



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 13.12.2005  
COM(2005) 646 final

2005/0260 (COD)

Proposition de

**DIRECTIVE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL MODIFIANT LA  
DIRECTIVE 89/552/CE DU CONSEIL**

**visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et  
administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion  
télévisuelle**

(présentée par la Commission)

{SEC(2005) 1625}  
{SEC(2005) 1626}

## EXPOSÉ DES MOTIFS

### 1) CONTEXTE DE LA PROPOSITION

- **Motivations et objectifs de la proposition**

La convergence des technologies et des marchés a conduit à une évolution spectaculaire du marché des services de télévision européens. Les services de radiodiffusion télévisuelle «traditionnels» restent soumis à l'approche réglementaire des années 1980 et 1990. Bien que cette approche ait permis de développer de manière spectaculaire le marché audiovisuel de l'Union européenne, elle n'est plus adaptée au choix de plus en plus grand dont jouissent les consommateurs de services audiovisuels à l'ère numérique. Parallèlement, les radiodiffuseurs doivent affronter la concurrence croissante d'autres services linéaires offerts sur d'autres plateformes, ainsi que celle de services non linéaires (à la demande) qui offrent des contenus audiovisuels identiques ou similaires, mais sont soumis à un environnement réglementaire différent. Cette situation crée des inégalités dans la manière dont les contenus sont mis à la disposition du public. Conformément aux principes dictés par l'engagement à «mieux légiférer», une approche nouvelle est donc nécessaire.

- **Contexte général**

Compte tenu des évolutions technologiques et commerciales, et afin d'améliorer encore la compétitivité des entreprises européennes dans les secteurs des médias et des technologies de l'information et de la communication, la Commission a décidé de lancer une révision du cadre réglementaire actuel de la radiodiffusion télévisuelle. La modernisation du cadre juridique des services de médias audiovisuels dans le marché unique fait partie intégrante de l'engagement de la Commission à mieux légiférer. Parallèlement, elle contribue à la mise en œuvre de l'agenda de Lisbonne et constitue une composante essentielle de la nouvelle stratégie «i2010» adoptée par la Commission en juin. De plus, elle est cohérente avec la communication adoptée par la Commission en mai, concernant l'accélération de la transition de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique.

Avec le programme de travail annexé au quatrième rapport sur l'application de la directive 89/552/CEE «Télévision sans frontières»<sup>1</sup>, la Commission a lancé en 2003 un premier tour de consultations, incluant des auditions publiques et une consultation écrite, en vue du réexamen de la directive 89/552/CEE du Conseil, modifiée par la directive 97/36/CE (directive «Télévision sans frontières» ou TVSF). La Commission a tiré les conclusions de cette première consultation dans sa communication sur l'avenir de la politique de réglementation européenne dans le domaine de l'audiovisuel<sup>2</sup>. À la suite de cette communication, des groupes de réflexion ont été mis sur pied afin de discuter plus en profondeur certaines questions avec des experts.

Les résultats du travail de ces groupes ont été présentés aux États membres lors d'un séminaire à Luxembourg les 30 et 31 mai 2005, et ont été résumés dans des documents de synthèse («issues papers») publiés par la Commission en juillet 2005. Lors de ce

---

<sup>1</sup> COM(2002) 778.

<sup>2</sup> COM(2003) 784.

second tour de consultation, la Commission a reçu des contributions de plus de 200 parties intéressées représentant tous les secteurs, y compris la société civile et les entreprises.

Les documents de synthèse et contributions ont servi de base à la préparation d'une conférence de grande ampleur sur l'audiovisuel, co-organisée avec la présidence britannique à Liverpool en septembre 2005. Cette conférence a permis de conclure la discussion et a marqué la fin de l'exercice de consultation.

La principale conclusion de ce débat était que le fait de conserver la directive «Télévision sans frontières» dans son état actuel aggraverait les différences, de plus en plus injustifiables, dans le traitement réglementaire réservé aux diverses formes de distribution de contenus audiovisuels identiques ou similaires, et qu'une action à l'échelon de l'UE était donc nécessaire pour renforcer la sécurité juridique en vue d'assurer les meilleures conditions possibles pour la compétitivité du secteur.

L'objectif de la présente proposition est de faire en sorte que les fournisseurs de services de médias audiovisuel à la demande dans les États membres puissent profiter pleinement du marché intérieur grâce au principe de réglementation par le pays d'origine. La sécurité juridique en sortirait renforcée pour l'ensemble des fournisseurs de services de médias audiovisuels dans l'UE.

La proposition est conforme au principe de la neutralité technologique. En effet, des règles modernes dans le domaine de la politique audiovisuelle ne devraient pas établir de discrimination à l'intérieur des différentes plateformes utilisées pour la fourniture de contenus similaires ni entre ces plateformes, et devraient au contraire créer un cadre homogène en vue d'assurer une concurrence équitable et renforcée entre les opérateurs, tout en permettant à de nouveaux services de prospérer.

Parallèlement, compte tenu des évolutions qui caractérisent la technologie, le marché et le comportement des utilisateurs (l'élargissement de leur choix et de leur responsabilité), et afin de conserver une proportionnalité avec les objectifs d'intérêt général, une plus grande souplesse est requise en ce qui concerne les règles applicables aux services de médias audiovisuels linéaires, notamment en matière de publicité.

En résumé, l'objectif de la proposition de la Commission est de moderniser et de simplifier le cadre réglementaire des services de radiodiffusion (ou services linéaires) et d'introduire des règles minimales pour les services de médias audiovisuels non linéaires.

- **Dispositions en vigueur dans le domaine couvert par la proposition**

La directive 89/552/CEE, modifiée par la directive 97/36/CE, concerne la «radiodiffusion télévisuelle». La présente proposition modifie la directive TVSF afin d'établir un cadre modernisé et souple pour les émissions de télévision, y compris d'autres services de médias audiovisuels linéaires (programmés), et d'introduire un ensemble de règles minimales pour les services de médias audiovisuels non linéaires (à la demande).

- **Cohérence par rapport aux autres politiques et les objectifs de l'Union**

La présente proposition est complémentaire de la législation existante de l'Union européenne, notamment la directive 2000/31/CE sur le commerce électronique, qui traite aussi des services à la demande. La directive 2000/31/CE autorise les États membres à déroger au principe du pays d'origine pour différents motifs d'intérêt général. La conséquence est que les services de médias audiovisuels à la demande peuvent être soumis à des règles différentes pour les contenus transmis dans des États membres différents (article 3, paragraphe 4, de la directive 2000/31/CE). En outre, la directive 2000/31/CE ne traite pas de questions de politique générale telles que la protection des mineurs ou le respect de la dignité humaine, alors que la présente proposition prévoit une coordination minimale dans ces domaines pour les services de médias audiovisuels. La directive 2005/29/CE s'applique aux pratiques commerciales déloyales, telles que les pratiques trompeuses ou agressives, selon une approche transversale des médias, tandis que la présente directive contient des dispositions spécifiques, appropriées aux services de médias audiovisuels, sur les communications à caractère commercial.

La directive 2003/33/CE interdit le parrainage et la publicité en faveur des cigarettes et d'autres produits du tabac dans les médias imprimés, les services de la société de l'information et la radiodiffusion sonore. En outre, le 14<sup>e</sup> considérant de la directive 2003/33/CE indique clairement que toutes les formes de communication commerciale audiovisuelle directe et indirecte en faveur des cigarettes et autres produits du tabac sont interdites dans les programmes télévisés par la directive TVSF, comme elles le seront également dans tous les services de médias audiovisuels si la présente proposition est adoptée.

La présente directive respecte pleinement les droits fondamentaux et observe les principes reconnus par la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, et notamment son article 11. À cet égard, la présente proposition n'empêche en aucune façon les États membres d'appliquer leurs dispositions constitutionnelles en matière de liberté de la presse et de liberté d'expression dans les médias.

## 2) CONSULTATION DES PARTIES INTERESSEES ET ANALYSE D'IMPACT

- **Consultation des parties intéressées**

*Méthodes de consultation utilisées, principaux secteurs visés et profil général des répondants*

Une première consultation du public a eu lieu en 2003. La Commission a publié des documents de réflexion sur son site web et a invité les parties intéressées à lui transmettre leurs contributions écrites pour le 15 juillet 2003. La Commission a reçu plus de 150 contributions écrites (environ 1 350 pages) provenant de toutes les parties intéressées (radiodiffuseurs privés et publics, autorités de régulation, producteurs, ayants droit) et de la plupart des États membres. Une série d'auditions publiques ont été organisées par la suite.

Les conclusions de ce premier tour de consultations ont été exposées dans la communication de la Commission sur l'avenir de la politique de réglementation

européenne dans le domaine de l'audiovisuel [COM(2003) 784 du 15.12.2003]; celle-ci prévoyait la création de trois groupes de réflexion, comprenant des experts, afin de discuter: i) du champ d'application de la réglementation future, ii) d'une réglementation appropriée en matière de publicité télévisée, iii) du droit à l'information / aux courts extraits d'événements.

Les résultats des discussions des groupes de réflexion ont été synthétisés dans des documents de synthèse (issues papers) publiés en juillet 2005 à l'occasion de la conférence sur l'audiovisuel organisée avec la présidence britannique. Lors de ce deuxième tour de consultations, la Commission a reçu des contributions de plus de 200 parties concernées, dont des entreprises du secteur des TIC (technologies de l'information et de la communication), des opérateurs de télécommunications et des fournisseurs de services internet. Les consultations ont déclenché un vaste débat sur les questions en jeu avec l'ensemble des principaux acteurs concernés, débat qui s'est achevé avec la conférence de Liverpool en septembre 2005.

Une consultation ouverte sur l'Internet a été organisée du 11 juillet au 5 septembre 2005. La Commission a reçu des réponses de 206 parties intéressées.

Les résultats de ces deux consultations sont disponibles sur le site web de la Commission:

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-twtf2003/contribution.htm>

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/revision-tvwf2005/2005-contribution.htm>

*Synthèse des réponses reçues et de la façon dont elles ont été prises en compte*

#### Champ d'application de la réglementation future

Les discussions ont clairement montré que la neutralité technologique est un principe important. Les États membres, les organisations de consommateurs et les radiodiffuseurs de service public soutiennent la révision des règles relatives au contenu applicables à la télévision dans le contexte d'un cadre réglementaire global valable pour tous les services de médias audiovisuels. Toutefois, tous conviennent qu'une approche horizontale du contenu ne peut fonctionner que si les services linéaires et non linéaires sont soumis à un système réglementaire à deux niveaux.

Selon le point de vue majoritairement exprimé lors des consultations, la distinction entre les services linéaires et non linéaires constitue une base viable et orientée vers l'avenir pour une définition juridique.

#### Publicité

En ce qui concerne les règles quantitatives, une certaine souplesse a été envisagée dans les règles régissant l'insertion de publicité et les limites quotidiennes en la matière. Cette idée a été largement soutenue par le secteur d'activité et, dans une certaine mesure, par les radiodiffuseurs de service public et certains États membres.

De nombreuses parties concernées ont insisté sur l'utilité de la corégulation et de l'autorégulation dans le domaine de la publicité.

## Protection des mineurs et de la dignité humaine

Pour ce qui est de la protection des mineurs et de la lutte contre l'incitation à la haine, il semble que le dispositif actuel de la directive TVSF jouisse d'un large consensus. Les États membres, les radiodiffuseurs de service public, les organisations religieuses, les associations de consommateurs et les associations de téléspectateurs sont tous d'avis que les valeurs en question doivent s'appliquer aussi aux services non linéaires, et pas seulement à la télévision traditionnelle.

## Diversité culturelle

Bien qu'il existe un consensus sur l'objectif visant à développer un secteur dynamique de la production audiovisuelle en Europe, reflétant la diversité de nos cultures, il est clair que les quotas de temps de diffusion ne constituent pas une solution dans un monde de services à la demande. D'un autre côté, il est reconnu que la directive doit permettre la libre circulation complète des services non linéaires dans le marché unique et il convient donc de prévoir des dispositions à cet effet.

## Droit à l'information et droit aux courts extraits

Les diverses parties concernées ont une approche différente du droit à l'information et du droit aux courts extraits: certains acteurs affirment qu'il n'est pas nécessaire d'harmoniser les cadres réglementaires à l'échelon européen, alors que les radiodiffuseurs publics considèrent que les conditions de négociation actuelles ne facilitent pas l'accès aux courts extraits, de sorte que l'ajout d'une disposition à cet égard dans la directive améliorerait la situation.

### • **Obtention et utilisation d'expertise**

#### Domaines scientifiques/d'expertise concernés

- étude comparative de l'impact des mesures de contrôle sur les marchés de la publicité télévisée dans les États membres de l'Union (Carat);
- étude sur l'impact des mesures concernant la promotion de la distribution et de la production de programmes télévisés – aux niveaux communautaire et national (David Graham and Associated Ltd.);
- étude sur les mesures de corégulation dans le secteur des médias (Hans Bredow Institut);
- étude sur l'application des règles concernant la publicité, le parrainage et le télé-achat à la télévision (Audimétrie);
- analyse d'impact (Rand).

#### Méthodologie utilisée

Évaluation comparative, recherche statistique, entretiens qualitatifs, recherche bibliographique, collecte de faits et de chiffres tenant compte des paramètres économiques ainsi que des facteurs technologiques.

### Principales organisations/principaux experts consultés

Groupes de réflexion, Carat, RAND, David Graham and Associated Ltd., Hans Bredow Institut, S.A. Audimetrie et toutes les parties intéressées lors de deux consultations du public.

### Résumez ci-dessous les avis reçus et utilisés

L'existence de risques sérieux potentiels aux conséquences irréversibles n'a pas été mentionnée.

- L'étude de l'impact des mesures concernant la promotion de la distribution et de la production de programmes télévisés confirme que les articles 4 et 5 de la directive TVSF constituent bien un cadre satisfaisant et stable pour la promotion des productions européennes et indépendantes et de la diversité culturelle. Ils ont eu, depuis l'entrée en vigueur de la directive, une incidence positive considérable, non seulement par la programmation accrue d'œuvres européennes, mais aussi en termes culturels et économiques.

- Impact de la réglementation sur les marchés de la publicité télévisuelle (articles 10-20 de la directive TVSF): les radiodiffuseurs plaident pour une simplification, voire pour la suppression, de l'article 11, qu'ils considèrent comme trop compliqué. Le nombre d'interruptions publicitaires est plus faible dans les pays où la réglementation est stricte et plus élevé dans les marchés déréglementés. L'analyse montre que les limites prévues à l'article 18 assurent un bon équilibre entre la protection des téléspectateurs et les besoins du marché. En ce qui concerne le placement de produits, des informations au public claires et précises sur le placement de produits d'un annonceur dans un programme pourraient éviter la qualification de cette pratique comme publicité clandestine.

### Moyens utilisés pour mettre les résultats de l'expertise à la disposition du public

site web de la DG de la société de l'information et des médias:

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm)

#### • **Analyse d'impact**

Cinq options peuvent être envisagées dans le cadre de la révision de la directive TVSF:

##### (1) Abrogation de la directive

Dans la perspective du marché intérieur des services audiovisuels, de la protection des mineurs et de la dignité humaine, des consommateurs et de l'ordre public, ainsi que sous l'angle de la diversité culturelle, l'abrogation de la directive impliquerait l'application des seules règles nationales, et la perte du principe du pays d'origine pour tous les radiodiffuseurs.

##### (2) Maintien de la directive en l'état

Toute analyse d'impact doit envisager un scénario où rien ne change (le statu quo).

Cette situation offre un point de comparaison pour l'évaluation des impacts différentiels.

(3) Modifications ciblées et clarification du texte

La directive serait révisée afin d'actualiser les définitions en fonction de la jurisprudence de la Cour de justice des Communautés européennes pour clarifier le fait que tous les services linéaires analogues à la télévision sont couverts. La directive ne s'appliquerait pas aux services non linéaires.

(4) Cadre général impliquant un traitement différencié des services linéaires et non linéaires

La directive créerait un cadre général s'appliquant à toute forme de fourniture électronique de contenu audiovisuel, mais prévoirait un traitement différent en fonction du type de service (linéaire et non linéaire). Les services non linéaires seraient seulement soumis à un ensemble minimal de règles fondamentales.

(5) Harmonisation complète avec égalité de traitement des services linéaires et non linéaires

Cela nécessiterait l'adoption d'une directive sur les services de contenu audiovisuel qui mette tous les types de services sur le même pied. Chaque disposition de cette directive – depuis le principe du pays d'origine jusqu'aux exigences relatives aux productions européennes et indépendantes – s'appliquerait à tous les fournisseurs de services linéaires et non linéaires.

Les options 2, 3 et 4 ont été examinées en détail dans le cadre de l'analyse d'impact.

L'abrogation de la directive (option 1) ne profiterait ni aux opérateurs, qui ne pourraient plus travailler au sein d'un marché audiovisuel paneuropéen coordonné et ouvert, ni aux consommateurs, qui perdraient la garantie d'avoir accès à un grand nombre de services audiovisuels respectant des normes qualitatives minimales, indépendamment de l'État membre d'origine. En fait, lors de la vaste consultation du public mentionnée au chapitre 1, aucune des parties intéressées n'a suggéré une telle abrogation. Pour cette raison, l'option 1 ne peut être considérée comme réaliste et n'est donc pas prise en compte dans l'analyse d'impact.

L'option 5 consiste en une harmonisation complète couvrant l'ensemble du secteur audiovisuel. Elle n'a pas été envisagée non plus, étant donné que la poursuite d'un tel objectif, dans le contexte actuel (un secteur très diversifié, en évolution rapide et soumis à une combinaison volatile d'intérêts économiques, politiques et socio-culturels) semble impossible dans un avenir prévisible. Cette option n'a d'ailleurs été suggérée par aucune des parties intéressées.

Neuf groupes principaux de parties intéressées, les administrations des États membres et la Commission ont été identifiés comme étant impliqués, directement ou indirectement, dans la mise en œuvre de la réglementation fondée sur la directive TVSF ou sa révision. Pour ces parties intéressées, une analyse d'impact détaillée pour chacune des trois options indiquées ci-dessus est résumée dans des tableaux, eu égard aux principaux enjeux discutés lors de la consultation du public (voir annexe).



L'analyse a démontré que l'option du statu quo (option 2) aurait des conséquences négatives pour un nombre considérable de parties intéressées. Seul un petit nombre d'acteurs tirerait clairement profit du maintien de la directive en l'état.

L'analyse a montré que l'option 3 aurait des conséquences pour un nombre plus restreint de parties concernées, en raison de sa portée limitée et qu'elle n'améliorerait le rapport risque/avantage que pour une faible proportion de parties concernées. Pour certains acteurs, cette option n'entraînerait pas de modification importante des conditions générales de leur environnement, tandis que dans une minorité de cas, elle constituerait un scénario positif.

Un cadre législatif complet, impliquant un traitement différencié des services linéaires et non linéaires, représenterait presque l'inverse de l'option du statu quo en ce qui concerne le nombre de parties concernées qui seraient affectées positivement ou négativement par une révision globale de la directive. Alors qu'une majorité relative de parties concernées ne verraient pas de changement dans leur situation, cette option améliorerait sensiblement celle d'un grand nombre d'autres parties. Dans quelques cas seulement, les conditions d'activité pourraient se détériorer, si une série d'hypothèses se réalisaient.

La Commission a effectué l'analyse d'impact conformément au programme de travail; un rapport à ce sujet est joint au projet de proposition législative et sera publié sur le site web de la DG de la société de l'information et des médias:

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm).

### 3) ÉLÉMENTS JURIDIQUES DE LA PROPOSITION

- **Résumé des mesures proposées**

- Modification de la directive

- Règles communes minimales pour tous les services de médias audiovisuels (y compris les services non linéaires)

- Souplesse et modernisation des règles sur la publicité, tout en assurant la protection des consommateurs et en poursuivant des objectifs de politique générale

- **Base juridique**

Article 47, paragraphe 2, et article 55 du traité instituant la Communauté européenne

- **Principe de subsidiarité**

En ce qui concerne les services émergents de médias audiovisuels à la demande, le risque que des différences dans les réglementations nationales applicables à ces services faussent la concurrence dans le marché intérieur suscite des préoccupations croissantes. La révision de la directive TVSF doit permettre d'améliorer les conditions d'établissement et de fonctionnement du marché intérieur de manière à éliminer les obstacles (existants ou potentiels) à l'exercice de la libre prestation de services qui résultent de règles nationales ou de distorsions sensibles de la concurrence dues aux

disparités entre les règles nationales régissant les nouveaux services (à la demande).

Il existe un risque réel d'insécurité juridique si l'émergence de services audiovisuels à la demande conduisait les États membres à déroger au principe du pays d'origine pour des raisons de politique générale, de sorte que les services audiovisuels à la demande seraient soumis à des règles non harmonisées entre les États membres. Parallèlement, ainsi que l'ont confirmé les réponses à un récent questionnaire envoyé par la Commission aux membres du comité de contact institué par la directive TVSF, la plupart des États membres réglementent déjà les services non linéaires (à la demande) en ce qui concerne les principaux aspects en jeu. La réglementation des États membres applicable aux services audiovisuels à la demande présente effectivement des divergences; 23 États membres sur 25 possèdent une forme ou l'autre de réglementation couvrant la majorité des thèmes concernés. En l'absence d'approche européenne harmonisée, les offres paneuropéennes souffriraient d'un manque de sécurité juridique et pourraient faire l'objet de délocalisations hors de l'Union européenne, ce qui nuirait à moyen terme aux économies des États membres.

- **Principe de proportionnalité**

Le projet ne prévoit qu'une harmonisation minimale visant à assurer la libre circulation des services de médias audiovisuels dans le marché intérieur. En ce qui concerne la mise en œuvre, il fait explicitement référence à la corégulation et à l'autorégulation.

La proposition réduira considérablement la complexité inhérente au contrôle de l'application des règles relatives à la publicité télévisée. Étant donné que, d'une manière générale, l'harmonisation des règles minimales applicables aux services audiovisuels non linéaires n'introduit pas de nouvelles obligations pour les opérateurs, mais se borne à les harmoniser à l'échelon européen afin de pouvoir mettre en œuvre le principe du pays d'origine, elle semble proportionnée à l'objectif poursuivi.

- **Choix des instruments**

Instruments proposés: directive, corégulation, autorégulation

Le projet propose un ensemble d'instruments: lorsque des droits fondamentaux sont affectés, une régulation est nécessaire. La corégulation est déjà largement utilisée à l'égard de la protection des mineurs, et la proposition devrait encourager l'adoption de régimes de corégulation dans les domaines coordonnés par la directive. Ces régimes doivent être largement acceptés par les principaux acteurs et assurer une application efficace des règles.

#### 4) **INCIDENCE BUDGETAIRE**

La proposition n'aura pas d'incidence sur le budget de la Communauté.

#### 5) **INFORMATIONS SUPPLEMENTAIRES**

- **Simulation, phase-pilote et période de transition**

La proposition prévoit une période de transition.

- **Simplification**

La proposition prévoit une simplification de la législation.

Les règles relatives à la publicité télévisée dans la directive TVSF actuelle seront considérablement simplifiées. Les limites journalières seront supprimées, les catégories de publicité seront simplifiées et la règle relative à l'insertion de publicité sera clarifiée et assouplie.

La proposition est incluse dans le programme législatif et de travail de la Commission sous la référence 2005/INFSO/032.

- **Clause de réexamen/révision/suppression automatique**

La proposition inclut une clause de réexamen.

- **Tableau de correspondance**

Les États membres sont tenus de communiquer à la Commission le texte des dispositions nationales transposant la directive proposée ainsi qu'un tableau de correspondance entre lesdites dispositions et la directive.

- **Espace économique européen**

Le texte proposé présente de l'intérêt pour l'EEE; il convient par conséquent qu'il lui soit étendu.

- **Explication succincte de la proposition**

L'objectif de la révision est de définir des règles pour les services de média audiovisuels sur une base neutre, ce qui signifierait que les mêmes règles s'appliquent aux mêmes types de services. L'ensemble des règles applicables ne doit plus dépendre du mode de délivrance mais de la nature du service. La future réglementation distinguera les services linéaires, ou de télévision, y compris la télédiffusion par Internet, la diffusion en flux ou diffusion sur la toile, d'une part, des services non linéaires, tels que les services de vidéo à la demande, d'autre part.

La directive modificative introduit, à l'article 1er, de nouvelles définitions autour de la notion de «service de média audiovisuel». La définition des services de média audiovisuels couvre les médias de masse dans leur fonction d'information, de divertissement et d'éducation mais exclue toute forme de correspondance privée, tels que les courriels envoyés à un nombre limité de destinataires. Cette définition exclue aussi les services dont le principal objet n'est pas la délivrance de contenus audiovisuels quand bien même de tels services comprennent quelques éléments audiovisuels. Les services dans lesquels les contenus audiovisuels sont principalement accessoires et non l'objet principal des services ne sont pas couverts.

Les nouveaux articles 3 quarter à 3 nonies contiennent un ensemble minimal de règles applicables à tous les services de médias audiovisuels. Par conséquent, certaines des dispositions spécifiques applicables aux émissions télévisées peuvent être supprimées:

il s'agit de l'article 7, de l'article 12 et de l'article 22 *bis*.

Les services non linéaires (à la demande) seront soumis à des principes minimaux en relation avec :

- la protection des mineurs
- la prohibition de l'incitation à la haine
- l'identification du fournisseur de service de média
- l'identification des communications commerciales
- quelques restrictions d'ordre qualitatif pour les communications commerciales (ex. pour l'alcool ou dirigées vers les mineurs).

Le nouvel article 3ter introduit la règle de la non discrimination relative au droit de citation des courts extraits pour les services linéaires.

Les modifications essentielles au chapitre IV sur la publicité télévisée concernent des règles flexibles relatives à l'insertion de la publicité (article 11 modifié), des règles claires sur le placement de produit, l'abolition de la limite quotidienne de publicité (ancien article 18) et la suppression des règles quantitatives sur le télé-achat (ancien article 18 bis).

La durée de publicité de trois heures est considérée comme obsolète en ce qu'elle ne trouve pas à s'appliquer en pratique et doit donc être supprimée. Les règles d'insertion ont été simplifiées et rendues plus flexibles. Au lieu d'avoir l'obligation, comme c'est le cas actuellement, de laisser s'écouler une durée de 20 minutes entre chaque insertion publicitaire, les radiodiffuseurs peuvent maintenant choisir le moment le plus approprié pour insérer la publicité au cours des programmes. Toutefois, les films conçus pour la télévision, les œuvres cinématographiques, les programmes pour enfants et les journaux télévisés peuvent être interrompus par de la publicité seulement une fois pour chaque période de 35 minutes.

Proposition de

**DIRECTIVE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL MODIFIANT LA  
DIRECTIVE 89/552/CE DU CONSEIL**

**visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et  
administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion  
télévisuelle**

**(Texte présentant un intérêt pour l'EEE)**

LE PARLEMENT EUROPÉEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 47, paragraphe 2, et son article 55,

vu la proposition de la Commission<sup>3</sup>,

vu l'avis du Comité économique et social européen<sup>4</sup>,

vu l'avis du Comité des régions<sup>5</sup>,

statuant conformément à la procédure visée à l'article 251 du traité<sup>6</sup>,

considérant ce qui suit:

- (1) La directive 89/552/CEE coordonne certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle. Toutefois, les nouvelles technologies de transmission de services de médias audiovisuels rendent nécessaire l'adaptation du cadre réglementaire, afin de tenir compte de l'impact des changements structurels et des innovations technologiques sur les modèles d'activité, et notamment sur le financement de la radiodiffusion commerciale, et d'assurer des conditions de compétitivité optimales pour les technologies de l'information européennes et le secteur des médias et des services connexes.
- (2) Si les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle sont déjà coordonnées par la directive 89/552/CEE, les règles applicables à des activités telles que la fourniture de services de contenu audiovisuel à la demande présentent en revanche

---

<sup>3</sup> JO C [...] du [...], p. [...].

<sup>4</sup> JO C [...] du [...], p. [...].

<sup>5</sup> JO C [...] du [...], p. [...].

<sup>6</sup> JO C [...] du [...], p. [...].

certaines divergences susceptibles d'entraver la libre circulation de ces services dans l'Union européenne et de causer des distorsions de la concurrence dans le marché commun. Ainsi, l'article 3, paragraphe 4, de la directive 2000/31/CE autorise les États membres à déroger au principe du pays d'origine pour des raisons d'intérêt général spécifiques.

- (3) L'importance que revêtent les services de médias audiovisuels pour les sociétés, la démocratie et la culture justifie l'application de règles spécifiques à ces services.
- (4) Les services de médias audiovisuels traditionnels et les nouveaux services à la demande offrent d'importantes possibilités d'emploi dans la Communauté, notamment dans les petites et moyennes entreprises, et stimulent la croissance économique et l'investissement.
- (5) Les entreprises européennes de services de médias audiovisuels sont confrontées à une situation d'insécurité juridique et d'inégalité de traitement pour ce qui est du cadre juridique régissant les nouveaux services à la demande, il est dès lors nécessaire, tant pour éviter les distorsions de concurrence que pour renforcer la sécurité juridique, d'appliquer au moins un ensemble minimal de règles coordonnées à tous les services de médias audiovisuels.
- (6) La Commission a adopté une communication sur l'avenir de la politique de réglementation européenne dans le domaine de l'audiovisuel<sup>7</sup> dans laquelle elle souligne que la politique réglementaire mise en œuvre dans ce secteur doit, maintenant comme à l'avenir, préserver certains intérêts publics tels que la diversité culturelle, le droit à l'information, la protection des mineurs et celle des consommateurs.
- (7) Afin de favoriser la croissance et l'emploi dans les secteurs de la société de l'information et des médias, la Commission a adopté l'initiative «i2010: Une société de l'information pour la croissance et l'emploi»<sup>8</sup>. Cette initiative est une vaste stratégie destinée à stimuler le développement de l'économie numérique, dans un contexte de convergence des services, réseaux et équipements liés à la société de l'information et aux médias, en modernisant et en déployant tous les instruments de la politique de l'UE: instruments réglementaires, recherche et partenariats avec l'industrie. La Commission s'est engagée à créer un cadre cohérent pour le marché intérieur des services liés à la société de l'information et aux médias, en modernisant le cadre juridique régissant les services audiovisuels, à commencer par une proposition de révision de la directive «Télévision sans frontières» en 2005.
- (8) Le 6 septembre 2005, le Parlement européen a adopté une résolution sur l'application des articles 4 et 5 de la directive 89/552/CEE, telle que modifiée par la directive 97/36/CE, pour la période 2001-2002 (rapport Weber)<sup>9</sup>. Cette résolution demande que

---

<sup>7</sup> Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social européen et au Comité des régions - L'avenir de la politique de réglementation européenne dans le domaine de l'audiovisuel - COM(2003) 784 du 15.12.2003.

<sup>8</sup> Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social européen et au Comité des régions intitulée « i2010 - Une société de l'information pour la croissance et l'emploi » - COM(2005) 229 du 1.6.2005.

<sup>9</sup> Résolution du Parlement européen sur l'application des articles 4 et 5 de la directive 89/552/CEE « Télévision sans frontières », telle que modifiée par la directive 97/36/CE, pour la période 2001-2002, A6-0202/2005.

la directive « Télévision sans frontières » existante soit adaptée pour faire face aux mutations structurelles et au progrès technologique, sans toutefois que ses principes fondamentaux, qui restent valables, soient remis en cause. En outre, elle soutient sur le principe l'approche générale consistant à définir des règles essentielles pour tous les services de médias audiovisuels et des règles supplémentaires pour les services linéaires (services de radiodiffusion).

- (9) La présente directive renforce le respect des droits fondamentaux et est parfaitement conforme aux principes reconnus par la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, notamment à son article 11. À cet égard, la présente directive n'empêche en aucune façon les États membres d'appliquer leurs dispositions constitutionnelles en matière de liberté de la presse et de liberté d'expression dans les médias.
- (10) En raison de l'introduction d'un ensemble minimal d'obligations dans les articles 3 *ter* à 3 *nonies* dans les domaines harmonisés de cette directive, les États membres ne peuvent plus déroger au principe du pays d'origine eu égard à la protection des mineurs, à la lutte contre l'incitation à la haine pour des raisons de race, de sexe, de religion ou de nationalité et à la violation de la dignité de la personne humaine ou à la protection des consommateurs conformément à l'article 3, paragraphe 4 de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil<sup>10</sup>.
- (11) Conformément à son article 1<sup>er</sup>, paragraphe 3, la directive 2002/21/CE<sup>11</sup> du Parlement européen et du Conseil ne porte pas atteinte aux mesures prises au niveau communautaire ou national, dans le respect du droit communautaire, pour poursuivre des objectifs d'intérêt général, notamment en ce qui concerne la réglementation en matière de contenus et la politique audiovisuelle.
- (12) Aucune disposition de la présente directive ne doit obliger ou encourager les États membres à imposer de nouveaux systèmes d'octroi de licences ou d'autorisations administratives pour un type de média.
- (13) La définition des services de médias audiovisuels couvre tous les services audiovisuels, qu'ils soient programmés ou à la demande. Toutefois, étant donné qu'elle ne couvre que les services tels que définis par le traité, elle englobe toutes les formes d'activité économique, mais exclut les activités non économiques comme les sites web entièrement privés.
- (14) La définition des services de médias audiovisuels couvre les médias en tant que moyens d'information, de divertissement et d'éducation, mais exclut toute forme de correspondance privée, comme les messages électroniques envoyés à un nombre restreint de destinataires. La définition exclut également tous les services qui n'ont pas pour vocation la distribution de contenu audiovisuel, autrement dit les services dont le contenu audiovisuel est secondaire et ne constitue pas la finalité principale. Tel est par exemple le cas des sites web qui ne contiennent des éléments audiovisuels qu'à titre accessoire, comme des éléments graphiques animés, des spots publicitaires brefs ou des informations concernant un produit ou un service non audiovisuel.

---

<sup>10</sup> JO L 178 du 17.7.2000, p. 1.

<sup>11</sup> JO L 108 du 24.4.2002, p. 33.

- (15) Les versions électroniques des journaux et des magazines sont exclues du champ d'application de la présente directive.
- (16) Le terme « audiovisuel » se réfère aux images animées, combinées ou non à du son, et couvre donc les films muets, mais pas la transmission audio ni la radio.
- (17) Le concept de responsabilité éditoriale revêt une importance essentielle pour la définition du rôle du fournisseur de services de médias et, partant, pour celle des services de médias audiovisuels. La présente directive s'applique sans préjudice des exonérations de responsabilité prévues par la directive 2000/31/CE.
- (18) La directive introduit, outre la définition de la publicité et du télé-achat, une définition plus large des communications commerciales audiovisuelles. Elle couvre les images animées, combinées ou non à du son, qui accompagnent les services de médias audiovisuels et sont destinées à promouvoir, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale exerçant une activité économique. Par conséquent, elle n'inclut pas les messages de service public et les appels en faveur d'œuvres de bienfaisance diffusés gratuitement.
- (19) Le principe du pays d'origine demeure au cœur de la présente directive, compte tenu de son importance primordiale pour la création d'un marché intérieur. Ce principe doit dès lors être appliqué à tous les services de médias audiovisuels afin de garantir aux fournisseurs de services de médias la sécurité juridique indispensable à la mise en place de nouveaux modèles commerciaux et au déploiement de ces services. Il est également essentiel pour garantir la libre circulation de l'information et des programmes audiovisuels dans le marché intérieur.
- (20) En raison du progrès technologique, notamment en ce qui concerne les programmes numériques par satellite, les critères subsidiaires doivent être adaptés afin d'assurer une réglementation appropriée et une mise en œuvre efficace, et de laisser aux opérateurs un réel pouvoir de décision quant au contenu des services de contenu audiovisuel.
- (21) Étant donné que la présente directive concerne les services proposés au grand public dans l'Union européenne, elle ne devrait s'appliquer qu'aux services de médias audiovisuels qui peuvent être reçus directement ou indirectement par le public d'un ou plusieurs États membres au moyen d'équipements grand public standard. La définition du terme « équipement grand public standard » doit être laissée aux autorités nationales compétentes.
- (22) Les articles 43 à 48 du traité établissent le droit fondamental de la liberté d'établissement. En conséquence, les fournisseurs de services de médias audiovisuels peuvent généralement choisir librement les États membres dans lesquels ils s'établissent. La Cour de justice des Communautés européennes a également souligné que « le traité n'interdit pas à une entreprise d'exercer la liberté de prestation de services lorsqu'elle n'offre pas de services dans l'État membre dans lequel elle est établie »<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Affaire C-56/96 VT4, point 22 ; Affaire C-212/97 Centros/Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; voir également l'affaire C-11/95 Commission/Royaume de Belgique et l'affaire C-14/96 Paul Denuit.



- (23) Les États membres doivent pouvoir appliquer aux fournisseurs de services de médias audiovisuels relevant de leur compétence des règles plus strictes dans les domaines coordonnés par la présente directive. Pour faire en sorte que ces règles ne soient pas contournées, la codification de la jurisprudence de la Cour de justice des Communautés européennes<sup>13</sup>, combinée à une procédure plus efficace, constitue une solution appropriée qui tient compte des préoccupations des États membres sans remettre en question le principe du pays d'origine.
- (24) En vertu de la présente directive, les États membres peuvent encore, sans préjudice de l'application du principe du pays d'origine, prendre des mesures limitant la libre circulation de la radiodiffusion télévisuelle, mais seulement dans certaines conditions énumérées à son article 2 *bis* et suivant la procédure qu'elle définit. Toutefois, selon la jurisprudence constante de la Cour de justice des Communautés européennes, toute restriction à la libre prestation de services doit, comme toutes les dérogations à un principe fondamental du traité, être interprétée de manière restrictive<sup>14</sup>.
- (25) Dans sa communication au Conseil et au Parlement européen « Améliorer la réglementation en matière de croissance et d'emploi dans l'Union européenne »<sup>15</sup>, la Commission souligne qu'il doit être procédé à « une analyse détaillée de l'approche réglementaire appropriée, en particulier si la législation est préférable pour le secteur et le problème concernés ou si l'on peut envisager d'autres solutions comme, par exemple, la corégulation ou l'autorégulation. En ce qui concerne la corégulation et l'autorégulation, l'accord interinstitutionnel « mieux légiférer »<sup>16</sup> contient des définitions, des critères et des procédures qui ont fait l'objet d'un accord. L'expérience a montré que les instruments de corégulation et d'autorégulation mis en œuvre sur le fondement des différentes traditions juridiques des États membres peuvent jouer un rôle important pour garantir un haut niveau de protection des consommateurs.
- (26) Les droits de transmission aux fins de divertissement afférents aux manifestations d'intérêt général peuvent être acquis par les organismes de radiodiffusion télévisuelle sur une base exclusive. Il semble cependant essentiel de promouvoir le pluralisme dans la production et la programmation des informations dans l'Union européenne et de respecter les principes reconnus par l'article 11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne.
- (27) Par conséquent, afin de sauvegarder la liberté fondamentale de recevoir des informations et pour assurer de façon complète et adéquate la protection des intérêts des téléspectateurs dans l'Union européenne, les titulaires de droits exclusifs afférents à une manifestation d'intérêt général devraient octroyer aux autres organismes de radiodiffusion télévisuelle et aux intermédiaires, lorsqu'ils agissent pour le compte d'organismes de radiodiffusion, le droit d'utiliser de courts extraits dans leurs programmes d'information générale dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires prenant dûment en compte les droits exclusifs. Ces conditions doivent être communiquées suffisamment longtemps avant le déroulement de la

---

<sup>13</sup> Affaire C 212/97 Centros/Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; affaire C-33/74 Van Binsbergen/Bestuur van de Bedrijfsvereniging; affaire C-23/93 TV 10 SA/Commissariaat voor de Media, point 21.

<sup>14</sup> Affaire C-355/98 Commission/Belgique, Rec. 2000, p. I-1221, point 28; affaire C-348/96 Calfa, Rec. 1999, p. I-0011, point 23.

<sup>15</sup> COM(2005) 97.

<sup>16</sup> JO C 321 du 31.12.2003, p. 1.

manifestation d'intérêt général en question pour permettre aux autres opérateurs d'exercer ce droit. D'une manière générale, la durée de ces courts extraits ne devrait pas dépasser 90 secondes.

- (28) Les services non linéaires sont différents des services linéaires eu égard au choix, au contrôle que l'utilisateur peut exercer et à l'impact qu'ils ont sur la société<sup>17</sup>. Ceci justifie une régulation plus légère des services non linéaires que celle des services linéaires, lesquels n'auront à se conformer qu'aux règles minimales des articles 3 *ter* à 3 nonies.
- (29) Compte tenu de la nature spécifique des services de médias audiovisuels, et en particulier de l'influence que ces services exercent sur la manière dont le public se forme une opinion, il est essentiel que les utilisateurs sachent exactement qui est responsable du contenu des services en question. Il importe donc que les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias garantissent un accès facile, direct et permanent aux informations nécessaires concernant l'organisme qui a la responsabilité éditoriale du contenu. Il appartient à chaque État membre de décider des modalités pratiques qui permettront d'atteindre cet objectif sans porter atteinte aux autres dispositions applicables du droit communautaire.
- (30) Conformément au principe de proportionnalité, les mesures prévues par la présente directive se limitent strictement au minimum requis pour atteindre l'objectif du bon fonctionnement du marché intérieur. Là où il est nécessaire d'intervenir au niveau communautaire, et afin de garantir un espace qui soit réellement sans frontières intérieures pour les services de médias audiovisuels, la directive doit assurer un haut niveau de protection des objectifs d'intérêt général, en particulier la protection des mineurs, de la dignité humaine, du consommateur et de la santé publique.
- (31) Les contenus et les comportements préjudiciables dans les services de médias audiovisuels demeurent une source de préoccupation constante pour les législateurs, les entreprises et les parents. En outre, de nouveaux défis devront être relevés, en liaison notamment avec les nouvelles plateformes et les nouveaux produits. Il est dès lors nécessaire de prévoir des règles pour la protection de l'épanouissement physique, mental et moral des mineurs et pour la sauvegarde de la dignité humaine dans tous les services de médias audiovisuels et dans les communications commerciales audiovisuelles.
- (32) Les mesures de protection des mineurs et de la dignité humaine doivent être soigneusement mises en balance avec le droit fondamental à la liberté d'expression prévu par la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. Ces mesures devraient donc viser à garantir un niveau approprié de protection des mineurs, notamment en ce qui concerne les services non linéaires, sans interdire pour autant les contenus destinés aux adultes.
- (33) Aucune des dispositions de la présente directive concernant la protection des mineurs et de l'ordre public n'exige que les mesures en question soient mises en œuvre au travers d'un contrôle préalable des services de médias audiovisuels.

---

<sup>17</sup> Voir par exemple, l'affaire C-89/04, Mediacable.

- (34) L'article 151, paragraphe 4, du traité impose à la Communauté de tenir compte des aspects culturels dans son action au titre d'autres dispositions du traité, afin notamment de respecter et de promouvoir la diversité de ses cultures.
- (35) Les services de médias audiovisuels non linéaires pourraient remplacer en partie les services linéaires. En conséquence, ils devraient favoriser, chaque fois que cela est réalisable, la distribution et la production d'œuvres européennes et promouvoir ainsi activement la diversité culturelle. Il importera de réexaminer périodiquement l'application des dispositions relatives à la promotion des œuvres européennes par les services de médias audiovisuels. Dans le cadre des rapports réalisés sur le fondement de l'article 3 *septies*, paragraphe 3, les Etats membres devront notamment prendre en compte la contribution de tels services à la production et à l'acquisition de droits sur les œuvres européennes, la part des œuvres audiovisuelles dans les catalogues des services de médias audiovisuels, de même que la consommation effective par les utilisateurs des œuvres européennes proposées par de tels services.
- (36) Lors de la mise en œuvre des dispositions de l'article 4 de la directive 89/552/CEE, telle qu'amendée, les États membres devraient prévoir que les organismes de radiodiffusion télévisuelle incluent dans leur programmation un pourcentage adéquat de coproductions européennes ou d'œuvres européennes originaires d'un autre pays.
- (37) Il importe de faire en sorte que les œuvres cinématographiques soient diffusées dans des délais convenus entre les ayants droit et les fournisseurs de services de médias audiovisuels.
- (38) La disponibilité de services non linéaires élargit le choix du consommateur. Il ne semble dès lors ni justifié ni opportun du point de vue technique d'imposer des règles détaillées régissant les communications commerciales audiovisuelles pour les services non linéaires. Toutes les communications commerciales audiovisuelles devraient cependant respecter non seulement les règles d'identification, mais également un ensemble minimal de règles qualitatives pour répondre à des objectifs d'intérêt général clairement définis.
- (39) Comme la Commission l'a reconnu dans sa communication interprétative relative à certains aspects des dispositions de la directive «Télévision sans frontières» concernant la publicité télévisée, la mise au point de nouvelles techniques publicitaires et de pratiques de commercialisation innovantes a créé pour les communications commerciales dans les services de radiodiffusion traditionnels de nouvelles possibilités efficaces qui leur permettent de mieux concurrencer les innovations pour les services à la demande en les plaçant sur un pied d'égalité avec ces dernières<sup>18</sup>. Cette communication interprétative reste valable dans la mesure où elle se réfère aux dispositions de la directive qui n'ont pas été modifiées par la directive modificative.
- (40) Les évolutions commerciales et technologiques donnent aux utilisateurs un choix et une responsabilité accrues dans l'usage qu'ils font des services de médias audiovisuels. Pour rester proportionnée aux objectifs d'intérêt général, la réglementation doit ménager une certaine souplesse en ce qui concerne les services de médias audiovisuels linéaires: le principe de séparation devrait être limité à la publicité et au télé-achat, le

---

<sup>18</sup> JO C 102 du 28.4.2004, p. 2.

placement de produits devrait être autorisé dans certaines circonstances, et certaines restrictions quantitatives devraient être abolies. Toutefois, lorsque le placement de produits est clandestin, il devrait être interdit. Le principe de séparation ne devrait pas entraver l'utilisation de nouvelles techniques publicitaires.

- (41) En plus des pratiques couvertes par la présente directive, la directive 2005/29/CE s'applique aux pratiques commerciales déloyales, telles que les pratiques trompeuses ou agressives, utilisées dans les services de médias audiovisuels. En outre, la prohibition de la publicité, du parrainage des cigarettes et d'autres produits du tabac dans les médias imprimés, les services de la société de l'information et la radiodiffusion sonore de la directive 2003/33/CE est sans préjudice de la directive du Conseil 89/552/CEE du 3 octobre 1989 sur la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle. Eu égard aux caractéristiques particulières des services de média audiovisuels, la relation entre la directive 2003/33/CE et la directive 89/552/CEE devrait rester la même après l'entrée en vigueur de la présente directive. L'article 88, paragraphe 1, de la directive 2001/83/CE<sup>19</sup>, qui interdit la publicité auprès du public faite à l'égard de certains médicaments, s'applique, en vertu du paragraphe 5 du même article, sans préjudice de l'article 14 de la directive 89/552/CEE ; après l'entrée en vigueur de la présente directive, la relation entre la directive 2001/83 CE et la directive 89/552/CEE devrait rester la même.
- (42) L'augmentation du nombre de nouveaux services ayant élargi le choix des téléspectateurs, le maintien d'une réglementation détaillée en matière d'insertion des spots publicitaires en vue de protéger les téléspectateurs ne se justifie plus. Alors que la directive ne révisé pas à la hausse le volume horaire admissible de publicité, elle donne la possibilité aux organismes de radiodiffusion télévisuelle de procéder à l'insertion des messages publicitaires lorsque cela ne porte pas préjudice à l'intégrité des programmes
- (43) La directive vise à sauvegarder le caractère spécifique du paysage télévisuel européen et limite dès lors le nombre des interruptions autorisées pendant la diffusion des œuvres cinématographiques et des films conçus pour la télévision, ainsi que de certaines catégories de programmes qui nécessitent encore une protection particulière.
- (44) La limitation journalière était largement théorique. La limite horaire est plus importante puisqu'elle s'applique aussi aux heures de grande écoute. Dès lors, la limite journalière devrait être abolie alors que la limite horaire devrait être maintenue pour la publicité et les spots de télé-achat. De même, les restrictions quantitatives applicables au télé-achat ou aux chaînes publicitaires n'apparaissent désormais plus justifiées étant donné le choix croissant du consommateur. Cependant, la limitation des 20% de publicité par heure d'horloge devrait demeurer applicable, à l'exception des formats publicitaires consommateurs temporels tels que les télépromotions et les

---

<sup>19</sup> Telle que dernièrement amendée par la directive 2004/27/CE du Parlement européen et du Conseil du 31 mars 2004 modifiant la directive 2001/83/CE instituant un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain (JO L 136 du 30.4.2004, p. 34).

fenêtres de télé-achat qui requièrent plus de temps eu égard à leurs caractéristiques inhérentes et leurs méthodes de présentation<sup>20</sup>.

- (45) La présente directive interdit la publicité clandestine en raison des effets néfastes de cette pratique sur les consommateurs. L'interdiction frappant la publicité clandestine ne couvre pas le placement légitime de produits dans le cadre de la présente directive.
- (46) Le placement de produits est une réalité dans les œuvres cinématographiques et dans les œuvres audiovisuelles destinées à la télévision, mais la réglementation de cette pratique diffère selon les États membres. Il est nécessaire, pour garantir un traitement homogène et renforcer ainsi la compétitivité du secteur des médias européen, d'adopter des règles en matière de placement de produits. La définition du placement de produits couvre toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure ou à faire référence à un produit, un service, ou leur marque, en l'insérant dans un programme, normalement moyennant paiement ou autre contrepartie. Le placement de produits est soumis aux mêmes règles et restrictions qualitatives que la publicité.
- (47) Les instances de régulation devraient être indépendantes des gouvernements nationaux comme des fournisseurs de services de médias audiovisuels, afin de pouvoir mener à bien leur tâche de manière impartiale et transparente et de contribuer au pluralisme. Une coopération étroite entre les autorités de régulation nationales et la Commission est nécessaire pour garantir la bonne application de la présente directive,

ONT ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DIRECTIVE:

*Article premier*

La directive 89/552/CEE<sup>21</sup> est modifiée comme suit:

- (1) Le titre est remplacé par le texte suivant:

«Directive [n°] du Parlement européen et du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «Services de médias audiovisuels») ».

- (2) L'article 1<sup>er</sup> est remplacé par le texte suivant:

*«Article premier*

Aux fins de la présente directive :

- (a) «service de média audiovisuel» désigne un service tel que défini aux articles 49 et 50 du traité dont l'objet principal est la fourniture d'images animées,

---

<sup>20</sup> Affaires C-320/94, Reti Televisive Italiane SpA (RTI); C-328/94, Radio Torre; C-329/94, Rete A Srl ; C\_337/94, Vallau Italiana Promomarket Srl ; C-338/94, Radio Italia Solo Musica Srl and Others et C\_339/94, GETE Srl v Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, ECR I-06471

<sup>21</sup> JO L 298 du 17.10.1989, p. 23. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 97/36/CE (JO L 202 du 30.7.1997, p. 60).

combinées ou non à du son, dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public, par des réseaux de communications électroniques au sens de l'article 2, point a), de la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil<sup>22</sup>.

- (b) «fournisseur de service de média», désigne la personne physique ou morale qui assume la responsabilité éditoriale du choix du contenu audiovisuel du service de média audiovisuel et qui détermine la manière dont il est organisé.
- (c) «radiodiffusion télévisuelle» ou «émission télévisée» désigne un service de média audiovisuel linéaire pour lequel le fournisseur de service de média décide du moment où un programme spécifique est transmis et établit la grille de programme.
- (d) «organisme de radiodiffusion télévisuelle», désigne un fournisseur de services de médias audiovisuels linéaires.
- (e) «service non linéaire», désigne un service de média audiovisuel pour lequel l'utilisateur décide du moment où un programme spécifique est transmis sur la base d'un éventail de contenus sélectionné par le fournisseur de service de média.
- (f) «communication commerciale audiovisuelle» désigne les images animées, combinées ou non à du son, qui accompagnent les services de médias audiovisuels et sont conçues pour promouvoir, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale qui exerce une activité économique.
- (g) «publicité télévisée» désigne toute forme de message télévisé, que ce soit moyennant paiement ou autre contrepartie, ou de diffusion à des fins d'autopromotion par une entreprise publique ou privée dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle ou artisanale ou d'une profession libérale dans le but de promouvoir la fourniture, moyennant paiement, de marchandises ou de services, y compris les biens immeubles, de droits et d'obligations.
- (h) «publicité clandestine» désigne la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle dans un but publicitaire et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation. Une présentation est considérée intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite moyennant paiement ou autre contrepartie.
- (i) «parrainage» désigne toute contribution d'une entreprise publique ou privée, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de média audiovisuel ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de média

---

<sup>22</sup> JO L 108 du 24.4.2002, p. 33.

audiovisuel, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits.

- (j) «télé-achat» désigne la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de marchandises ou de services, y compris les biens immeubles, de droits et d'obligations.
- (k) «placement de produit» désigne toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure ou à faire référence à un produit, un service, ou leur marque, en l'insérant dans un service de média audiovisuel, normalement moyennant paiement ou autre contrepartie.»

(3) L'article 2 est modifié comme suit:

- (a) au paragraphe 1, l'expression «toutes les émissions de radiodiffusion télévisuelle transmises par des organismes de radiodiffusion télévisuelle» est remplacée par l'expression «tous les services de médias audiovisuels transmis par des fournisseurs de services de médias», et l'expression «émissions destinées» est remplacée par l'expression «services de médias audiovisuels destinés»;
- (b) au paragraphe 2, l'expression «organismes de radiodiffusion télévisuelle» est remplacée par l'expression «fournisseurs de services de médias»;
- (c) au paragraphe 3, l'expression «organisme de radiodiffusion télévisuelle» est remplacée par l'expression «fournisseur de service de média»; l'expression «décisions de la direction relatives à la programmation» est remplacée par «décisions éditoriales relatives au service de média audiovisuel»; l'expression «aux activités de radiodiffusion télévisuelle» est remplacée par l'expression «aux activités du service de média audiovisuel» et l'expression «où il a commencé à émettre» est remplacée par l'expression «où il a commencé ses activités»; l'expression «décisions en matière de programmation» est remplacée par l'expression «décisions relatives au service de média audiovisuel».
- (d) Le paragraphe 4 est remplacé par le texte suivant :

«4. Les fournisseurs de services de médias auxquels ne s'applique pas le paragraphe 3 sont réputés relever de la compétence d'un État membre dans les cas suivants:

- (a) s'ils utilisent une liaison montante vers un satellite, située dans cet État membre;
- (b) si, bien que n'utilisant pas une liaison montante vers un satellite située dans cet État membre, ils utilisent une capacité satellitaire relevant de cet État membre.»
- (e) Au paragraphe 5, l'expression «l'organisme de radiodiffusion télévisuelle» est remplacée par l'expression «le fournisseur de service de média» et l'expression

«articles 52 et suivants» est remplacée par l'expression «articles 43 et suivants».

(f) Le paragraphe 6 est remplacé par le texte suivant:

«6. La présente directive ne s'applique pas aux services de médias audiovisuels exclusivement destinés à être reçus dans les pays tiers et qui ne sont pas reçus directement ou indirectement au moyen d'équipements standard par le public d'un ou de plusieurs États membres.»

(g) Les paragraphes 7, 8, 9 et 10 suivants sont ajoutés:

«7. Un État membre peut, afin de prévenir l'abus ou le comportement frauduleux, adopter des mesures appropriées à l'encontre d'un fournisseur de service de média établi dans un autre État membre et dont l'activité est orientée en totalité ou en quasi-totalité vers le territoire du premier État membre. C'est au premier État membre d'en apporter la preuve au cas par cas.

8. Les États membres ne peuvent prendre des mesures en application du paragraphe 7 que si toutes les conditions suivantes sont remplies:

(a) l'État membre de réception demande à l'État membre dans lequel le fournisseur de service de média est établi de prendre des mesures;

(b) ce dernier État membre s'abstient de prendre de telles mesures;

(c) le premier État membre notifie à la Commission et à l'État membre dans lequel le fournisseur de service de média est établi son intention de prendre de telles mesures;

(d) la Commission décide que lesdites mesures sont compatibles avec le droit communautaire.

9. Toute mesure prise en application du paragraphe 7 doit être objectivement nécessaire, être appliquée de manière non discriminatoire, être propre à réaliser les objectifs poursuivis et ne doit pas aller au-delà de ce qui est nécessaire pour les atteindre.

10. La Commission statue sur les mesures envisagées dans les trois mois qui suivent la notification visée au paragraphe 8. Si la Commission décide qu'elles sont incompatibles avec le droit communautaire, l'État membre concerné s'abstient de prendre les mesures envisagées.»

(4) L'article 2 bis est modifié comme suit:

(a) Le paragraphe 1 est remplacé par le texte suivant:

«1. Les États membres assurent la liberté de réception et n'entravent pas la retransmission sur leur territoire de services de médias audiovisuels en provenance d'autres États membres pour des raisons qui relèvent des domaines coordonnés par la présente directive.»



(b) Au paragraphe 2, «article 22 bis» est remplacé par «article 3 *sexies*».

(5) L'article 3 est remplacé par le texte suivant:

*«Article 3*

1. 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.
2. Les États membres veillent, par des moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, au respect effectif, par les fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence, des dispositions de la présente directive.
3. Les États membres encouragent les régimes de corégulation dans les domaines coordonnés par la présente directive. Ces régimes doivent être tels qu'ils soient largement acceptés par les principaux acteurs et assurent une application efficace des règles.»

(6) Les articles 3 *ter* à 3 *nonies* suivants sont insérés:

*«Article 3 ter*

1. Les États membres veillent à ce que, pour la réalisation de brefs reportages d'actualité, les organismes de radiodiffusion télévisuelle établis dans d'autres États membres ne soient pas privés de l'accès, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, à des événements d'un grand intérêt pour le public qui font l'objet d'une transmission par un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence.
2. Les organismes de radiodiffusion télévisuelle peuvent extraire librement leurs brefs reportages d'actualité à partir du signal de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle qui assure la transmission, moyennant au minimum l'indication de leur source.

*Article 3 quater*

Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias audiovisuels relevant de leur compétence offrent un accès facile, direct et permanent, pour les destinataires du service, au moins aux informations suivantes:

- (a) le nom du fournisseur de service de média;
- (b) l'adresse géographique à laquelle le fournisseur de service de média est établi;
- (c) les coordonnées du fournisseur de service de média, y compris son adresse de courrier électronique ou son site web, permettant d'entrer en contact rapidement avec lui d'une manière directe et efficace;

- (d) le cas échéant, l'autorité de régulation compétente.

#### *Article 3 quinquies*

Les États membres prennent des mesures appropriées pour que les services de médias audiovisuels relevant de leur compétence ne soient pas mis à la disposition du public d'une manière susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs.

#### *Article 3 sexies*

Les États membres veillent, par des mesures appropriées, à ce que les services de médias audiovisuels et les communications commerciales audiovisuelles fournis par les fournisseurs relevant de leur compétence ne contiennent aucune incitation à la haine fondée sur le sexe, l'origine raciale ou ethnique, la religion ou les convictions, le handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle.

#### *Article 3 septies*

1. Les États membres veillent à ce que 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 au sens de l'article 6 ainsi que l'accès à ces dernières.
2. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence ne transmettent pas d'œuvres cinématographiques en dehors des délais convenus avec les ayants droit.
3. Les États membres présentent à la Commission, au plus tard la fin de la quatrième année après l'adoption de la présente directive, puis tous les trois ans, un rapport sur la mise en œuvre de la mesure prévue au paragraphe 1.
4. Sur la base des informations communiquées par les États membres, 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.

#### *Article 3 octies*

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 clairement identifiables comme telles. 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) comporter de discrimination fondée sur la race, le sexe ou la nationalité;
  - (ii) attenter à des convictions religieuses ou politiques;
  - (iii) encourager des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité;
  - (iv) encourager des comportements préjudiciables à la protection de l'environnement.
- (d) toute forme de communication commerciale audiovisuelle et le télé-achat pour les cigarettes et les autres produits du tabac est interdite;
- (e) les communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcooliques ne doivent pas s'adresser aux mineurs et ne doivent pas encourager la consommation immodérée de ces boissons;
- (f) les communications commerciales audiovisuelles ne doivent pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs. Par conséquent, elles ne doivent pas : inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service, en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité; inciter les mineurs directement à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services faisant l'objet de la publicité ; exploiter la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes; ou présenter sans motif des mineurs en situation dangereuse.

### *Article 3 nonies*

1. Les services de média audiovisuel qui sont parrainés ou comportent du placement de produit répondent aux exigences suivantes:
  - (a) le contenu et, le cas échéant, la programmation de tels services de média audiovisuel ne doivent en aucun cas être influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de service de média;
  - (b) ils ne doivent pas inciter directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services;
  - (c) les utilisateurs doivent être clairement informés de l'existence d'un accord de parrainage et/ou de l'existence d'un placement de produit. Les émissions parrainées doivent être clairement identifiées en tant que telles par le nom, le logo et/ou un autre symbole du parrain, par exemple au

moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif, au début/à la fin de l'émission et/ou pendant l'émission. Les émissions comportant du placement de produit doivent être identifiées de manière appropriée au début de leur diffusion, afin d'éviter toute confusion de la part de l'utilisateur.

2. Les services de média audiovisuel ne peuvent être parrainés par des entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac. En outre, les services linéaires ne peuvent comporter de placement de produits du tabac ou de cigarettes, ou de placement de produits émanant d'entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac.
3. Le parrainage de services de média audiovisuels par des entreprises qui ont pour activité, entre autres, la fabrication ou la vente de médicaments et de traitements médicaux peut promouvoir le nom ou l'image de l'entreprise, mais ne doit pas promouvoir des médicaments ou des traitements médicaux spécifiques disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève l'organisme de radiodiffusion télévisuelle.
4. Les journaux télévisés et les émissions d'information politique ne doivent pas être parrainés et ne doivent pas comporter de placement de produit. Les services de média audiovisuel pour enfants et les documentaires ne doivent pas comporter de placement de produit.»

(7) L'article 6 est modifié comme suit:

(a) Le paragraphe 1, point c), est remplacé par le texte suivant:

«les œuvres coproduites dans le cadre d'accords concernant le secteur audiovisuel conclus entre la Communauté européenne et des pays tiers et répondant aux conditions définies dans ces accords.»

(b) Le paragraphe 3 est supprimé.

(c) Le paragraphe 4 devient le paragraphe 3.

(d) Le paragraphe 5 est supprimé.

(8) L'article 7 est supprimé.

(9) L'article 10 est remplacé par le texte suivant:

#### *«Article 10*

1. La publicité télévisée et le télé-achat doivent être aisément identifiables comme tels et être nettement distingués du reste du programme par des moyens optiques et/ou acoustiques.
2. Les spots isolés de publicité et de télé-achat doivent être exceptionnels, sauf dans les programmes sportifs.»

(10) L'article 11 est remplacé par le texte suivant:

*«Article 11*

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 ou aux droits des ayants droit.
2. 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 peut être interrompue par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

La publicité ou le télé-achat ne peut être inséré dans la diffusion des services religieux.»

(11) Les articles 12 et 13 sont supprimés.

(12) Les articles 16 et 17 sont supprimés.

(13) L'article 18 est remplacé par le texte suivant:

*«Article 18*

1. 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 période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 20 %.
2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et au placement de produits.»

(14) L'article 18 bis est supprimé.

(15) L'article 19 est remplacé par le texte suivant:

*«Article 19*

Les dispositions de la présente directive s'appliquent mutatis mutandis aux émissions télévisées consacrées exclusivement à la publicité et au télé-achat, ainsi qu'aux émissions télévisées consacrées exclusivement à l'autopromotion. Le chapitre 3, de même que l'article 11 (règles d'insertion) et l'article 18 (durée de la publicité et du télé-achat), ne s'appliquent pas à ces émissions.»

(16) L'article 19 bis est supprimé.

(17) L'article 20 est remplacé par le texte suivant :

*« Article 20*

Sans préjudice de l'article 3, les États membres peuvent prévoir, dans le respect du droit communautaire, des conditions autres que celles fixées à l'article 11 paragraphes 2 à 5 et à l'article 18 pour les émissions qui sont destinées uniquement au territoire national et qui ne peuvent être reçues, directement ou indirectement, dans un ou plusieurs autres États membres ainsi que pour les émissions n'ayant pas un impact significatif en termes de parts d'audience. »

(18) Les articles 22 bis et 22 ter sont supprimés.

(19) L'article 23 *bis* est modifié comme suit :

Au paragraphe 2(e), l'expression « de la radiodiffusion télévisuelle » est remplacée par l'expression « des services de média audiovisuel ».

(20) L'article 23 *ter* suivant est inséré:

*« Article 23 ter*

1. Les États membres garantissent l'indépendance des autorités de régulation nationales et veillent à ce qu'elles 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.»

(21) Les articles 25 et 25 *bis* sont supprimés.

(22) L'article 26 est remplacé par ce qui suit :

*« Article 26*

Au plus tard le [...], puis tous les deux ans, la Commission soumet au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen un rapport relatif à l'application de la présente directive et, le cas échéant, formule des propositions en vue de l'adaptation de celle-ci à l'évolution du domaine des services de média audiovisuel, notamment à la lumière des récents progrès technologiques et de la compétitivité du secteur. »

## Article 2

Le règlement (CE) n° 2006/2004<sup>23</sup> est modifié comme suit :

L'annexe « Directives et règlements » couverts par l'article 3(bis) No 4 de ce règlement est remplacé par ce qui suit :

« 4. La directive du Conseil 89/552/CEE du 3 octobre 1989 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle : Articles 3 octies à 3 nonies<sup>24</sup> et les articles 10 à 20<sup>25</sup>. La directive tel que modifiée en dernier lieu par la directive .../.../CE du Parlement européen et du Conseil<sup>26</sup>.»

## Article 3

1. Les États membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive au plus tard le . Ils communiquent immédiatement à la Commission le texte de ces dispositions ainsi qu'un tableau de correspondance entre ces dispositions et la présente directive.

Lorsque les États membres adoptent ces dispositions, celles-ci contiennent une référence à la présente directive ou sont accompagnées d'une telle référence lors de leur publication officielle. Les modalités de cette référence sont arrêtées par les États membres.

2. Les États membres communiquent à la Commission les dispositions essentielles de droit interne qu'ils adoptent dans les domaines régis par la présente directive.

## Article 4

La présente directive entre en vigueur le jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

## Article 5

Les États membres sont destinataires de la présente directive.

Fait à Bruxelles, le

*Par le Parlement européen*  
*Le Président*

*Par le Conseil*  
*Le Président*

---

<sup>23</sup> JO L 364 du 9.12.2004, p. 1.

<sup>24</sup> OJ L du xx.xx.xxxx, p. x.

<sup>25</sup> JO L 298 du 17.10.1989, p. 23.

<sup>26</sup> JO L du xx.xx.xxxx, p. x.