

De Europese Commissie

Jullie voorstel “Televisie zonder grenzen”:

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Europese Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in haar eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Vijf fracties in het Europees Parlement

In dit rollenspel bestaat het Europees Parlement uit 5 fracties.

- Levend Wit
- Liberaal Blauw
- RozenRood
- Geel Minder Europa
- Groen

Persconferentie

Naast de 5 fracties zijn er ook journalisten aanwezig. Daarom geven jullie een persconferentie. De journalisten kunnen vragen stellen over het voorstel.

- Bedenk goed waarom jullie dit voorstel in willen voeren.
- Bedenk goed waarom jullie voorstel niet gaat over reclame voor ongezond eten en drinken.

De vergadering

In de vergadering presenteer je het voorstel (wie van jullie gaat dit doen?). Daarna geven alle fracties hun standpunt. Vervolgens mogen de fracties vragen stellen aan elkaar en aan jullie als Europese Commissie.

- Spreek af wie het voorstel presenteert.
- Wie beantwoordt de vragen (of doen jullie dit samen)?

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.