

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) - 29/03/2007 - Proposition législative modifiée

La Commission a adopté une proposition modifiée qui incorpore dans leur intégralité 41 amendements adoptés par le Parlement européen en 1ère lecture.

En ce qui concerne les considérants, la Commission a accepté 28 amendements à condition qu'ils soient reformulés. Ces changements résultent principalement des modifications apportées au dispositif et visent à rendre les amendements plus simples et plus cohérents.

S'agissant du dispositif du règlement, la Commission a accepté partiellement ou moyennant reformulation, 27 amendements parlementaires.

Définitions : la Commission accepte, moyennant reformulation 8 amendements concernant les définitions suivantes : «service de média audiovisuel» ; «radiodiffusion télévisuelle» ou «émission télévisée» (c'est-à-dire un service de média audiovisuel linéaire) ; «service à la demande» (c'est-à-dire un service de média audiovisuel non linéaire) ; «communication commerciale audiovisuelle» ; «communication commerciale audiovisuelle clandestine» ; «parrainage» ; «programme». Les modifications apportées aux définitions visent à mieux aligner les amendements sur l'approche générale du Conseil.

Procédure selon l'article 2 bis de la directive. La Commission accepte dans son principe un amendement du Parlement moyennant la reformulation suivante : « Les États membres peuvent, provisoirement, déroger à la directive si les conditions suivantes sont remplies: a) un service de média audiovisuel en provenance d'un autre État membre enfreint d'une manière manifeste, sérieuse et grave l'article 22, paragraphes 1 ou 2, l'article 3 quinquies ou l'article 3 sexies; b) au cours des douze mois précédents, le fournisseur de services de médias a déjà enfreint, deux fois au moins, les dispositions visées au point a); c) l'État membre concerné a notifié par écrit au fournisseur de services de médias, à l'État membre où il est établi et à la Commission les violations alléguées et les mesures qu'il a l'intention de prendre au cas où une telle violation surviendrait de nouveau; d) les consultations avec l'État membre d'établissement et la Commission n'ont pas abouti à un règlement amiable dans un délai de quinze jours à compter de la notification prévue au point c), et la violation alléguée persiste. La Commission statue, dans un délai de deux mois à compter de la notification des mesures prises par l'État membre, sur la compatibilité de ces dernières avec le droit communautaire. En cas de décision négative, il sera demandé à l'État membre de mettre fin d'urgence aux mesures en question »;

Procédure à l'article 3, paragraphe 1. La Commission accepte partiellement un amendement du Parlement moyennant la reformulation suivante : « Les États membres ont la faculté, en ce qui concerne les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence, de prévoir des règles plus détaillées ou plus strictes dans les domaines couverts par la présente directive, pour autant qu'elles soient conformes au droit communautaire » ;

Brefs reportages (article 3 ter). La Commission accepte dans leur principe 3 amendements moyennant reformulation: 1) « les États membres veillent à ce que, pour la réalisation de brefs reportages d'actualité, tout organisme de radiodiffusion télévisuelle établi dans la Communauté ait accès, dans des conditions

équitable, raisonnable et non discriminatoire, à des événements d'un grand intérêt pour le public qui font l'objet d'une transmission en exclusivité par un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence » ; 2) « Sans préjudice des autres paragraphes du présent article, les États membres veillent, conformément à leur régime juridique et à leurs pratiques, à ce que les modalités et conditions régissant l'utilisation de ces brefs extraits soient raisonnablement définies, notamment en ce qui concerne les éventuels mécanismes d'indemnisation » ; 3) « En alternative au paragraphe 2, un État membre peut établir un système équivalent permettant d'offrir, par d'autres moyens, l'accès dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires ».

Ensemble minimal de règles. La Commission accepte dans son principe un amendement moyennant la reformulation suivante afin de mieux aligner l'amendement sur l'approche générale du Conseil : « Les États membres veillent, par des mesures appropriées, à ce que les services de médias audiovisuels fournis par les fournisseurs relevant de leur compétence ne contiennent aucune incitation à la haine fondée sur la race, le sexe, la religion ou la nationalité ».

Production européenne. La Commission accepte dans leur principe 2 amendements moyennant reformulation : 1) « Les États membres veillent à ce que les services à la demande proposés par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence promeuvent, lorsque cela est réalisable et par des moyens appropriés, la production des œuvres européennes ainsi que l'accès à ces dernières. Cet effort de promotion pourrait être lié, notamment, à la contribution financière de tels services à la production et à l'acquisition de droits sur les œuvres européennes, ou à la proportion et/ou mise en avant des œuvres européennes dans le catalogue de programmes proposé par le service » ; 2) « Sur la base des informations communiquées par les États membres et d'une étude indépendante, la Commission, soumet au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application du paragraphe 1, en tenant compte des évolutions commerciales et technologiques et de l'objectif de diversité culturelle ».

Communication commerciale. La Commission accepte 2 amendements moyennant reformulation:

1) « Les États membres veillent à ce que les communications commerciales audiovisuelles fournies par les fournisseurs relevant de leur compétence répondent aux exigences suivantes: a) les communications commerciales audiovisuelles doivent être aisément identifiables comme telles et pouvoir être distinguées du contenu éditorial. Les communications commerciales clandestines sont prohibées ; b) les communications commerciales audiovisuelles ne doivent pas utiliser de techniques subliminales; c) les communications commerciales audiovisuelles ne doivent pas: i) porter atteinte au respect de la dignité humaine; ii) comporter de discrimination en raison de la race, du sexe ou de la nationalité; iii) attenter à des convictions religieuses ou politiques; iv) encourager des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité; v) encourager des comportements nettement préjudiciables à la protection de l'environnement; d) toute forme de communication commerciale audiovisuelle pour la cigarette et les autres produits du tabac est interdite; e) les communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcoolisées ne doivent pas s'adresser spécifiquement aux mineurs et ne doivent pas encourager la consommation immodérée de ces boissons; f) les communications commerciales audiovisuelles relatives aux médicaments et aux traitements médicaux disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias sont interdites; g) les communications commerciales audiovisuelles ne doivent pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs. Par conséquent, elles ne doivent pas: i) inciter directement les mineurs à acheter ou à louer un produit ou un service en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité ; ii) inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services faisant l'objet de la publicité; iii) exploiter la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes; iv) ou présenter sans motif des mineurs en situation dangereuse ».

2) « Les États membres et la Commission devraient encourager les fournisseurs de services audiovisuels à élaborer un code de conduite concernant les émissions pour enfants qui sont constituées ou interrompues par de la publicité, du parrainage ou toute forme de promotion commerciale en faveur de denrées

alimentaires et de boissons non saines et inadéquates telles que les denrées alimentaires et boissons riches en graisses, en sucres et en sel, ainsi que de boissons alcoolisées ».

Placement de produits. La Commission accepte un amendement moyennant la reformulation suivante 1)
Le placement de produits est interdit.

2) Par dérogation, sauf si les États membres en décident autrement, le placement de produits est admissible: a) dans les œuvres cinématographiques, les films et les séries conçus pour les services de médias audiovisuels, les émissions de divertissement et les programmes sportifs (cette dérogation ne s'applique pas aux émissions pour enfants) ; b) ou dans les cas où aucun paiement n'est effectué mais où certains biens ou services sont simplement fournis gratuitement.

3) Les programmes qui comportent le placement de produits doivent au moins répondre aux exigences suivantes : a) leur contenu et, dans le cas de radiodiffusion télévisuelle, leur programmation ne doivent en aucun cas être influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias; b) ils ne doivent pas inciter directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, en particulier en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services; c) ils ne doivent pas mettre le produit en avant de manière induue; d) les téléspectateurs doivent être informés de l'existence du placement de produits. Les programmes comportant du placement de produits doivent être identifiés de manière appropriée au début et à la fin de leur diffusion, ainsi qu'à la reprise de leur diffusion après une page de publicité, afin d'éviter toute confusion de la part du téléspectateur. Lorsque qu'aucun paiement ou autre contrepartie n'a été versé au fournisseur de services de médias pour le placement de produits, les États membres peuvent choisir de ne pas faire appliquer les exigences prévues au point d).

4) Les programmes ne peuvent en aucun cas comporter de placement de produits pour : a) des produits du tabac ou des cigarettes, ni de placement de produits de la part d'entreprises ayant pour activité principale la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac; b) ou les médicaments ou traitements médicaux spécifiques disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias. Ces dispositions s'appliquent uniquement aux programmes produits après le (date: délai de transposition de la directive).

Questions d'accessibilité. La Commission accepte un amendement du Parlement moyennant la reformulation suivante: « Les États membres prennent les mesures appropriées pour que les services de médias audiovisuels relevant de leur compétence deviennent progressivement, et dans la mesure du possible, accessibles aux personnes souffrant de déficiences visuelles ou auditives. Dans le rapport qu'elle établit conformément à la directive, la Commission décrit également les progrès réalisés en vue d'atteindre cet objectif ».

Insertion de spots publicitaires. La Commission accepte partiellement 2 amendements moyennant reformulation :

1) « Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de télé-achat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes, en tenant compte de leurs interruptions naturelles, de leur durée et de leur nature, et à ce qu'il ne soit pas porté préjudice aux droits des ayants droit ».

2) « La transmission des films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), des œuvres cinématographiques et des journaux télévisés peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins. La transmission d'émissions pour enfants peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots

de télé-achat une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins, à condition que la durée prévue de l'émission soit supérieure à 30 minutes. Aucun écran publicitaire ni spot de télé-achat ne doit être inséré pendant les services religieux ».

Télé-achat. La Commission accepte un amendement moyennant reformulation : « Les fenêtres de télé-achat doivent être clairement identifiées comme telles par des moyens optiques et/ou acoustiques, et avoir une durée ininterrompue de 15 minutes au moins ».

Autorités de régulation, la Commission accepte 2 amendements moyennant reformulation : 1) « Les États membres prennent les mesures appropriées pour établir des organismes de régulation nationaux ou institutions nationales de régulation, conformément à leur droit national respectif, pour garantir leur indépendance et pour veiller à ce qu'ils exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente ». 2) « Les autorités de régulation nationales communiquent aux autorités de régulation des autres États membres et à la Commission les informations nécessaires aux fins de l'application des dispositions de la présente directive. Les autorités de régulation nationales travaillent en étroite collaboration pour résoudre les problèmes découlant de l'application de la directive ».

Dispositions générales en matière de transposition. La Commission accepte 2 amendements moyennant reformulation suivante :

- Tous les trois ans, la Commission soumet au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen un rapport relatif à l'application de la directive, dans sa version modifiée. Ce rapport décrit le degré général de respect de la directive et indique dans quelle mesure ses objectifs ont été réalisés, notamment en ce que concerne : i) la production européenne et indépendante ; ii) l'accessibilité pour les personnes handicapées. Le cas échéant, la Commission formule de nouvelles propositions en vue de l'adapter à l'évolution du domaine des services de médias audiovisuels, à la lumière notamment des derniers progrès technologiques, de la compétitivité du secteur et des degrés d'éducation aux médias dans tous les États membres ;

- Les États membres doivent se conformer à la directive au plus tard deux ans après son entrée en vigueur.