

VERSION CONSOLIDÉE

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

DIRECTIVE DU CONSEIL 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  
(89/552/CEE) (JO L 298 du 17.10.1989, p. 23)

Modifiée par:

Directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil du 30 juin 1997 L 202 60 30.7.1997

DIRECTIVE DU CONSEIL 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 (89/552/CEE)

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>,

---

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

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

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 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

---

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

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

réglementaire mise en oeuvre 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 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 Etats membres ne peuvent plus

---

<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

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.

(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

---

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

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

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'oeuvres de bienfaisance diffusés gratuitement.

(19) Le principe du pays d'origine demeure au coeur 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 oeuvre 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>.

(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

---

<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.

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 oeuvre 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

---

<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

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 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

---

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

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 oeuvre au travers d'un contrôle préalable des services de médias audiovisuels.

(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'oeuvres européennes et promouvoir ainsi activement la diversité culturelle. Il importera de réexaminer périodiquement l'application des dispositions relatives à la promotion des oeuvres 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 oeuvres européennes, la part des oeuvres audiovisuelles dans les catalogues des services de médias audiovisuels, de même que la consommation effective par les utilisateurs des oeuvres européennes proposées par de tels services.

(36) Lors de la mise en oeuvre 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'oeuvres européennes originaires d'un autre pays.

(37) Il importe de faire en sorte que les oeuvres 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 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

---

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

<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).

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 oeuvres 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 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 oeuvres cinématographiques et dans les oeuvres 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:

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») ».

### CHAPITRE I

#### Définitions

#### Article premier

Aux fins de la présente directive, on entend par:

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, 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>20</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.

---

<sup>20</sup> JO L 108 du 24.4.2002, p. 33.

~~a c) «radiodiffusion télévisuelle» l'émission primaire, avec ou sans fil, terrestre ou par satellite, codée ou non, de programmes télévisés destinés au public. Est visée la communication de programmes entre entreprises en vue d'une rediffusion à l'intention du public. Ne sont pas visés les services de communications fournissant, sur appel individuel, des éléments d'information ou d'autres prestations, tels que les services de télécopie,~~

~~les banques de données électroniques et autres services similaires;~~ **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.**

~~b d) «organisme de radiodiffusion télévisuelle»: la personne physique ou morale qui a la responsabilité éditoriale de la composition des grilles de programmes télévisés au sens du point a) et qui les transmet ou les fait transmettre par une tierce partie, 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.**

**e g) «publicité télévisée»: toute forme de message télévisé, que ce soit contre rémunération ou paiement similaire, 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 biens ou de services, y compris les biens immeubles, ou de droits et d'obligations;**

d) «publicité clandestine» 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 contre rémunération ou paiement similaire;

e) «parrainage» toute contribution d'une entreprise publique ou privée, n'exerçant pas ~~d'activités de radiodiffusion télévisuelle~~ **d'activités de fournisseur de services de média audiovisuel** ou de production d'oeuvres audiovisuelles, au financement de ~~programmes télévisés~~ **services de média audiovisuel**, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses ~~réalisations~~ **produits**;

f) «télé-achat»: la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris les biens immeubles, ou 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.**

## Chapitre 2

### Dispositions générales

#### Article 2

1. Chaque État membre veille à ce que ~~toutes les émissions de radiodiffusion télévisuelle~~ **tous les services de médias audiovisuels transmis par des fournisseurs de services de médias** ~~transmises par des organismes de radiodiffusion télévisuelle~~ relevant de sa compétence respectent les règles du droit applicable aux ~~émissions destinées~~ **services de médias audiovisuels destinés** au public dans cet État membre.

2. Aux fins de la présente directive, relèvent de la compétence d'un État membre, les ~~organismes de radiodiffusion télévisuelle~~ **fournisseurs de services de médias**:

- qui sont établis dans cet État membre conformément au paragraphe 3,
- auxquels s'applique le paragraphe 4.

3. Aux fins de la présente directive, un ~~organisme de radiodiffusion télévisuelle~~ **fournisseur de service de média** est considéré comme étant établi dans un État membre dans les cas suivants:

- a) l'organisme de radiodiffusion télévisuelle a son siège social effectif dans cet État membre et les décisions de la ~~direction relatives à la programmation~~ **décisions éditoriales relatives au service de média audiovisuel** sont prises dans cet État membre;
- b) lorsqu'un organisme de radiodiffusion télévisuelle a son siège social effectif dans un État membre, mais que les décisions de la direction relatives à la programmation sont prises dans un autre État membre, il est réputé être établi dans l'État membre où opère une partie importante des effectifs employés ~~aux activités de radiodiffusion télévisuelle~~ **aux activités du service de média audiovisuel** ; lorsqu'une partie importante des effectifs employés aux activités de radiodiffusion télévisuelle opère dans chacun de ces États membres, l'organisme de radiodiffusion télévisuelle est réputé être établi dans l'État membre où il a son siège social effectif; lorsqu'une partie importante des effectifs employés aux activités de radiodiffusion télévisuelle n'opère dans aucun de ces États membres, l'organisme de radiodiffusion télévisuelle est réputé être établi dans le premier État membre ~~où il a commencé à émettre~~ **où il a commencé ses activités** conformément au droit de cet État membre, à condition qu'il maintienne un lien économique stable et réel avec cet État membre;
- c) lorsqu'un organisme de radiodiffusion télévisuelle a son siège social effectif dans un État membre, mais que les ~~décisions en matière de programmation~~ **décisions relatives au service de média audiovisuel** sont prises dans un pays tiers, ou vice-versa, il est réputé être établi dans l'État membre en question si une partie importante des effectifs employés aux activités de radiodiffusion télévisuelle opère dans cet État membre.

4. ~~Les organismes de radiodiffusion télévisuelle~~ **Les fournisseurs de services de médias** auxquels ne s'appliquent pas le paragraphe 3 sont réputés relever de la compétence d'un État membre dans les cas suivants:

a) ~~s'ils utilisent une fréquence accordée par cet État membre;~~

ea) ~~si, n'utilisant ni une fréquence accordée par un État membre ni une capacité satellitaire relevant d'un État membre,~~ s' ils utilisent une liaison montante vers un satellite, située dans cet État membre.

b) si, ~~n'utilisant pas une fréquence accordée par un État membre~~ 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;

5. Si l'État membre compétent ne peut être déterminé conformément aux paragraphes 3 et 4, l'État membre compétent est celui dans lequel ~~l'organisme de radiodiffusion télévisuelle~~ le fournisseur de service de média est établi au sens des articles ~~52~~ 43 et suivants du traité instituant la Communauté européenne.

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

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.

#### Article 2 bis

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

2. Les États membres peuvent déroger provisoirement au paragraphe 1 si les conditions suivantes sont remplies:

- a) une émission télévisée en provenance d'un autre État membre enfreint d'une manière manifeste, sérieuse et grave l'article 22 paragraphes 1 ou 2 et/ou l'article ~~22~~ bis 3 sexies;
- b) au cours des douze mois précédents, l'organisme de radiodiffusion télévisuelle a déjà enfreint, deux fois au moins, les dispositions visées au point a);
- c) l'État membre concerné a notifié par écrit à l'organisme de radiodiffusion télévisuelle 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 de transmission 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.

3. Le paragraphe 2 ne s'oppose pas à l'application de toute procédure, voie de droit ou sanction contre les violations en cause dans l'État membre de la compétence duquel relève l'organisme de radiodiffusion télévisuelle concerné.

### Article 3

1. Les États membres ont la faculté, en ce qui concerne les ~~organismes de radiodiffusion télévisuelle~~ **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 les moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, au respect effectif, par les ~~organismes de radiodiffusion télévisuelle~~ **fournisseurs de services de médias** relevant de leur compétence, des dispositions de la présente directive.

~~3. Les mesures comprennent des procédures appropriées pour permettre à des tiers directement concernés, y compris des ressortissants d'autres États membres, de saisir les autorités compétentes, judiciaires ou autres, pour faire respecter effectivement ces dispositions, conformément aux dispositions nationales en vigueur.~~

**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.**

### Article 3 bis:

1. Chaque État membre peut prendre des mesures, conformément au droit communautaire, pour assurer que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de sa compétence ne retransmettent pas d'une manière exclusive des événements qu'il juge d'une importance majeure pour la société d'une façon qui prive une partie importante du public dudit État membre de la possibilité de suivre ces événements en direct ou en différé sur une télévision à accès libre. Dans ce contexte, l'État membre concerné établit une liste des événements désignés, nationaux ou non, qu'il juge d'une importance majeure pour la société. Il établit cette liste selon une procédure claire et transparente, en temps opportun et utile. Ce faisant,

l'État membre détermine également si ces événements doivent être transmis intégralement ou partiellement en direct ou, si nécessaire ou approprié pour des raisons objectives d'intérêt général, transmis intégralement ou partiellement en différé.

2. Les États membres notifient immédiatement à la Commission toute mesure prise ou envisagée en application du paragraphe 1. Dans un délai de trois mois après la notification, la Commission vérifie que ces mesures sont compatibles avec le droit communautaire et les communique aux autres États membres. Elle demande l'avis du comité institué à l'article 23 bis. Elle publie sans délai au Journal officiel des Communautés européennes les mesures qui sont prises et, au moins une fois par an, la liste récapitulative des mesures prises par les États membres.

3. Les États membres s'assurent par les moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence exercent les droits exclusifs qu'ils ont achetés après la date de publication de la présente directive de manière à ne pas priver une partie importante du public d'un autre État membre de la possibilité de suivre, intégralement ou partiellement en direct ou, si nécessaire ou approprié pour des raisons objectives d'intérêt général, intégralement ou partiellement en différé, sur une télévision à accès libre, selon les dispositions prises par cet autre État membre conformément au paragraphe 1, les événements que cet autre État membre a désignés conformément aux paragraphes précédents..

### *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 oeuvres 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'oeuvres 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 oeuvre 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.

### CHAPITRE III

#### Promotion de la distribution et de la production de programmes télévisés

##### Article 4

1. Les États membres veillent chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés, à ce que les organismes de radiodiffusion télévisuelle réservent à des oeuvres européennes, au sens de l'article 6, une proportion majoritaire de leur temps de diffusion, à l'exclusion du temps consacré aux informations, à des manifestations sportives, à des jeux, à la publicité, aux services de télétexte et au télé-achat. Cette proportion, compte tenu des responsabilités de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle à l'égard de son public en matière d'information, d'éducation, de culture et de divertissement, devra être obtenue progressivement sur la base de critères appropriés.

2. Lorsque la proportion définie au paragraphe 1 ne peut être atteinte, elle ne doit pas être inférieure à celle qui est constatée en moyenne en 1988 dans l'État membre concerné. Néanmoins, en ce qui concerne la République hellénique et la République portugaise, l'année 1988 est remplacée par l'année 1990.

3. À partir du 3 octobre 1991, les États membres communiquent à la Commission, tous les deux ans, un rapport sur l'application du présent article et de l'article 5.

Ce rapport comporte notamment un relevé statistique de la réalisation de la proportion visée au présent article et à l'article 5 pour chacun des programmes de télévision relevant de la compétence de l'État membre concerné, les raisons pour lesquelles, dans chacun des cas, il n'a pas été possible d'atteindre cette proportion, ainsi que les mesures adoptées ou envisagées pour l'atteindre.

La Commission porte ces rapports à la connaissance des autres États membres et du Parlement européen, accompagnés éventuellement d'un avis. Elle veille à l'application du présent article et de l'article 5 conformément aux dispositions du traité. Dans son avis, elle peut tenir compte notamment du progrès réalisé par rapport aux années précédentes, de la part que les oeuvres de première diffusion représentent dans la programmation, des circonstances particulières des nouveaux organismes de radiodiffusion télévisuelle et de la situation spécifique des pays à faible capacité de production audiovisuelle ou à aire linguistique restreinte.

4. Le Conseil réexamine la mise en oeuvre du présent article sur la base d'un rapport de la Commission, assorti des propositions de révision que celle-ci estimerait appropriées, au plus tard à la fin de la cinquième année à compter de l'adoption de la présente directive. À cette fin, le rapport de la Commission tiendra compte notamment, sur la base des informations communiquées par les États membres en application du paragraphe 3, de l'évolution intervenue dans le marché communautaire, ainsi que du contexte international.

#### Article 5

Les États membres veillent, chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés, à ce que les organismes de radiodiffusion télévisuelle réservent au moins 10 % de leurs temps d'antenne, à l'exclusion du temps consacré aux informations, à des manifestations sportives, à des jeux, à la publicité, aux services de télétexte et au télé-achat., ou alternativement, au choix de l'État membre, 10 % au moins de leur budget de programmation, à des oeuvres européennes émanant de producteurs indépendants d'organismes de radiodiffusion télévisuelle. Cette proportion, compte tenu des responsabilités des organismes de radiodiffusion télévisuelle à l'égard de leur public en matière d'information, d'éducation, de culture et de divertissement, devra être obtenue progressivement sur la base de critères appropriés; elle doit être atteinte en réservant une proportion adéquate à des oeuvres récentes, c'est-à-dire des oeuvres diffusées dans un laps de temps de cinq ans après leur production.

#### Article 6

1. Aux fins du présent chapitre, on entend par «oeuvres européennes» les oeuvres suivantes:

- a) les oeuvres originaires d'États membres;
- b) les oeuvres originaires d'États tiers européens parties à la convention européenne sur la télévision transfrontière du Conseil de l'Europe et répondant aux conditions du paragraphe 2;
- c) ~~les oeuvres originaires d'autres États tiers européens et répondant aux conditions du paragraphe 3.~~ **les oeuvres 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.**

L'application des points b) et c) est subordonnée à la condition que les oeuvres originaires d'États membres ne fassent pas l'objet de mesures discriminatoires dans les pays tiers concernés.

2. Les oeuvres visées au paragraphe 1 points a) et b) sont des œuvres qui sont réalisées essentiellement avec le concours d'auteurs et de travailleurs résidant dans un ou plusieurs États visés au même paragraphe points a) et b) et qui répondent à l'une des trois conditions suivantes:

- a) elles sont réalisées par un ou des producteurs établis dans un ou plusieurs de ces États;
- b) la production de ces oeuvres est supervisée et effectivement contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis dans un ou plusieurs de ces États;
- c) la contribution des coproducteurs de ces États est majoritaire dans le coût total de la coproduction, et celle-ci n'est pas contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis en dehors de ces États.

~~3. Les oeuvres visées au paragraphe 1 point c) sont les oeuvres qui sont réalisées, soit exclusivement, soit en coproduction avec des producteurs établis dans un ou plusieurs États membres, par des producteurs établis dans un ou plusieurs pays tiers européens avec lesquels la Communauté a conclu des accords ayant trait au secteur de l'audiovisuel si ces oeuvres sont réalisées essentiellement avec le concours d'auteurs ou de travailleurs résidant dans un ou plusieurs États européens.~~

4 3. Les oeuvres qui ne sont pas des oeuvres européennes au sens du paragraphe 1, mais qui sont produites dans le cadre d'accords bilatéraux de coproduction conclus entre des États membres et des pays tiers, sont réputées être des oeuvres européennes si les coproducteurs communautaires participent majoritairement au coût total de production et que la production n'est pas contrôlée par un ou plusieurs producteurs établis en dehors du territoire des États membres.

~~5. Les oeuvres qui ne sont pas des oeuvres européennes au sens des paragraphes 1 et 4, mais qui sont réalisées essentiellement avec le concours d'auteurs et de travailleurs résidant dans un ou plusieurs États membres, sont considérées comme des oeuvres européennes au prorata de la part des coproducteurs communautaires dans le coût total de la production.~~

#### ~~Article 7~~

~~Les États membres veillent à ce que les radiodiffuseurs qui relèvent de leur compétence ne diffusent pas d'oeuvres cinématographiques en dehors des délais convenus avec les ayants droit.~~

#### Article 9

Le présent chapitre ne s'applique pas aux émissions de télévision destinées à un public local et ne faisant pas partie d'un réseau national.

### CHAPITRE IV

#### Publicité télévisée et parrainage et télé-achat

#### 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. La publicité isolée et les spots de télé-achat isolés doivent être exceptionnels, **sauf dans les programmes sportifs.**
3. ~~La publicité et le télé-achat ne doivent pas utiliser de techniques subliminales.~~

~~4. La publicité et le télé-achat clandestins sont interdits.~~

## Article 11

~~1. La publicité et les spots de télé-achat sont insérés entre les émissions. Sous réserve des conditions fixées aux paragraphes 2 à 5, la publicité et les spots de télé-achat peuvent également être insérés pendant des émissions de façon à ne porter atteinte ni à l'intégrité ni à la valeur des émissions, en tenant compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature, et de manière à ce qu'il ne soit pas porté préjudice aux droits des ayants droit.~~

1. Les États membres veillent à ce que, en cas d'insertion de publicité ou de téléachat pendant les programmes, il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes ou aux droits des ayants droit.

~~2. Dans les émissions composées de parties autonomes ou dans les émissions sportives et les événements et spectacles de structure similaire comprenant des interruptions, la publicité et les spots de télé-achat ne peuvent être insérés qu'entre les parties autonomes ou au cours des interruptions.~~

3. 2. La transmission d'œuvres audiovisuelles, telles que longs métrages et 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 pour autant que leur durée programmée soit supérieure à quarante cinq minutes, peut être interrompue une fois par tranche de quarante cinq minutes. par des écrans publicitaires et/ou des spots de télé-achat une fois par tranche de 35 minutes.

~~Une autre interruption est autorisée si leur durée programmée est supérieure d'au moins vingt minutes à deux ou plusieurs tranches complètes de quarante cinq minutes.~~

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

~~4. Lorsque des émissions autres que celles visées au paragraphe 2 sont interrompues par la publicité ou par des spots de télé-achat, une période d'au moins vingt minutes devrait s'écouler entre les interruptions successives à l'intérieur des émissions.~~

~~5. La publicité et le télé-achat ne peuvent être insérés dans les diffusions de services religieux. Les journaux télévisés, les émissions d'information politique, les documentaires, les émissions religieuses et les émissions pour enfants, dont la durée programmée est inférieure à trente minutes, ne peuvent être interrompus par la publicité ou le télé-achat. Lorsqu'ils ont une durée programmée égale ou supérieure à trente minutes, les paragraphes précédents s'appliquent.~~

#### Article 12

~~1 La publicité télévisée et le télé-achat ne doivent pas:~~

- ~~a) porter atteinte au respect de la dignité humaine;~~
- ~~b) comporter de discrimination en raison de la race, du sexe ou de la nationalité;~~
- ~~c) attenter à des convictions religieuses ou politiques;~~
- ~~d) encourager des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité;~~
- ~~e) encourager des comportements préjudiciables à la protection de l'environnement.~~

#### Article 13

~~Toute forme de publicité télévisée et de télé-achat pour les cigarettes et les autres produits du tabac est interdite.~~

#### Article 14

La publicité télévisée pour les médicaments et les traitements médicaux qui sont seulement disponibles sur prescription médicale dans l'État membre de la compétence duquel relève l'organisme de radiodiffusion télévisuelle est interdite.

2. Le télé-achat concernant des médicaments faisant l'objet d'une autorisation de mise sur le marché au sens de la directive 65/65/CEE du Conseil, du 26 janvier 1965, concernant le

rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives relatives aux médicaments (1), ainsi que le télé-achat concernant des traitements médicaux, sont interdits.

#### Article 15

La publicité télévisée et le télé-achat pour les boissons alcooliques doivent respecter les critères suivants:

- a) elle ne peut pas être spécifiquement adressée aux mineurs et, en particulier, présenter des mineurs consommant ces boissons;
- b) elle ne doit pas associer la consommation d'alcool à une amélioration des performances physiques ou à la conduite automobile;
- c) elle ne doit pas susciter l'impression que la consommation d'alcool favorise la réussite sociale ou sexuelle;
- d) elle ne doit pas suggérer que les boissons alcooliques sont dotées de propriétés thérapeutiques ou ont un effet stimulant, sédatif ou anticonflictuel;
- e) elle ne doit pas encourager la consommation immodérée de boissons alcooliques ou donner une image négative de l'abstinence ou de la sobriété;
- f) elle ne doit pas souligner comme qualité positive des boissons leur forte teneur en alcool.

#### Article 16

~~La publicité télévisée ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs et doit, de ce fait, respecter les critères suivants pour leur protection:~~

- ~~a) elle ne doit pas inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service, en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité;~~
- ~~b) elle ne doit pas inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services concernés;~~
- ~~c) elle ne doit pas exploiter la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes;~~
- ~~d) elle ne doit pas, sans motif, présenter des mineurs en situation dangereuse.~~

~~2. Le télé-achat doit respecter les obligations visées au paragraphe 1 et, en outre, il ne doit pas inciter les mineurs à conclure des contrats pour la vente ou la location de biens et de services.~~

#### Article 17

~~1. Les programmes télévisés parrainés doivent répondre aux exigences suivantes:~~

~~a) le contenu et la programmation d'une émission parrainée ne peuvent, en aucun cas, être influencés par le parrain de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle à l'égard des émissions;~~

~~b) ils doivent être clairement identifiés en tant que tels par le nom et/ou le logo du parrain au début et/ou à la fin des programmes;~~

~~c) ils ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers, en particulier en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services.~~

~~2. Les programmes télévisés 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.~~

~~3. Le parrainage de programmes télévisés 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 peut 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.~~

~~Les journaux télévisés et les émissions d'information politique ne peuvent être parrainés.~~

#### Article 18

~~1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux spots de téléachat, aux spots publicitaires et aux autres formes de publicité, à l'exclusion des fenêtres d'exploitation consacrées au télé-achat au sens de l'article 18 bis, ne doit pas dépasser 20 % du temps de transmission quotidien. Le temps de transmission des messages publicitaires ne doit pas dépasser 15 % du temps de transmission quotidien.~~

~~2.~~ 1. Le pourcentage de temps de transmission consacré aux spots publicitaires et aux **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.**

~~3. Aux fins du présent article, la publicité n'inclut pas:~~

~~— les messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes,~~

~~— les messages de service public et les appels en faveur d'oeuvres de bienfaisance diffusés gratuitement.~~

#### ~~Article 18 bis~~

~~1. Les fenêtres d'exploitation pour les émissions de télé-achat diffusées par une chaîne non exclusivement consacrée au télé-achat ont une durée minimale ininterrompue de quinze minutes.~~

~~2. Le nombre maximal de fenêtres d'exploitation est de huit par jour. Leur durée totale ne doit pas dépasser trois heures par jour. Elles doivent être clairement identifiables en tant que fenêtres de télé-achat grâce à des moyens optiques et acoustiques.~~

#### Article 19

~~Les chapitres I, II, IV, V, VI, VI bis et VII s'appliquent, par analogie, aux chaînes consacrées exclusivement au télé-achat. La publicité est autorisée sur ces chaînes dans les limites quotidiennes fixées à l'article 18 paragraphe 1. L'article 18 paragraphe 2 ne s'applique pas.~~

**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.

#### ~~Article 19 bis~~

~~Les chapitres I, II, IV, V, VI, VI bis et VII s'appliquent, par analogie, aux chaînes consacrées exclusivement à l'autopromotion. D'autres formes de publicité sont autorisées sur ces chaînes dans les limites prévues à l'article 18 paragraphes 1 et 2. La présente disposition est, en particulier, susceptible d'être révisée conformément à l'article 26.~~

#### 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 ~~aux articles 18 et 18 bis~~ à l'article 18 pour les émissions qui sont destinées uniquement au territoire national qui ne peuvent être reçues par le public, 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.

### CHAPITRE V

#### Protection des mineurs et ordre public

#### Article 22

1. Les États membres prennent les mesures appropriées pour que les émissions des organismes de radiodiffusion télévisuelle qui relèvent de leur compétence ne comportent aucun programme susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment des programmes comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuite.

2. Les mesures visées au paragraphe 1 s'étendent également aux autres programmes qui sont susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, sauf s'il est assuré, par le choix de l'heure de l'émission ou par toute mesure technique, que les mineurs se trouvant dans le champ de diffusion ne sont normalement pas susceptibles de voir ou d'entendre ces émissions.

3. En outre, lorsque de tels programmes sont diffusés en clair, les États membres veillent à ce qu'ils soient précédés d'un avertissement acoustique ou à ce qu'ils soient identifiés par la présence d'un symbole visuel tout au long de leur durée.

#### ~~Article 22 bis~~

~~Les États membres veillent à ce que les émissions ne contiennent aucune incitation à la haine pour des raisons de race, de sexe, de religion ou de nationalité.~~

#### ~~Article 22 ter~~

~~1. La Commission accorde, dans le rapport visé à l'article 26, une attention particulière à l'application du présent chapitre.~~

~~2. Dans un délai d'un an à compter de la publication de la présente directive, la Commission mène, en liaison avec les autorités compétentes des États membres, une enquête sur les avantages et les inconvénients possibles d'autres mesures visant à faciliter le contrôle exercé par les parents ou les éducateurs sur les programmes que les mineurs peuvent regarder. Cette enquête porte, entre autres, sur l'opportunité:~~

~~— d'obliger à équiper les nouveaux récepteurs de télévision d'un dispositif technique permettant aux parents et aux éducateurs de filtrer certains programmes,~~

~~— de mettre en place des systèmes de classement appropriés,~~

~~— d'encourager des politiques de télévision familiale et d'autres mesures d'éducation et de sensibilisation,~~

~~— de prendre en compte l'expérience acquise dans ce domaine en Europe et ailleurs, ainsi que les points de vue de parties intéressées, telles qu'organismes de radiodiffusion télévisuelle, producteurs, pédagogues, spécialistes des médias et associations concernées.~~

## CHAPITRE VI

### Droit de réponse

#### Article 23

1. Sans préjudice d'autres dispositions de droit civil, administratif ou pénal adoptées par les États membres, toute personne physique ou morale, sans distinction de nationalité, dont les droits légitimes, en ce qui concerne notamment son honneur et sa réputation, ont été lésés à la suite d'une allégation incorrecte faite au cours d'une émission télévisée, doit pouvoir bénéficier d'un droit de réponse ou de mesures équivalentes. Les États membres veillent à ce que l'exercice effectif du droit de réponse ou des mesures équivalentes ne soit pas entravé par l'imposition de conditions déraisonnables. La réponse est transmise dans un délai raisonnable après justification de la demande, à un moment et d'une manière appropriés en fonction de l'émission à laquelle la demande se rapporte.

2. Le droit de réponse ou les mesures équivalentes peuvent être exercés à l'égard de tous les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de la compétence d'un État membre.

3. Les États membres adoptent les dispositions nécessaires pour établir ce droit ou ces mesures et déterminer la procédure à suivre pour leur exercice. Ils veillent notamment à ce que le délai prévu pour l'exercice du droit de réponse ou des mesures équivalentes soit suffisant et à ce que les modalités soient telles que ce droit ou ces mesures puissent être exercés de façon appropriée par les personnes physiques ou morales résidant ou établies dans d'autres États membres.

4. La demande d'exercice du droit de réponse ou des mesures équivalentes peut être rejetée lorsqu'elle n'est pas justifiée au regard des conditions énoncées au paragraphe 1, qu'elle implique un acte punissable, que sa diffusion engagerait la responsabilité civile de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle ou qu'elle est contraire aux bonnes moeurs.

5. Des procédures de nature à permettre l'introduction d'un recours juridictionnel en cas de litiges portant sur l'exercice du droit de réponse et des mesures équivalentes seront prévues.

## CHAPITRE VI BIS

## Comité de contact

### Article 23 bis

1. Un comité de contact est institué auprès de la Commission. Il est composé de représentants des autorités compétentes des États membres. Il est présidé par un représentant de la Commission et se réunit soit à l'initiative de celui-ci soit à la demande de la délégation d'un État membre.

2. La mission du comité est la suivante:

- a) faciliter la mise en oeuvre effective de la présente directive en organisant des consultations régulières sur tous les problèmes pratiques résultant de son application, en particulier de l'application de son article 2, ainsi que sur les autres thèmes sur lesquels des échanges de vues semblent utiles;
- b) donner des avis de sa propre initiative ou à la demande de la Commission sur l'application par les États membres des dispositions de la présente directive;
- c) être un lieu d'échanges de vues sur les thèmes à aborder dans les rapports que les États membres doivent remettre en vertu de l'article 4 paragraphe 3, sur leur méthodologie, sur le mandat de l'étude indépendante visée à l'article 25 bis, sur l'évaluation des offres y afférentes et sur cette étude elle-même;
- d) discuter des résultats des consultations régulières que la Commission tient avec les représentants des associations de radiodiffuseurs, producteurs, consommateurs, fabricants, prestataires de services, syndicats et la communauté artistique;
- e) faciliter l'échange d'informations entre les États membres et la Commission sur la situation et l'évolution de la réglementation dans le domaine ~~de la radiodiffusion télévisuelle~~ **des services de média audiovisuel**, compte tenu de la politique audiovisuelle menée par la Communauté ainsi que des évolutions pertinentes dans le domaine technique;
- f) examiner toute évolution survenue dans le secteur pour laquelle une concertation semble utile.

### *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.

## CHAPITRE VII

### Dispositions finales

#### Article 24

Pour les domaines qui ne sont pas coordonnés par la présente directive, celle-ci n'affecte pas les droits et obligations des États membres qui découlent des conventions existant en matière de télécommunications et de radiodiffusion télévisuelle.

#### Article 25

~~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 3 octobre 1991. Ils en informent immédiatement la Commission.~~

~~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 25 bis

~~Un réexamen tel que prévu à l'article 4 paragraphe 4, a lieu avant le 30 juin 2002. Il tient compte d'une étude indépendante sur l'impact des mesures concernées aux niveaux communautaire et national.~~

#### Article 26

~~Au plus tard à la fin de la cinquième année à compter de la date d'adoption de la présente directive~~ le [...], puis tous les deux ans, la Commission soumet au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social 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 ~~de la radiodiffusion télévisuelle~~ des services de média audiovisuel, notamment à la lumière des récents progrès technologiques et de la compétitivité du secteur.

#### Article 27

Les États membres sont destinataires de la présente directive.