

SPOT-zenders blij met meer flexibiliteit Europese reclameregels

Europese Commissie komt met voorstel voor aanpassingen audiovisuele mediarijchtlijn

AMSTERDAM, 26 mei 2016. De Europese Commissie heeft op 25 mei jl. haar voorstel voor een aangepaste audiovisuele richtlijn (AVMSD) gepubliceerd. De aanpassingen in het voorstel zorgen voor flexibilisering en liberalisering van de radio- en TV-reclamemarkt in Europa. De aanpassingen die worden voorgesteld op de huidige richtlijn hebben onder andere te maken met reclame via sponsoring en product placement. Ook wordt het mogelijk om flexibeler met de planning van reclameblokken om te gaan.

In het voorstel dat de Commissie heeft gepubliceerd, blijft het Country of Origin-principe gehandhaafd. Dit houdt in dat zenders moeten voldoen aan de regels van het land van waar zij uitzenden en niet het land waarin zij bekeken worden. Vooral grote pan-Europese broadcasters hebben hiermee te maken.

In de huidige AVMSD is sprake van een hourly limit. Dit betekent dat een zender niet meer dan 12 minuten per uur reclame mag uitzenden. Verruiming van de hourly limit naar de daily limit geeft zenders de ruimte hun planning van de reclameblokken verder te optimaliseren. Bij een daily limit mogen zenders tussen 07.00 en 23.00 uur maximaal 20% van hun zendtijd naar eigen inzicht gebruiken voor het uitzenden van reclame. Versoepeling van de regels voor sponsoring en product placement geeft zenders de ruimte om deze vormen van reclame meer in te zetten in hun programma's dan tot nu toe het geval is.

De AVMSD is een richtlijn en geeft daarmee de randvoorwaarden waaraan de lidstaten moeten voldoen. Het is aan de lidstaten om deze randvoorwaarden verder in te vullen. SPOT heeft er het volste vertrouwen in dat de Nederlandse wetgever de ingezette flexibilisering en liberalisering door dit voorstel zal overnemen in haar voorstellen.

Inzet SPOT

SPOT heeft samen met Egta, het Europese vertegenwoordigingsorgaan van TV-zenders, zich sterk gemaakt voor een AVMSD die toekomstbestendig is. SPOT is tevreden met de tot nu behaalde resultaten. Michel van der Voort, directeur SPOT: "Flexibilisering en liberalisering van reclameregels is nodig in de sterk veranderende TV-markt. Wij zijn dan ook zeer verheugd met de voorstellen die de Europese Commissie op dit gebied doet. SPOT-zenders hebben al langere tijd de wens om van de klemmende 12 minutenregel voor reclame bevrijd te worden". [Download voorstel van de Europese Commissie.](#)

Over SPOT

SPOT is het Nederlandse TV-marketingcentrum en heeft als doel om adverteerders en bureaus te helpen om het beste te halen uit reclame op TV en rond premium videocontent. SPOT verzorgt informatie over TV en premium videocontent als reclamemedium, biedt services ten behoeve van adverteerders en vertegenwoordigt de belangen van de SPOT-zenders. In SPOT participeren de volgende organisaties: Ster, Discovery Networks Benelux, ORN, RTL Nederland, FOX International Channels, AT5, SBS Broadcasting, Disney Channels Benelux, VIACOM International Media Network Benelux, NBCU, Liberty Global Content Netherlands BV en A&E Networks.

Noot voor de redactie, niet bestemd voor publicatie:

Voor meer informatie: Michel van der Voort, directeur SPOT, via

telefoon : 020 – 40 44 271

mobiel : 06 – 53 65 50 25

e-mail : vandervoort@spot.nl

Twitter : @michel_SPOT