

Coordination de certaines dispositions des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle ("Services de médias audiovisuels sans frontières")

2005/0260(COD) - 13/12/2006 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

En adoptant en 1^{ère} lecture le rapport de codécision de Ruth **HIERONYMI** (PPE-DE, DE), le Parlement appuie la proposition de révision des règles de publicité des chaînes de télévision en Europe, sous réserve de nombreux amendements :

- **Limites strictes pour le placement des produits** : sur l'un des aspects les plus controversés du projet de directive, le Parlement a soutenu un amendement autorisant le placement de produits - c'est à dire l'introduction d'une référence à une marque, un produit ou un service dans une émission - dans un nombre limité de programmes et seulement selon des conditions strictes.

Ce placement de produits serait notamment **interdit dans les programmes d'information et d'actualité, les programmes destinés aux enfants, les documentaires et les programmes de conseil**. De manière générale, l'intégration de produits et le placement de thèmes seraient **en principe interdits**. Les États membres auraient toujours la possibilité de l'autoriser dans des œuvres cinématographiques, films et séries destinés à la télévision, ainsi que dans les émissions sportives et dans le cas d'une simple mise à disposition gratuite de biens ou services en vue de leur insertion dans un programme. Cependant, même lorsqu'ils sont permis, leur contenu et leur programmation comportant un placement de produits ne peuvent jamais porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du diffuseur et ne peuvent directement encourager directement l'achat ou la location de biens ou de services ou mettre en avant de manière injustifiée le produit en question. Enfin, les spectateurs doivent être clairement informés du placement des produits dans les programmes au commencement et à la fin du programme par un signal toutes les 20 minutes pendant son déroulement. En cas d'accessoires fournis, le spectateur devrait être informé de l'utilisation d'une telle aide par les moyens appropriés.

De plus, les députés souhaitent interdire complètement le placement de produits concernant des **produits du tabac ou des cigarettes** (ou les entreprises dont l'activité principale est la fabrication ou la vente de cigarettes ou de produits du tabac). Cette interdiction frapperait également les **médicaments** ou traitements médicaux spécifiques disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre dont relève le fournisseur de services de médias.

- **Nouvelles règles pour la publicité** : selon les députés, la transmission de films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons, émissions de divertissement et documentaires), des œuvres cinématographiques, des émissions pour enfants et des journaux télévisés pourra être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat **une fois par tranche programmée de 30 minutes** (et non pas, comme le propose la Commission une fois par tranche de 35 minutes).

La publicité télévisée et le télé-achat doivent être **aisément identifiables** comme tels et pouvoir être distingués du contenu éditorial. Sans préjudice de l'utilisation des nouvelles techniques publicitaires, la publicité télévisée et le télé-achat doivent être **nettement séparés du reste du programme** par des moyens optiques et/ou acoustiques et/ou spatiaux. En outre, ils ne doivent pas utiliser de techniques subliminales : ainsi, le **volume sonore** des publicités ainsi que des programmes ou séquences qui les précèdent et qui les suivent, ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste du programme.

La publicité et les spots de télé-achat peuvent être insérés entre les émissions. Ils peuvent aussi être insérés pendant les émissions d'une manière qui ne porte pas atteinte à leur intégrité, en tenant compte des interruptions naturelles du programme. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux **formes courtes de publicité** telles que des spots publicitaires et des spots de télé-achat à l'intérieur d'une tranche donnée d'une heure d'horloge ne devrait pas dépasser **20%**.

Les députés demandent également aux États membres et à la Commission d'encourager les fournisseurs de services audiovisuel à élaborer un **code de conduite déontologique concernant les programmes pour enfants** comportant une interruption par la publicité, un parrainage ou toute promotion de produits alimentaires et boissons « mauvaises pour la santé ou inappropriées » comme les produits riches en matière grasse, sucre et sel et les boissons alcoolisées.

- **Déroptions au principe de pays d'origine** : les dérogations au principe du pays d'origine permettront à tous les États membres d'adopter des règles plus détaillées ou plus strictes, à condition qu'elles soient "justifiées" par des raisons d'ordre public, y compris la protection des mineurs, la santé, la sécurité publique ou la protection de la diversité culturelle. Si un État membre considère qu'un radiodiffuseur relevant de la juridiction d'un autre État membre tire profit de la directive de manière abusive ou frauduleuse afin de contourner ces règles, il peut prendre contact avec l'État membre compétent en vue de réaliser une solution mutuellement satisfaisante à tout problème posé.

Afin d'essayer d'empêcher tout autre abus ou comportement frauduleux, les députés ont également clarifié un ensemble de critères suivant lesquels un État membre peut adopter des mesures appropriées contre un prestataire de services de médias basé dans un autre pays de l'UE. Ces mesures doivent être objectivement nécessaires, appliquées d'une façon non discriminatoire, adaptées aux objectifs qu'elles poursuivent et ne pas aller au-delà de ce qui est nécessaire pour les atteindre. La Commission européenne devrait se prononcer sur la compatibilité de ces mesures avec le droit communautaire et dans le cas contraire, l'État membre en question s'abstiendra de prendre les mesures proposées.

- **Intolérance véhiculée par les communications commerciales** : en vertu de la proposition de la Commission, les États membres seraient tenus de veiller à ce que les communications commerciales transmises par des diffuseurs relevant de leur juridiction ne soit ni préjudiciables, ni discriminants et n'incitent pas de tels comportements. Les députés ont ajouté des conditions supplémentaires, prévoyant que ces productions doivent respecter les principes établis dans la **Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne** et qu'elles ne peuvent pas comporter d'offenses basées sur le sexe, le handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle ni porter atteinte à la dignité humaine ou encore violer les droits de l'enfant, tels qu'établis par la convention des Nations unies relative aux droits de l'enfant.

- **Protection des mineurs** : les États membres sont invités à prendre les mesures appropriées pour que les émissions des fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence ne comportent aucun programme susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment «**des programmes comprenant des scènes de pornographie, de pédopornographie, ou de violence gratuite**». Les États membres devraient veiller à ce que les fournisseurs de services de médias audiovisuels mettent à disposition des utilisateurs des systèmes performants de **filtrage** des contenus nocifs pour les mineurs et informent les utilisateurs de leur existence. Les fournisseurs de services devraient également être encouragés : à poursuivre la réflexion sur la faisabilité technique et juridique du développement d'une **signalétique harmonisée** des contenus favorisant un meilleur filtrage et une classification à la source ; à promouvoir des **campagnes d'information** pour la prévention de la violence contre les femmes et les mineurs, si possible en collaboration avec les associations et les organismes publics ou privés engagés dans ce domaine.

Les États membres sont également invités à encourager la production et la programmation de services et de **programmes de médias audiovisuels adaptés aux mineurs**, propres à améliorer leurs connaissances

des médias. Ces mesures devraient être conçues pour **aider parents, enseignants et éducateurs** dans leurs démarches pédagogiques pour sensibiliser les mineurs à l'impact des programmes qu'ils sont susceptibles de suivre. Les législations des États membres devraient en outre prévoir que les nouveaux appareils de télévision sont dotés de dispositifs techniques permettant d'empêcher la vision de certains programmes.

- **Personnes handicapées** : les États membres sont invités prendre les mesures appropriées pour parvenir progressivement à ce que les services de médias audiovisuels relevant de leur compétence deviennent accessibles aux personnes souffrant de **déficiences visuelles ou auditives**. Ils sont invités à présenter à la Commission, tous les deux ans, un **rapport national** comportant des statistiques sur les progrès réalisés en vue d'atteindre l'objectif d'accessibilité exposant les blocages éventuels et décrit les mesures nécessaires pour les lever.

- **Droit de réponse** : sans préjudice d'autres dispositions de droit civil, administratif ou pénal adoptées par les États membres, toute personne physique ou morale, sans distinction de nationalité, dont les droits légitimes, en ce qui concerne notamment son honneur et sa réputation, ont été lésés à la suite d'une allégation faite au cours d'une transmission, devrait bénéficier d'un droit de réponse ou de mesures équivalentes. Le droit de réponse doit pouvoir être exercé à l'égard de tous les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de la compétence d'un État membre. Les États membres devraient adopter les dispositions nécessaires pour établir ce droit, déterminer la procédure à suivre pour son exercice, et veiller à ce qu'un recours juridictionnel puisse être introduit en cas de litiges portant sur l'exercice du droit de réponse.

- **Définition des services de médias audiovisuels** : les députés ont modifié les concepts de « services linéaires » et de « **services à la demande** » contenus dans le projet de législation. Le premier se réfère aux émissions traditionnelles de télévision diffusées conformément à un plan de programmation déterminé tandis que le second comprend des services tels que la télévision diffusée par Internet ou la vidéo à la demande, dans lesquels l'utilisateur demande la transmission d'un programme donné sur une base individuelle. Dans la distinction qu'elles font entre ces deux catégories de services de médias audiovisuels, la Commission européenne comme le Parlement mettent l'accent sur le fait qu'elles entendent soumettre les fournisseurs de services à la demande à un minimum de règles, les services linéaires étant, pour leur part, réglementés plus sévèrement.

Les députés demandent enfin que les États membres confient aux **autorités de régulation nationales** la mission de veiller au respect, par les fournisseurs de services de médias audiovisuels, des dispositions de la présente directive, notamment de celles ayant trait à la liberté d'expression, au pluralisme des médias, à la dignité humaine, au principe de non-discrimination, et à la protection des mineurs, des personnes vulnérables et des personnes handicapées. Les États membres sont invités à adopter toutes mesures nécessaires afin de garantir le **pluralisme de l'information** au sein du système de radiodiffusion télévisée.