



POLITIEKE AGENDA

VLAAMSE NIEUWSMEDIA

POLITIEKE AGENDA VLAAMSE NIEUWSMEDIA

MEER INFORMATIE:

Patrick Lacroix

ALGEMEEN DIRECTEUR VAN DE VLAAMSE NIEUWSMEDIA

www.vlaamsenieuwsmedia.be

02 558 97 70

info@vlaamsenieuwsmedia.be

 @Vl_Nieuwsmedia

De Vlaamse Nieuwsmedia vertegenwoordigt de belangen van de Vlaamse uitgevers van de digitale en gedrukte publicaties, nieuwssites en applicaties van de volgende nieuwsmerken: De Tijd, De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg.

Dagelijks lezen 63% van de Vlamingen minstens één van deze merken op papier, online of via een app¹.

Samen stellen de Vlaamse nieuwsuitgevers rechtstreeks **2.200 mensen te werk** en dragen ze jaarlijks **100 miljoen euro** bij aan belastingen en sociale zekerheidsbijdragen².

We zien het als onze voornaamste uitdaging om in de komende jaren **een geslaagde transitie** te maken **naar een digitaal verdienmodel voor onze nieuwsmerken**. Naast de investeringen inzake kwaliteit en innovatie in ons bestaande uitgeefmodel, vergt dit veel extra middelen voor digitale innovatie, aanpassingen van redactiemodellen in functie van de digitale nieuwsconsumptie en bijscholing van al onze mediaprofessionals. We werken er daarenboven hard aan om onze nieuwssector in Vlaanderen te verankeren en lokale alternatieven uit te werken voor de steeds groter wordende greep van grote internationale technologiebedrijven op onze nieuwsmedia.

¹ CIM READERSHIPSURVEY PQ NL DAGBL. 2012-2013

² CIJFERS 2012

POLITIEKE AGENDA INHOUDSTAFEL

1.

KIK: DE EDUCATIEVE KRACHT
VAN DE NIEUWSMEDIA

2.

MEDIACADEMIE: INVESTEREN IN
OPLEIDINGEN VOOR
ONZE MEDIAPROFESSIONALS

3.

FISCALE STIMULI: ZUURSTOF
GEVEN VOOR DIGITALE
INNOVATIE

4.

LICENTIES: BASIS VAN HET
MEDIARECHT VOOR DE 21^{STE}
EEUW

5.

ZELFREGULERING ALS NORM
VOOR EEN ONAFHANKELIJKE
VLAAMSE NIEUWSMEDIA

6.

ZUURSTOF VOOR INNOVATIE EN
VOORRANG VOOR SAMENWERKING
TUSSEN BEDRIJVEN

7.

GEZOND EVENWICHT TUSSEN
DE VRT EN DE COMMERCIEËLE
MEDIABEDRIJVEN

8.

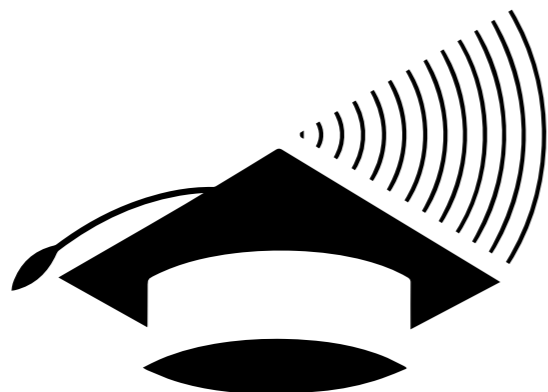
CONTINUÏTEIT IN DE LANDELIJKE
BEZORGING VAN
ABONNEMENTEN



1. KIK: DE EDUCATIEVE KRACHT VAN DE NIEUWSMEDIA

Kranten in de Klas (κικ) is al 11 jaar het media-educatieve project van de Vlaamse Nieuwsmedia en de Vlaamse overheid. Jaarlijks bezorgen we samen miljoenen kranten aan meer dan 6.500 scholen, onderwijsinstellingen en verenigingen, sinds 2013 ook in digitale vorm. In 2012-2013 namen 175.000 Vlaamse leerlingen deel aan het project. In de 3e graad van het lager onderwijs bereiken we intussen 1 op 3 leerlingen per jaar. **Voornaamste doelstellingen zijn het stimuleren van taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap bij studenten en nieuwe Vlamingen.**

Via het inburgeringsluik sluit KiK ook aan bij de actie Samen Inburgeren van de Vlaamse overheid. Prioriteiten voor de komende jaren: een nog hoger bereik van de doelgroep en de volledige integratie van ons digitaal nieuwsaanbod in het project. Een verhoging van de werkmiddelen en een formele vertegenwoordiging in door de Vlaamse overheid opgerichte instellingen zoals het Kenniscentrum Mediawijsheid, zullen hier een grote hulp zijn.



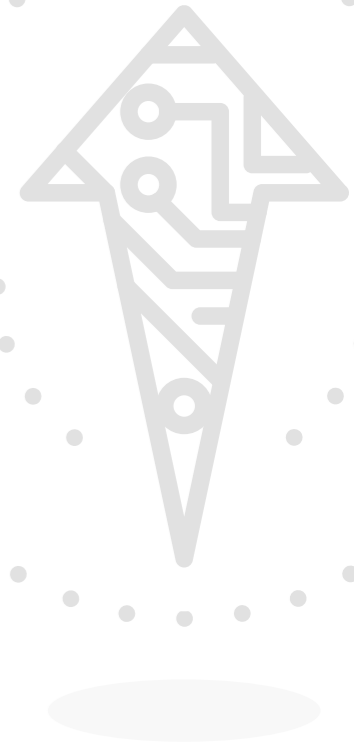
2. MEDIACADEMIE: INVESTEREN IN OPLEIDINGEN VOOR ONZE MEDIAPROFESSIONALS

Mediacademie, het opleidingsproject van de geschreven pers, vervangt het protocol van 2008 tussen de geschreven perssector en de Vlaamse overheid. In 2013 verzorgde Mediacademie voor de leden van de Vlaamse Nieuwsmedia 157 opleidingen voor een totaal van 1.900 journalisten en andere mediaprofessionals. We zetten, omwille van redenen van efficiëntie, vooral in op interne opleidingen bij onze mediabedrijven zelf. Dit stelt hen in staat om eigen accenten te leggen wat de diversiteit en de pluriformiteit van de pers ten goede komt.

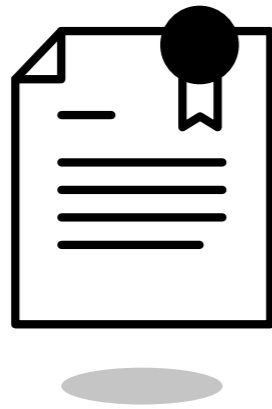
Het open opleidingsaanbod richt zich elk jaar op door de programmacommissie gekozen speerpunten. **De Nacht van de Journalistiek is een onderdeel van Mediacademie en werkt als stimulans voor aspirant-journalisten.** De Prijs van de Minister van Media belooft elk jaar een veelbelovende student met een stage op maar liefst 4 verschillende nieuwsredacties.



3. FISCALE STIMULI: ZUURSTOF GEVEN VOOR DIGITALE INNOVATIE



- Rechtszekerheid voor uitgevers en journalisten inzake de toepassing van de wet van 16 juli 2008 tot wijziging van het WIB van 1992 door de instelling van een gunstige forfaitaire belastingregeling op de inkomsten verworven door de cessie of concessie van auteursrechten.
- Inzake BTW, het blijven toepassen van het protocol tussen nieuwsuitgevers en de federale overheid inzake de toepassing van het 0%-BTW tarief op digitale reproducties van kranten en weekbladen en hiervoor ook op Europees niveau rechtszekerheid creëren en dit protocol laten mee evolueren met de toekomstige digitale innovaties van de nieuwsmedia.
- Een gedeeltelijke vrijstelling instellen voor het doorstorten van de bedrijfsvoorheffing ten belope van 75% voor uitgevers die beroepsjournalisten tewerkstellen, zoals dit nu reeds het geval is voor ondernemingen die onderzoekers tewerkstellen (ART. 275-3 WIB).



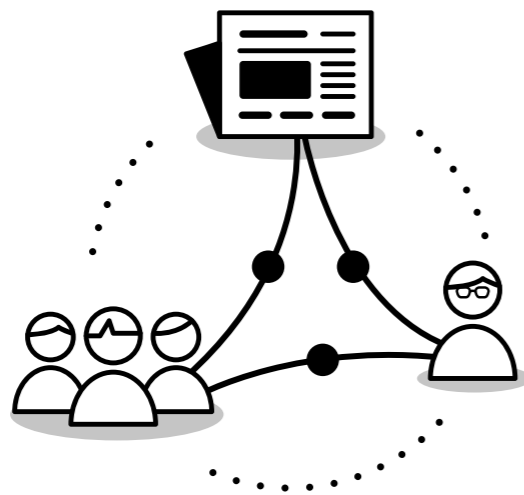
4. LICENTIES: BASIS VAN HET MEDIARECHT VOOR DE 21^{STE} EEUW



Het gebrek aan duidelijke regels voor het digitale ecosysteem van onze nieuwssector zorgt ervoor dat de sector jaarlijks tientallen miljoenen euro's aan inkomsten verliest door piraterij, parasitisme en commerciële aggregatie. We vragen een toekomstbestendig juridisch kader dat de Vlaamse nieuwsmedia in staat stelt om met nieuwe digitale verdienmodellen de gerealiseerde toegevoegde waarde te verzilveren.

- Een **naburig recht instellen** voor nieuwsuitgevers zoals dat ook bestaat in de audiovisuele sector om efficiënter op te treden tegen misbruiken.

- Voorzien in **een vermoeden van overdracht** van auteursrechten aan de nieuwsuitgever om uitgeven in een digitale wereld via eenvoudige licenties te faciliteren.
- De **uitvoering van de Europese richtlijnen inzake wettelijke licenties** voor prints en printers (Reprobel).
- Een Europese keuze verdedigen voor **eenvoudige digitale licenties** in plaats van een wildgroei van excepties als gunstmaatregel voor specifieke doelgroepen.

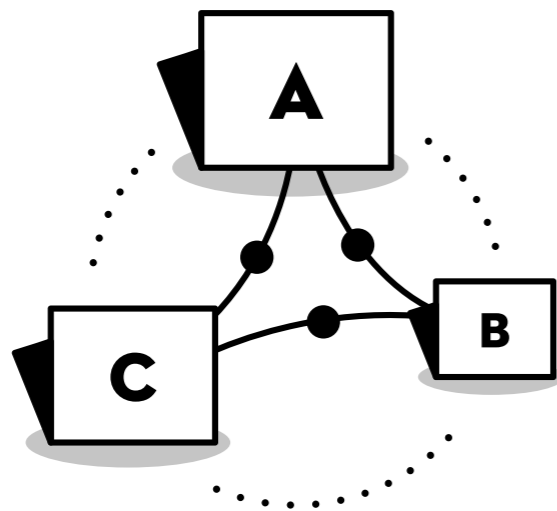


5. ZELFREGULERING ALS NORM VOOR EEN ONAFHANKELIJKE VLAAMSE NIEUWSMEDIA

- Inzake **deontologie**: de bestendiging van de goede werking van de Raad voor de Journalistiek en journalistieke code inzake beroepsethiek en op het vlak van reclame die van de Raad voor de Reclame en de Jury voor Ethische Praktijken.
- Inzake het **statuut van de journalist**: de optimalisatie van werking van de Erkeningscommissie voor beroepsjournalisten zonder omslachtige nieuwe vormen van statuten voor specifieke soorten journalisten of redacties.
- Inzake de **kwaliteit van de nieuwsmedia**: het vertrouwen van de overheid dat de nieuwsmedia alles in het werk stellen om, trouw aan hun eigen notoriteit als

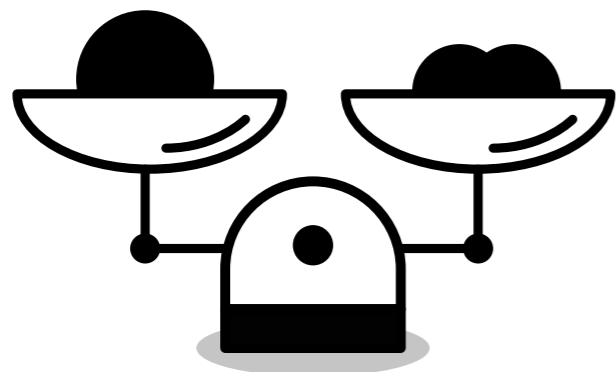
nieuwsmerk, volop te investeren in kwaliteitsverbetering, zoals onder meer blijkt uit het onderling afsluiten van een “fair use charter”. Een door de overheid ingestelde monitoring door academici, zoals het Steunpunt Media, zou om die redenen best ook voorzien in een formele vertegenwoordiging van de nieuwssector.

- Inzake **dataprotectie en privacy**: nadruk op het respect voor de persvrijheid en op het blijvend vermijden van frictie in de communicatie tussen nieuwsmedia en gebruiker met het oog op de toekomstige digitale ontwikkelingen vanuit het besef dat de nieuwsmedia zelf alle belang hebben bij het respecteren van de wensen van hun gebruikers.



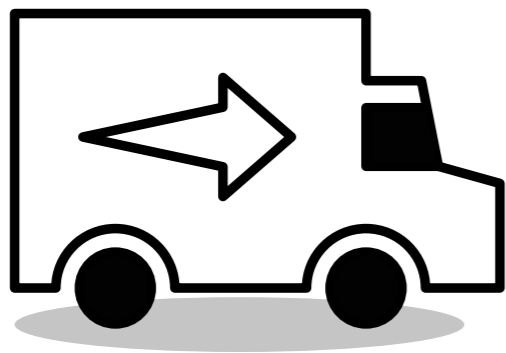
6. ZUURSTOF VOOR INNOVATIE EN VOORRANG VOOR SAMENWERKING TUSSEN BEDRIJVEN

- Verderzetting van het MIX-initiatief in samenwerking met de Vlaamse Nieuwsmedia om **innovatieve samenwerking tussen de mediagroepen te bevorderen en de creatie van nieuwe digitale start-ups te stimuleren** om innoverende diensten te bieden aan de sector. Media ID is hier een geslaagd concreet voorbeeld van.
- Meer flexibiliteit inzake R&D: het financiële aandeel van de academische partners binnen gezonde proporties houden en meer ruimte maken voor innoverende ontwikkeling die niet strikt academisch of zuiver onderzoeksgericht dient te zijn.
- Vertegenwoordiging van de Vlaamse Nieuwsmedia in het MIX bestendigen en uitbreiden naar andere academisch getinte overheidsinitiatieven binnen of buiten iMinds zoals kenniscentra of steunpunten.

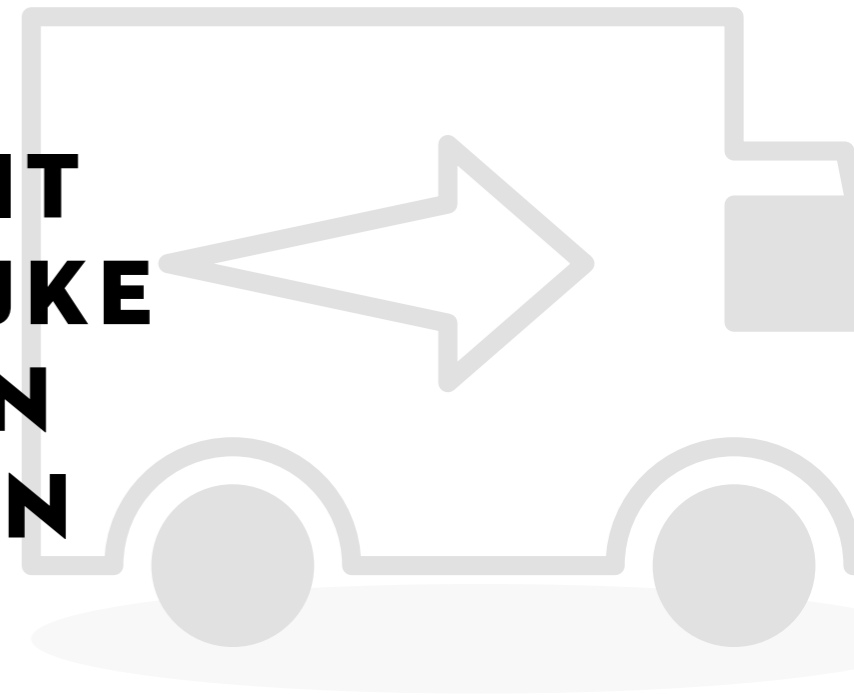


7. GEZOND EVENWICHT TUSSEN DE VRT EN DE COMMERCIEËLE MEDIA- BEDRIJVEN TUSSEN BEDRIJVEN

- Inzake de **ontwikkelingen van nieuwe diensten** door de VRT: een verduidelijking van de definitie van nieuwe diensten uit punt 16 van de beheersovereenkomst 2012-2016 zodat de Vlaamse regering beter kan toezien op deze ontwikkeling en sneller advies kan inwinnen bij de commerciële mediabedrijven aangaande de te voorziene markteffecten.
- Het blijvend respecteren van de **focus op beeld** zoals voorzien in de strategische doelstelling 14 van de beheersovereenkomst, waardoor de rol inzake geschreven nieuws duidelijk toekomt aan de commerciële mediabedrijven.
- Inzake de rol van verspreider van **nieuws aan derden**: het respect van operationele doelstelling 7.3. vooral inzake geschreven nieuws, opdat dit louter kan ten goede komen aan niet-commerciële digitale initiatieven door derden en het blijvend engagement van de VRT om het “fair use charter” van de Vlaamse Nieuwsmedia toe te passen, opdat de nieuwsredactie van de VRT geen door de overheid gefinancierd marktverstoring gratis persbureau zou worden voor nieuwe digitale initiatieven.



8. CONTINUÏTEIT IN DE LANDELIJKE BEZORGING VAN ABONNEMENTEN



- **Behoud van het huidige kostenniveau** voor de nieuwsmedia om ruimte te laten voor kwaliteit en innovatie en tevens te **blijven voorzien in de klok-vaste ochtendkrant** bij het ontbijt die door 80 % van de krantenlezers gewenst wordt.
- Stabiliteit voor de lezer die blijft geloven in de gedrukte krant. Bpost biedt hiertoe de beste garanties, gezien hun jarenlange expertise en hun unieke positie om na te leveren via de gewone postbedeling als vangnet voor occasionele fouten in de distributieketen. Een wijziging van distributiesysteem zal ongetwijfeld belangrijke kinderziektes kennen, die de nieuwsmedia tal van abonnees kunnen kosten. Het werven van een nieuwe abonnee kost meer dan het dubbel van de jaaropbrengst ervan en abonnees zijn de ruggegraat van de Vlaamse nieuwsmedia.
- Professionaliteit en controle onder toezicht van de nieuwsmedia zelf indien een nieuwe dienstenconcessie zou breken met deze continuïteit. Dit uit zich onder meer de keuze voor een financieel sterke speler die kan fungeren als uniek aanspreekpunt en die zowel de nalevering als de continuïteit van de toekomstige distributie kan verzekeren. Hiertoe zijn inspraak in de bedrijfsvoering door de nieuwsmedia en een ruime overgangperiode absolute minimumvereisten.