaaldoorgifte. Geconsulteerde partijen zijn fabrikanten van apparatuur, exploitanten en ontwikkelaars van gebruikersinterfaces, alsmede aanbieders van audiovisuele mediadiensten; de maximale duur van het technisch panel was vastgelegd op 60 dagen, resultaten zijn (nog) niet gecommuniceerd. - In zijn Resolutie Nr. 14/23/CONS acht AGCOM het passend om een periode van zes maanden te voorzien, vanaf de publicatie van de lijst van diensten van 'algemeen belang', voor de implementatie van de maatregelen ter bevordering van de prominentie van audiovisuele en radio-omroepdiensten van 'algemeen belang'. - Alle entiteiten waarvoor de verplichtingen gelden moeten AGCOM op de hoogte brengen van de maatregelen die zijn genomen om aan de verplichtingen te voldoen. - AGCOM ziet erop toe dat de beoogde maatregelen effectief en correct worden uitgevoerd.
Toezicht en supervisie
- Artikel 29 draagt AGCOM op de details vast te stellen en de procedure en criteria te publiceren die bepalen hoe de diensten op gebruikersinterfaces moeten worden gepresenteerd om te voldoen aan de eis om prominentie te waarborgen. - Bijlage A van Resolutie Nr. 14/23/CONS van April 2023 geeft AGCOM de bevoegdheid om toe te zien op de naleving van de regels. In geval van overtredingen kan de regulator sancties opleggen. - Resolutie Nr. 14/23/CONS vermeldt dat dienstverleners die als begunstigde diensten van 'algemeen belang' zijn opgenomen in de lijst van diensten van 'algemeen belang' AGCOM op de hoogte moeten brengen van alle wijzigingen in vergelijking met wat opgegeven werd tijdens de aanvraagprocedure. Een jaar na de publicatiedatum van de lijst kunnen de aanbieders van nieuwe diensten die na de publicatie van de lijst worden aangeboden en die voldoen aan de in deze maatregel vastgestelde criteria, een formeel verzoek indienen bij AGCOM. AGCOM publiceert de bijgewerkte lijst op zijn website en herhaalt deze procedure jaarlijks vanaf de datum van publicatie van de lijst.

Prominentiemaatregelen

Resolutie Nr. 14/23/CONS vermeldt **bepalingen** die een **onderscheid** moeten maken tussen audiovisuele en radiodiensten van ‘algemeen belang’ die worden verspreid via digitale ether-, satelliet- en onlinemiddelen enerzijds en radiodiensten van ‘algemeen belang’ die specifiek worden verspreid via DAB+ anderzijds, gezien de verschillende apparaten die voor het gebruik van deze diensten worden gebruikt. Voor audiovisuele en radiodiensten van ‘algemeen belang’ die via digitale ether-, satelliet- en onlinemiddelen verspreid worden, stelt Resolutie Nr. 14/23/CONS drie opties voor:

- Optie 1: een speciale tegel of een pictogramvak dat onmiddellijk zichtbaar is op de startpagina van het apparaat (d.w.z. op het eerste niveau van het aanbod aan de gebruiker, dat fungeert als toegang tot diensten van ‘algemeen belang’); het pictogram krijgt de naam ‘**Highlights**’ en zal leiden tot een scherm met logo’s van de diensten van ‘algemeen belang’, in dezelfde volgorde van toewijzing als de bijhorende EPG-nummers. In hetzelfde scherm zullen er ook pictogrammen voor lokale tv, radio en andere pictogrammen zijn die thematische kanalen kunnen groeperen.
- Optie 2: optie 1 plus: Gebruikers moeten met maximaal twee klikken toegang krijgen tot diensten van ‘algemeen belang’, vanuit elke omgeving van het apparaat (d.w.z. ongeacht de service, functionaliteit of toepassing die de gebruiker op dat moment gebruikt).
- Optie 3: optie 2 plus: ten minste één aanvullende maatregel uit een verstrekte lijst, die het beste past bij de interface en het apparaat, moet worden geïmplementeerd:
 - Een plaatsing van diensten van ‘algemeen belang’ in de top vijf posities van de secties met suggesties voor gebruikers.
 - Een rangschikking van de diensten van ‘algemeen belang’ in de top vijf posities in de lijst met resultaten van zoekopdrachten uitgevoerd door gebruikers.
 - De invoering van een ad-hoc-knop voor al de diensten van ‘algemeen belang’ (of meerdere knoppen voor verschillende soorten diensten) op afstandsbedieningen of apparaten die toegang bieden tot diensten.

AGCOM **koos voor optie 2**, omdat bleek dat gebruikers het moeilijk vonden om vanuit verschillende menu’s naar dezelfde bestemming te raken, met toevoeging van ten minste een van de opties van optie 3, gezien de relevantie van zoekresultaten of suggesties.

Vrijstelling van verplichtingen

Italië wilde een zo breed mogelijke dekking van de spelers die gevat worden door de maatregelen en heeft dus **geen minimumdrempel naar bereik**. Hoewel niet genoemd in de wet zelf, blijkt uit de gesprekken die we hadden met AGCOM dat alleen apparaten die zijn aangesloten op een netwerk worden gedekt, en dat oude tv-toestellen bijvoorbeeld niet worden gedwongen om updates uit te voeren om prominentie te garanderen. Apparaten die niet zijn aangesloten en geen DTT ontvangen, hoeven dit pictogram/vakje niet op te nemen. Deze verplichtingen zijn alleen van toepassing als het technisch mogelijk is.

Recht van de gebruiker op aanpassing

- Artikel 29, lid 4, luidt als volgt: *“onverminderd het recht van gebruikers om kanalen op digitale televisie opnieuw te ordenen en de mogelijkheid voor pay-tv-exploitanten om aanvullende programmagidsen en -diensten te introduceren, heeft AGCOM, om eerlijke, transparante en niet-discriminerende voorwaarden te waarborgen, het recht om een automatisch nummeringsplan voor gratis te ontvangen en betalende digitale terrestrische televisiekanalen vast te stellen en met haar eigen regelgeving de modaliteiten voor de toewijzing van LCN-posities aan aanbieders van audiovisuele mediadiensten vast te stellen”*. Uit de gesprekken die we met AGCOM hadden, bleek dat gebruikers wel degelijk naast de LCN-posities ook hun gebruikersinterface kunnen aanpassen.

Stand van zaken en recente ontwikkelingen

In haar antwoord op de Resolutie Nr. 14/23/CONS benadrukte de Europese Commissie dat deze verplichtingen van toepassing zouden zijn op diensten van de informatiemaatschappij (voor zover gebruikersinterfaces en de software op met het internet verbonden tv's diensten van de informatiemaatschappij vormen) **die buiten het Italiaanse grondgebied zijn gevestigd**. Net als in het geval van Frankrijk was de Commissie van mening dat deze verplichtingen **de grensoverschrijdende bepaling van diensten van de informatiemaatschappij beperken in de zin van Artikel 3, lid 2 van de Richtlijn inzake elektronische handel en een inbreuk op Artikel 3 vormen**.

Na ontvangst van het ongunstige advies van de Europese Commissie over haar aangemelde wetgevingsontwerp besloot AGCOM de procedure in twee delen op te splitsen en de procedure over het LCN-nummeringsysteem af te sluiten en de technische fase te starten die een reeks bijeenkomsten met stakeholders inhoudt om de maatregelen en belangrijkste principes in verband met prominente aanwezigheid van diensten van 'algemeen belang' in detail te beschrijven. Het uiteindelijke doel is om met een voorstel te komen dat ergens in de zomer van 2024 aan het AGCOM-bestuur zal worden voorgelegd en nadien aan de Commissie zal worden voorgelegd, waarschijnlijk als onderdeel van de Transparantierichtlijn en zal worden samengevat in de TRIS-databank.

In het aangemelde wetsontwerp van september 2023 (Europese Commissie, 2023a) hebben de Italiaanse autoriteiten alleen Artikel 29, lid 5, betreffende het kanaalnummeringsplan, verduidelijkt. Bijna drie maanden na de kennisgeving gaf de Commissie haar advies niet over Artikel 29, maar dit keer over Artikel 1(28) van het ontwerp, tot wijziging van Artikel 41(12) TUSMA die gericht was op videoplatformdiensten die actief zijn of geacht worden actief te zijn in een andere lidstaat. De Commissie heeft AGCOM echter geen aanvullende opmerkingen over Artikel 29 gegeven. Door de manier waarop Artikel 29 geschreven is, is deze ook van toepassing op diensten die buiten Italië zijn gevestigd met inbegrip van diensten die in andere lidstaten gevestigd zijn en dus nog steeds in strijd met Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel. Uit ons gesprek met AGCOM in het voorjaar van 2024 blijkt dat de regulator een nieuw ontwerpvoorstel zal presenteren dat **meer in overeenstemming** is met de

opmerkingen van de Commissie en dat de komende maanden in de TRIS-databank zullen worden gepubliceerd. Daarbij wordt het proces voor het bepalen van diensten van 'algemeen belang' vereenvoudigd. Bovendien lijkt AGCOM niet te geloven dat het nieuw wetsontwerp grote problemen zal opleveren met betrekking tot de Richtlijn inzake elektronische handel.

Op 30 april dit jaar is beslist om de duur van het overleg met betrekking tot prominentie te verlengen met een extra 180 dagen, gemotiveerd door recente ontwikkelingen rond de EMFA-wetgeving (AGCOM, 2024a).

Op 15 juli 2024 kondigde AGCOM na overleg met diverse stakeholders een regeling aan waarbij een icoon/tegel wordt gelanceerd, die dient als snelkoppeling om meteen, makkelijk en duidelijk toegang te geven tot DTT-kanalen. Het icoon moet zichtbaar zijn op de startpagina's van alle apparaten geschikt om content te distribueren; het mag niet kleiner zijn dan andere icoontjes of tegels zichtbaar op het scherm; het icoon moet identiek zijn op alle apparaten en gebruikersinterfaces van de speler (AGCOM, 2024b).



Tabel 7: Overzicht van de bepalingen inzake prominentie voor Italië.

11.6.3. Frankrijk

In Frankrijk is Artikel 7 bis AVMD-richtlijn geïmplementeerd middels Artikel 20-7 van wet nr. 86-1067 van 30 september 1986 betreffende de vrijheid van communicatie (Loi Léotard) (République Française, 2024c). Het Ministerie van Cultuur heeft op 6 april 2022 een ontwerpdecreet ingediend (Ministère de la Culture, 2022). De **verplichtingen** van Artikel 20-7 van het ontwerp zouden van toepassing zijn op diensten van de informatiemaatschappij (gedefinieerd in Artikel 2, a en verder toegelicht in recital 18 van de Richtlijn inzake elektronische handel, in zoverre gebruikersinterfaces diensten van de informatiemaatschappij zijn) **die buiten het Franse grondgebied zijn gevestigd** en aan de in decreet vastgelegde drempels voldoen.

In tegenstelling tot Duitsland hebben de Franse voorgestelde wetten en de uiteindelijke uitvoering ervan enige kritiek ontvangen van de Commissie in het kader van de TRIS-procedure (Europese Commissie, 2024b; 2024c). De Commissie informeerde op 5 juli 2022 de Franse autoriteiten dat de aangemelde verplichtingen waarschijnlijk een beperking vormen van het vrij verkeer van diensten van de informatiemaatschappij (Art. 3, lid 2, Richtlijn inzake elektronische handel), als ze van toepassing zouden zijn op online dienstverleners die hun diensten in Frankrijk verlenen, maar in andere lidstaten gevestigd zijn.²¹ Daarop pleitte Frankrijk voor de mogelijkheid om af te wijken van het Land van Oorsprong-beginsel, omdat zij **de doelstelling van pluralisme van de media en culturele diversiteit niet kunnen bereiken**. De Commissie betoogde dat pluralisme een geldige reden kan zijn om af te wijken van de regel van Artikel 3, lid 2. Echter, Artikel 3, lid

²¹ Artikel 3, lid 1 en lid 2 Richtlijn inzake elektronische handel: Lid 1 "Iedere lidstaat zorgt ervoor dat de diensten van de informatiemaatschappij die worden verleend door een op zijn grondgebied gevestigde dienstverlener voldoen aan de in die lidstaat geldende nationale bepalingen die binnen het gecoördineerde gebied vallen." Lid 2 "De lidstaten mogen het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij die vanuit een andere lidstaat worden geleverd, niet beperken om redenen die vallen binnen het gecoördineerde gebied."

4(b) voorziet in een verplichte procedure die de lidstaten dan moeten volgen. De Commissie voerde daarop aan dat de **Franse autoriteiten niet hebben aangetoond** hoe aan deze procedurele vereisten zal worden voldaan en concludeerde bijgevolg dat **het ontwerp waarschijnlijk zou leiden tot beperkingen op het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij**. Ook niet onbelangrijk: het genoemde ontwerpdecreet van de Franse autoriteiten vermeldde dat **het niet de bedoeling is dat aanbieders van gebruikersinterfaces algemeen toezicht houden op hun inhoud**, wat in lijn zou liggen met Artikel 15, lid 1 van de Richtlijn inzake elektronische handel. De Commissie vond het echter onduidelijk hoe dit in de praktijk zou verlopen, want om zich aan de verplichtingen van de Franse wet te houden, moeten aanbieders van gebruikersinterfaces **nagaan** of zij een dienst, of een deel daarvan, aanbieden die als dienst van ‘algemeen belang’ geoormerkt is, en ervoor zorgen dat deze voldoende zichtbaar is, omdat het aanbod niet statisch is.

In februari 2024 diende de Autorité de Regulation de la Communication Audiovisuelle et numérique (ARCOM) een kennisgeving in over het ontwerpbesluit (Europese Commissie, 2024a) inzake de lijst van diensten van ‘algemeen belang’ en een ontwerpresolutie (Europese Commissie, 2024b) over de passende voorwaarden voor zichtbaarheid van deze diensten en de regelingen voor het verzamelen van informatie waarnaar wordt verwezen in Artikel 20-7. De bezorgdheid van de Commissie met betrekking tot de onverenigbaarheid met Artikels 3 en 15 van de Richtlijn inzake elektronische handel, die werd geuit in haar gedeeld advies van 5 juli 2022, is niet behandeld in het Decreet nr. 2022-1541 van 7 december 2022, noch in de ontwerpmededelingen van 20 februari 2024. In onze gesprekken met ARCOM werd vermeld dat de opmerkingen van de Commissie zeer serieus werden genomen bij het opstellen van het ontwerpbesluit van februari 2024, op procedureel en inhoudelijk niveau.

Op 6 maart 2024 verzocht de Commissie om aanvullende informatie over zowel het ontwerpbesluit betreffende de lijst van diensten van ‘algemeen belang’ als de ontwerpvoorwaarden om voor passende zichtbaarheid te zorgen, die ARCOM op 20 februari 2024 had ingediend. Inzake de lijst van diensten van ‘algemeen belang’ in het ontwerpbesluit wenste de Commissie verduidelijking over de vraag of audiovisuele mediadiensten die worden verleend door aanbieders die buiten het Franse grondgebied gevestigd zijn en niet onder de Franse bevoegdheid vallen, in aanmerking komen als diensten van ‘algemeen belang’ en dus voor de prominentieregeling. Met betrekking tot de voorwaarden voor zichtbaarheid wilde de Commissie, naast andere aanvullende toelichtingen, weten of de verplichtingen inzake zichtbaarheid van toepassing zullen zijn op aanbieders van intermediaire diensten en aanbieders van online platforms (bvb. apps of app stores) en zo ja, hoe zij geacht worden aan de verplichtingen te voldoen. De Commissie wilde weten of deze verplichtingen ook gelden voor “*diensten van de informatiemaatschappij*”, zoals gedefinieerd in de Richtlijn inzake elektronische handel, en zo ja, of ook niet in Frankrijk gevestigde diensten onder deze verplichtingen vallen. Ten slotte werd ook uitleg gevraagd over de verplichtingen inzake het ontwerp van hardware/fysieke onderdelen van afstandsbedieningen en over de vraag of gebruikersvoorkeuren en aanpassingsmaatregelen voorrang kunnen krijgen op de verschillende zichtbaarheidsmaatregelen die in het aangemelde ontwerp zijn opgenomen. Frankrijk gaat niet verder in op hardware-oplossingen voor afstandsbedieningen, maar handhaaft dit als een optionele keuze. In onze gesprekken met

ARCOM gaven ze aan dat het verplichten hiervan gevolgen zou hebben voor overeenkomsten in het kader van de World Trade Organization (WTO) en ze, gezien de evolutie van afstandsbedieningen (het verdwijnen van knoppen) en de toekomst van spraakbesturing, geen noodzaak erin zien.

Op 15 maart 2024 antwoordde ARCOM op beide verzoeken om aanvullende informatie, maar deze antwoorden zijn niet terug te vinden in de TRIS-database; sommige antwoorden zijn echter terug te vinden in het antwoord van de Commissie op de antwoorden van ARCOM. Op 21 mei 2024 heeft de Commissie een nieuwe reeks opmerkingen gepubliceerd in antwoord op de antwoorden op de verzoeken om aanvullende informatie. Wat de ontwerplijst betreft, verklaarde ARCOM dat de lijst ondernemingen kan omvatten die niet in Frankrijk zijn gevestigd, waarbij werd gepreciseerd dat de in aanmerking komende diensten afhankelijk zijn van de vraag of zij voldoen aan de voorwaarden van Artikel 20-7 van de wet van 30 september 1986 betreffende de vrijheid van communicatie en/of aan de criteria die in het aangemelde ontwerp zijn gespecificeerd; met name de eis om hun diensten te verspreiden of te distribueren onder de gehele bevolking van continentaal Frankrijk. De Commissie heeft opgemerkt dat er geen sprake is van directe discriminatie van buitenlandse aanbieders van mediadiensten met betrekking tot de mogelijkheid om een aanvraag in te dienen. Toch maakte de Commissie een opmerking over de verenigbaarheid met Artikel 56 VWEU op basis van de enge interpretatie van het HvJEU van toegestane beperkingen op het vrij verrichten van diensten. Zo gaat Artikel 56 VWEU verder dan de uitbanning van elke discriminatie op grond van nationaliteit of vestiging van de aanbieders van diensten en breidt het zich uit tot de afschaffing van elke beperking die de activiteiten van een aanbieder van diensten die is gevestigd in een andere lidstaat waar hij rechtmatig soortgelijke diensten verricht, kan verbieden, belemmeren of minder aantrekkelijk maken. De Commissie merkt op dat ARCOM ervoor moet zorgen dat de praktische voorwaarden voor de in het aangemelde ontwerp vastgelegde aanvraagprocedure, zoals taalvereisten en informatie over de oproep tot het indienen van aanvragen, geen beperkingen zullen opleggen aan het vrij verkeer van diensten voor aanbieders van mediadiensten die buiten het Franse grondgebied zijn gevestigd. De Commissie antwoordde met een 'uitvoerig gemotiveerde mening' op de aanvullende informatie betreffende de voorwaarden om voor passende zichtbaarheid te zorgen. Het ontvangen van een 'uitvoerig gemotiveerde mening' betekent dat de lidstaat de goedkeuring van het ontwerp 4 maanden moet uitstellen; in dit geval eindigde de vertraging in juni 2024.

ARCOM bevestigde dat de aanbieders van gebruikersinterfaces diegenen zijn die een bepaalde drempelwaarde aan verbindingen vanuit de Franse grondgebieden halen en dat de lijst diensten van de informatiemaatschappij bevat waaronder app stores, virtuele assistenten, video-on-demand en muziek-on-demand diensten en besturingssystemen op aangesloten tv's. Deze aanbieders van diensten van de informatiemaatschappij moeten aan bepaalde verplichtingen voldoen bij (i) de organisatie en presentatie van content in hun gebruikersinterfaces; (ii) het ontwerp van hun zoekfuncties en de resultaten van deze zoekopdrachten en hun aanbevelingssysteem; (iii) rapportering over de uitgevoerde maatregelen aan ARCOM. Het vaststellen van de proportionele drempels (exacte waarden zie onderstaande tabel, 'Geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces') was een belangrijke les die uit ons gesprek met ARCOM naar voren kwam, inclusief het punt dat de wetgeving volgens hen niet

dermate beschrijvend mocht zijn dat ze moeilijk werkbaar zou worden. De drempels zijn gebaseerd op de resultaten van een openbare raadpleging die in 2021 is gehouden door het directoraat-generaal Media en cultuur. Op basis van deze drempels werkt ARCOM de lijst jaarlijks bij.

Net als in haar vorige antwoord wijst de Commissie op Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel betreffende het land-van-oorsprongbeginsel, volgens hetwelk de diensten van de informatiemaatschappij aan de bron van de activiteit moeten worden gereguleerd en dus in de regel onderworpen zijn aan de wetgeving van de lidstaat waar de aanbieders van deze diensten gevestigd zijn. De Commissie herinnerde aan jurisprudentie C-376/22 van het HvJEU (punten 59 en 60) waarin werd gewezen op de beperkingen van het uitzonderingsbeginsel van Artikel 3, lid 4, van de Richtlijn inzake elektronische handel, gebaseerd op algemene en abstracte maatregelen; dat is wat het aangemelde ontwerp van ARCOM volgens de Commissie was. De conclusie was dat het aangemelde ontwerp nog steeds onverenigbaar was met het land-van-oorsprongbeginsel. De Commissie merkte ook op dat twee van de drie aanbieders van app stores die onder de verplichtingen inzake prominentie vallen, zijn aangemeld als VLOP's (Very Large Online Platforms) in het kader van de Digitale-dienstenverordening (DSA) en dat het onduidelijk was hoe het aangemelde ontwerp zou worden toegepast op een manier die in overeenstemming zou zijn met de Artikelen 27, 34 en 35 van de DSA; Artikel 27 van de DSA heeft betrekking op de transparantie van aanbevelingssystemen, terwijl de Artikelen 34 en 35 van de DSA betrekking hebben op de verplichtingen inzake risicobeoordeling en risicobeperking. Bovendien zijn er controle- en handhavingssystemen vastgelegd in de DSA en het Franse aangemelde ontwerp vertrouwt deze taken toe aan ARCOM. Het aangemelde ontwerp omschreef ook de aanbieders die overeenkomstig de DSA als online intermediaire diensten kunnen worden beschouwd, tot het uitvoeren van algemeen toezicht op hun content, hetgeen in strijd is met Artikel 8 van de DSA. De Commissie herinnerde eraan dat zij overeenkomstig Artikel 258 VWEU een procedure tegen Frankrijk kan inleiden als Frankrijk niet voldoet aan de verplichtingen van Richtlijn (EU) 2015/1535 of als het de tekst goedkeurt zonder rekening te houden met de geuite bezwaren of anderszins in strijd is met de EU-wetgeving. Op 23 september 2024 kondigde ARCOM de publicatie aan van twee beraadslagingen over de lijst van diensten die als diensten van 'algemeen belang' worden aangemerkt en de voorwaarden voor passende zichtbaarheid. De belangrijkste verschillen ten opzichte van de vorige ontwerpmededelingen zijn dat het nu gaat om aanbieders die gevestigd zijn op Frans grondgebied of buiten de Europese Unie, en de toevoeging van een verwijzing naar Artikel 27 DSA. Op 11 november 2024 communiceerde de Commissie ten slotte dat Frankrijk het aangemelde ontwerp in zijn onveranderde, niet aan het land-van-oorsprong-beginsel conforme vorm, toch had goedgekeurd. De Commissie vindt het antwoord van de Franse autoriteiten daarom onbevredigend.

Ondertussen zijn (i) Decreet nr. 2022-1541 van 7 december 2022 tot uitvoering van Artikel 20-7 van de Loi Léotard en tot vaststelling van de drempel voor het in werking stellen en de uiterste einddatum voor de toepassing van de verplichtingen inzake een passende zichtbaarheid van de diensten van 'algemeen belang', (ii) Resolutie nr. 2024-18 van 25 september 2024 betreffende de lijst van diensten van 'algemeen belang' overeenkomstig Artikel 20-7 van de Loi Léotard, en (iii) Resolutie nr. 2024-19 van 25 september 2024 betreffende de voorwaarden voor de

zichtbaarheid van de diensten van ‘algemeen belang’ en de voorwaarden voor het opslaan van de informatie als bedoeld in Artikel 20-7 van de Loi Léotard in Frankrijk effectief goedgekeurd. Onderstaande tabel is opgesteld op basis van de huidige stand van zaken.

FRANKRIJK
Definitie van ‘algemeen belang’
- Een omschrijving vinden we terug bij de bepaling van de opdrachten van audiovisuele communicatiediensten die handelen in het ‘algemeen belang’ en met een publieke opdracht (Loi Léotard, Artikel 43-11): <i>“Ze bieden het publiek, als geheel, een scala aan programma's en diensten die worden gekenmerkt door hun diversiteit en pluralisme, hun vraag naar kwaliteit en innovatie, respect voor de mensenrechten en grondwettelijk vastgelegde democratische beginselen.</i> <i>Ze presenteren een gediversifieerd programma-aanbod in analoge en digitale vorm op het gebied van informatie, cultuur, kennis, amusement en sport. Ze bevorderen het democratisch debat, uitwisselingen tussen verschillende bevolkingsgroepen, sociale integratie en burgerschap. Ze voeren acties uit ten gunste van sociale cohesie, culturele diversiteit, de strijd tegen discriminatie en vrouwenrechten. Ze zetten zich in het bijzonder in om de gelijkheid tussen vrouwen en mannen te bevorderen en seksistische vooroordelen, geweld tegen vrouwen en geweld binnen paren te bestrijden, en om te zorgen voor een betere vertegenwoordiging van de diversiteit van de Franse samenleving, met name overzees. Ze bieden programma's aan die de diversiteit van de Franse samenleving weerspiegelen. Ze promoten de Franse taal en, waar nodig, regionale talen en benadrukken de diversiteit van het Franse culturele en taalkundige erfgoed. Ze dragen bij aan de ontwikkeling en verspreiding van intellectuele en artistieke creaties en burgerlijke, economische, sociale, wetenschappelijke en technische kennis, evenals aan audiovisuele en media-educatie. Ze bevorderen het leren van vreemde talen. Ze nemen deel aan milieueducatie en duurzame ontwikkeling. Ze geven informatie over gezondheid en seksualiteit.</i> <i>Ze bevorderen de toegang tot de programma's die ze uitzenden voor doven en slechthorenden, met behulp van geschikte faciliteiten.</i> <i>Ze waarborgen de eerlijkheid, onafhankelijkheid en pluriformiteit van informatie en de pluriforme uitdrukking van stromingen en meningen in overeenstemming met het beginsel van gelijke behandeling en de aanbevelingen van de Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique .</i> <i>Bij de uitvoering van hun taken dragen de openbare audiovisuele communicatieorganen bij aan externe audiovisuele acties, aan de uitstraling van de Franstalige wereld en aan de verspreiding van de Franse cultuur en taal in de wereld. Ze streven ernaar nieuwe diensten te ontwikkelen die hun programma-aanbod kunnen verrijken of aanvullen, evenals nieuwe technieken voor het produceren en uitzenden van audiovisuele communicatieprogramma's en -diensten.”</i>

- In het kader van prominentiemaatregelen kan de mediaregulator ARCOM na publieke consultatie ook andere audiovisuele communicatiediensten erkennen als van ‘algemeen belang’, en dit op basis van hun <i>“bijdrage aan de pluralistische aard van stromingen, ideeën en opinies, en aan de culturele diversiteit.”</i> (Loi Léotard, Artikel 20-7, II).
Actoren die van ‘algemeen belang’ worden geacht
- Corresponderend met het eerste lid onder de vorige titel zijn dat: France Télévisions, Radio France, ARTE-France, La Chaîne parlementaire/La Chaîne parlementaire-Assemblée nationale/La Chaîne parlementaire-Sénat en alle opgesomde actoren hun dochterondernemingen die voldoen aan de eerder vermelde definitie van ‘algemeen belang’ (Loi Léotard, Artikel 44 tem 45-2); en het TV5-kanaal om hun publieke taken uit te voeren (Loi Léotard, Artikel 20-7, I). - Corresponderend met het laatste lid onder de vorige titel, m.a.w. na publieke consultatie van ARCOM, is een bijkomende resolutie opgesteld waardoor ook volgende actoren worden beschouwd als van ‘algemeen belang’ binnen context van Artikel 20-7 Loi Léotard: - <i>“Gratis nationale televisiediensten die beschikken over een uitzendvergunning verleend overeenkomstig Artikel 30-1 van de voornoemde wet van 30 september 1986, alsook audiovisuele mediadiensten op aanvraag die gratis ter beschikking van de gebruiker worden gesteld, intrinsiek verbonden zijn met deze televisiediensten en geproduceerd zijn door de uitgevers van deze laatste, hun dochterondernemingen of de vennootschappen die hen controleren in de zin van Artikel 41-3 van de voornoemde wet van 30 september 1986 of dochterondernemingen van deze laatste.”</i> (Resolutie nr. 2024-18 van 25 september 2024 betreffende de lijst van diensten van ‘algemeen belang’ overeenkomstig Artikel 20-7 van wet nr. 86-1067 van 30 september 1986 betreffende de vrijheid van communicatie, Artikel 1, 2°)
Geadresseerden voor prominentiebepalingen
- Exploitanten die bepalen hoe diensten worden gepresenteerd op gebruikersinterfaces, waarvan het aantal gebruikers of verkochte eenheden op Frans grondgebied een bij decreet vastgestelde drempel overschrijdt (Loi Léotard, Artikel 20-7, II). - <i>“I.- Voor de toepassing van dit artikel wordt onder “gebruikersinterface” verstaan elk instrument dat de gebruiker de keuze biedt tussen verschillende audiovisuele communicatiediensten of programma's van deze diensten, en dat :</i> <i>1° geïnstalleerd is op een televisietoestel of op apparatuur die bedoeld is om op het televisietoestel te worden aangesloten;</i> <i>2° geïnstalleerd op een geconnecteerde speaker;</i> <i>3° ter beschikking wordt gesteld door een distributeur van diensten</i> <i>4° beschikbaar wordt gesteld in een app store.”</i> (Loi Léotard, Artikel 20-7, I)

- De drempel waarvan sprake is per Decreet nr. 2022-1541 van 7 december 2022 tot uitvoering van Artikel 20-7 van wet nr. 86-1067 van 30 september 1986 betreffende de vrijheid van communicatie, vastgelegd op:
“150 000 gebruikersinterfaces die in het kader van een abonnementscontract of gehuurd van audiovisuele communicatiediensten gedurende het laatste kalenderjaar in Frankrijk in de handel zijn gebracht of beschikbaar worden gesteld.”
- Gebruikersinterfaces die voldoen aan de drie volgende voorwaarden, worden als dezelfde gebruikersinterfaces beschouwd (en tellen dus voor 1 gebruikersinterface):
 - *“ze zijn geïnstalleerd op apparatuur van dezelfde categorie, van de in de leden 1 en 2 van I van voornoemd Artikel 20-7;*
 - *ze zijn geïnstalleerd op apparatuur van hetzelfde merk;*
 - *ze zijn geïnstalleerd op apparatuur met hetzelfde besturingssysteem, ongeacht de versie daarvan.”* (Decreet nr. 2022-1541, Artikel 2, II)
- *“Voor de in de leden 3 en 4 van voornoemd Artikel 20-7, bedoelde gebruikersinterfaces wordt de drempel vastgesteld op 3 miljoen unieke bezoekers per maand voor elke gebruikersinterface in Frankrijk. Deze drempel wordt berekend op basis van het laatste kalenderjaar.”* (Decreet nr. 2022-1541, Artikel 3)
- De verplichting geldt niet voor interfaces die uitsluitend diensten van dezelfde uitgever, van een uitgever en zijn dochterondernemingen of van een uitgever en de dochterondernemingen van de vennootschap die hem controleert in de zin van 2° van Artikel 41-3 aanbieden²².
- Concreet gaat het momenteel over volgende actoren, in volgende categorieën (ARCOM, 2024):
 - **Televisies:** SAMSUNG met TIZEN; LG met LG Web OS; TCL met Android TV of Google TV; HISENSE met HISENSE VIDAA U; PHILIPS met Android TV of Google TV.
 - **Geconnecteerde speakers:** Google (Google Assistent); Amazon (Alexa); Apple (Siri).
 - **Multimedia-gateways:** Google TV 4K Chromecast-gateway (Chrome OS- en Android-software); Amazon Fire TV Stick Gateway (Android-software); Xiaomi Gateway met TV Stick en MI TV Box (Android-software); Apple TV+ gateway.
 - **Spelconsoles:** Nintendo (Switch); Sony (PS5); Microsoft (Xbox-serie, Xbox One).
 - **Dienstenaanbieders/verdelers:** Amazon Prime Video; Canal+ / myCanal; Google TV; Orange; Free; Bouygues Telecom; SFR; Deezer; Apple Music.
 - **Applicatiewinkels:** Google Play; Samsung Galaxy Apps; Apple Store.

Regulator ARCOM voegde daar in haar verduidelijking gepubliceerd in september 2024 expliciet toe:

²² “2° Elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die volgens de criteria van Artikel L. 233-3 van het Franse Wetboek van Koophandel, een vennootschap die een vergunning heeft of onder haar gezag of afhankelijkheid heeft geplaatst, wordt geacht over een vergunning te beschikken; elke persoon die een terrestrische radio- of televisiedienst exploiteert of controleert die uitsluitend wordt uitgezonden via frequenties die zijn toegewezen aan radio en televisie per satelliet, vanuit het buitenland of via frequenties die zijn toegewezen aan buitenlandse staten, en die gewoonlijk in de Franse taal op Frans grondgebied worden ontvangen, wordt eveneens geacht over een vergunning te beschikken.”

Art. 4 – “De bepalingen van de Artikelen 1 tot 3 zijn van toepassing op de gebruikersinterfaces waarvan de operatoren gevestigd zijn op het Franse grondgebied of buiten de Europese Unie en die voorkomen op de lijst die jaarlijks door de mediaregulator wordt gepubliceerd.”

Art. 5 – “Na geval per geval de voorwaarden te hebben onderzocht voor de zichtbaarheid van de diensten van ‘algemeen belang’ die worden aangeboden op de gebruikersinterface van een dienstverlener die gevestigd is in een andere Lidstaat van de Unie en die voorkomt op voornoemde lijst, kan de mediaregulator zich wenden tot de Lidstaat waar de betrokken interface-operator is gevestigd indien deze voorwaarden niet voldoen aan de vereisten van de verdediging van het pluralisme en de bevordering van de culturele diversiteit. Aan het einde van dit inleidende proces met de lidstaat waar de interface-exploitant is gevestigd, zal de mediaregulator de lidstaat en de Europese Commissie op de hoogte stellen van eventuele individuele maatregelen die zij voorzien te nemen ten aanzien van de betrokken interface-exploitant.”

Bepalingen voor audiovisuele en/of auditieve diensten?

Volgens Artikel 2 van de Loi Léotard slaat ‘communication audiovisuelle’ zowel op audiovisuele als auditieve diensten.

Transparantie en rapportering

- In Artikel 4 van het Decreet nr. 2022-1541 staan transparantie- en rapportageverplichtingen voor zowel ARCOM (eerste lid) als de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces (tweede lid):

“De regelgevende autoriteit voor audiovisuele en digitale communicatie (ARCOM) publiceert elk jaar uiterlijk op 15 maart de lijst van gebruikersinterfaces die de in de Artikelen 2 en 3 (van het Decreet nr. 2022-1541) vastgestelde drempels overschrijden.

De in II van voornoemd Artikel 20-7, bedoelde exploitanten beschikken over een termijn van negen maanden vanaf de bekendmaking van de in het eerste lid bedoelde lijst om te voldoen aan de verplichting van II van dat artikel.”

- In Artikel 1 van de Resolutie nr. 2024-18 (République Française, 2024a) staan rapportageverplichtingen voor aanbieders van diensten van ‘algemeen belang’ t.a.v. ARCOM:

“Uitgevers van diensten van ‘algemeen belang’ bezorgen ARCOM een lijst van hun lineaire diensten van ‘algemeen belang’ en de toepassingen die zij publiceren of die worden gepubliceerd door hun dochterondernemingen of door ondernemingen die zeggenschap over hen hebben in de zin van Artikel 41-3, lid 2, van de bovengenoemde wet van 30 september 1986 of hun

dochterondernemingen en die hun diensten van ‘algemeen belang’, met name hun diensten op aanvraag, op hoofd- of exclusieve basis beschikbaar stellen. Zij delen ook alle wijzigingen van deze lijst mee. Na bestudering door ARCOM publiceert zij een lijst van alle diensten van ‘algemeen belang’ en de desbetreffende aanvragen, die zij toezendt aan de gebruikersinterface-exploitanten die onderworpen zijn aan de regelgeving.”

- In Artikel 6 van de Resolutie nr. 2024-19 (République Française, 2024b) staan rapporteringsverplichtingen voor aanbieders van gebruikersinterfaces t.a.v. ARCOM. Dit is de uitgewerkte bepaling van de eerder bepaalde rapportageverplichting voor aanbieders van gebruikersinterfaces volgens Artikel 20-7, III, lid 1 Loi Léotard:

“De aanbieders gevestigd op het Franse grondgebied of buiten de Europese Unie en opgenomen in de jaarlijks gepubliceerde lijst van interfaces brengen elk jaar vóór 15 februari bij de mediaregulator verslag uit over de maatregelen die tijdens het voorgaande jaar werden genomen om de zichtbaarheid van de diensten van ‘algemeen belang’ te verzekeren. Deze bepalingen zijn eveneens van toepassing op de exploitanten van de in deze lijst opgenomen interfaces waarvoor individuele maatregelen zijn genomen onder de in Artikel 5 van deze resolutie genoemde voorwaarden.”

Indien deze verplichting niet wordt nagekomen door de aanbieder van gebruikersinterfaces, kan ARCOM deze aanbieder formeel aanmanen om binnen een door haar vastgestelde termijn aan de verplichting te voldoen. Indien de aanmaning in gebreke blijft, kan ARCOM een geldboete opleggen overeenkomstig de voorwaarden van de Artikelen 42-2 en 42-7 van de Loi Léotard.

- Volgens het tweede lid van Artikel 20-7, III, Loi Léotard dient de mediaregulator ARCOM periodieke voortgangsrapporten te publiceren over toepassing en doeltreffendheid van de maatregelen bepaald in dit Artikel.

Toezicht en supervisie (door regulator)

Zie vorige titel.

Prominentiemaatregelen

- Artikel 20-7, II, lid 3 van de Loi Léotard bepaalt volgende maatregelen: *“Rekening houdend met de aanpassingsmogelijkheden van de gebruikers, kan de juiste zichtbaarheid worden verzekerd, in het bijzonder door zichtbaarheid:*
 - 1° op de startpagina of het -scherm;*
 - 2° in aanbevelingen aan gebruikers;*
 - 3° in de resultaten van zoekopdrachten die door de gebruiker zijn gestart;*
 - 4° op de systemen voor afstandsbediening van apparatuur die toegang biedt tot audiovisuele communicatiediensten.*

De gekozen presentatie moet er ook voor zorgen dat de aanbieder van de gepromote dienst kan worden geïdentificeerd.”

- Regulator ARCOM werkte vervolgens bijkomende modaliteiten uit om passende zichtbaarheid te kunnen garanderen voor diensten van ‘algemeen belang’, verder bouwend op de bepalingen uit Artikel 20-7 Loi Léotard, en deze werden gepubliceerd in het Frans Staatsblad (‘Journal Officiel’) onder Resolutie nr. 2024-19 van 25 september 2024 betreffende de voorwaarden voor de zichtbaarheid van de diensten van ‘algemeen belang’ en de voorwaarden voor het opslaan van de informatie als bedoeld in Artikel 20-7 van de wet nr. 86-1067 van 30 september 1986 betreffende de vrijheid van communicatie. Deze regeling houdt ook rekening met de bepalingen in EMFA.

“Voorwaarden waardoor een gepaste zichtbaarheid van diensten van ‘algemeen belang’ kan verzekerd worden:

Art. 1. - De handelingen die een gebruiker moet verrichten om toegang te krijgen tot een dienst van ‘algemeen belang’ of een omgeving waarin diensten van ‘algemeen belang’ zijn gegroepeerd, mogen niet talrijker of restrictiever zijn dan de handelingen die nodig zijn voor toegang tot enige andere audiovisuele communicatiedienst die toegankelijk is via de interface, behoudens de gevolgen van de personalisering op initiatief van de gebruiker, waarin met name is voorzien door de mechanismen die zijn ingesteld krachtens Artikel 27 van de Europese verordening betreffende digitale diensten.

Deze beginselen moeten ook worden nageleefd wanneer een gebruiker toegang heeft tot een programma dat deel uitmaakt van een dienst van ‘algemeen belang’.

Art. 2 - Binnen een gebruikersinterface moeten diensten van ‘algemeen belang’ of het toegangspunt tot de omgeving waarin ze worden gegroepeerd, op dezelfde plaats verschijnen als de best gepresenteerde diensten.

Art. 3 - In de resultaten van opzoeken door gebruikers en in de aanbevelingen die voor hen bestemd zijn, worden diensten van ‘algemeen belang’ en hun programma’s op een eerlijke en niet-discriminerende manier behandeld ten opzichte van andere diensten en programma’s en worden ze geïdentificeerd door de aanbieder.

In de resultaten van door gebruikers uitgevoerde zoekopdrachten die expliciet betrekking hebben op een dienst van ‘algemeen belang’ of een van zijn programma’s, en onverminderd de systemen die zijn ingesteld krachtens Artikel 27 van de Europese Verordening betreffende digitale diensten, moeten de gebruikersinterfaces in de eerste plaats de dienst of het programma tonen waarvan deze is afgeleid en waarvan de stream rechtstreeks wordt geleverd door de aanbieder van deze dienst of een van zijn dochterondernemingen of een dochteronderneming van de vennootschap die de aanbieder controleert in de zin van Artikel 41-3, § 2, van de wet van 30 september

<i>1986, tenzij er een uitdrukkelijke overeenkomst bestaat tussen de aanbieder en de interface-operator die in specifieke bepalingen voorziet.”</i>
Vrijstelling van verplichtingen
Zie vorige titels.

Tabel 8: Overzicht van de bepalingen inzake prominentie voor Frankrijk.

11.6.4. Ierland

Op 10 december 2022 werd de Online Safety and Media Regulation Act (OSMR) (Government of Ireland, 2022) uitgevaardigd, een update van de Omroepwet van 2009. De wijziging in 2022 introduceerde Hoofdstuk 7, ‘*Availability and prominence of public service programmes and services*’. In Ierland komen alle inhouden en diensten ‘met publieke opdracht’ in aanmerking als begunstigde diensten van ‘algemeen belang’. In tegenstelling tot het Verenigd Koninkrijk, waar enkel de diensten en inhouden van de publieke omroepen in aanmerking komen, en alle andere landen die in deze studie zijn besproken, beschouwt Ierland niet alleen het geheel van de openbare omroep als dienst van ‘algemeen belang’, maar kunnen ook andere inhouden/diensten/programma’s ‘met publieke opdracht’ in aanmerking komen als zijnde van ‘algemeen belang’. In juni 2023 nam toezichthouder Cnam (2023) zichtbaarheid en vindbaarheid in haar werkprogramma op:

“Prominence of public service content is a hot topic amongst broadcasters and concerns have been raised with us about the difficulties broadcasters face in ensuring that their content is easily available and visible on all platforms. We have new functions to help address this problem and in Q3 we will start to explore these issues and the steps that might be taken.”

Uit ons gesprek met de Ierse regulator blijkt dat het noodzakelijk is dat Cnam codes en regels ontwikkelt en dat wil doen in samenspraak met alle stakeholders. Bij het ontwikkelen van deze codes en regels kiest de Ierse regulator voor een principiële benadering en bepleit ze geen strikt prescriptieve maatregelen (bvb. minimumaantal clicks), maar wel richtlijnen en principes. Het lijkt erop dat de regulator alleen bepaalde inhoud van de publieke omroep een prominente plaats zal geven, overwegende dat het mogelijk is om de hele dienstverlening van de regionale omroepen op de voorgrond te plaatsen met het argument dat hun taak in zijn geheel meer van ‘algemeen belang’ is; het opnemen van de gehele openbare omroep zou hen een disproportioneel voordeel opleveren ten opzichte van andere spelers. Cnam benadrukt ook dat bij het definiëren van ‘algemeen belang’ rekening moet gehouden worden met de inhoud die door de belastingsbetaler wordt betaald, inhoud die anders niet gemaakt en gezien zou worden. Cnam gaf aan de stappen rond zichtbaarheid in de tweede helft van 2024 te hervatten.

IERLAND	
Definitie van ‘algemeen belang’	
- OSMR 128C, lid 3; Cnam kan enkel regels opstellen die aanbieders van gebruikersinterfaces (origineel ‘interactive guides’) verplichten om prominentie te garanderen van diensten en inhoud, als blijkt dat de betrokken diensten en/of inhouden: a) Betrekking hebben op de Ierse cultuur, geschiedenis, erfgoed, sport, taal of andere zaken die van belang zijn voor de bevolking van het eiland Ierland; b) Onpartijdige en onafhankelijke journalistiek bevatten; c) Betrekking hebben op gebeurtenissen of kwesties die van groot belang zijn voor de bevolking van Ierland en mensen van Ierse afkomst die in het buitenland wonen; d) Betrekking hebben op duurzaamheid en klimaatverandering; e) Betrekking hebben op mensenrechten, waaronder gelijkheid, diversiteit en inclusie; of f) Betrekking hebben op wetenschap en onderwijs.	
Actoren die van ‘algemeen belang’ worden geacht	
- 128C, lid 1 vermeldt dat de aanbieders van gebruikersinterfaces ervoor moeten zorgen dat het volgende prominentie geniet op de gebruikersinterfaces: a) Programma’s met publieke opdracht (origineel ‘public service programmes’), of daaruit bestaande categorieën; b) Audiovisuele omroepdiensten met publieke opdracht (origineel ‘public service audiovisual broadcasting services’), of de programmering van deze diensten; c) Audiovisuele mediadiensten op aanvraag met publieke opdracht, of de catalogi van deze diensten. - 128A definieert ‘programma met publieke opdracht’ als een audiovisueel programma dat wordt uitgezonden via een audiovisuele omroepdienst met publieke opdracht of beschikbaar wordt gesteld in een catalogus van een audiovisuele mediadienst op aanvraag met publieke opdracht.²³ Dit heeft in principe betrekking op audiovisuele uitzendingen en on-demand mediadiensten die worden aangeboden door: publieke omroepen RTÉ en TG4, houders van een contract voor televisieprogrammadiensten (d.w.z. Virgin Media One en Two – ex TV3), aanbieders van mediadiensten aangewezen	

²³ 128A definieert ‘audiovisuele omroepdienst met publieke opdracht’ als een audiovisuele omroepdienst die a) wordt geleverd door openbare omroepen RTÉ of TG4 of beide, b) wordt geleverd door de houder van een contract voor televisieprogrammadiensten in het kader van dat contract, of c) is aangewezen krachtens Artikel 128D. 128A definieert ‘audiovisuele mediadienst op aanvraag met publieke opdracht’ als een audiovisuele mediadienst op aanvraag die a) wordt geleverd door openbare omroepen RTÉ of TG4 of beide, b) wordt geleverd door de houder van een contract voor televisieprogrammadiensten in het kader van dat contract, of c) is aangewezen krachtens Artikel 128D. 128D bepaalt dat de Cnam de bevoegde Minister kan aanbevelen om een specifieke audiovisuele omroepdienst of on-demand audiovisuele mediadienst aan te stellen als audiovisuele dienst met publieke opdracht in de zin van Secties 128B of 128C. De Minister kan dan een besluit nemen om de dienst aan te wijzen. Het Artikel bepaalt wel dat de Cnam zo’n aanbeveling niet zal doen en dat de Minister een dergelijk bevel niet zal geven, tenzij die ervan overtuigd is dat de desbetreffende dienst het karakter heeft van een dienst met publieke opdracht.

als audiovisuele omroepdiensten/mediadiensten op aanvraag met publieke opdracht door de Minister van Communicatie na een aanbeveling van Cnam.
Geadresseerden voor prominentiebepalingen
- De verplichting geldt voor 'aanbieders van gebruikersinterfaces'. Een gebruikersinterface wordt in 128A gedefinieerd als een interface, overgebracht door middel van een elektronisch communicatienetwerk en toegankelijk door middel van een terminal waarmee een persoon een dienst of programma kan selecteren om te bekijken op een platform, of op een geschikt netwerk of satelliettelevisiedienst. Artikel 77 van de wet bevat definities van de termen 'terminal', 'platform', 'geschikt netwerk' en 'satelliettelevisiedienst'. - Bij het opstellen van de regels voor de aanbieders van gebruikersinterfaces houdt Cnam rekening met de volgende zaken: a) De noodzaak om de toegang voor een zo breed mogelijk publiek te bevorderen tot de programma's en diensten waarnaar verwezen wordt in subsectie 1; b) De aard van de aanbieders van gebruikersinterfaces, inclusief de technische bekwaamheid van de aanbieders en het aantal gebruikers van programmagidsen; c) De aard van openbare dienstverleners, inclusief de hoeveelheid programma's van de publieke omroep die door de aanbieders worden uitgezonden of beschikbaar gesteld; d) De rechten van aanbieders van gebruikersinterfaces; e) De rechten van gebruikers van gebruikersinterfaces en hun verwachtingen ten aanzien van de beschikbaarheid en bekendheid van de programma's en diensten op dergelijke gidsen waarnaar wordt verwezen in subsectie 1, met bijzondere aandacht voor hun rechten en mogelijke verwachtingen ten aanzien van lerse taalprogramma's en diensten; f) Contractuele regelingen die kunnen bestaan tussen openbare dienstverleners en aanbieders van gebruikersinterfaces; g) Technologische ontwikkelingen; h) De evenredigheid van alle vereisten krachtens de regels, in het licht van de zaken waarnaar wordt verwezen in paragrafen (b), (c), (d) en (e).
Bepalingen voor audiovisuele en/of auditieve diensten?
- De OSMR-wet vermeldt dat de regels m.b.t. bekendheid en vindbaarheid alleen van toepassing zijn op diensten/apparatuur die in de eerste plaats bedoeld zijn om toegang te verschaffen tot audiovisuele mediadiensten. Dit omvat gebruikersinterfaces op smart-tv's, satelliet-/kabel-/OTT-set-top-boxen, streaming sticks enz. (Government of Ireland, z.d.).
Toezicht en supervisie
- Deel 8b van de OSMR-wet omvat de onderzoeks- en sanctiebevoegdheden.

- 128C, lid 5 vermeldt dat niet-naleving van vastgestelde regels onder subsectie 1 (die de prominentieverplichtingen bespreekt) een overtreding is voor de toepassing van Deel 8B. - De nadruk ligt, vergelijkbaar met het Verenigd Koninkrijk, bij een geschil eerder op de regulator die discussies en relaties faciliteert. Het geschillenbeslechtingssysteem dat deel uitmaakte van de oude wetgeving is behouden als laatste redmiddel (European Audiovisual Observatory, 2023).
Prominentiemaatregelen
- Bij het opstellen van de OSMR Act werden verschillende benaderingen geschetst die de taak van de mediaregulator in het kader van de uitvoering van prominentiemaatregelen zouden kunnen bepalen, maar geen enkele werd opgenomen in de eigenlijke wet (Government of Ireland, z.d.). De verschillende benaderingen waren: - De regulator mag eisen dat de aanbieder van een platform, dat een gebruikersinterface herbergt, een deel van de startpagina reserveert om bepaalde categorieën inhoud van de publieke omroep of bepaalde diensten van de publieke omroep te benadrukken. - De regulator mag eisen dat elk platform op het beginscherm een prominente link naar de EPG bevat. - De regulator mag eisen dat platformen passende zoekfuncties aanbieden waarmee gebruikers inhoud met een publieke opdracht gemakkelijk kunnen vinden.
Vrijstelling van verplichtingen
Bij het opstellen van de OSMR Act werd duidelijk dat het niet de intentie is om prominentievereisten op andere elektronische apparaten op te leggen zoals mobiele telefoons, laptops, tablets enz. Hoewel dergelijke apparaten audiovisuele mediadiensten kunnen weergeven, zijn dergelijke apparaten multifunctioneel en wordt het aanbieden van audiovisuele mediadiensten niet als hun primair doel beschouwd. Daarom wordt het proportioneel geacht de toepassing van dit hoofdstuk te beperken tot gebruikersinterfaces op audiovisuele consumentenapparatuur zoals smart-tv's en set-top-boxes (Government of Ireland, z.d.).

Tabel 8: Overzicht van de bepalingen inzake prominentie voor Ierland.

11.6.5. Verenigd Koninkrijk

Het Verenigd Koninkrijk is ook bezig met het implementeren van prominentieregels voor de diensten van de publieke omroepen. De nieuwe Media Act, wettelijk goedgekeurd op 24 mei 2024 middels een koninklijke bekrachtiging (UK Parliament, 2024), introduceert regels voor prominentie met bepalingen die relevant zijn voor audiovisuele diensten. Eerder had het Verenigd Koninkrijk de AVMD-Richtlijn omgezet in nationale wetgeving, maar had op dat moment besloten om Artikel 7 bis niet te implementeren (Ledger, 2023). De nieuwe prominentieregels komen er na mediaregulator Ofcom's (2019) *Review of prominence for public service broadcasting*, die

aanbevelingen deed aan de regering m.b.t. zichtbaarheid en vindbaarheid. De nieuwe regels bouwen voort op de Britse regeling voor omroepdistributie die garandeert dat de publieke zenders op grote schaal beschikbaar zijn en voldoende prominentie krijgen. De informatie in onderstaande tabel komt uit de wettelijk goedgekeurde Media Act 2024. Sectie 28, waarin alle bepalingen omtrent prominentie en passende aandacht staan, trad in werking op de dag waarop de Media Act 2024 werd aangenomen, voor zover het bevoegdheden verleent om regelgeving op te stellen. Sinds 23 augustus 2024 is de eerste Commencement (wettelijk instrument voor uitvoering van wet) van de Media Act 2024 van kracht, die ervoor zorgt dat een eerste reeks (bijkomende) bepalingen uit Sectie 28 effectief van kracht kunnen gaan, zoals gestipuleerd in de roadmap van Ofcom gepubliceerd op 26 februari 2024 (Ofcom, 2024). Verdere updates omtrent Commencements van Sectie 28 van de Media Act 2024 kunnen gevolgd worden via Ofcoms webpagina over ‘Media Act Implementation’ (Ofcom, z.d.).

In het Verenigd Koninkrijk moeten de publieke omroepen commerciële overeenkomsten met betrekking tot prominentie sluiten met de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces die voor beide partijen voordelig zijn. Als ze niet tot een overeenkomst komen, kan de regulator tussenbeide komen om de onderhandelingen te ondersteunen via een mechanisme voor geschillenbeslechting (Secties 362AM en 362AT Media Act 2024). Dit aspect is helemaal niet aanwezig in de Franse, Duitse of Italiaanse systemen, noch in de regels op EU-niveau. Het lijkt een interessante bepaling die een positieve invloed zou kunnen hebben op het onderhandelingsproces tussen aanbieders van inhoud en platforms (Ledger, 2023). Het Verenigd Koninkrijk is restrictief wat betreft begunstigde diensten van ‘algemeen belang’, door de regels te beperken tot de spelers die officieel geclassificeerd zijn als publieke omroepen (Public Service Broadcasting).

VERENIGD KONINKRIJK	
Definitie van ‘algemeen belang’	
-	In de Media Act 2024 hangt de notie van ‘algemeen belang’ samen met de ‘public service remit’ of publieke opdracht die een mediadienst kan uitvoeren. Onder sectie 3, subsecties 2 en 3 van de Act, in het kader van de publiekeomroeplicentie van televisiekanalen Channel 3, 4 en 5, wordt uitgeweid over wat de publieke opdracht precies inhoudt:
	- (2) De publieke opdracht voor elke dienst van Channel 3 en voor Channel 5 is het beschikbaar stellen van een reeks hoogwaardige en gevarieerde audiovisuele content. - (3) De publieke opdracht voor Channel 4 is het beschikbaar stellen van een breed scala aan hoogwaardige en gevarieerde audiovisuele inhoud a) die met name i) blijkt geeft van innovatie, experiment en creativiteit in de vorm en inhoud van programma's, ii) de smaak en interesses van een cultureel diverse samenleving aanspreekt, iii) een aanzienlijke hoeveelheid en een breed scala aan programma's van educatieve aard en andere programma's met educatieve waarde omvat, en iv) een onderscheidend karakter heeft.
Actoren die van ‘algemeen belang’ worden geacht	
-	De regels zijn strikt beperkt tot openbare omroepdiensten. Sectie 362AA, subsectie 1 definieert de “ <i>designated internet programme services</i> ” (DIPS) duidelijk als:

- a) Een internetprogrammadienst van de BBC;
 - b) Een internetprogrammadienst van een andere publieke omroep dan de BBC en aangewezen door Ofcom krachtens subsectie (2) voor de doeleinden van dit Deel; of
 - c) Een internetprogrammadienst die wordt aangeboden door een aan een publieke omroep verbonden persoon en aangewezen door Ofcom zoals beschreven in paragraaf (b).
- 362AA, subsectie 3 bepaalt de voorwaarden om te worden aangewezen als een DIPS, als de diensten:
 - a) In staat zijn om:
 - Een significante bijdrage te leveren aan het vervullen van de publieke opdracht voor dat publieke omroepkanaal; of
 - In geval de aanbieder van de dienst, met betrekking tot twee of meer gelicenseerde publieke-omroepkanalen, ofwel de aanbieder is van, ofwel een persoon die verbonden is met de aanbieder van de kanalen, een belangrijke bijdrage levert aan het vervullen van de publieke opdracht voor ten minste één van die publieke-omroepkanalen; en
 - b) Ervoor zorgen dat de inhoud met publieke opdracht gemakkelijk te vinden is en door de dienst wordt gepromoot.
- 362AA, subsectie 4 bepaalt de voorwaarden waaraan respectievelijk de internetprogrammadiensten aangeboden door Welshe openbare omroep S4C of geassocieerde personen moeten voldoen:
 - a) De dienst levert een significante bijdrage aan het vervullen van de publieke taak van S4C of zou, indien aangewezen, daartoe in staat zijn; en
 - b) De inhoud met publieke opdracht is gemakkelijk te vinden en wordt door de dienst gepromoot.
- 362AA, subsectie 5 omvat dezelfde bepalingen, maar dan voor in het geval van een internetprogrammadienst die wordt geleverd door een persoon die verbonden is met de BBC.
- 362AA, lid 10 vermeldt dat een internetprogrammadienst verwijst naar:
 - a) Een on-demand programmadienst waarbij de gebruiker van de dienst via internet toegang heeft tot de programma's die hij bekijkt;
 - b) Een niet-Britse on-demand programmadienst waarbij een gebruiker van de dienst via internet toegang heeft tot de programma's; of
 - c) Een dienst die voldoet aan de vereisten in subsectie (11).
- 362AA, lid 11 vermeldt de vereisten als:
 - a) Het hoofddoel van de dienst is het aanbieden van programma's;
 - b) Dat een gebruiker van de dienst via internet toegang heeft tot de bekeken programma's; en
 - c) Dat de programma's die zij aan een gebruiker van de dienst levert, zijn opgenomen in

- (i) Een on-demand programmadienst zoals beschreven in subsectie (10)(a) of een on-demand niet-Britse programmadienst zoals beschreven in subsectie (10)(b); en
 - (ii) Een andere dienst die een dergelijke programmadienst op aanvraag is, of twee of meer andere diensten die elk een dergelijke programmadienst op aanvraag zijn, een dergelijke programmadienst op aanvraag buiten het Verenigd Koninkrijk, of een dienst (anders dan dit soort diensten) die bestaat uit het aanbieden van programma's of die als hoofddoel het aanbieden van programma's heeft.
- Op basis van deze criteria worden diensten van de BBC, waaronder BBC iPlayer en de commerciële publieke omroepen zoals All4, My5 en ITVX, als DIPS beschouwd. Ook aan onlinediensten van de openbare omroepen die worden aangeboden door S4C in Wales en STV in Schotland moet prominentie worden gegeven, op voorwaarde dat aan de aanwijzingscriteria wordt voldaan.

Geadresseerden voor prominentiebepalingen

- 362AE, sectie 1 definieert "*television selection services*" (TSS) als een dienst of een afscheidbaar deel van een dienst die via het internet en in verband met internettelevisieapparatuur wordt geleverd en bestaat uit:
 - a) De presentatie van de internetprogrammadiensten die deel uitmaken van de dienst of van het afscheidbaar deel van de dienst; en
 - b) Een voorziening die de gebruiker in staat stelt om:
 - (i) Een selectie te maken tussen deze diensten of tussen programma's die door deze diensten worden aangeboden of beiden; en
 - (ii) Toegang te krijgen tot de geselecteerde dienst of het geselecteerde programma of beide.
- 362AE, lid 2 en lid 7 vermelden dat de bevoegde Staassecretaris bepaalt welke apparatuur onder de definitie van een TSS valt en dat die de definities van een TSS of internettelevisieapparatuur door regelgeving kan wijzigen. Er moet wel een ontwerp tot wijziging van de definities worden ingediend en goedgekeurd door een resolutie van het Parlement.
- Ledger (2023) geeft aan dat het de bedoeling is om in de initiële reguleringen apparaten op te nemen die de belangrijkste manieren zijn waarlangs kijkers toegang krijgen tot TSS; Ofcom schatte dat ongeveer 30-40 aanbieders mogelijk binnen het toepassingsgebied zouden vallen. Dit kunnen zowel smart-tv's en betaaltelevisiediensten zijn die diensten van derden hosten, als aangesloten tv-apparaten zoals streaming sticks en set-top-boxen en mogelijk ook relevante spelconsoles. Het is aan de Staatssecretaris om het toepassingsgebied uit te breiden naar andere apparaten zoals laptops, smartphones en tablets.

- 362AF, definieert “*regulated television selection services*” (RTSS) als televisieselectiedienst die hetzij is aangewezen bij het besluit van de Staatssecretaris, of van een beschrijving is die gespecificeerd is in reguleringen van de Staatssecretaris (sectie 1); de Staatssecretaris mag enkel televisieselectiediensten als gereguleerde televisieselectiediensten beschouwen indien de Staatssecretaris acht dat ze door een significant aantal burgers in het Verenigd Koninkrijk gebruikt worden. Om reguleringen te bepalen, moet de Staatssecretaris een rapport ontvangen van Ofcom (sectie 4) dat aangeeft (i) hoeveel burgers in het Verenigd Koninkrijk van die dienst gebruik maken; (ii) op welke manier de dienst gebruikt wordt door deze burgers; (iii) of de dienst kan functioneren als een gereguleerde televisieselectiedienst (RTSS) of er eventuele wijzigingen die nodig zijn om de dienst daartoe in staat te stellen; (iv) zaken die volgens Ofcom waarschijnlijk van invloed zijn op de onder (i) tot en met (iii) genoemde zaken.

Bepalingen voor audiovisuele en/of auditieve diensten?

- Enkel audiovisueel. De Media Act 2024 bevat ook nieuwe passages over radiodiensten en hun selectie in een internetgeconnecteerde mediaomgeving, maar deze bevatten enkel bepalingen in verband met must-offer/carry en signaalintegriteit (zie Part 6 Media Act 2024).

Transparantie en rapportage

- Wanneer een persoon die verbonden is aan een publieke omroep die als DIPS is aangewezen niet langer verbonden is aan die publieke omroep, moet deze persoon Ofcom op de hoogte brengen (362AD).
- Aanbieders van een TSS moeten Ofcom op de hoogte stellen als de dienst een RTSS wordt, of als de dienst ophoudt een RTSS te zijn; aanbieders van RTSS moeten Ofcom ook op de hoogte stellen als de aanbieder stopt met het leveren van die dienst (362AH).

Toezicht en supervisie (door regulator)

- 362AB geeft Ofcom de bevoegdheid om een erkenning tot DIPS in te trekken.
- Ofcom heeft de taak om lijsten van aangewezen DIPS en RTSS op te stellen en bij te houden (362AI). Rapporten die worden gedeeld tussen Ofcom en de Staatssecretaris moeten worden gepubliceerd; Ofcom moet ook een verklaring publiceren over de principes en methoden die zijn toegepast bij het opstellen van de lijst van spelers die aanbevolen worden om aangewezen te zijn als RTSS (362AG);
- 362AS bepaalt dat Ofcom alle actoren (begunstigde diensten van ‘algemeen belang’, gereguleerden, geassocieerden) op wie deze Act van toepassing is, via notificatie om informatie mag vragen. De informatie in kwestie die Ofcom mag opvragen, moet proportioneel zijn aan de doelen van de taken die Ofcom dient uit te voeren binnen het kader van de prominentiebepalingen in de Media Act 2024.

- Er bestaat een mechanisme voor het doorverwijzen van geschillen naar Ofcom (362AT).
- 362AL bepaalt dat Ofcom richtlijnen moet opstellen en publiceren over hoe DIPS en RTSS moeten handelen in overeenstemming met de doelstellingen van de overeenkomst, die tot doel heeft ervoor te zorgen dat de overeengekomen voorwaarden eerlijk en voor beide partijen voordelig zijn.
- 362AT stelt een **mechanisme in voor het doorverwijzen van geschillen** naar Ofcom, alleen wanneer er geen realistische vooruitzichten zijn om het geschil op te lossen. Ofcom moet beslissen of het gepast is dat zij het geschil behandelen en moet binnen vier maanden na de verwijzing tot een resultaat komen dat het geschil beëindigt. Ofcom kan de kosten en uitgaven van de betrokken partijen in rekening brengen. De rechtbank kan tussenbeide komen in juridische geschillen.

Prominentiemaatregelen

Verplichtingen voor RTSS

- 362AK bepaalt dat RTSS DIPS in de eerste plaats moeten aanbieden, om ze een gepaste mate van prominentie te kunnen geven: RTSS zijn verplicht de DIPS te dragen (must-carry) en een 'gepaste' mate van prominentie te geven:
 - (1) De aanbieder van een RTSS moet:
 - a) m.b.t. elke DIPS regelingen treffen met de aanbieder van de DIPS opdat de RTSS de DIPS omvat; en
 - b) de regelingen van kracht blijven.
 - (2) De aanbieder van een RTSS moet handelen in overeenstemming met de doelstellingen van de overeenkomst bij het aangaan van regelingen en zolang ze van kracht zijn.
- 362AO stelt dat:
 - (1) Een aanbieder van een RTSS moet ervoor zorgen dat de wijze waarop zijn dienst internetprogrammadiensten aan zijn gebruikers in het Verenigd Koninkrijk aanbiedt, een passende mate van prominentie verleent aan elk van de DIPS die deel uitmaken van zijn dienst.
 - (2) Subsectie (1) vereist niet dat een DIPS in elk gebied van het Verenigd Koninkrijk aandacht of evenveel aandacht krijgt.
 - (3) De verwijzing in subsectie (1) naar het geven van een passende mate van prominentie aan een DIPS die deel uitmaakt van een RTSS, omvat een verwijzing naar het geven van een passende mate van prominentie aan:
 - a) materiaal dat tot de publieke opdracht behoort of bijdraagt aan de bevordering van één of meer publieke doelen van de BBC dat deel uitmaakt van die DIPS; en
 - b) 3en in de lijst opgenomen kanaal dat deel uitmaakt van die DIPS, voor zover de prominentie van dat materiaal of kanaal wordt beïnvloed door de werking van de RTSS.

- De regels in de Act specificeren geen expliciete bepalingen voor prominentie, maar zoals vermeld in 362AP, dient Ofcom dit in een gedragscode te behandelen waarin acties worden beschreven die worden aanbevolen om ervoor te zorgen dat de manier waarop een RTSS DIPS aan zijn gebruikers presenteert, voldoet aan de verplichtingen gestipuleerd in 362AO.

Verplichtingen voor DIPS

- DIPS zijn verplicht hun diensten aan RTSS-aanbieders aan te bieden (must-offer) (362AJ) tot op zekere hoogte:
 - a) De aanbieder van een DIPS moet de dienst te allen tijde als beschikbaar aanbieden (behoudens de noodzaak om voorwaarden overeen te komen) om te worden opgenomen in de RTSS;
 - b) De aanbieder van een DIPS moet zijn best doen om ervoor te zorgen dat, m.b.t. elke RTSS, regelingen worden getroffen en van kracht blijven die garanderen dat de dienst in de RTSS wordt opgenomen;
 - c) De aanbieder van een DIPS moet handelen in overeenstemming met de doelstellingen van de overeenkomst bij het aangaan van dergelijke overeenkomsten en zolang ze van kracht zijn;
 - d) Subsecties 1 tot 3 zijn niet van toepassing wanneer de aanbieder de BBC is.
- 362AM specificeert dat de regelingen voor prominentie tussen een **DIPS en een RTSS in onderling overleg** moeten worden vastgesteld en ervoor moeten zorgen dat ze geen negatieve invloed hebben op de taak van de aanbieder van dat kanaal om de publieke taak te vervullen; de overeenkomsten mogen evenmin onevenredige beperkingen bevatten die beletten om innovaties door te voeren in de wijze waarop gebruikers internetprogrammadiensten of programma's die deel uitmaken van dergelijke diensten, kunnen selecteren en raadplegen.

Vrijstelling van verplichtingen

- In de impactstudie gemaakt naar aanleiding van de nieuwe wet (Department for Culture, Media & Sport, 2023a) stond dat kleine en micro-ondernemingen niet geacht worden om maatregelen voor zichtbaarheid en vindbaarheid te moeten volgen, maar dat het aan Ofcom is om te bepalen welke dat zijn. Mogelijkheden voor uitzonderingen zijn er op basis van (i) technische/operationele obstakels; (ii) beperkt aantal gebruikers; (iii) disproportionele kost.
- De Staatssecretaris van Cultuur, Media en Sport verduidelijkte in een aankondiging aan het Lagerhuis op 7 november 2023 dat Ofcom inderdaad rekening zal kunnen houden met technische haalbaarheid en andere factoren bij het aan- en afwijzen onder de prominentieregeling (Department for Culture, Media & Sport, 2023b).

Tabel 9: Overzicht van de bepalingen inzake prominentie voor het Verenigd Koninkrijk.

11.7. Samenvatting en takeaways

Samengevat zijn Frankrijk, Duitsland, Ierland, Italië en het Verenigd Koninkrijk de meest geavanceerde landen op het gebied van wetgeving inzake prominentie voor audiovisuele diensten van 'algemeen belang'. Ondanks de ogenschijnlijk eenvoudigheid van Artikel 7 bis van de AVMD, rijzen heel wat discussies over (schijnbare) onverenigbaarheden en over de vraag naar compatibiliteit tussen de omzettingen in verschillende landen van Artikel 7 bis AVMD en bepalingen in de EMFA. Inbreuken op het land-van-oorsprong-beginsel lijken de grootste zorg van de Commissie te zijn wat de werking van de interne markt betreft, wat vreemd lijkt gezien Artikel 7 bis tot stand is gekomen in een mediacontext waar internationaal opererende en algoritmegedreven aanbieders van gebruikersinterfaces dominant zijn (zie bvb. ook Verordening (EU) 2022/2065, digitaaldienstenverordening), dus met de niet in het ontvangende land gevestigde spelers in het achterhoofd. De Commissie is echter niet constant geweest in haar adviezen aan de nationale autoriteiten. Wat de potentiële inbreuken op Artikel 3 van de Richtlijn inzake elektronische handel betreft, heeft de Commissie alleen gewezen op de mogelijke onverenigbaarheid met het land-van-oorsprong-beginsel in het geval van Frankrijk en Italië, maar niet in het geval van Duitsland. Een eenduidige verklaring hiervoor is er niet, maar op basis van onze gesprekken met juridische experts lijkt een mogelijke verklaring dat in het geval van Duitsland het toepassingsgebied werd beperkt door numerieke drempels m.b.t. het aantal dagelijkse eindgebruikers en het aantal verkochte apparaateenheden, waardoor kleine spelers als zodanig werden uitgesloten, wat niet het geval was in Italië. Een andere verklaring voor de uiteenlopende adviezen vonden de door ons geïnterviewde juridische experts in de mogelijkheid dat dergelijke adviezen politiek gemotiveerd kunnen zijn. Bovendien blijkt uit onze gesprekken met de experts en de regulatoren duidelijk dat iedereen uitkijkt naar richtsnoeren van de Commissie zoals bepaald in Artikel 16.2, a) van de EMFA.

Enkele elementen die in al deze cases naar voren komen, zijn dat:

- Diverse lidstaten bezorgdheden delen van publieke omroepen en andere lokale spelers en wetgeving hebben uitgewerkt of hierover nadenken.
- Geen enkele regeling er hetzelfde uitziet; we zien verschillen op het vlak van de begunstigde diensten van 'algemeen belang' (met sommige landen waar enkel publieke omroep(diensten) gecapteerd worden door de regeling, en andere die bredere criteria hanteren), de geadresseerden, de specificiteit van prominentiemaatregelen, de wijze waarop de regeling wordt geïmplementeerd; verschillen op het vlak van toezicht en rapportering.
- De nationale context speelt een belangrijke rol.
- Verschillende invoeringen botsten op weerstand van de gebruikersinterface-aanbieders maar dit verhindert niet de uitwerking van prominentiemaatregelen.
- Ondanks de verschillende uitwerking er toch een aantal duidelijke overeenkomsten zijn met betrekking tot de geadresseerden en begunstigde diensten van 'algemeen belang' en de bepalingen met betrekking tot transparantie en implementatie.

In de tabel hieronder wordt beknopt schematisch aangeduid welke bepalingen bestaan met welke reikwijdte en toepassingsgebied. De tabel biedt een overzicht van de maatregelen die in voege zijn of voorliggen in de verschillende landen.

		Frankrijk	Duitsland	Verenigd Koninkrijk	Italië
‘Algemeen belang’	Publieke omroepen	X	X	X	X
	Commerciële spelers.	Mogelijk, maar nog geen spelers erkend.	Exhaustieve lijst o.b.v. publieke waarden.	Spelers met publieke omroepstatuut zijn in het VK ook ITV en Channel 4 en 5.	Exhaustieve lijst o.b.v. vastgelegde criteria.
Reikwijdte	Bepalingen m.b.t. audiovisuele aanbieders.	X	X	X	X
	Bepalingen m.b.t. auditieve aanbieders.	X	X	X	X
	Bepalingen voor diensten (apps, zenderkanaal).	X	X	X	X
	Bepalingen voor gedesaggregeerde diensten (content, fragmenten).	Bepalingen gelden voor diensten én hun content.	X	Prominentie voor de content die de publieke omroepen aanbieden ter uitvoering van hun opdracht.	
	Minimumdrempels voor geadresseerden.	X	X	X	
	Statuut van de verplichting.	Wettelijke verplichting om zichtbaar en vindbaar te zijn.	Wettelijke verplichting om zichtbaar en vindbaar te zijn met vereisten voor positionering en presentatie	Wettelijke verplichting om tot akkoord te komen voor geadresseerden en begunstigde diensten van ‘algemeen belang’	Wettelijke verplichting om zichtbaar en vindbaar te zijn met duidelijke vereisten voor positionering en presentatie.
	Zichtbare vermelding in zoekfuncties.	X	X	X	
Geadresseerden van bepalingen	Gebruikersinterfaces van smart-tv's.	X	X	X	X
	Gebruikersinterfaces van smartphones.		X		

(niet-exhaustieve opsomming)	In-car entertainment.		X	X	X
	Voice assistants.	X	X	X	
	Gebruikersinterfaces van set-top-boxen en dienstenverdelers	X	X	X	X
Vormen van prominentie	Zoekfunctie voor diensten.	Verplicht.	Verplicht.	Nog te onderhandelen.	Niet verplicht.
	Zoekfunctie voor individuele programma's.	Verplicht, voor programma's van diensten van 'algemeen belang'.	Verplicht.	Nog te onderhandelen.	Niet verplicht.
	Aparte tegel met diensten 'algemeen belang'.		Verplicht.	Nog te onderhandelen.	Verplicht.
	Verplichte zichtbaarheid op landingspagina.	Verplicht.	Verplicht.	Nog te onderhandelen.	Verplicht.
Toezicht en transparantie	Verantwoordelijke toezichthouders.	ARCOM.	Commissie voor Vergunningsverlening en Toezicht (ZAK) & media-autoriteiten van de deelstaten	OFCOM.	AGCOM.
	Rol regulator.	Publicatie lijst erkende spelers van 'algemeen belang'. Bepalen van prominentie-voorwaarden. Monitoring naleving prominentie. Evaluatie maatregelen. Aanmanen en beboeten bij niet-	Publicatie lijst geadresseerden. Publicatie lijst erkende spelers van 'algemeen belang'. Onderhandeling faciliteren over de volgorde van presentatie. Bepalen van periode waarin dienstenaanbieders	Bepalingen om te kunnen voldoen aan prominentie. Publicatie lijst geadresseerden. Onderhandelingen faciliteren i.v.m. concrete uitwerking prominentie-maatregelen. Monitoring en naleving prominentieregels.	Bepalen van de details en concrete prominentie-richtlijnen (o.b.v. zelf georganiseerde stakeholder-bevragingen). Opstellen lijst begunstigde diensten van 'algemeen belang' & geadresseerden. Toezicht op naleving regels.

		naleving van maatregelen.	zich kunnen opgeven voor erkenning 'algemeen belang'.	Sanctie-bevoegdheid.	
	Rapporterings-plicht.	X	X	X	X
Procedure Europese Commissie	Vragen over compatibiliteit Richtlijn inzake elektronische handel.	X	X	NVT	X

Tabel 10: Reikwijdte en toepassingsgebied van bepalingen in Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Italië.

AANBEVELINGEN VOOR MAATREGELEN VOOR PASSENDE AANDACHT

12. Aanbevelingen voor maatregelen voor passende aandacht

12.1. Principes voor de uitwerking van prominentiemaatregelen

Deze studie had tot doel om na te gaan **of en op welke wijze er maatregelen voor zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht voor audiovisuele en auditieve diensten** dienen te worden ingevoerd in de Vlaamse regelgeving. De analyse in deze studie werd afgerond op 1 oktober 2024.

Vertrekpunt daarbij is Artikel 7 bis van de AVMD-richtlijn, dat de lidstaten de mogelijkheid geeft om maatregelen ter bescherming van audiovisuele diensten van ‘algemeen belang’ te nemen. Er is bij vele Europese overheden een sterke bereidwilligheid om hierin stappen te ondernemen. Een aantal landen zijn al overgegaan tot de uitwerking van maatregelen; in evenveel landen liggen plannen ter goedkeuring of ontwerpen klaar. Bij de Europese omroepen (zowel de publieke als private) is de roep om maatregelen bijzonder groot. Europese dienstenverdelers bepleiten dat regels vooral van toepassing zijn op de gebruikersinterfaces van smart-tv’s en niet op hun eigen diensten. De fabrikanten van smart-tv’s of smartphones die gebruikersinterfaces aanbieden zijn dan weer geen voorstander van dergelijke maatregelen, net als internationale streamingdiensten, die vaak commerciële overeenkomsten hebben met hardware-fabrikanten wereldwijd om grotere zichtbaarheid te bekomen.

Dit deel van de studie presenteert de aanbevelingen. Deze worden geformuleerd op basis van diverse vormen van onderzoek:

- **Desk research en analyses** van inzichten uit bestaande studies m.b.t. zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht.
- Een **stakeholderconsultatie** met de spelers die relevant zijn voor het Vlaamse ecosysteem (omroepen, regulator, dienstenverdelers, aanbieders van gebruikersinterfaces via hardware).
- Een **analyse van de uitwerking van de bepalingen in landen** waar maatregelen bestaan voor passende aandacht.
- **Interviews met Europese experts en regulatoren** in de landen waar maatregelen bestaan.

Onderstaand overzicht geeft aanbevelingen weer per relevante stap in het uitwerken van maatregelen voor passende aandacht. We schuiven daarbij telkens ook een voorkeurscenario naar voor, gebaseerd op de **inzichten uit het onderzoek** en rekening houdend met de Vlaamse **regelgevende en marktcontext**. Volgende onderdelen komen hieronder aan bod:

- De wenselijkheid van prominentieregels.
- Verplichtingen opleggen of verplichten tot akkoord?
- De geadresseerden van prominentiemaatregelen.
- Afbakening begunstigde diensten van ‘algemeen belang’.
- Specificaties m.b.t. de uitwerking van prominentiemaatregelen.
- Toezicht en rapportering.
- Prominentiemaatregelen en Europese bepalingen.

Uit de consultatie en de case study-analyse blijkt duidelijk dat er keuzes zullen moeten worden gemaakt die een afweging zijn tussen de maatschappelijke en economische noodzaak, de belangen van verschillende spelers, de consument alsook technologische mogelijkheden of beperkingen. Tegelijkertijd stellen we vast dat het onmogelijk is om de verschillende belangen in deze volledig te verzoenen. In het licht daarvan formuleren we een reeks duidelijke principes die meegenomen moeten worden voor de uitwerking van prominentieverplichtingen, zodat deze:

- **Proportioneel** zijn (in de kost van de uitvoering, de vereisten voor rapportering en toezicht, de afdwingbaarheid en de beoogde impact).
- **Zoveel mogelijk een gelijk speelveld** bevorderen.
- **Zoveel mogelijk een faire marktwerking** garanderen en niet marktverstrend zijn.
- De **consumentensoevereiniteit niet in het gedrang brengen** of haaks staan op het huidige mediagebruik.
- Rekening houden met snel veranderende ontwikkelingen en **technologische innovatie niet belemmeren**.
- Te allen tijde **de redactionele integriteit en autonomie** van de begunstigde diensten van 'algemeen belang' vrijwaren.
- Geadresseerden aanzetten om **transparant** te rapporteren over de manier waarom ze voldoen aan de maatregelen.

Deze principes gelden voor de uitwerking van maatregelen met betrekking tot zowel audiovisuele als auditieve spelers. In de aanbevelingen wordt het meest gedetailleerd ingegaan op bepalingen voor een audiovisuele omgeving, omdat deze ook het meest belicht werd in de consultaties en interviews, bij de uitgewerkte maatregelen in Europese lidstaten, en in de bestaande rapporten. De aanbevelingen hieronder worden, waar noodzakelijk, afzonderlijk besproken voor audiovisuele en auditieve diensten. Waar dit niet het geval is, gelden de aanbevelingen voor beide.

In wat volgt wordt met 'geadresseerden' de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces bedoeld, of nog specifieker: de aanbieders van apparaten met gebruikersinterfaces die een impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid, en onderworpen worden aan verplichtingen m.b.t. passende aandacht. Met 'begunstigden' of 'begunstigde diensten van 'algemeen belang'' wordt specifiek vewezen naar de diensten van omroepen die de status krijgen van 'algemeen belang', hetzij op basis van een specifiek statuut in het Mediadecreet of omdat ze voldoen aan een reeks criteria.

12.2. De wenselijkheid van regels voor passende aandacht

Op basis van alle elementen in deze studie bepleiten we met aandrang de uitwerking van een kader voor het voorzien van **passende aandacht voor een aanbod van 'algemeen belang'**. We schuiven hiervoor volgende redenen naar voor:

1. De consumptie van audiovisuele en auditieve diensten evolueert steeds meer naar een digitale en mobiele omgeving. De komst van digitale televisie betekende een belangrijke kentering in de **controle die omroepen hadden over hun aanbod en doorgifte**. Met de

komst van smart-tv's, smartphones, smart speakers, in-car entertainment, DAB+ en, breder, de verschuiving naar online en mobiele consumptie, schuift de controle nog meer richting de aanbieders van gebruikersinterfaces waarop die omroepdiensten en -programma's te zien of beluisteren zijn.

2. Meer **spelers dan ooit dingen vandaag actief naar de aandacht van de consument**. Diverse streamingdiensten bieden hun aanbod aan de consument aan in diverse formules (premium, advertentie-gebaseerd, kosteloos of combinaties ervan). Binnen die streamingdiensten is er een **bijzonder overwicht van grote, vaak wereldwijd actieve spelers** die niet alleen beschikken over de financiële middelen om een veel uitgebreider aanbod te brengen op een gebruiksvriendelijke manier, maar ook om te investeren in marketing en dus zichtbaarheid en vindbaarheid van hun diensten te midden van die overvloed aan mediadiensten. Deze spelers kunnen gemakkelijker en op veel grotere schaal commerciële overeenkomsten afsluiten met aanbieders van gebruikersinterfaces. Lokale spelers zoals Vlaamse omroepen richten zich met hun aanbod op één bepaalde markt, tegenover spelers als Netflix die in alle Europese markten opereren. Dat zorgt voor een beperkte financiële draagkracht en een beperkte onderhandelingsmarge. De afhankelijkheid van lokale spelers om zichtbaar en vindbaar gemaakt te worden door grote aanbieders van gebruikersinterfaces creëert nog een groter onevenwicht in de onderhandelingspositie.
3. De druk die internationale streamingdiensten uitoefenen op lokale audiovisuele ecosystemen, en in het bijzonder op die van kleine markten als de Vlaamse, is al veelvuldig gedocumenteerd en vertaald in maatregelen ter bescherming, zoals maatregelen ter bevordering van **de productie van lokale werken. Geproduceerde content is echter pas waardevol wanneer hij ook zichtbaar en vindbaar is**. Kijkcijfers voor de programma's van lineaire omroepen, en cijfers van de Digimeter over de consumptie van de apps van de Vlaamse publieke omroep en de generalistische particuliere omroepen, tonen duidelijk dat de consumenten die diensten wel degelijk veelvuldig gebruiken. Kansen om deze diensten te blijven vinden, moeten dan ook naar de toekomst toe gegarandeerd worden. Voor bepaalde spelers binnen het audiovisuele ecosysteem, met name de **regionale omroepen**, geldt eveneens een uitdaging voor de zichtbaarheid en vindbaarheid. Deze spelers genieten momenteel een must-carry-statuuut en worden dus verplicht doorgegeven door dienstenverdelers van digitale televisie. De vraag dringt zich op **in hoeverre spelers die een veel minder groot bereik hebben, maar die door de overheid toch van belang worden geacht** voor een pluralistisch aanbod, moeten worden meegenomen in bepalingen rond prominentie.
4. Het gebrek aan transparantie over de wijze waarop gebruikersinterfaces zichtbaarheid en vindbaarheid realiseren, en de grote verschillen die kunnen bestaan tussen verschillende interfaces, zorgen ervoor dat systematisch onderzoek naar de impact van het plaatsen van diensten en aanbod allerm minst eenvoudig is. Bovendien is er een **gebrek aan informatie over de akkoorden** die bestaan tussen aanbieders van gebruikersinterfaces en bepaalde spelers. De vraag of er een gelijk speelveld is, kan met andere woorden niet eens op een goede manier beantwoord worden. Desalniettemin zijn er **wel degelijk diverse signalen en praktijken** waaruit blijkt dat de zichtbaarheid en vindbaarheid van het aanbod van lokale

spelers in het gedrang komt. Het meest duidelijk zijn de shortcuts op afstandsbedieningen, maar ook het aantal clicks om diensten te bereiken, de beperkte zichtbaarheid van lokale diensten op gebruikersinterfaces van smart-tv's, de beperkte suggesties voor het aanbod van Vlaamse diensten in app stores van smartphones, voice assistants die de luisteraar meteen richting een internationale streamingdienst leiden, ook als een titel beschikbaar is bij een lokale dienst, radiobuttons die minder zichtbaar zijn op in-car gebruikersinterfaces, het feit dat spelers moeten betalen om opgenomen te worden bij de suggesties van apps om te installeren, zijn hiervan voorbeelden. Bestaand onderzoek toont bovendien dat de kennis en het begrip over de werking van smart-tv's en de manier waarop aanbevelingssystemen bepaalde diensten en content (al dan niet als gevolg van financiële overeenkomsten) zichtbaar maken, beperkt is. Gebruikers van smartphones, smart-tv's en voice assistants zijn met andere woorden geneigd om vooral de vooraf geprogrammeerde instellingen te volgen, of voort te gaan op suggesties aangereikt door de gebruikersinterfaces van die toestellen.

5. Voor diensten die een belangrijke **maatschappelijke meerwaarde hebben** (bvb. het brengen van nieuws, duiding, educatie), is het belang van het verzekeren van zichtbaarheid en vindbaarheid nog groter. Argumenten die in de buitenlandse cases naar voor worden geschoven voor het garanderen van passende aandacht van diensten of content van 'algemeen belang' zijn samen te vatten als: (i) vrijheid van meningsuiting, een diversiteit van meningen garanderen en het recht op (kwaliteitsvolle) informatie te beschermen; (ii) bijdragen aan het goed functioneren van democratische samenlevingen; (iii) toegang hebben tot betrouwbare informatie, vooral in tijden van crisis en desinformatie; (iv) toegang hebben tot gevarieerde inhoud van hoge kwaliteit voor meerdere maatschappelijke groepen, met inbegrip van specifieke nichegroepen; (vi) burgers in staat stellen inhoud te vinden die gefinancierd wordt met middelen van de overheid.

AANBEVELING 1: De overheid heeft de keuze om wel of niet in te grijpen. Wij menen dat op basis van de geïdentificeerde noden en marktevoluties een ingrijpen vanuit de Vlaamse regelgever wenselijk en noodzakelijk is.

12.3. Verplichtingen opleggen of verplichten tot akkoord?

Indien aanbeveling 1 gevolgd wordt en de regelgever ervoor kiest om maatregelen voor prominentie uit te werken, dan kan gekozen worden voor hetzij een systeem **waarbij duidelijke verplichtingen worden vastgelegd in het Mediadecreet die dienen te worden nageleefd**; hetzij een systeem waarbij betrokken omroepen en aanbieders van gebruikersinterfaces verplicht dienen te komen tot een **overeenkomst over prominentie van aanbod**. De regelgever kan dan, al dan niet op advies van de VRM, een exhaustieve lijst geven van manieren waarop spelers kunnen of moeten voldoen aan de verplichtingen m.b.t. passende aandacht voor diensten van 'algemeen belang'. In dit scenario kunnen nog altijd specifieke verwachtingen en verplichtingen opgelegd worden, maar het is dan aan de gebruikersinterfaces om aan te tonen hoe ze aan die vereisten voldoen binnen een overeenkomst. Dit model leunt aan bij de bepalingen die de Media Act (2024) in het Verenigd Koninkrijk voorschrijft. Het voordeel van dit model is dat er dan nog steeds marktafspraken kunnen bestaan tussen bestaande spelers (in casu de omroepen en

dienstenverdelers) en er dus naar gestreefd wordt om op dezelfde manier – door onderhandelingen en akkoorden – een meer gelijk speelveld met passende aandacht voor diensten van ‘algemeen belang’ te bekomen. Er wordt in dit geval gestreefd naar een overeenkomst waarbij de overheid enkel tussenkomt indien spelers niet tot een vergelijk komen.

Echter, een belangrijke kanttekening is dat het Verenigd Koninkrijk een veel grotere markt is, met een groter bereik van diensten van ‘algemeen belang’, waardoor omroepen een betere onderhandelingspositie hebben. Bovendien zal Ofcom een zeer actieve rol moeten opnemen in het monitoren van de rapporteringsverplichtingen en overeenkomsten. Voor spelers met een kleiner bereik die functioneren binnen een minder grote markt (en dus over een veel minder goede onderhandelingspositie beschikken) en regulatoren die over een beperkte capaciteit beschikken in personeel en middelen in vergelijking met regulatoren in grotere markten (zoals Ofcom in het Verenigd Koninkrijk) is dit moeilijk haalbaar, en dus ons inziens een veel minder wenselijke optie voor Vlaanderen.

AANBEVELING 2: We bepleiten een systeem waarbij de overheid concrete verplichtingen oplegt aan geadresseerden m.b.t. passende aandacht en niet voor een systeem dat beperkt blijft tot overeenkomsten tussen betrokken partijen.

Een belangrijk element waar duidelijkheid over moet worden verschaft is de mate waarin het bestaan van regels toelaat of verbiedt dat er nog (bijkomende) commerciële deals kunnen bestaan. Uit de landenanalyse bleek dat maatregelen niet beletten dat aanbieders van gebruikersinterfaces commerciële deals kunnen sluiten met spelers, zolang de bepalingen maar nageleefd worden. In landen waar regels zijn ingevoerd, bestaan nog altijd commerciële afspraken tussen aanbieders van gebruikersinterfaces en internationale streamingdiensten.

De discussie is daarnaast relevant voor de regeling tussen de omroepen en dienstenverdelers, waarvan deze laatste groep actoren in de consultatie aangaf dat afspraken m.b.t. passende aandacht deel uitmaken van de bredere commerciële overeenkomsten met omroepen. De vraag dringt zich dus op of overeenkomsten tussen spelers m.b.t. passende aandacht waarbij eventuele vergoeding bestaat, nog mogelijk en wenselijk zijn.

AANBEVELING 3: We zijn voorstander van een scenario waarbij geadresseerden geen vergoeding mogen vragen aan begunstigden in ruil voor passende aandacht. Wel zou in dit scenario nog altijd de mogelijkheid kunnen bestaan dat commerciële overeenkomsten gemaakt worden met internationale diensten, zolang de passende aandacht van diensten en programma's van begunstigde diensten van ‘algemeen belang’ niet in het gedrang komen.

De vraag stelt zich of spelers die begunstigde zouden zijn als dienst van ‘algemeen belang’ bijkomend een commerciële overeenkomst mogen aangaan met een aanbieder van gebruikersinterfaces om nog grotere zichtbaarheid en vindbaarheid te genieten dan de verplichtingen opgelegd door de regelgever. De regelgever kan hier kiezen voor twee scenario's:

- Een scenario waarbij spelers die begunstigde dienst van 'algemeen belang' zijn **geen bijkomende commerciële overeenkomsten** kunnen aangaan met aanbieders van gebruikersinterfaces.
- Een scenario waarbij wel **nog bijkomend onderhandeld** kan worden tussen begunstigde diensten van 'algemeen belang' en aanbieders van gebruikersinterfaces, op voorwaarde dat die deals niet de passende aandacht van andere gecategoriseerde spelers van 'algemeen belang' in het gedrang brengen. Zo zou bvb. speler A een commerciële deal onderhandelen om een extra afzonderlijke sneltoets te krijgen op afstandsbedieningen; of een bijkomende commerciële overeenkomst aangaan om een afzonderlijke swimlane te verkrijgen binnen het aanbod van een gebruikersinterface. Ook kan er zich bijvoorbeeld een situatie voordoen waarbij prominentieregels gelden voor spelers A en B, waarbij speler A omwille van bepaalde factoren (bvb. een grotere populariteit van de dienst of aanpassingen in de weergave van het aanbod in functie van persoonlijk gebruik) meer zichtbaarheid geniet dan B, en waarbij op dat moment begunstigde B een commerciële overeenkomst kan aangaan om zichtbaarder te zijn dan A.

AANBEVELING 4: We zijn van oordeel dat het aangaan van extra commerciële overeenkomsten tussen een begunstigde dienst van 'algemeen belang' en aanbieders van gebruikersinterfaces mogelijk moet blijven, teneinde alle kansen te benutten die content van 'algemeen belang' zichtbaar en vindbaar maken. Belangrijk is wel dat deze mogelijkheid niet de passende aandacht voor andere begunstigde diensten in het gedrang mag brengen, en dat de commerciële overeenkomst op geen enkel moment andere opgelegde bepalingen aan geadresseerden kan vervangen.

12.4. De geadresseerden van maatregelen voor passende aandacht

Het gebrek aan **passende aandacht** kan een gevolg zijn van diverse factoren. Slechts een beperkt aantal diensten zijn zichtbaar op een interface. De weergave van diensten en content op gebruikersinterfaces kan ingegeven zijn door het gedrag van consumenten (bvb. series die de consument aan het bekijken is komen zichtbaarder bovenaan; suggesties voor bepaalde titels worden gemaakt op basis van eerder kijkgedrag van de mediagebruiker), maar ook door commerciële deals, die ervoor zorgen dat bepaalde diensten of content meer zichtbaarheid krijgen, waardoor andere diensten en content dan weer minder zichtbaar zijn. Hetzelfde geldt voor vindbaarheid in zoekfuncties, waarbij suggesties aangeboden kunnen worden van spelers die hiervoor betalen terwijl even relevante of mogelijk betere suggesties niet aangeboden worden. Het is ook mogelijk dat diensten die deel uitmaken van of gelinkt zijn aan de aanbieder van de gebruikersinterface (Apple en AppleTV, Google en YouTube, Sony en Sony Pictures) meer zichtbaar en vindbaar gemaakt worden. Andere factoren die meespelen zijn de technische functionaliteiten, zoals het beschikken over metadata om bepaalde titels makkelijker vindbaar te maken in zoekfuncties.

Een principe zou kunnen zijn om **alle diensten en content even zichtbaar en vindbaar te maken in gebruikersinterfaces**. Er is echter niet oneindig veel plaats beschikbaar voor alle mogelijke diensten en content, dus maakt een aanbieder van een gebruikersinterface keuzes.

Binnen elke mogelijke vorm van weergave zullen bepaalde diensten altijd meer of minder zichtbaar zijn dan andere. Dit vereist bijgevolg dat er een afbakening dient te worden gemaakt voor bepaalde diensten en content om voorrang te krijgen op anderen, en dus passende aandacht te genieten. De hieronder voorgestelde maatregelen, alsook de meeste bestaande regelingen in het buitenland gaan uit van een combinatie van beide logica's. Wordt er gekozen om maatregelen uit te werken voor **passende aandacht**, dan kan de regelgever kiezen tussen twee scenario's:

- Ofwel wordt een specifieke oplijsting gemaakt van het type geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces (bvb. smart-tv's, voice assistants, smartphones, enz). Dit heeft het voordeel van de duidelijkheid. Nadeel is dat, indien nieuwe soorten aanbieders van gebruikersinterfaces zich opwerpen, de regelgeving dient te worden aangepast.
- Ofwel wordt geen specifieke oplijsting gemaakt en wordt er gekozen voor een definitie van 'gebruikersinterface' die toelaat om alle types spelers die aan die definitie voldoen, door de regelgeving te capteren. Dit scenario heeft als voordeel dat het flexibiliteit geeft. Het kan dan aan de Vlaamse regering of de VRM toekomen om te bepalen of een type speler gecapteerd wordt door de regels.
- Ofwel wordt gekozen voor een duidelijke definitie van 'gebruikersinterface' (scenario 2), maar kan in verdere toelichting nog verduidelijkt worden welke soort geadresseerden hier al minstens onder vallen.

AANBEVELING 5: We adviseren een tussenvorm waarbij een definitie wordt gegeven van geadresseerden die onder de regeling vallen, maar opgenomen wordt dat die maatregelen gelden voor tenminste het type geadresseerden die in de regeling zijn opgelijst.

Er kan vervolgens een onderscheid gemaakt worden tussen spelers die toegang moeten verlenen tot diensten van content van 'algemeen belang', en spelers die specifiek onderworpen zijn aan maatregelen met betrekking tot passende aandacht van diensten van 'algemeen belang'.

Voor wat de audiovisuele diensten betreft, gaven dienstenverdelers en omroepen in Vlaanderen aan dat ze afspraken gemaakt hebben m.b.t. passende aandacht van hun aanbod en kijken zij vooral richting internationale spelers. We delen de argumentatie dat de prioriteit moet zijn om vooral richting die laatste te kijken. Echter, in het licht van mogelijke veranderingen en om een duidelijk en gelijk speelveld te creëren, pleiten we ervoor dat de verplichtingen zowel zouden gelden voor de dienstenverdelers, als voor de hardware-fabrikanten die aanbieders zijn van gebruikersinterfaces.

We pleiten absoluut voor het opnemen van aanbieders van gebruikersinterfaces die auditieve diensten aanbieden van 'algemeen belang', in de lijst van geadresseerden die vallen onder verplichtingen m.b.t. passende aandacht. We pleiten er bijkomend voor dat de bepalingen gelden voor digitale interfaces voor auditieve diensten (voice assistants en in-car-apparatuur krijgt hier de grootste prioriteit). De autoriteit bevoegd met de voorbereiding van de wetgeving in Frankrijk drong er zelfs op aan prioriteit te geven aan de implementatie van radio/audio-prominentie voor slimme toestellen zoals smart speakers, gezien de grotere impact.

AANBEVELING 6: We bepleiten dat maatregelen met betrekking tot passende aandacht van toepassing moeten zijn op volgende spelers:

- Gebruikersinterfaces van tv-toestellen met internetverbinding (bvb. Samsung, LG, AndroidTV, AppleTV).
- Gebruikersinterfaces van aanbieders van dienstenverdelers die digitale televisie aanbieden.
- Apparaten die verbinding maken tussen een extern apparaat (bvb. smartphone of laptop) met een scherm en toegang bieden tot audiovisuele en auditieve diensten (bvb. casting devices, streaming stick).
- Apparaten waarmee je naar radiodiensten op DAB+ kunt luisteren en die een visuele of auditieve gebruikersinterface hebben.
- Geconnecteerde infotainmentsystemen voor auto's.
- Spraakassistenten (bvb. Google Assistant, Siri, Amazon Alexa).
- Gebruikersinterfaces of toepassingen van aanbieders in een app store die toegang bieden tot diensten van 'algemeen belang' op andere apparaten, zoals smartphones en personal computers.

Belangrijke gatekeepers die een impact hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid, en waarvoor de uitbreiding tot de categorie 'geadresseerde' tenminste verdere exploratie behoeft, zijn:

- Spelconsoles (bvb. Playstation 5).
- Smartphones.
- Zoekmachines (bvb. Google search).
- Applicatiewinkels (bvb. Apple AppStore, Google Play).

Specificaties moeten ook worden gemaakt zodat het **duidelijk is dat zowel spelers gevat kunnen worden die in Vlaanderen zijn gevestigd, als spelers die zich tot consumenten in de Vlaamse Gemeenschap richten**. Dit kan gespecificeerd worden door in de regelgeving op te nemen dat het ook moet gaan om spelers die zich richten op gebruikers in de Vlaamse gemeenschap, in het bijzonder door de gebruikte taal, de aangeboden inhoud of de marketingactiviteiten, of indien zij een niet onaanzienlijk deel van hun inkomsten in Vlaanderen realiseren. De bepaling dat regels m.b.t. passende aandacht ook gelden voor spelers die zich richten op een specifieke markt maar gevestigd zijn in een andere markt is ook als dusdanig uitgewerkt in de lidstaten die al prominentiemaatregelen hebben ingevoerd.

Het strekt ook tot aanbeveling om voor geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces een **minimumdrempel op te leggen om te bepalen wie onder de regeling valt**. Maatregelen moeten voornamelijk van toepassing zijn op dat type speler wiens impact het grootste is. We menen ook dat dit de proportionaliteit van de verplichtingen en de conformiteit met de bepalingen van de interne markt versterkt. De minimumdrempel kan door de Vlaamse Regering of door de VRM bepaald worden op basis van beschikbare gegevens over de toestellen/operators die door eindgebruikers worden gebruikt (bvb. in Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk); van aanbieders van gebruikersinterfaces die onder die drempel blijven, wordt geacht dat ze een geringe betekenis hebben voor de diversiteit van het aanbod en de meningen (dit komt overeen

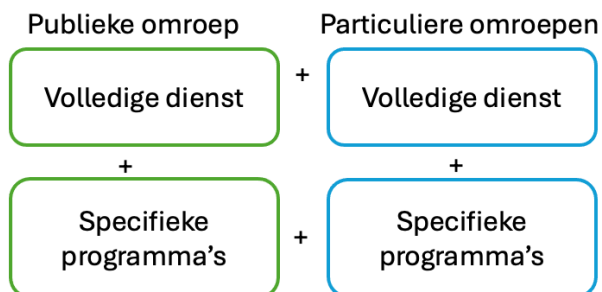
met de Duitse argumentatie achter drempels voor de geaddresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces). Bij het samenstellen van de lijst, op advies van de VRM, dienen alle spelers zich aan te melden en te rapporteren over hun marktbereik, waarna de selectie gemaakt wordt ter goedkeuring door de Vlaamse Regering. In Frankrijk wordt de lijst op jaarlijkse basis herzien; het is inderdaad duidelijk dat dergelijke, geregelde herziening wenselijk is. Ten slotte wordt best nagedacht over vrijstellingen voor bepaalde tv-modellen of audiospelers (bvb. modellen die meer dan 5 jaar geleden zijn uitgebracht) of alleen van toepassing kunnen zijn op modellen die zijn uitgebracht vanaf het moment dat Artikel 7 bis officieel is ingevoerd.

12.5. Afbakening begunstigde diensten van 'algemeen belang'

Het is belangrijk om duidelijke en transparante criteria te bepalen voor aanbieders van diensten van 'algemeen belang', die toelaten dat ook spelers de status van begunstigde dienst van 'algemeen belang' kunnen verliezen of nieuwe spelers die status kunnen krijgen. Bovendien dient de regelgever ermee rekening te houden dat een scenario waarbij te veel spelers de status van begunstigde dienst van 'algemeen belang' krijgen mogelijks niet in het voordeel van de consument, noch in het voordeel van de spelers zelf is. Er bestaat slechts een **beperkte ruimte binnen een gebruikersinterface om zichtbaarheid te geven**.

Met betrekking tot de afbakening van diensten van 'algemeen belang' zijn er verschillende opties mogelijk voor wat betreft de audiovisuele en auditieve diensten. Een belangrijke overweging is of de **bepalingen dienen te gelden voor de volledige diensten** van bepaalde spelers die de categorisatie krijgen van 'algemeen belang', of ook voor de **afzonderlijke programma-onderdelen en/of content-segmenten**. Wat deze laatste betreft kan zelfs nog een onderscheid worden gemaakt tussen bepaalde onderdelen van het aanbod van begunstigden (bvb. programma's die nieuws, cultuur, duiding of programma's voor kinderen en jongeren brengen). We stellen hieronder een aantal scenario's voor, maar er kunnen op basis van onderstaande diverse hypothetische variaties worden uitgedacht.

12.5.1. Voor audiovisuele diensten



Figuur 13: Bouwstenen voor de afbakening van diensten van 'algemeen belang'.

Scenario	Reikwijdte van begunstigde(n)
Scenario A	Een selectie van duidelijk afgebakende types programma's van de Vlaamse publieke omroep VRT.
Scenario B	Het volledige aanbod van de publieke omroep VRT als geheel met inbegrip van de individuele programma's van de VRT.
Scenario C	Een selectie van duidelijk afgebakende types programma's die de kwalificatie krijgen van 'algemeen belang', ongeacht het diensten van een publieke of particuliere omroep betreffen.
Scenario D	Scenario B, met een selectie van duidelijk afgebakende types programma's van particuliere omroepen die een specifieke status krijgt op basis van een reeks criteria voor 'algemeen belang'.
Scenario E	Scenario B en de volledige dienst met inbegrip van alle programma's van de commerciële omroepen als geheel en in hun individuele programma's die de status krijgen van 'algemeen belang'.
Scenario F	Scenario's A t.e.m. E + het gezamenlijke aanbod van betalende niet-lineaire televisiediensten die de status genieten als begunstigde van 'algemeen belang'.

Tabel 11: Scenario's voor de afbakening van diensten van 'algemeen belang'.

Scenario's A en B hebben de voorkeur **van de duidelijkheid**. Het zijn ook deze scenario's die door een aantal fabrikanten in de consultatie naar voor werden geschoven.

Scenario's C t.e.m. E houden ook rekening met het belang van commerciële spelers voor de kwaliteit, pluralisme en het behoud van het audiovisueel ecosysteem. Deze scenario's liggen ook in lijn met de opmerkingen die door ERGA naar voor zijn geschoven en stellen dat vele programma's van commerciële omroepen eveneens om diverse redenen het 'algemeen belang' kunnen dienen. Scenario's waarbij de commerciële speler en zijn volledige aanbod gezien worden als dienst van 'algemeen belang', geven opnieuw het voordeel van de duidelijkheid. Voor scenario's waarbij enkel bepaalde programmatypes de status van 'algemeen belang' genieten, komt het erop aan een **duidelijk kader te ontwikkelen voor de afbakening van die programmatypes** (bvb. op het vlak van genre). In dat geval lijken programmagenres als Vlaamse nieuws- en duiding-, cultuur-, educatieve en kinderprogramma's de belangrijkste genres om de status van 'algemeen belang' te geven. Belangrijke kanttekening en moeilijkheid is dat een duidelijke categorisering van programma's op basis van genres in de praktijk vaak allerm minst eenvoudig is (bvb. human interest programma's of entertainment programma's die ook educatief zijn, enz).

In scenario F wordt ook Streamz (of eventuele gelijkaardige spelers die zich op de markt zouden begeven) meegenomen als zijnde van 'algemeen belang'. Dit is echter een betalende dienst, waarvoor consumenten duidelijk kiezen om er wel of geen abonnement op te nemen (Peeters, Forest & Raats, 2024).

AANBEVELING 7: Wij pleiten voor een systeem waarbij spelers, hetzij door een specifiek statuut in het Mediadecreet, hetzij op basis van een aantal criteria de status krijgen als diensten van ‘algemeen belang’.

Spelers die de status van begunstigde krijgen zijn dan:

- **De dienst en het aanbod van de publieke omroep:** De publieke omroep is belast met een publieke opdracht om voor een breed en divers publiek informatie, educatie en ontspanning aan te bieden, met specifieke extra taken, enz.
- **De diensten en het aanbod van particuliere omroepen die de status ‘algemeen belang’ krijgen:** Ook particuliere omroepen vervullen taken van ‘algemeen belang’. Ze investeren in jong talent, brengen nieuws, cultuur en duiding, dragen bij tot pluralisme en zijn cruciaal in de ondersteuning van het audiovisuele ecosysteem.

We menen dat de keuze om de **volledige dienst als begunstigde** te bestempelen het meest overzichtelijk is. Er zijn voldoende elementen ingebouwd die garanderen dat spelers binnen hun aanbod voldoen aan taken van ‘algemeen belang’, door de publieke opdracht van de VRT vastgelegd in een beheersovereenkomst en in het Mediadecreet en de cumulatieve criteria voor particuliere omroepen zoals hieronder voorgesteld.

AANBEVELING 8: We pleiten voor een systeem waarbij expliciet de dienst van de publieke omroep als geheel begunstigde is, alsook de volledige dienst van de particuliere omroepen die de status krijgen van ‘algemeen belang’ (en dus niet enkel een selectie van programma(s)(segmenten) indien ze aan een aantal criteria voldoen.

De regelgever stelt op basis van die criteria een procedure voor waarbij spelers zich kunnen aanmelden, waarbij de VRM vervolgens nagaat of de spelers aan de opgelegde criteria voldoen en op basis daarvan een advies geven, en de regelgever de beslissing neemt welke diensten begunstigde zijn.

Voor de diensten van particuliere omroepen raden we aan om de definitie voor ‘algemeen belang’ vorm te geven als een combinatie van **cumulatief te vervullen criteria gelinkt aan de bijdrage tot pluralisme en culturele diversiteit in Vlaanderen** door:

- Het brengen van een aanzienlijk aanbod aan Vlaamse programma's, te bepalen in een percentage van het volume aan programma's, en/of een percentage van de totale uitgaven in productie en (rechten)aankoop in nieuwe Vlaamse programma's.
- Een te bepalen percentage van het programmabudget te investeren in producties van onafhankelijke producenten (zoals bepaald door definitie Mediadecreet).
- In te zetten op toegankelijkheid van het aanbod door het verzorgen van ondertitels en audiodescriptie. Hiervoor kan worden voortgebouwd op de bepalingen in Mediadecreet Artikel 151 lid 1 en 2.
- In te zetten op de brede bevolking in Vlaanderen en Nederlandstalig Brussel door het aanbieden van een brede mix aan programmagenres, met daarbij minstens informatie, maar ook duiding/human interest, fictie en entertainment (en waarvan minstens een deel live te

bekijken op een dienst); door de spelers aan te tonen als percentages binnen het volledige aanbod.

- Te investeren in het aantrekken en begeleiden van jong en divers talent en aandacht hebben voor inclusieve representatie voor en achter de schermen en die inspanningen ook kunnen aantonen.
- Met minstens een deel van het aanbod in te zetten op het bereiken van Vlaamse jongeren en/of kinderen.

12.5.2. Betalende diensten

Een relevante vraag is of de hierboven geldende criteria enkel bedoeld zijn voor een gratis toegankelijk aanbod of ook kunnen gelden voor bijvoorbeeld Streamz, de **betalende niet-lineaire omroeporganisatie**, die aan een groot deel van de cumulatieve criteria zou tegemoet komen, maar (althans in zijn huidige vorm) een betalend premium aanbod aanbiedt. We menen dat een betalende dienst best niet op dezelfde manier de status van begunstigde geniet als vrij toegankelijke diensten (zij het mits registratie). Consumenten kiezen bewust voor betalende diensten, en eens de keuze gemaakt wordt om geen abonnement te nemen op een specifieke dienst, lijken de aanbevelingen die wij doen met betrekking tot prominentie (zie verder) mogelijk intrusief en zelfs storend voor een consument die kiest om géén abonnement te nemen op de dienst. Bovendien laten de gratis toegankelijke diensten van vele andere spelers die wellicht de status zullen genieten, ook toe om gemakkelijk de weg te vinden tot het betalende aanbod van Streamz. Toch pleiten we er voor om dit type speler **minstens bepaalde vormen van prominentiemaatregelen te laten genieten**, maar niet op dezelfde manier te behandelen. Dit kan op drie manieren:

- Ofwel door de lijst van cumulatieve criteria zodanig uit te werken dat ook spelers met een betalend aanbod die een significant Vlaams aanbod hebben, op te nemen als particuliere begunstigten van 'algemeen belang' op dezelfde wijze als de andere begunstigten. Vervolgens kan dan in de specifieke verplichtingen m.b.t. passende aandacht bepaald worden aan welke vormen geadresseerden moeten voldoen voor wat betreft begunstigten met een betalend aanbod.
- Ofwel kunnen, indien gekozen wordt voor een systeem waarbij naast de begunstigten van 'algemeen belang' ook andere Vlaamse mediadiensten enigszins passende aandacht genieten (bvb. door vindbaarheid), spelers als Streamz hierin meegenomen worden (zoals bvb. vindbaar in app stores, voorgesteld voor installatie bij aankoop).

12.5.3. Welke 'dienst' is begunstigde?

Een tweede belangrijk aspect om uit te klaren is of de cumulatieve criteria dienen te worden bepaald op basis van de **omroeporganisatie als geheel** (bvb. Play Media), een **specifiek omroepprogramma** (bvb. Play 4) of de applicatie (waarin een lineair en on-demand aanbod zijn ondergebracht) (bvb. Go Play). Voor elke keuze zijn er voor- en nadelen te identificeren.

- Criteria bepalen op het niveau van de door het Mediadecreet gedefinieerde 'omroepprogramma' (bvb. VRT1, Ketnet, Canvas) zou mogelijk zijn; echter, afbakenen op het niveau van een specifiek omroepkanaal betekent dat er één omroepkanaal naar voor

geschoven wordt, terwijl de apps die genieten van passende aandacht toegang geven tot een groter aanbod dan enkel dat van één kanaal. De huidige marktontwikkelingen lijken er ook op te wijzen dat content-investeringen en -strategieën steeds meer bepaald worden vanuit de VOD-merken, eerder dan de lineaire kanalen.

- Er zou ook voor kunnen worden geopteerd de applicatie de status te geven van 'dienst van 'algemeen belang' (in ons genoemd voorbeeld GoPlay). Echter, het zijn vooralsnog niet de apps van de omroepen zelf die programma's financieren; en bovendien hebben sommige spelers meerdere applicaties, die elk afzonderlijk aan cumulatieve criteria zouden kunnen voldoen, en de prominentiemaatregelen aldus, door het hoge aantal begunstigden, misschien hun doel voorbij schieten.
- De meest logische keuze zou dan de 'omroeporganisatie' zijn die de status van dienst krijgt, waarbij het aan die omroeporganisatie is om één applicatie die toegang geeft tot het lineair aanbod of aanbod op aanvraag naar voor te schuiven om passende aandacht te genieten. Dan worden de cumulatieve criteria berekend op basis van de volledige aanbod- en content-strategie; we menen dat dit het best ook de totaliteit weerspiegelt van programma's in een catalogus van een on-demand dienst, en tegelijkertijd tegemoetkomt aan het feit dat er slecht beperkte ruimte beschikbaar is om begunstigden passende aandacht te geven.

Gezien de beperkte 'plaats' van diensten om passende aandacht te krijgen, suggereren we dat dit voor elke begunstigde dienst beperkt blijft tot het **garanderen van de passende aandacht van één applicatie per omroeporganisatie** (en programma('s)(segmenten) van die dienst), eerder dan eventuele andere diensten van dezelfde omroeporganisatie. We merken bovendien een trend op bij omroepen naar centralisering van verschillende diensten en aanbod onder één koepel (bvb. integratie van Ketnet binnen de VRT MAX-omgeving).

AANBEVELING 9: We pleiten voor een systeem waarbij expliciet een door de begunstigde aan te duiden dienst, passende aandacht geniet. Dit belet niet dat er voor eventuele andere diensten van begunstigden bijkomende bepalingen kunnen worden uitgewerkt door de regelgever (bvb. met betrekking tot vindbaarheid in app stores) (zie aanbeveling 5).

12.5.4. Meerdere mediaspelers prominent gemaakt?

We zijn geen voorstander van het opnemen van de diensten van alle Vlaamse omroepen in de lijst van begunstigden van prominentieregels, omdat dit voor een stuk ook de effectiviteit van verplichtingen voor passende aandacht zou teniet doen (hoe meer spelers begunstigde worden, hoe meer uitdagingen dit vormt voor begunstigden om zichtbaar te zijn) en omdat de culturele of informatieve waarde van hun aanbod minder groot is. Verplichtingen voor passende aandacht voor heel veel begunstigden waarvan sommigen slechts een zeer klein bereik hebben, lijken ook niet in het belang van de consument. Toch spelen vele andere mediadiensten ook een – zij het beperktere – rol op het vlak van bijvoorbeeld Vlaamse identiteit en cultuur en/of actualiteit.

Voor spelers die niet aan die cumulatieve criteria voldoen, maar wel aan een aantal vooraf bepaalde minimumvereisten bepaald door de regelgever, zou kunnen nagedacht worden over een regime met **beperkte prominentieverplichtingen**. Mogelijkheden voor minimumcriteria kunnen zijn: het voorzien van een deel Vlaamse programma's in hun aanbod (al dan niet

betalend); het inzetten op een hetzij breed informatieve of breed culturele programmering (waarmee bepaalde zogenaamde ‘themazenders’ dergelijke status zouden kunnen genieten; of diensten van dienstenverdelers die op hun beurt een aanbod van ‘algemeen belang’ doorgeven (bvb. de Proximus TV-app of Yelo TV-app), of, indien heel breed genomen: alle aangemelde diensten bij de VRM.

Minimumverplichtingen die kunnen worden voorgesteld zijn, het **tenminste vindbaar zijn in app stores van geadresseerden of meegenomen worden in de suggesties** bij het installeren door de consument van diensten op toestellen. Dit op voorwaarde dat dit technisch haalbaar is en begunstigten ook over de applicaties en metadata beschikken om dit mogelijk te maken.

AANBEVELING 10: Naast de toekenning van de status van spelers als begunstigde van ‘algemeen belang’ zou de regelgever kunnen overwegen om voor sommige andere mediadiensten minimumverplichtingen te laten gelden, bijvoorbeeld op het vlak van vindbaarheid van diensten.

Sommige omroepen hebben de keuze tussen een gratis toegankelijk online aanbod en een **afgeleid betalend aanbod** (bvb. VTM Go en VTM GO+). In het licht van de opmerking hierboven (om slechts één door de omroeporganisatie aangeduide dienst de status van begunstigde te geven) en omdat consumenten bewuster kiezen voor het al dan niet nemen van een abonnement voor een dienst, is het wenselijk dat betalende afgeleiden van een gratis aanbod niet in dezelfde mate als begunstigde worden gezien. Indien gekozen wordt voor een systeem waarbij naast de begunstigten van ‘algemeen belang’ ook andere Vlaamse mediadiensten enigszins passende aandacht genieten, zouden afgeleide apps hier wel kunnen worden meegenomen worden. Wel zou best in rekening genomen worden dat, eens een consument aangegeven heeft een betalende afgeleide te consumeren van een begunstigde dienst (bvb. VTMGo+), dat deze dienst de **plaats inneemt als hoofddienst** van de begunstigde.

Een bijkomend element dat ten slotte te overwegen is, maar verdere exploratie behoeft, is het **vastleggen van een minimum publieksdrempel in de lijst van cumulatieve criteria** (bvb. op basis van het aantal geregistreerde gebruikers van diensten). Daarmee wordt tegemoet gekomen aan het principe dat de maatregelen proportioneel moeten zijn en in het belang van de consument.

12.5.5. Regionale omroepen

Een belangrijke vraag en uitdaging is welke vorm van passende aandacht moet vastgelegd worden voor **regionale omroepen**. Regionale omroepen voldoen niet aan de naar voor geschoven criteria voor het afbakenen van begunstigde particuliere omroepen maar genieten wel een specifiek statuut binnen het Mediadecreet. Vijf factoren zijn belangrijk om in overweging te nemen bij de uitwerking:

- Regionale omroepen zijn belast met een duidelijke opdracht, namelijk het brengen van regionale informatie binnen een bepaald verzorgingsgebied (“*journals, achtergrondinformatie, debatten, verkiezingsuitzendingen en serviceprogramma’s*”, Art. 165 Mediadecreet). Ze sluiten een **overeenkomst af met de regelgever** voor het uitvoeren van

de opdracht en krijgen hiervoor een **jaarlijkse betoelaging**. Omwille van die specifieke informatieopdracht zouden ze kunnen overwogen worden als dienst van ‘algemeen belang’.

- Regionale omroepen genieten een **must-carry-statuu**t binnen het Mediadecreet. In landen waar must-carry regels bestaan en waar prominentieregels werden uitgewerkt, werden beiden in verband gebracht bij het catalogeren van content van ‘algemeen belang’. Een eerste vraag die zich hierbij opdringt, is of spelers die op dit moment een must-carry-statuu
- t genieten, en verplicht doorgegeven worden in het aanbod van dienstenverdelers, ook omwille van dat specifiek statuut begunstigde moeten zijn voor verplichtingen met betrekking tot passende aandacht. Toegang geven tot is immers niet hetzelfde als het prominent zichtbaar maken van. Aangezien de regelgever de opdracht (en daarmee ook indirect de meerwaarde van de regionale omroepen) dermate belangrijk vindt dat een must-carry gehandhaafd wordt, kan er ook van uitgegaan worden dat die spelers ook zouden moeten kunnen opgenomen worden in verplichtingen m.b.t. passende aandacht. Een tweede vraag die daaruit voortvloeit is wat dit dan betekent voor de spelers die wél als begunstigde gezien zouden worden van prominentiemaatregelen maar geen must-carry genieten. Moeten zij dan – zoals de particuliere omroepen ook voorstellen – onderdeel uitmaken van een verbreed must-carry-regime?
- Er zijn diverse regionale omroepen in verschillende uitzendgebieden. Bij bepalingen m.b.t. passende aandacht voor die regionale omroepen moeten ofwel de hardware en gebruikersinterfaces van aanbieders toelaten de diensten voor de desbetreffende uitzendgebieden aan te bieden, ofwel moet worden gekozen voor een alternatief waarbij een herkenbare dienst toegang geeft tot het aanbod van alle regionale omroepen. Spelers zouden bijvoorbeeld kunnen nadenken over een gedeelde regionale VOD-applicatie, wat hen meteen ook meer kansen geeft op zichtbaarheid binnen gebruikersinterfaces.
- Het bereik van regionale omroepen is een heel stuk beperkter dan van de meer generalistische Vlaamse omroepen; hier stelt zich de vraag of het dan gewenst is dat passende aandacht van regionale omroepen op dezelfde wijze wordt opgelegd als de diensten van andere begunstigten.
- De regionale omroepen moeten beschikken over de mogelijkheden om hun dienst (of de afzonderlijke programma’s) binnen gebruikersinterfaces van smart-apparaten aan te bieden. Hiertoe moeten de omroepen beschikken over een applicatie en moet er voor de gebruikersinterfaces voldoende metadata ter beschikking gesteld kunnen worden zodat aanbieders van gebruikersinterfaces ook zouden kunnen voldoen aan opgelegde verplichtingen.

Deze argumenten in ogenschouw nemend, zijn er vier mogelijkheden m.b.t. de regionale omroepen:

Scenario	Reikwijdte van begunstigde(n)
Scenario A	Het opnemen van de regionale omroepen in de lijst van begunstigten onder dezelfde criteria en bepalingen als andere begunstigten. Indien hiervoor gekozen wordt, moet afgeweken worden van onze voorgestelde minimumcriteria om gecategoriseerd te worden als begunstigde dienst van ‘algemeen

	belang'. Aangezien regionale omroepen sowieso een specifiek statuut hebben, lijkt het ons niet wenselijk ze op te nemen binnen een set van criteria voor het bepalen van de particuliere omroepen die in aanmerking komen als begunstigde.
Scenario B	Het opnemen van de regionale omroepen als diensten van 'algemeen belang' en afzonderlijk mee te nemen als begunstigde. Hier zou er dan voor gekozen kunnen worden om voor bepaalde maatregelen de regionale omroepen wel mee te nemen en andere niet. De regelgever zou kunnen oordelen dat dit type spelers tenminste vindbaar zou moeten zijn en de installatie van apps ten minste zichtbaar zou moeten zijn als suggestie om te downloaden of op te nemen in de lijst van apps bij een eerste installatie.
Scenario C	Het uitwerken van een structurele samenwerkingsovereenkomst waarbij de online dienst van de publieke omroep geldt als toeleiding naar het aanbod van de regionale omroepen. Dergelijke discussies zijn uiteraard ook afhankelijk van bredere beleidsdiscussies over de rol en opdracht van regionale omroepen, en het daaraan gekoppelde organisatiemodel.
Scenario D	Het opnemen van de regionale omroepen als begunstigde voor prominentiemaatregelen op dezelfde wijze als de publieke omroep en particuliere omroepen die het statuut van 'algemeen belang' genieten, maar hier duidelijke voorwaarden aan koppelen, zoals het investeren in metadata, een gezamenlijk applicatie, structurele intensifiëring van samenwerking, e.d.m.

Tabel 12: Scenario's voor de toekenning van het statuut van begunstigde van 'algemeen belang' voor regionale omroepen.

We menen dat het minder evident is om de regionale omroepen – gezien de complexiteit, andere opdracht en invulling en het beperkter bereik – op dezelfde manier op te nemen als begunstigten diensten van 'algemeen belang'.

De regelgever zou hier kunnen opteren voor **minimum een scenario B** (toegang verlenen tot via vindbaarheid van applicaties op gebruikersinterfaces en in app stores) en **maximum een scenario D**, waarbij de overheid dezelfde prominentieregels doet genieten als van toepassing voor andere particuliere omroepen die dit statuut genieten, op voorwaarde dat er een eengemaakte dienst bestaat. Parallel kan dan in de overeenkomst tussen regionale omroepen en overheid duidelijke inspanningen tot samenwerking overeengekomen worden, met het oog op het aanbieden van een gedeeld VOD-portaal. Het spreekt voor zich dat voor de uitwerking van deze scenario's er best **dialogoog is met de regionale omroepen** om de technologische vereisten te onderzoeken.

Indien er gekozen wordt voor verplichtingen om ook programma's van begunstigten op te nemen in swimlanes van gebruikersinterfaces, dan dient dit voor de programma's van de regionale omroepen best **beperkt te worden tot de nieuwsuitzendingen** alleen.

AANBEVELING 11: We bepleiten dat er rekening gehouden wordt met de regionale omroepen en pleiten voor een koppeling van de toekenning van status als begunstigde aan een traject waarbij de regionale omroepen samenwerking onderling opvoeren en zoveel mogelijk versnippering van applicaties en VOD-portalen tegengegaan. Eén duidelijke portal die toegang geeft tot regionaal aanbod is wenselijk en te verdedigen om de status van begunstigde te geven. Echter, dit scenario dient uitgewerkt te worden in het licht van een duidelijke toekomstvisie op de rol en werking van regionale omroepen in Vlaanderen.

We pleiten er ten slotte voor dat er geëxploreerd wordt om de diensten van de Franstalige publieke omroep RTBF (Auvio) mee op te nemen (eveneens onder een beperkter prominentieregime als andere begunstigten), voor zover (i) het gaat om een gratis toegankelijk aanbod en (ii) bestaande Europese bepalingen (recht van het uitzendende land) dit toelaten. Voor RTBF is samenwerking met de Franstalige Gemeenschap aangewezen – indien die beslist over te gaan tot het uitwerken van prominentiemaatregelen – zodat aan Franstalige zijde ook de dienst van de VRT een gelijkaardige vorm van prominentie geniet. Indien de regelgever dit niet toelaat, kan gedacht worden aan een doorverwijsfunctie waarbij VRT en RTBF een doorverwijzing voorzien naar elkaars aanbod.

12.5.6. Auditieve diensten

Wat radio betreft, zijn verschillende soorten radio-omroepen actief in Vlaanderen (publieke omroepzenders, landelijke particuliere radiozenders, netwerkradiozenders en lokale zenders). De voornaamste bezorgdheid van spelers is de beperkte zichtbaarheid en vindbaarheid van radiozenders als geheel binnen gebruikersinterfaces die toegang geven tot audio, alsook de beperkte mogelijkheden om toegang te krijgen tot een bepaald radio-aanbod via spraakassistenten.

Ook hier zijn diverse scenario's denkbaar, waarbij de status van 'algemeen belang' kan worden toegekend aan (i) een deel van het aanbod van de publieke omroep, bvb. programma's die nieuws, cultuur, duiding of programma's voor kinderen en jongeren brengen; (ii) bepaalde zenders van de publieke omroep, met name de zenders die zich toespitsen/wiens aanbod vooral bestaat uit bvb. programma's die nieuws, cultuur, duiding of programma's voor kinderen en jongeren brengen; (iii) alle zenders van de publieke omroep; en, al dan niet in combinatie met één van deze scenario's daarnaast ook (iv) het specifieke aanbod van particuliere landelijke omroepen dat als van 'algemeen belang' wordt geïdentificeerd; (v) het volledig aanbod van particuliere landelijke radio's; (vi) bijkomend ook delen of (vii) volledig aanbod van netwerkradio's; of (viii) programma's; of (ix) volledige diensten van lokale radiozenders.

Hier spelen deels ook de technologische mogelijkheden mee. Radiozenders moeten immers digitaal te beluisteren zijn en over voldoende metadata beschikken om opgepikt te worden door spraakassistenten of voorgesteld te worden bij het aangeven van voorkeuren op spraakassistenten.

AANBEVELING 12: Voor auditieve diensten pleiten we voor een systeem waarbij de diensten die toegang geven tot radiozenders van de publieke omroep en de particuliere landelijke radiozenders de status van begunstigde dienst van ‘algemeen belang’ krijgen. Daarbovenop pleiten we ervoor dat de wenselijkheid en haalbaarheid onderzocht wordt om ook een door de publieke omroep en particuliere landelijke radiozenders aangeduide dienst, afzonderlijk de status van begunstigde dienst van ‘algemeen belang’ te geven.

Wat die laatste betreft, zullen dit in bepaalde gevallen dezelfde diensten zijn als voor audiovisuele diensten (bvb. VRT MAX). In andere gevallen kunnen afzonderlijke applicaties bestaan die toegang geven tot het aanbod van begunstigde zenders.

12.6. Specificaties m.b.t. de uitwerking van verplichtingen voor passende aandacht

De analyse in dit rapport toonde dat passende aandacht op verschillende niveaus kan gelden, gaande van het voorzien van suggesties bij het zoeken naar bepaalde programma's op smart-tv's, zichtbaarheid van apps op smartphones, tot zichtbaarheid door middel van een sneltoets op afstandsbedieningen. Rekening houden met de verscheidenheid aan manieren waarop geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces passende aandacht kunnen geven, en dit zowel voor audiovisuele als auditieve diensten, is een uitdaging. Grosso modo zijn er drie opties:

- Scenario A: Een **reeks prominentieverplichtingen waaraan geadresseerden moeten voldoen**, met een **duidelijke lijst van de verschillende mogelijke maatregelen** die kunnen gevolgd worden door de aanbieders van gebruikersinterfaces om aan die verplichtingen te voldoen. In dat geval zijn de spelers dus verplicht om passende aandacht te geven, maar spelers zijn min of meer vrij in de wijze waarop ze dit doen. Geadresseerden van maatregelen kunnen in dit scenario wel gevraagd worden te motiveren waarom bepaalde keuzes wel of niet gemaakt worden. Dit geeft de meeste flexibiliteit aan aanbieders van gebruikersinterfaces en houdt mogelijk meer rekening met bepaalde kosten of technologische beperkingen die spelers kunnen ervaren bij het doorvoeren van prominentie.
- Scenario B: Een **lijst met verschillende opties waarbij een minimum aantal van die opties dient** te worden doorgevoerd. Dit geeft iets meer controle aan regelgever en regulator voor het opvolgen van de voornaamste vormen van passende aandacht, maar geeft enige flexibiliteit aan de aanbieders en houdt daardoor mogelijk meer rekening met bepaalde kosten of technologische beperkingen die spelers kunnen ervaren bij het doorvoeren van prominentie.
- Scenario C: Een **cumulatieve lijst van specifieke vormen** waarop passende aandacht gegarandeerd moet worden.

We geven hier de voorkeur aan B of C. We menen dat scenario B als voordeel zal hebben dat het op meer vormen van prominentie toepasbaar is (mogelijks ook zowel audiovisuele als auditieve diensten), terwijl C het voordeel van de duidelijkheid heeft, maar dan wel rekening dient te houden met alle mogelijke verschijningsvormen van prominentie op gebruikersinterfaces en

dus ook de meest specifieke uitwerking vereist en bovendien het meest vatbaar zal zijn om te worden herdacht bij het verschijnen van nieuwe type gebruikersinterfaces op de markt.

AANBEVELING 13: We pleiten voor een uitwerking van verplichtingen voor passende aandacht die specifiek genoeg is maar toch voldoende rekening houdt met de gebruikersinterfaces van geadresseerde aanbieders, met daarbij hetzij een volledig uitgewerkte lijst maatregelen, hetzij een reeks maatregelen met een aantal waaraan minstens moet worden voldaan en een aantal waaruit een keuze kan worden gemaakt, conform de eigenheid van de geadresseerde gebruikersinterfaces.

Hieronder wordt een overzicht gegeven van de uitwerking van de bepalingen voor passende aandacht.

12.6.1. Voor audiovisuele diensten

Wat de audiovisuele diensten betreft, is de meeste variatie mogelijk op het vlak van de wijze waarop spelers passende aandacht dienen te verzekeren. Voor de uitwerking van audiovisuele diensten kan gedacht worden aan (i) vindbaarheid door de zoekfunctie van gebruikersinterfaces (zowel het zoeken naar specifieke diensten, programma's of genres als het krijgen van alternatieve suggesties voor diensten, programma's of genres); (ii) zichtbaarheid op start- of landingspagina's; (iii) de zichtbaarheid binnen de *swimlanes* van diensten, programma's of content-segmenten (bvb. fragmenten); (iv) zichtbaarheid door voorinstallatie van applicaties; (v) zichtbaarheid door het aanbieden van suggesties voor het installeren van apps; (vi) passende aandacht door het gebruik van een specifieke tegel die leidt naar diensten en/of content van 'algemeen belang'; (vii) het toevoegen van snelkoppelingen op toetsen van afstandsbedieningen; (viii) zichtbaarheid in de bannering met bepaalde titels die uitgelicht worden (bvb. door een trailer die automatisch speelt bij de opstart van het toestel, een carroussel van uitgelichte titels helemaal bovenaan de landingspagina) op de pagina's van gebruikersinterfaces; (ix) vindbaarheid door het maximum aantal stappen te specificeren (bvb. hoeveel hoofd- en submenu's doorlopen moeten worden) of het maximum clicks dat noodzakelijk is om tot het starten van een bepaalde dienst te komen.

De maatregelen hieronder zijn in eerste instantie uitgewerkt voor smart-tv's, maar met uitzondering van de eerste twee bepalingen kunnen ze ook van toepassing zijn op aanbieders van smartphones, smart-tv's en televisie door dienstenverdelers. De regelgever kan hier kiezen voor een reeks bepalingen die voor alle geadresseerde types gelden, of specifieke maatregelen opleggen per type aanbieder van gebruikersinterfaces.

AANBEVELING 14: We pleiten ervoor dat minstens volgende vormen van passende aandacht opgenomen worden voor audiovisuele diensten:

- De **voorinstallatie van diensten van 'algemeen belang'** (de applicatie is geïnstalleerd op het apparaat voordat het apparaat is geleverd of wordt geïnstalleerd wanneer het apparaat voor het eerst verbinding maakt met internet nadat het apparaat is geleverd); of, **ten minste**

de suggestie aanbieden om de diensten van begunstigden te installeren bij de aansluiting van een toestel.

- Het opnemen van diensten van ‘algemeen belang’ bij het aanreiken van suggesties tot het installeren van diensten bij de app stores of andere downloadmogelijkheden (ook wanneer de consument er initieel voor koos deze diensten niet te installeren).
- **Vindbaarheid te garanderen** in zoekfuncties van gebruikersinterfaces, zowel voor de diensten als geheel als de programma’s afzonderlijk, en zowel in het opnemen van titels binnen genrecategorieën als in het aanreiken van suggesties bij het automatisch aanvullen van titels, of het suggereren van titels op basis van de zoekkeuze van de consument. Dit is verbonden aan metadata aangereikt door de spelers. Welke data aangereikt wordt, moet worden overeengekomen met de spelers.
- **Maximale zichtbaarheid** van de diensten van begunstigden bij het opstarten van de dienst op de **landingspagina, zonder dat extra clicks of manipulaties nodig zijn om de dienst te zien** en dus de meest gunstige positionering genieten; wanneer dit niet mogelijk is (wat moet worden aangetoond door de geadresseerde), het voorzien van een duidelijke tegel waarin de begunstigde diensten van ‘algemeen belang’ zijn ondergebracht; applicaties moeten een vergelijkbare grootte en vorm hebben als andere applicaties.
- Het opnemen van programma’s van begunstigde aanbieders van content van ‘algemeen belang’ binnen **meerdere swimlanes**. In het licht van de snelle ontwikkelingen en het toenemend belang van gebruikersinterfaces met gedesaggregeerde content, volstaat het ons inziens niet om prominentiemaatregelen te lanceren die enkel betrekking hebben op passende aandacht van de volledige dienst. Zowel het aanbod van categorieën in swimlanes, als de positie van de swimlanes, en de positie van de programmatitels binnen de rijen, zijn op dit moment sterk gekenmerkt door een buitenlands aanbod, en in veel gevallen zelfs programma’s van een betalend aanbod waarop de consument niet eens geabonneerd is. De regelgever kan hier opleggen dat programma’s van begunstigden ook moeten voorkomen binnen verschillende swimlanes, met de bijkomende verplichting dat hier geen vergoeding voor mag gevraagd worden door de geadresseerde en dat de toestemming vereist is van de begunstigde (die ook bepaalt welke programma’s mogen opgenomen worden in swimlanes).
- Het voorzien van **tenminste één swimlane** waarin programma’s of programmasegmenten zijn opgenomen van diensten met de status van begunstigde dienst van ‘algemeen belang’.
- Het opnemen van diensten gecategoriseerd als diensten van ‘algemeen belang’ in **handleidingen, voorstellingen van specificaties van toestellen** in promotie online en offline.

Verder dient de regelgever best rekening te houden met volgende aspecten:

- Bij het uitwerken van bepalingen is het belangrijk dat de positionering van tegels en rijen voorgesteld op basis van de **kijkersvoorkeuren** niet te veel in het gedrang gebracht worden door verplichtingen m.b.t. passende aandacht. (bvb. swimlanes met nieuwe afleveringen van series die de consument volgt, swimlanes met programma’s om verder te kijken of swimlanes met door de mediagebruiker aangeduide favorieten moeten zichtbaar blijven). We menen dat de door ons voorgestelde maatregelen echter weinig tot geen impact hebben op dit kijkcomfort.

- Het moet ten allen tijde duidelijk **zichtbaar zijn tot welke diensten** van ‘algemeen belang’ de programma’s horen.
- Prominentieregels voor gedesaggregeerde inhoud van begunstigden zijn in principe alleen mogelijk als de aanbieder van mediadiensten **vooraf instemt met de levering** van de specifieke gedesaggregeerde inhoud.
- Belangrijk is ook dat de bepalingen blijven gelden wanneer een toepassing door de geadresseerde aanbieder wordt **bijgewerkt of wanneer een update beschikbaar** wordt gesteld.

Specifiek voor smart-tv’s en sommige andere casting devices geldt ook nog de regeling m.b.t. **smart buttons (sneltoetsen)**.

Hoewel sommige experts aangaven dat buttons mogelijks minder belangrijk zullen worden door voice control op termijn, lijkt het voorzien van passende aandacht door shortcuts met een knop op afstandsbedieningen in principe wenselijk. Echter, hier gelden een aantal bijkomende uitdagingen:

- In België worden televisietoestellen verkocht die beide landsdelen bedienen.
- Hardware-fabrikanten geven aan dat de markt bijzonder klein is om afstandsbedieningen aan te passen die enkel en alleen voor de Vlaamse markt bedoeld zijn. Op dit moment zijn geen voorbeelden gekend van markten met de omvang van Vlaanderen waar snelkoppelingen bestaan. We stellen wel vast dat dit in diverse grotere markten wel al kan, zij het dat daar commerciële vergoedingen tegenover staan (bvb. TF1 en Canal+ in Frankrijk).
- Het is moeilijk om meerdere sneltoetsen voor begunstigden zichtbaarheid te maken op alle afstandsbedieningen door beperkte ruimte.

Indien de regelgever hiervoor kiest, dienen drie mogelijkheden zich aan:

- Ofwel kiest de regelgever om slechts één dienst weer te geven. In dat geval lijkt de publieke omroep de meest aangewezen speler.
- Een alternatief dat toch toegang geeft tot de diensten van ‘algemeen belang’ is een neutrale sneltoets die naar een aanbod leidt waar de begunstigden van ‘algemeen belang’ zijn in opgenomen. Dit betekent ook dat er een afzonderlijke subsectie van de interface dient te worden uitgewerkt waarop de diensten van ‘algemeen belang’ worden aangeboden en aangeklikt.
- Een derde mogelijkheid zou kunnen zijn om de aanbieders van gebruikersinterfaces één lege sneltoets voor te behouden voor een favoriete begunstigde dienst, aan te duiden door de consument.

In beide laatste gevallen is de benodigde aanpassing minder groot voor hardware-fabrikanten. Idealiter wordt deze optie breed uitgerold in meerdere Europese markten, zodat de kost om afstandsbedieningen aan te passen aan de specifieke markten, beperkt blijft.

In Frankrijk is de beslissing genomen om het idee van snelkoppelingen met afstandsbedieningen te schrappen. In Duitsland gaf de mediaregulator in onze gesprekken aan dat ze de afstandsbedieningen nader zullen onderzoeken.

Indien er niet gekozen wordt voor een scenario met verplichtingen voor afstandsbedieningen, is het aangewezen dat de regelgever wel de verplichting oplegt aan hardware-fabrikanten om minstens onderhandelingen te starten met begunstigden en hierover transparant te communiceren.

Los van de keuze die gemaakt wordt, staat het begunstigden nog altijd vrij om bijkomend commerciële overeenkomsten aan te gaan voor het verkrijgen van een sneltoets op de afstandsbediening.

AANBEVELING 15: We zijn voorstander van het verder exploreren van het garanderen van passende aandacht op afstandsbedieningen, zolang afstandsbedieningen aangeboden worden op de markt met sneltoetsen waarop ook andere spelers zichtbaar zijn (zoals internationale VOD-diensten of videoplatformdiensten). Dit kan echter op meerdere wijzen gebeuren en de wenselijkheid en haalbaarheid ervan dienen verder te worden onderzocht. Het meest haalbaar lijkt een neutrale sneltoets die toegang geeft tot diensten en aanbod van begunstigde diensten van ‘algemeen belang’.

12.6.2. Voor auditieve diensten

Als algemeen principe bepleiten we dat gebruikersinterfaces binnen de gegeven mogelijkheden de **kortst mogelijke weg om de diensten van ‘algemeen belang’ te bereiken zoveel mogelijk dienen** na te streven.

AANBEVELING 16: We pleiten ervoor dat minstens volgende vormen van passende aandacht opgenomen worden voor auditieve diensten:

Voor auditieve diensten:

1. **Vindbaarheid** tot auditieve diensten van ‘algemeen belang’ en individuele programma’s garanderen in de **zoekfunctie** door zowel auditieve commando’s als in de interfaces van toestellen die toegang bieden (voor zover geadresseerden hiervoor over voldoende metadata beschikken vanuit de begunstigde diensten van ‘algemeen belang’).
2. De voorinstallatie van diensten van ‘algemeen belang’ op voice assistants of ten minste de **suggestie aanbieden om die diensten te installeren** bij de aansluiting van een voice assistant.
3. **Prominente zichtbaarheid** garanderen op gebruikersinterfaces van de radioapplicaties die het aanbod brengen van diensten van ‘algemeen belang’. Een radio-sneltoets of fysieke button op toestellen of binnen infrastructuur primair bedoeld voor audioconsumptie (bvb. in car-displays) moet opgenomen worden in het grafisch menu of bij de toetsen en moet zeer zichtbaar zijn.
4. Zichtbaarheid van de diensten van ‘algemeen belang’ in **app stores**.
5. Content afkomstig van begunstigden van ‘algemeen belang’ (zoals bij het herbeluisteren van programma’s, podcasts of fragmenten van programma’s) moet eerst opgehaald worden

bij die dienst, ook indien deze beschikbaar is op een populairdere streamingdienst waarmee de fabrikant al dan niet een overeenkomst heeft, tenzij de gebruiker of begunstigde dienst expliciet verkiest dit niet te doen.

6. DAB(+) uitzending van een kanaal moet ook toelaten om **door te linken naar de apps** van de betreffende kanalen (zoals beschreven in het EBU Playbook (Granryd, 2024)).

12.7. Toezicht en rapportering

Bij het invoeren van maatregelen voor passende aandacht, bepaalt het Mediadecreet de algemene principes, definities en verplichtingen, alsook de bepalingen met **betrekking tot rapportering en transparantie**. Meer specifieke bepalingen en richtlijnen kunnen verduidelijkt worden in een uitvoeringsbesluit.

AANBEVELING 17: Specifiek met betrekking tot toezicht, rapportering en transparantie bevelen we het volgende aan:

- Geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces die gecapteerd worden door de prominentieregels dienen jaarlijks verplicht te rapporteren **over de wijze waarop ze voldoen aan de opgelegde bepalingen om passende aandacht te verzekeren**. De VRM dient hier over de mogelijkheid te beschikken bijkomende vragen te stellen.
- VRM krijgt best het mandaat om ad-hoc onderzoeken uit te voeren naar de gebruikersinterfaces om naleving te garanderen.
- VRM dient modaliteiten uit te werken voor **het aanreiken van gegevens over het aantal gebruikers/consumenten** voor de geadresseerde aanbieders van gebruikersinterfaces, op basis waarvan de lijst wordt samengesteld voor de gebruikersinterfaces die aan de verplichting onderworpen worden. De Vlaamse regering beslist finaal over de lijst van geadresseerden.
- Het Mediadecreet geeft aan welke **sancties gelden bij niet-naleving** (uitgaande van de sanctiebevoegdheid zoals bepaald in het Mediadecreet); de VRM legt de sancties op.
- Er dient een **maximumtermijn** ingevoerd te worden om de bepalingen voor passende aandacht om te zetten binnen de gebruikersinterfaces, eens de lijst van geadresseerden alsook de lijst van begunstigten gecategoriseerd als diensten van ‘algemeen belang’ zijn opgesteld.
- Particuliere omroepen die menen in aanmerking te komen als begunstigde, dienen in ruil voor de toekenning van de status van ‘algemeen belang’, te rapporteren over de wijze waarop zij aan opgelegde cumulatieve criteria voldoen om hen het statuut van ‘algemeen belang’ te geven. Begunstigten dienen te voldoen en blijvend voldoen aan de opgelegde cumulatieve criteria.
- De regelgever bouwt mogelijkheden in om begunstigten opnieuw te laten bewijzen of ze voldoen aan de cumulatieve criteria bij een significant gewijzigde situatie (zoals bvb. het fuseren van twee diensten).

Belangrijk is ten slotte dat de VRM **voldoende middelen krijgt voor het toezicht** op de naleving van deze regels. Het belang om regulatoren de nodige capaciteit (in personeel en tijd) te geven

om nieuwe rollen die voortvloeien uit nieuwe Europese bepalingen voor de regulering van platformen en andere nieuwe diensten, zoals bepaald in AVMD Artikel 30 lid 4 en EMFA Artikel 7 lid 3, werd ook benadrukt door CERRE en ERGA.

AANBEVELING 18: Daarnaast gelden nog een aantal belangrijke randvoorwaarden met het oog op de uitwerking, rapportering en opvolging van de maatregelen.

Ten eerste moet het wetgevend kader **prescriptief genoeg** zijn zodat het voor spelers duidelijk is wat verwacht wordt en naleving duidelijk kan worden gemonitord, maar tegelijkertijd **flexibel genoeg** zijn om tegemoet te komen aan aanpassingen in de gebruikersinterfaces en de komst van nieuwe types apparatuur of nieuwe soorten devices. Flexibiliteit is al ingebouwd wanneer gewerkt wordt met lijsten van geadresseerden en begunstigden die vastliggen voor bepaalde tijd. We bevelen daarnaast aan om die flexibiliteit in te bouwen voor de Vlaamse Regering om de reikwijdte van de maatregelen, het type gebruikersinterfaces dat door de bepalingen wordt gecapteerd, of de specifieke wijze waarop aan de bepalingen wordt voldaan, te kunnen aanpassen in het licht van snel evoluerende markten en technologische ontwikkelingen.

Ten tweede wordt het bij elke invoering van maatregelen belangrijk om **de effectiviteit van de maatregelen te kunnen opvolgen**. Dit omvat twee aspecten: (i) evalueren of de bepalingen in het Mediadecreet leiden tot de gewenste vormen van prominentie; (ii) meten van de impact van maatregelen op de consumptie van de diensten, in samenwerking met de begunstigde diensten.

Ten derde zal verdere **dialogo met de verschillende stakeholders** nodig zijn. Dit zowel met oog op (i) de uitwerking van de verplichtingen; (ii) de technische haalbaarheid; (iii) en de modaliteiten voor rapportering.

Ten slotte is het **noodzakelijk om kennis over zichtbaarheid, vindbaarheid en passende aandacht**, en over de werking van aanbevelingen en smart-toestellen te integreren binnen bredere stappen om mediawijsheid te bevorderen over de werking van aanbevelingssystemen en personalisering. Geadresseerde spelers moeten daarom ook aangemoedigd worden om **transparant te zijn over de wijze waarop het aanbod tot bij de mediagebruiker** komt door de consument inzicht te geven in de systemen en strategieën achter voorgeschotelde aanbevelingen. Dit geldt dan zowel voor de gepersonaliseerde diensten en content, de aanbevolen diensten en content ten gevolge van commerciële afspraken, en de aanbevolen diensten en content als gevolg van prominentiemaatregelen. Onderzoek binnen de proeftuin 'Streaming affordances for Small media markets' van imec-SMIT (gefinancierd door VLAIO met de steun van de Minister van Media) (Peeters, Forest & Raats, 2024) geeft aan dat 50% van de Vlaamse streamers het op dit moment belangrijk acht dat diensten van Vlaamse VOD-aanbieders zichtbaar zijn; 30% heeft geen mening, slechts een klein percentage vindt dit eerder onbelangrijk. Het gebrek aan kennis om gebruikersinterfaces aan te passen of daar actief mee aan de slag te gaan wordt ook bevestigd in internationale gebruikersstudies. Het Kenniscentrum Mediawijs, in combinatie met een sensibiliseringscampagne en een actieve rol voor de VRT kunnen hier het verschil maken.

12.8. Prominentie en Europese bepalingen

De landenstudie in dit onderzoek toonde aan dat er, ondanks het feit dat de bepaling 7 bis in AVMD zonder meer geldt, discussies zijn ontstaan over een eventuele incompatibiliteit met de e-commerce richtlijn en het country-of-origin-principe. De vraag is of Artikel 7 bis alleen van toepassing zou zijn op diensten die in het land gevestigd zijn waarop de regels betrekking hebben. DG Connect buigt zich op dit moment verder over verduidelijkingen en voorwaarden om de implementatie van prominentiemaatregelen maximaal verenigbaar te krijgen met andere Europese bepalingen. Tegelijkertijd heeft de Commissie ook al prominentieregimes in Europese landen goedgekeurd waarbij ook spelers die niet in het land gevestigd zijn maar zich richten tot een lidstaat, zijn gevat (bvb. Duitsland). Experts en regulatoren geven aan dat Vlaanderen om die reden niet geremd mag zijn om over te gaan tot de uitwerking van maatregelen.

Dialoog met regulatoren en regelgevers in andere Europese lidstaten en met de Europese regelgever doorheen het hele proces is hier aangewezen, zeker omdat elke land op gelijkaardige uitdagingen botst en diverse lidstaten ook bijkomende expertise inroepen. Met het oog op de herziening van de AVMD-Richtlijn in 2026 lijkt het ten slotte aangewezen dat de Vlaamse overheid bij Europese beleidsactoren alvast wijst op het belang van een verdere verduidelijking van Artikel 7 bis.

AANBEVELING 19: Op Europees niveau moet op korte termijn verder uitgeklaard worden hoe de verschillende regelgevingen zich tot elkaar verhouden en welke voorwaarden nodig zijn in de lidstaten om te komen tot regels die complementair zijn met andere wetgeving. DG Connect gaf zelf de dringende noodzaak aan om uit te klaren hoe de uitwerkingen van Artikel 7 bis en de regels in de interne markt verenigbaar zijn met elkaar.²⁴

Een gelijkaardige situatie doet zich voor met betrekking tot **de verenigbaarheid van bepalingen binnen AVMD en EMFA**. De bepalingen in de European Media Freedom Act geven de mogelijkheid aan mediagebruikers om ingrepen te doen in de wijze waarop een aanbod wordt gepresenteerd. De vraag rees in hoeverre prominentiemaatregelen van Artikel 7 bis AVMD voorrang krijgen, dan wel ondergeschikt zijn, aan de bepalingen van de EMFA. Of, met andere woorden: is een situatie denkbaar en wettelijk waarbij de mediagebruiker wél volledige autonomie heeft om gebruikersinterfaces aan te passen, maar dat de zichtbaarheid van de diensten (en of content) van ‘algemeen belang’ niet in het gedrang komen?

Sommige van de door ons geïnterviewde experts vonden dat de gebruikersflexibiliteit zoals geformuleerd binnen Artikel 20, lid 1 EMFA moet kunnen prevaleren over de prominentiemaatregelen, alleen al om misbruik van prominentiemaatregelen in bepaalde regimes te kunnen vermijden. Echter, Artikel 20 lid 1 van EMFA stelt wel degelijk dat het aanpassingsrecht van de gebruiker geen afbreuk doet aan de Artikel 7bis en 7ter AVMD. Op zich blijven bepaalde praktijken m.b.t. passende aandacht problematisch als het idee gevolgd wordt van volledige

²⁴ Zie 'Navigating European Rules on prominence of general interest content', CERRE (webinar). Url: <https://www.youtube.com/watch?v=Ueq23OY7Nps>

consumentensoevereiniteit. Op dit moment kunnen overigens bepaalde voorgeïnstalleerde apps niet verwijderd worden van smart-tv's, speakers en smartphones.

AANBEVELING 20: We bevelen aan om bij het uitwerken van bepalingen de vrijheid te garanderen van de gebruiker om minstens de volgorde van de apps (en rijen met content(-segmenten)) van diensten van 'algemeen belang' te bepalen. Dit ligt in lijn met Frankrijk en Duitsland die gebruikers eveneens toestaan om de instellingen m.b.t. prominentie te wijzigen.

Deze aanbeveling ligt in lijn met de interpretatie van Anna Herold, Hoofd van de Unit Audiovisual Services & Media Policy (DG Connect), die aangaf dat de Commissie van oordeel is dat de bepalingen van EMFA en Artikel 7 bis AVMD kunnen co-existeren en de compatibiliteit er mogelijk in ligt dat de bepalingen van Artikel 7 bis niet volledig moeten prevaleren op de gebruikersvrijheid, en de consument de keuze moet hebben om de volgorde te verschuiven, maar dat die consumentenvrijheid niet noodzakelijk betekent dat bepaalde diensten van 'algemeen belang' helemaal kunnen worden verwijderd.²⁵

Wanneer de regelgever de mogelijkheid aanbiedt om voorgeïnstalleerde apps te verwijderen, dan zou tegelijk de mogelijkheid kunnen worden ingebouwd dat geadresseerden de **suggestie moeten aanbieden tot het installeren van begunstigde diensten**. De Duitse mediaregulator gaf aan eveneens te overwegen om de gebruikersinterface te verplichten de klant elke gegeven periode te vragen om suggesties te doen waarbij de interface opnieuw geordend kan worden en andere diensten te laten verschijnen. Dezelfde optie wordt ook overwogen op het gebied van smart speakers.

Wij menen dat de regeling die in deze aanbevelingen voorgesteld wordt zoveel mogelijk rekening houdt met **diverse belangen en contextuele factoren** maar wel uitgaat van de premisse om het beperkt aantal spelers **dat investeert in lokale content zoveel mogelijk kansen te geven om hun content tot bij de kijkers te kunnen brengen en hun relevantie te behouden**: de criteria laten toe dat niet één type speler maar ook particuliere spelers begunstigden zijn van maatregelen; de voorgestelde bepalingen beletten niet dat er commerciële overeenkomsten kunnen worden afgesloten met nationale en internationale partijen; de voorgestelde bepalingen wegen niet disproportioneel op het functioneren van aanbieders van gebruikersinterfaces; de voorgestelde maatregelen zijn flexibel en kunnen in het licht van gewijzigde markt en technologische context worden bijgewerkt; de bepalingen bouwen drempels in voor de geadresseerden en bouwen enige flexibiliteit in op het vlak van rapportering, en ten slotte, de bepalingen houden geen beperking in van de consumentenvrijheid.

²⁵ Zie 'Navigating European Rules on prominence of general interest content', CERRE (webinar). Url: <https://www.youtube.com/watch?v=Ueq23OY7Nps>

13. Referenties

Afilipoaie, A., Dewaele, S., Donders, K. (2023). Signal integrity: EU media policy making at its best or worst. In: Ranaivoson, Broughton-Micova, S. & Raats, T. (eds). European Audiovisual policy in transition (pp.239-261). London: Routledge.

AFNUM. (2022). *Observations sur le projet de décret d'application de l'article 20-7 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, fixant les seuils et le délai d'application des obligations de mise en avant des services d'intérêt général sur les interfaces utilisateur. (Notification TRIS 2022/194/F)*. Europese Commissie. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/17576/stakeholder-contribution/file/412>

AGCOM. (2024a). *Delibera 118/24/CONS*. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.agcom.it/provvedimenti/delibera-118-24-cons>

AGCOM. (2024b). *Comunicato stampa del 15 Luglio 2024*. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.agcom.it/comunicazione/comunicati-stampa/comunicato-stampa-del-15-luglio-2024>

Amazon. (z.d.). *Amazon.com – Apps & Games*. Geraadpleegd op 9 oktober 2024, van https://www.amazon.com/gp/browse.html?node=2350149011&ref=nav_em_adr_app_0_2_4_2

Android Auto. (z.d.). *Op het scherm van je auto*. Geraadpleegd op 28 april 2024, van https://www.android.com/intl/nl_be/auto/

ANGA, Bitcom, & ZVEI (2023). Joint Position Paper on the proposal for the European Media Freedom Act: Strengthening media diversity in line with the European Single Market. Retrieved December 5, 2024 from https://www.zvei.org/fileadmin/user_upload/Presse_und_Medien/Publikationen/2023/Maerz/Ge-meinsames_Positionspapier_zum_Europaeischen_Medienfreiheitsgesetz/EMFA-Positionspapier-ZVEI_Bitkom-Anga.pdf

Apple. (z.d.) *Car keys and CarPlay. A smarter ride from start to finish*. Geraadpleegd op 28 april 2024, van <https://www.apple.com/ios/carplay/>

ARCOM. (2024). *Liste des interfaces assujetties aux obligations de l'article 20-7 de la loi du 30 septembre 1986 et du décret n°2022-1541 du 7 décembre 2022 (mars 2024)*. <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2024-03/Liste-interfaces-assujetties-aux-obligations-de-article-20-7-du-20-mars-2024.pdf>

BBC News. (2022, 7 december). *UK media industry must seize control of own destiny*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.bbc.com/mediacentre/2022/bbc-tim-davie-uk-media-industry-must-seize-control-of-own-destiny>

Besluit van de Vlaamse Regering over het stimuleren van de audiovisuele sector door financiële bijdragen aan de productie van audiovisuele werken. *Belgisch Staatsblad*, 26 april 2024, p. 83829

Bideau, G. (2020). Television had prime time. How about prime space for on-demand services? In: *Medium*. Available at: <https://medium.com/@gbideau/television-had-prime-time-how-about-prime-space-for-on-demand-services-ee534c7cdd5d>

Brightwolves & Universiteit Gent. (2024). *Digitale radio in Vlaanderen. Radiostudie over de transitie van analoge radio naar digitale radio en over de toekomstige DAB+/digital only omgeving*. <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/66766>

CERRE. (2024). Navigating European rules on prominence of general interest content. <https://cerre.eu/events/navigating-european-rules-on-prominence-of-general-interest-content-2/>

Charlton, A. (2023, 23 mei). *What is a smart speaker and how do they work?* Saga. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.saga.co.uk/magazine/life/what-is-a-smart-speaker#:~:text=In%20short%2C%20a%20smart%20speaker,Smart%20speakers%20are%20incredibly%20versatile.>

CIM. (2023a). Mediaconsumptie in België – *Establishment Survey 2023* (Editie 2023). Geraadpleegd op 12 december 2024, van https://www.cim.be/resources/news_images/CIM_ES_Summary_NL.pdfhttps://www.cim.be/resources/news_images/CIM_ES_Summary_NL.pdf

CIM. (2023b). *Establishment Survey*. Geraadpleegd op 28 april 2024, van <https://www.cim.be/nl/establishmentsurvey>

CIM. (2024a). *CIM Audio Time 2024 – Third Edition*. https://www.cim.be/resources/news_images/CIMAudioTime_2024.pdf

CIM. (2024b). Mediaconsumptie in België. In *CIM – Establishment Survey 2024* (Editie 2024). Geraadpleegd op 28 april 2024, van <https://www.cim.be/nl/establishmentsurvey>

Cnam. (2023). *Work Programme June 2023*. <https://www.cnam.ie/wp-content/uploads/2023/06/Coimisiun-na-Mean-Work-Programme-Web.pdf>

Community Research. (2022, December). *Smart speakers research with the public* [Research report]. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/249142/Smart-speakers-research.pdf

De Looper, C. (2023, 27 december). *Everything you need to know about your new Fire TV Stick*. Amazon. <https://www.aboutamazon.com/news/devices/amazon-fire-tv-stick>

De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024a). *Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen*. Imec.

De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G. & Schuurman, D. (2024b). *Imec.digimeter.2023. Digitale trends in Vlaanderen. Tabellenrapport*. Imec.

De Standaard. (2019, 15 juni). *TV-zenders verklaren Proximus de oorlog*. https://www.standaard.be/cnt/dmf20190615_04461997#:~:text=In%20een%20brief%20aan%20Proximus,heeft%20gecommuniceerd%2C%20zet%20kwaad%20bloed

Department for Culture, Media & Sport. (2023a). *Media Bill Overarching Impact Assessment*. Geraadpleegd op 13 december 2024 via https://assets.publishing.service.gov.uk/media/649c498706179b000c3f7489/Media_Bill_Overarching_IA_-_PLS_publication_version.pdf

Department for Culture, Media & Sport. (2023b). *INCLUSION OF THE MEDIA BILL IN THE FOURTH SESSION*. Geraadpleegd op 13 december 2024 via <https://committees.parliament.uk/publications/41949/documents/208738/default/>

DigitalEurope. (2022). *DIGITALEUROPE position paper on the European Media Freedom Act*. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.digitaleurope.org/resources/digitaleurope-position-paper-on-the-european-media-freedom-act/>

Digital Culture, Media and Sport Committee. (2021, 25 maart). *British Broadcasting Corporation (BBC) Annual Report and Accounts 2014/15*. Geraadpleegd op 29 april, 2024, van <https://publications.parliament.uk/pa/cm5801/cmselect/cmcmums/156/15605.html>

DPG Media Group. (2024). *Jaarverslag 2023*. Geraadpleegd op 16 december 2024 via https://jaarverslag.dpgmediagroup.com/2023-nl/jaarverslag_2023

Dumon, P. (2019, 16 december). *VRT en Proximus strijken plooien glad*. *De Morgen*. <https://www.demorgen.be/tv-cultuur/vrt-en-proximus-strijken-plooien-glad~bce51025/?referrer=https://www.google.com/>

EBU. (2021, 3 februari). *Public service media and prominence: finding PSM in the digital space*. <https://www.ebu.ch/publications/strategic/membersonly/psm--prominence-finding-psm-in-the-digital-space-1>

EBU. (2023a, 17 april). *Who gets prominence?* Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.ebu.ch/guides/membersonly/case-study/who-gets-prominence>

EBU. (2023b, 24 mei). *Public service media and prominence: finding the content that matters online*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.ebu.ch/guides/open/public-service-media-and-prominence-finding-the-content-that-matters-online>

ERGA. (2020). *Subgroup 3. Ensuring Prominence and Access of Audiovisual Media Content to all Platforms (Findability)*. https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA_SG3_2020_Report_Art.7a_final.pdf

ERGA. (2021). *Subgroup 1. Consistent implementation and enforcement of the new AVMSD framework*. <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/12/ERGA-SG1-2021-Report-Articles-7a-and-7b.pdf>

ERGA. (2022). *Subgroup 1. 2022. Consistent implementation and enforcement of the AVMSD framework*. https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2022/12/2022-12-ERGA-SG1-Report-Prominence_Art.7a-and-Art.-13.pdf

European Audiovisual Observatory. (2023). *Prominence of audiovisual content and services of general interest - Summary of the workshop*. <https://rm.coe.int/summary-dli-workshop-2023/1680aef79a>

European Audiovisual Observatory. (2024). *Revised AVMSD Tracking Table*. Raad van Europa. Geraadpleegd op 13 december 2024 via <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/avmsd-tracking>

European VOD Coalition. (2023, 23 januari). *The European VOD Coalition response to the proposal for a European Media Freedom Act*. <https://www.europeanvodcoalition.com/content/files/2023/01/EMFA---European-VOD-Coalition-Call-for-Feedback---23012023.pdf>

Europese Commissie. (2020). *State Media Treaty*. TRIS. Geraadpleegd op 12 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/23340>

Europese Commissie. (2022). *Study on media plurality and diversity online: final report*, Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/529019>

Europese Commissie. (2023a). *Draft legislative decree laying down supplementary and corrective provisions to Legislative Decree No 208 of 8 November 2021 on the Consolidated Text on Audiovisual Media Services implementing Directive (EU) 2018/1808 of the Parliament*. TRIS. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/24803>

Europese Commissie. (2023b). *Public consultation on the prominence of audiovisual and radio media services of general interest and accessibility of the automatic numbering system for digital*

terrestrial television channels. TRIS. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/23157>

Europese Commissie. (z.d.). *Prevention of technical barriers to trade*. TRIS. Geraadpleegd op 12 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/home>

Europese Commissie. (2024a). *Draft decision on the list of services classified as being of general interest, pursuant to the provisions of Article 20-7 of Act No 86-1067 of 30 September 1986 on freedom of communication*. TRIS. Geraadpleegd op 12 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/25559>

Europese Commissie. (2024b). *Draft resolution on the appropriate visibility conditions for services of general interest and the arrangements for collecting the information referred to in Article 20-7 of Law No 86-1067 of 30 September 1986 on freedom of communication*. TRIS. Geraadpleegd op 12 december 2024 via <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/25560>

Eurostat (2023, 29 augustus). *Growing importance of internet-connected devices*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230829-1>

Expert Media Partners. (2018). *Report on the UK Market in EPG Positions July 2018*. OFCOM. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/consultations/category-1-10-weeks/116265-epg-code-and-prominence-regime/associated-documents/secondary-documents/expert-media-partners.pdf?v=323350>

Government of Ireland. (2022). *Online Safety and Media Regulation Act 2022*. electronic Irish Statute Book. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2022/act/41/enacted/en/print#sec40>

Government of Ireland. (z.d.). *Additional Heads for incorporation into the Online Safety and Media Regulation Bill*. <https://www.gov.ie/pdf/?file=https://assets.gov.ie/136691/14b7879d-5913-4c39-b2fe-f70091432453.pdf>

Grand View Research. (2022). *Smart TV Market Size, Share & Trends Analysis Report By Resolution, By Screen Size, Screen Shape, By Operating System, By Distribution Channel, By Technology, By Region And Segment Forecasts, 2023-2030*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/smart-tv-industry>

Granryd, T. (2024). *EBU Connected Car Playbook*. EBU. https://tech.ebu.ch/files/live/sites/tech/files/shared/other/EBU_ConnectedCar_Playbook.pdf

Groupe TF1 (2024). *MYTF1 Max rolls out on connected TVS with Samsung*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://groupe-tf1.fr/en/communiques/mytf1-max-rolls-out-connected-tvs-samsung>

Helberger, N. (2005). *Controlling access to content. Regulating conditional access in digital broadcasting*, Kluwer Law international.

Hesmondhalgh, D., & Lobato, R. (2019). Television device ecologies, prominence and datafication: the neglected importance of the set-top box. *Media, Culture & Society*, 41(7), 958-974. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443719857615>

Hesmondhalgh, D., & Lotz, A. D. (2020). Video screen interfaces as new sites of media circulation power. *International journal of communication*, 14, 24.

IFPI. (2023). *Engaging with music 2023: Full Report*. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf

Lordache, C., Loisen, J., & Van Audenhove, L. (2023). Integrating discoverability and prominence in video-on-demand consumption choices. A qualitative user study in Belgium. *International Communication Gazette*.

Ipsos. (2023, Oktober). *Digitalisering Radio Rapport Wave 5*. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2023-11/Ipsos_DigitaliseringRadio_Rapport_2023_V2_Short.pdf

IRIS. (2017). *Supreme Court rules again on the digital terrestrial television channels line-up*. <https://merlin.obs.coe.int/article/7831>

Italiaanse Overheid. (2021). *DECRETO LEGISLATIVO 8 novembre 2021, n. 208*. Gazzetta Ufficiale. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/12/10/21G00231/SG>

Joshi, K. (2024, 7 november). *Smart Speaker Statistics By Market Share, User Demographics and Future Usage Trends*. Coolest-Gadgets. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.coolest-gadgets.com/smart-speaker-statistics/>

Kale, E. (2023). Global TV Shipments Fall in 2023. *Display Daily*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://displaydaily.com/global-tv-shipments-fall-in-2023/>

Ledger, M. (2023). *Towards coherent rules on the prominence of media content on online platforms and digital services*. CERRE. <https://cerre.eu/publications/towards-coherent-rules-on-the-prominence-of-media-content-on-online-platforms-and-digital-services/>

Lefever, K. (2013). Belgium's "List of Major Events" Mechanism in the Digital Broadcasting Era. In *Sport, Public Broadcasting, and Cultural Citizenship* (pp. 145-165). Routledge.

Lindquist, K. (2024, 3 april). *SVT is nothing if we are not seen*. Public Media Alliance. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.publicmediaalliance.org/svt-is-nothing-if-we-are-not-seen/>

Lobato, R., & Scarlata, A. (2023, 29 november). The government has announced plans to regulate smart TV home screens: what the new rules mean for you. *The Conversation*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://theconversation.com/the-government-has-announced-plans-to-regulate-smart-tv-home-screens-what-the-new-rules-mean-for-you-218791>

Lobato, R., Scarlata, A., & Schivinski, B. (2023). Smart TVs and Local Content Prominence: Submission to the Prominence Framework for Connected TV Devices Proposals Paper.

Matthey, A., Rupalla, F., Schneiderbauer, T., & Zuyeva, D. (2023, 13 september). *How do consumers perceive in-car connectivity and digital services?* McKinsey & Company. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/how-do-consumers-perceive-in-car-connectivity-and-digital-services>

Mazzoli, E. M. (2020). Online content governance: Towards a framework for analysis for prominence and discoverability. *Journal of Digital Media & Policy*, 11(3), 301–319. https://doi.org/10.1386/jdmp_00027_1

Mazzoli, E. M., & Tambini, D. (2020). Prioritisation uncovered: The discoverability of public interest content online. *Council of Europe study*.

Medienanstalten. (2020a). *Medienstaatsvertrag (MStV) in der Fassung des Fünften Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Fünfter Medienänderungsstaatsvertrag)*. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf

Medienanstalten. (2020b). *Reglement betreffende de concretisering van de bepalingen van het staatsverdrag inzake mediaplatforms en gebruikersinterfaces*. <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/23340/text/D/NL>

Medienanstalten. (2021a). *Satzung zu Medienplattformen und Benutzeroberflächen*. <https://www.die-medienanstalten.de/service/rechtsgrundlagen/satzung-zu-medienplattformen-und-benutzeroberflaechen/>

Medienanstalten. (2021b). *Satzungen Geschaefts Verfahrensordnungen - Public Value Satzung*. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Satzungen_Geschaefts_Verfahrensordnungen/Public_Value_Satzung.pdf

Medienanstalten. (2023a). *FAQ leichte Auffindbarkeit Public Value*. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Aufgaben/Vielfaltssicherung/Public_Value/FAQ_leichte_Auffindbarkeit_Public_Value.pdf

Medienanstalten. (2023b). *Public_Value Empfehlungen Listungen*. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Public_Value/Public_Value_Empfehlungen_Listungen_v2.pdf

Medienanstalten. (2024). *Erstmals sind In-Car-Entertainment-Systeme Gegenstand einer medienrechtlichen Entscheidung*. <https://www.die-medienanstalten.de/pressemitteilungen/zak-entscheidung-in-car-entertainment-systeme/>

Ministère de la Culture. (2022). *Decreet nr. 2022-1541 van 7 december 2022 tot uitvoering van artikel 20-7 van wet nr. 86-1067 van 30 september 1986 betreffende de vrijheid van communicatie en tot vaststelling van de drempel voor het in werking stellen en de uiterste einddatum voor de toepassing van de verplichtingen inzake een passende zichtbaarheid van de diensten van algemeen belang*. Europese Commissie. <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/17576/text/F/NL>

MPRT. (2023.). *Redovisning av uppdrag om vidaresändningsplikt och framhävande av innehåll av allmänt intresse* (pp. 2–138). Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.regeringen.se/contentassets/fe8320960b8141d7be94b9524b695ad4/redovisning-av-uppdrag-om-vidaresandningsplikt-och-framhavande-av-innehall-av-allmant-intresse.pdf>

MRC (2024). *Mission*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://mediaratingcouncil.org/about-mrc/mission>

Music Ally (2018). *Everybody's talkin': Smart speakers & their impact on music consumption*. <https://musically.com/wp-content/uploads/2018/03/SmartSpeakersFinal.pdf>

Ofcom. (2018). *Review of prominence for public service broadcasting*. Geraadpleegd op 11 december 2024 via <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/epg-code-prominence-regime/>

Ofcom. (2019). *Review of TV user interfaces in the UK market - Current offerings and future developments* - *Final Report*. <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/consultations/category-1-10-weeks/116265-epg-code-and-prominence-regime/associated-documents/mtm-review-tv-user-interfaces-uk-market-full-report.pdf?v=324033>

Ofcom. (2024). *Published 26 February 2024 Media Bill: Ofcom's roadmap to regulation*. Geraadpleegd op 12 december 2024 via <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/tv-radio-and-on-demand/media-bill/media-bill-roadmap/?v=331005>

Ofcom. (z.d.). *Media Act Implementation*. <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/Media-Act-Implementation/>

Parliament of Australia. (2024). Communications Legislation Amendment (Prominence and Anti-siphoning) Bill 2023. *BILLS DIGEST NO. 57, 2023-24*. https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Bills_Legislation/bd/bd2324a/24bd057

Peeters, J., Forest, N., & Raats, T. (2024). *Resultaten kwantitatieve kijkbevraging Rapport voor 'Proeftuin Streaming Affordances for Small Media Markets'*. imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel & Vlaio. https://4e13df69-7c6a-401f-a309-52fa30076584.usrfiles.com/ugd/ea5eec_0efa861e3e6848ca980623ad3d220c4e.pdf

Proximus. (2023). *Proximus zet nieuwe stap in de integratie van Netflix op Pickx*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.proximus.com/nl/news/2023/20230207-netflix-and-pickx.html>

Proximus. (2024, April 26). *Financiële resultaten van de Proximus Groep: Eerste kwartaal 2024*. Proximus. Retrieved December 5, 2024, from <https://www.proximus.com/nl/news/2024/20240426-financial-results-q1-2024.html>

Public Media Alliance (2024, 15 mei). PSM Unpacked, prominence. <https://www.publicmediaalliance.org/psm-unpacked-prominence-2/>

Raad van Europa. (2021, 2 december). *Guidance Note on the Prioritisation of Public Interest Content Online*. <https://rm.coe.int/cdmsi-2021-009-guidance-note-on-the-prioritisation-of-pi-content-e-ado/1680a524c4>

Radioplayer (2023). *Hoe luisteren?*. Radioplayer.be. Geraadpleegd op 5 december 2024, van <https://radioplayer.be/nl/hoe-luisteren-0>

Radioplayer. (2024) *Radioplayer Announces Google Assistant Integration. Set to revolutionise and empower radio*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://radioplayer.org/news/radioplayer-announces-google-assistant-integration-set-revolutionise-and-empower-radio>

République Française. (2024a). *Délibération no 2024-18 du 25 septembre 2024 relative à la liste des services qualifiés d'intérêt général, en application des dispositions de l'article 20-7 de la loi no 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication*. JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. Geraadpleegd op 11 december 2024 via https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=F7nusAmtC1YwwbTWbR4xUDgg58_xRNHhcDvF5k3Ph1I=

République Française. (2024b). *Délibération no 2024-19 du 25 septembre 2024 relative aux conditions de visibilité appropriée des services d'intérêt général et aux modalités de recueil des informations mentionnées à l'article 20-7 de la loi no 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication*. JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. Geraadpleegd op 11 december 2024 via https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=F7nusAmtC1YwwbTWbR4xUGa_CQC4YP_Idt-PfeHI3C0=

République Française. (2024c). *Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication*. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000512205>

Repubblica Italiana. (2021). *DECRETO LEGISLATIVO 8 novembre 2021, n. 208 Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato*. (21G00231). Gazzetta Ufficiale. <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/12/10/21G00231/SG>

Richtlijn 2000/31. *Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel")*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0031>

Richtlijn 2018/1808. *Richtlijn 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1808>

Richtlijn 2018/1972. *Richtlijn (EU) 2018/1972 van het Europees Parlement en de Raad van 11 december 2018 tot vaststelling van het Europees wetboek voor elektronische communicatie (herschikking)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex%3A32018L1972>

Roettgers, J. (2021, 14 januari). What TV remotes tell us about power struggles in streaming. *Eicoff*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.eicoff.com/drtv-blog/what-tv-remotes-tell-us-about-power-struggles-in-streaming>

Rombaut, S. (2024, 17 juni). Steeds meer mensen zeggen hun klassieke tv-abonnement op: Telenet en Proximus verloren dit jaar ruim 30.000 tv-klanten. *VRT NWS*. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2024/06/17/kabelknippers/>

Royal Courts of Justice. (2021). *Warner v Tuneln*. In Court of Appeal (Civil Division). <https://www.judiciary.uk/wp-content/uploads/2022/07/Warner-v-Tuneln-judgment.pdf>

RTL & Smartclip. (2023). *The New Life of the Living Room 2024*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://newlivingroom.rtl-adalliance.com/wp-content/uploads/2023/06/The-New-Life-of-The-Living-Room-2.pdf>

Rundfunkkommission. (2020). *Begründung zum Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland*. https://rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/Medienpolitik/Medienstaatsvertrag_Begrue_ndung.pdf

SARC (2024, 17 juli). *Advies conceptnota herziening mediadecreet. Vlaamse overheid*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van https://www.vlaanderen.be/sarc/sites/sarc/files/2024-07/20240717_advies_conceptnota_naar_een_toekomstgericht_mediabeleid.pdf

Schneeberger, A. (2023). *Audiovisual media services in Europe – 2023 edition*. European Audiovisual Observatory / MAVISE. <https://rm.coe.int/audiovisualmedia-services-in-europe-2023-edition-a-schneeberger/1680abc9bc>

Shaw, L., & Smith, G. (2019). Roku Built the Dominant Streaming Box. Now It's Under Siege. *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-12-11/streaming-box-king-roku-is-under-seige-from-amazon-and-apple>

Singh, A. (2021, 16 maart). BBC suggests £250,000 fine for TV manufacturers who fail to give iPlayer due prominence. *The Telegraph*. <https://www.telegraph.co.uk/news/2021/03/16/bbc-suggests-250000-fine-tv-manufacturers-fail-give-iplayer/>

Statista. (2024). *Televisions – Belgium*. Geraadpleegd op 28 april 2024, van <https://fr.statista.com/outlook/cmo/consumer-electronics/tv-radio-multimedia/televisions/belgium#key-players>

Stoll, J. (2023, 29 augustus). *Estimated number of SVOD subscribers worldwide from 2020 to 2028, by service*. Statista. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.statista.com/statistics/1052770/global-svod-subscriber-count-by-platform/>

Straits Research. (2022). *Smart TV Market Size, Share & Trends Analysis Report By Resolution (4K UHD TV, HDTV, Full HD TV, 8K TV), By Screen Size (Below 32 Inches, 32 to 45 Inches, 46 to 55 inches, 56 to 65 Inches, Above 65 Inches), By Screen Type (Flat, Curved) and By Region (North America, Europe, APAC, Middle East and Africa, LATAM) Forecasts, 2023-2031*. Geraadpleegd van 12 december 2024, van <https://straitsresearch.com/report/smart-tv-market>

SVT. (2024). *Sveriges Television överlämnar härmed yttrande över rapporten Redovisning av uppdrag om vidaresändningsplikt och framhävande av innehåll av allmänt intresse (Dnr: 22/01984) från Myndigheten för press, radio och tv*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://omoss.svt.se/download/18.a244c7b18e5a7699af571ca/1711619853473/SVT%20svar%20vspl%20framh%C3%A4vande%20240322.pdf>

Telenet. (2024, 26 april). *Telenet Reports Preliminary Q1 2024 Results [Persbericht]*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www2.telenet.be/content/dam/www-telenet-corp/en/investor-relations/financi%C3%ABle-resultaten/2024/q1/press-release-2024-q1.pdf>

Testaankoop. (2023, 5 mei). *Slimme draadloze speakers in je smart home: welke speakers kies je best?* Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.test-aankoop.be/hightech/smart-home/nieuws/smart-speaker-smart-home?updateBeanConsent=true>

The Insight Partners. (2022). *Smart TV Market – Global Trends, Size and Analysis 2030*. Geraadpleegd op 12 december 2024, van <https://www.theinsightpartners.com/reports/smart-tv-market>

TuneIn. (z.d.) *TuneIn brengt live sport, muziek, nieuws, luisterboeken en podcasts samen – hoor wat voor jou het belangrijkste is!* Geraadpleegd op 28 april 2024. <https://tunein.com>

UK Parliament. (2024). *Media Act 2024*. Geraadpleegd op 12 december 2024 via <https://bills.parliament.uk/bills/3505>

Valcke, P. (2006). The future of must-carry: from must-carry to concept of universal service in the info-communications sector. *Media Law & Policy* 15(2), 247-265.

Van den Bulck, H., & Donders, K. (2014). Pitfalls and obstacles of media policymaking in an age of digital convergence: The Flemish signal integrity case. *Journal of Information Policy*, 4, 444-462.

Van den Bulck, H., & Moe, H. (2016). Beyond the Buzz: Why Media Policy Researchers Should Study Teletext. In *European Media Policy for the Twenty-First Century* (pp. 23-39).

Vannieuwenhuyze, J., Donders, K., & Picone, I. (2021). Zie ik het of zie ik het niet? Een onderzoek naar de impact van plaatsing op de consumptie van programma's in een on-demand-omgeving. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 49(1), 51-83.

Verdrag 2016/C 202/01. *Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex%3A12016ME%2FTXT>

Verordening 2022/2065. *Verordening (EU) 2022/2065 van het Europees Parlement en de Raad van 19 oktober 2022 betreffende een eengemaakte markt voor digitale diensten en tot wijziging van Richtlijn 2000/31/EG (digitaal dienstenverordening)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/ALL/?uri=CELEX:32022R2065>

Verordening 2024/1083. *Verordening (EU) 2024/1083 van het Europees Parlement en de Raad van 11 april 2024 tot vaststelling van een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU (Europese verordening mediavrijheid)*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401083

Verstraete, J. (2023, 9 januari). Apps van VRT NWS en VRT MAX nu ook op maat van automobilisten. VRT NWS. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/01/09/vrt-max-en-vrt-nws-nu-ook-in-de-wagen/>

Vlaamse Overheid. (2024). *Decreet betreffende radio-omroep en televisie*. Codex Vlaanderen. Geraadpleegd op 5 december 2024, van <https://codex.vlaanderen.be/PrintDocument.ashx?id=1017858&datum=&geannoteerd=false&print=true>

VRM. (2023). *Mediaconcentratie in Vlaanderen 2023*. <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/over-vrm/rapporten/2023/rapport-mediaconcentratie>

VRT. (2024). *Jaarverslag 2023*. Geraadpleegd op 11 december 2024 via [https://www.vrt.be/nl/assets/files/2024-09/VRT-jaarverslag-2023-online-\(2\).pdf](https://www.vrt.be/nl/assets/files/2024-09/VRT-jaarverslag-2023-online-(2).pdf)

ZVEI. (2022). *Amendments to the EMFA proposal* (Version 19.12.2022). https://www.zvei.org/fileadmin/user_upload/Presse_und_Medien/Publikationen/2022/November/ZVEI-PP_EMFA/ZVEI_EMFA_Amendments_-_19.12.2022.pdf

14. Over de onderzoekers

Tim Raats - Tim Raats is hoofddocent aan het departement Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel (VUB), waar hij cursussen doceert over mediabeleid en media-economie. Tim leidt de Media Economics and Policy unit, bestaande uit 24 junior en senior onderzoekers op fundamentele en toegepaste onderzoekstracks. Tim is gespecialiseerd in audiovisueel beleid en audiovisueel marktonderzoek in kleine markten. Hij publiceerde in diverse boeken en peer-reviewed tijdschriften en is een veelgevraagd spreker over audiovisueel en mediabeleid en adviseert daarnaast regelmatig mediaspelers en beleidsmakers. Hij coördineerde verschillende onderzoeksprojecten voor o.a. de Minister van Media, het Vlaams Departement Cultuur, Jeugd en Media, de Sectorraad Media in Vlaanderen, de VOFTP, DPGMedia en de publieke omroep VRT.

Adelaida Afilipoaie – Adelaida Afilipoaie is postdoctoraal onderzoeker in mediabeleid en media-economie en gespecialiseerd in platformregulering. Ze maakt deel uit van de Media Economics and Policy Unit bij imec-SMIT, VUB. Zo werkte ze mee aan de Europese studie (SMART 2018/0066) over de implementatie van de nieuwe bepalingen in de herziene richtlijn audiovisuele mediadiensten (AVMD) en de studie CNECT/2020/OP/0099 over Media Plurality and Diversity Online, beide gefinancierd door DG CNECT van de Europese Commissie. Op dit moment voert Adelaida onderzoek uit binnen verschillende Europese en internationale projecten (Fair MusE, ALGEPI en GMICP).

Pieter Van der Elst – Pieter Van der Elst is onderzoeker binnen de Media Economics & Policy Unit van imec-SMIT-VUB. Hij specialiseert zich in de platformisering van de publieke omroep en werkt momenteel aan een proefschrift over de impact van platformisering en aanbevelingssytemen op de organisatorische gevolgen, aanbod- en merkpositionering van publieke omroepen in Europa, een onderzoek dat deel uitmaakt van het Strategische Zwaartepunt Media-economie van de VUB. Hij begeleidt ook studenten bij de bachelor communicatiewetenschappen.

Noëmie Forest - Noëmie Forest is junior researcher in de Media Economics and Policy Unit van Imec-SMIT-Vrije Universiteit Brussel. Noëmie wijdt haar onderzoek aan het begrijpen van de impact van streamingdiensten op de samenleving. Haar werk is gericht op het analyseren van hoe deze diensten de mediaconsumptie transformeren en welke gevolgen dit heeft voor lokale mediabedrijven en consumenten. Ze is als onderzoeker betrokken bij de Proeftuin Streaming Affordances for Small Media Markets, gefinancierd door VLAIO.

15. Bijlagen

15.1. Geadresseerde spelers Frankrijk

TYPE	Lijst 2023	Lijst 2024
Televisies en hun afstandsbedieningen	SAMSUNG uitgerust met TIZEN LG uitgerust met LG Web OS TCL uitgerust met Android TV of Google TV SONY uitgerust met Android TV of Google TV HISENSE uitgerust met HISENSE VIDAA U PHILIPS uitgerust met Android TV of Google TV	SAMSUNG uitgerust met TIZEN LG uitgerust met LG Web OS TCL uitgerust met Android TV of Google TV HISENSE uitgerust met HISENSE VIDAA U PHILIPS uitgerust met Android TV of Google TV
Geconnecteerde speakers	Google (Google Assistant) Amazon (Alexa) Apple (Siri)	Google (Google Assistant) Amazon (Alexa) Apple (Siri)
Media gateways	Google TV 4K Chromecast Gateway (CHROME OS en Android software) AMAZON Fire TV Stick Gateway (ANDROID software) XIAOMI gateways met TV Stick en MI TV Box (ANDROID software) APPLE TV+ Gateway	Google TV 4K Chromecast Gateway (CHROME OS en Android software) AMAZON Fire TV Stick Gateway (ANDROID software) XIAOMI gateways met TV Stick en MI TV Box (ANDROID software) APPLE TV+ Gateway
Afstandsbedieningen die niet inbegrepen zijn bij een tv	ONE FOR ALL universele afstandsbediening MELICONI universele afstandsbediening	/
Game consoles	NINTENDO (Switch) SONY (PS5) MICROSOFT (Xbox Series, Xbox One)	NINTENDO (Switch) SONY (PS5) MICROSOFT (Xbox Series, Xbox One)
Dienstenverdelers	Amazon Prime Video Molotov Canal+ Orange Free Bouygues Telecom SFR Deezer Apple Music	Amazon Prime Video Canal+ / myCanal Orange Free Bouygues Telecom SFR Deezer Apple Music
App stores	Google Play Samsung Galaxy Apps Apple Store	Google Play Samsung Galaxy Apps Apple Store

Tabel 13: Jaarlijks door Arcom gepubliceerde lijst van interfaces waarop de verplichtingen van toepassing zijn (zie verschillen in oranje).

15.2. Geadresseerde spelers Duitsland

ORGANISATIE	GEREGISTREERDE UI
Vodafone Deutschland GmbH	GigaTV Cable Box 2 (GigaTV 2)
Amazon Instant Video Germany GmbH	Prime Video
Audi AG	MIB3
BNMG Brandenburgische Netz- und Media-Service GmbH	BNMG
DAZN DACH GmbH	DAZN
DNS:NET Internet Service GmbH	„DNS:NET TV Plattform“
ESBO - European Service Business Organization	Samsung TV Plus; Smart Hub
EWE TEL	ZuhauseTV
EXARING AG	waipu.tv
Facebook Ireland Limited	Facebook News
HD Plus GmbH	HD +
Joyn GmbH	Joyn
Kabelfernsehen München ServiCenter GmbH & Co. KG	Kabelfernsehen
LG Electronics Deutschland GmbH	Web OS 3.5 - 5.0; Web OS 6.0
mabb:Ja	Tesla Media Player
MEDIA BROADCAST GmbH	Hybrid Interactive TV
Metz Consumer Electronics GmbH	Metz Classic
M-net Telekommunikations GmbH	TVplus
RTL interactive GmbH	RTL + Musik
Samsung Electronics GmbH	Samsung Plus TV / Smart Hub
Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co.	Sky Q über das Internet
Tele Columbus AG	„PŸUR TV“
Telekom Deutschland GmbH	Telekom Magenta TV App (OTT)
TELTA Citynetz GmbH	TELTA
Vodafone Deutschland GmbH	GigaTV Kabel
Wilhelm.tel GmbH	Wilhelm.tel
Xiaomi Technology Netherlands B.V.	MiTV+
Zattoo Deutschland GmbH	Zattoo

Tabel 14: Lijst van de bij de Commissie voor Vergunningverlening en Toezicht (ZAK) geregistreerde gebruikersinterfaces die niet onder de uitzonderingen/privileges volgens MStV §81 vallen en die daarom onder de vindbaarheidsregeling volgens §84 MStV vallen.

Noot: de lijst bevat alleen de tot nu toe geregistreerde platforms en is daarom geen uitputtende lijst van gebruikersinterfaces die onder de regelgeving voor prominentie vallen.

15.3. Vragenlijst stakeholderbevraging

Vragen NL

Vraag 1: Is de invoering van regels voor prominentie in Vlaanderen wenselijk en noodzakelijk? Waarom wel/niet? Indien feitelijke data of extra documentatie ter ondersteuning van uw argumentatie beschikbaar is, mag u die in dit document of in bijlage bezorgen.

Vraag 2: Vlaanderen kan maatregelen nemen om gepaste prominentie te garanderen voor audiovisuele mediadiensten van “algemeen belang”. Welke invulling geeft u aan ‘algemeen belang’ en welke diensten ziet u als ‘audiovisuele mediadiensten van “algemeen belang”’?

Vraag 3: Indien bijkomende regels voor prominentie in Vlaanderen worden ingevoerd, op welke toestellen en diensten moeten deze regels volgens u dan betrekking hebben en waarom?

Vraag 4: Indien bijkomende regels voor prominentie worden ingevoerd, hoe ziet u dan de concrete vertaling van die maatregelen, m.a.w. welke specifieke suggesties voor prominentie-bepalingen ziet u graag gerealiseerd (bvb. met betrekking tot positie/placement, specifieke bepalingen voor audio, etc.).

Vraag 5: Is het wenselijk om regels te definiëren op het niveau van diensten en/of op het niveau van programmatitels? Waarom wel/niet. Indien feitelijke data of extra documentatie ter ondersteuning van uw argumentatie beschikbaar is, mag u die in dit document of in bijlage bezorgen.

Vraag 6: Welke vormen van prominentie-regels zijn vanuit uw organisatie niet wenselijk of expliciet te vermijden?

Vraag 7: In welke mate kan de huidige regelgeving volgens u dienen ter ondersteuning van de uitwerking van een beleidskader over prominentie (bvb. must-carry-bepalingen)?

Vraag 8: In welke mate bemerkt u mogelijke incompatibiliteit tussen de invoering van maatregelen ter bevordering van prominentie in Vlaanderen en reeds bestaande regelgeving op Vlaams, nationaal of Europees niveau en waarom?

Vraag 9: Verschillende landen hebben de Europese richtlijnen omtrent gepaste prominentie reeds omgezet in lokale regelgeving (bvb. Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk). Zijn er voorbeelden uit het buitenland van lokale toepassingen van de Europese richtlijnen omtrent gepaste prominentie die u zou aanbevelen om ook in Vlaanderen toe te passen? Zo ja, welke en waarom?

Vraag 10: Indien bijkomende regels voor prominentie in Vlaanderen worden ingevoerd, welke vorm(en) van toezicht en handhaving van deze regels zou dan graag van kracht zien (bvb. Zelfregulatie, co-regulatie of opvolging door regulator)?

Vragen EN

Question 1: Is the introduction of rules for prominence in Flanders desirable and necessary? Why yes/no? If factual data or additional documentation to support your argument is available, you may provide it in this paper or attached.

Question 2: Flanders can take measures to ensure appropriate prominence for audio visual media services of general interest. What is your interpretation of 'general interest' and which services do you consider to be 'audio visual media services of general interest'?

Question 3: If additional rules on prominence are introduced in Flanders, which devices and services do you think these rules should cover and why?

Question 4: If additional rules for prominence are introduced, how do you see the concrete translation of those measures, i.e. what specific suggestions for prominence provisions would you like to see generalised (e.g. regarding position/placement, specific provisions for audio, etc.).

Question 5: Is it desirable to define rules at the level of services and/or at the level of programme titles? Why yes/no. If factual data or additional documentation to support your argument is available, you may provide it in this document or attached.

Question 6: What forms of prominence rules are undesirable or explicitly to be avoided from your organisation's point of view?

Question 7: To what extent do you think current regulations can support the development of a policy framework on prominence (e.g. must-carry-provisions)?

Question 8: To what extent do you perceive possible incompatibility between the introduction of measures to promote prominence in Flanders and already existing regulations at Flemish, national or European level and why?

Question 9: Several countries have already transposed the European directives on appropriate prominence into local regulations (e.g. Germany, France and the United Kingdom). Are there any examples from abroad of local applications of the European directives on adequate prominence that you would recommend applying in Flanders? If so, which ones and why?

Question 10: If additional rules on prominence are introduced in Flanders, what form(s) of supervision and enforcement of these rules would you like to see in place (e.g. self-regulation, co-regulation or follow-up by regulator)?