



UNION EUROPÉENNE

LE PARLEMENT EUROPÉEN

LE CONSEIL

**Bruxelles, le 11 avril 2024
(OR. en)**

**2022/0277 (COD)
LEX 2322**

**PE-CONS 4/1/24
REV 1**

**AUDIO 10
DIGIT 16
CODEC 121
MI 60
DISINFO 7
FREMP 26
COMPET 62
EDPS 3
DATAPROTECT 30
JAI 88
SERVICES 6
POLGEN 13**

**RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL
ÉTABLISSANT UN CADRE COMMUN POUR LES SERVICES DE MÉDIAS
DANS LE MARCHÉ INTÉRIEUR ET MODIFIANT LA DIRECTIVE 2010/13/UE
(RÈGLEMENT EUROPÉEN SUR LA LIBERTÉ DES MÉDIAS)**

RÈGLEMENT (UE) 2024/...
DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

du 11 avril 2024

**établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur
et modifiant la directive 2010/13/UE (règlement européen sur la liberté des médias)**

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

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

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment son article 114,

vu la proposition de la Commission européenne,

après transmission du projet d'acte législatif aux parlements nationaux,

vu l'avis du Comité économique et social européen¹,

vu l'avis du Comité des régions²,

statuant conformément à la procédure législative ordinaire³,

¹ JO C 100 du 16.3.2023, p. 111.

² JO C 188 du 30.5.2023, p. 79.

³ Position du Parlement européen du 13 mars 2024 (non encore parue au Journal officiel) et décision du Conseil du 26 mars 2024.

considérant ce qui suit:

- (1) Les services de médias indépendants jouent un rôle unique dans le marché intérieur. Ils représentent un secteur en mutation rapide et important sur le plan économique, tout en permettant aussi bien aux citoyens qu'aux entreprises d'avoir accès à une pluralité de points de vue et à des sources d'information fiables, remplissant ainsi la fonction d'intérêt général d'"observateur critique" et constituant un élément indispensable dans le processus de formation de l'opinion publique. Les services de médias sont de plus en plus accessibles en ligne et par-delà les frontières, mais ils ne sont pas soumis aux mêmes règles et ne bénéficient pas du même niveau de protection dans tous les États membres. Si certaines questions liées au secteur des médias audiovisuels ont été harmonisées au niveau de l'Union par la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil⁴, le champ d'application et les domaines couverts par cette directive sont limités. En outre, les secteurs de la radio et de la presse ne sont pas couverts par cette directive, malgré leur dimension transfrontière croissante dans le marché intérieur.

⁴ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 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") (JO L 95 du 15.4.2010, p. 1).

- (2) Compte tenu du rôle unique que jouent les services de médias, la protection de la liberté et du pluralisme des médias en tant que deux des principaux piliers de la démocratie et de l'état de droit constitue une caractéristique essentielle du bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Ce marché, incluant les services de médias audiovisuels, la radio et la presse, a profondément changé depuis le début du XXI^e siècle, en devenant de plus en plus numérique et international. S'il offre de nombreuses possibilités économiques, il est également confronté à un certain nombre de défis. L'Union devrait aider le secteur des médias de manière à ce qu'il puisse saisir ces possibilités au sein du marché intérieur, tout en protégeant les valeurs, qui sont communes à l'Union et à ses États membres, telles que la protection des droits fondamentaux.

- (3) Dans l'espace des médias numériques, les citoyens et les entreprises accèdent à des contenus médiatiques et des services de médias, qui sont immédiatement disponibles sur leurs appareils personnels, et les consomment ainsi, de plus en plus souvent dans un cadre transfrontière. Cela vaut pour les services de médias audiovisuels, la radio et la presse, qui sont facilement accessibles sur l'internet par exemple via des podcasts en ligne ou via des portails d'information. La disponibilité de contenus dans un certain nombre de langues et la facilité avec laquelle ils sont accessibles au moyen de dispositifs intelligents, tels que les smartphones ou les tablettes, renforcent la dimension transfrontalière des services de médias, telle qu'elle a été établie dans un arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne⁵ (ci-après dénommée "Cour de justice"). Cette dimension est favorisée par l'utilisation et l'acceptation croissantes d'outils de traduction ou de sous-titrage automatiques, qui réduisent les barrières linguistiques au sein du marché intérieur, et par la convergence des différents types de médias, qui combinent contenus audiovisuels et non audiovisuels dans une même offre.

⁵ Arrêt de la Cour de justice du 12 décembre 2006, Allemagne/Parlement et Conseil, C-380/03, ECLI:EU:C:2006:772, points 53 et 54.

- (4) Toutefois, le marché intérieur des services de médias n'est pas suffisamment intégré, et souffre d'un certain nombre de défaillances du marché qui sont aggravées par la numérisation. Premièrement, les plateformes en ligne mondiales servent de points d'accès vers les contenus médiatiques, en suivant des modèles économiques qui tendent à faire disparaître les intermédiaires pour l'accès aux services de médias et à amplifier les contenus clivants et la désinformation. Ces plateformes constituent en outre des fournisseurs essentiels de publicité en ligne, ce qui détourne des ressources financières du secteur des médias, affectant la viabilité financière de ce secteur et, partant, la diversité des contenus proposés. Les services de médias étant des services à forte intensité de connaissance et de capital, ils nécessitent une certaine envergure pour rester compétitifs, répondre aux besoins de leurs publics et prospérer dans le marché intérieur. À cette fin, la possibilité d'offrir des services par-delà les frontières et d'obtenir aussi des investissements dans ou de la part d'autres États membres est particulièrement importante. Deuxièmement, plusieurs restrictions nationales entravent la libre circulation au sein du marché intérieur. En particulier, des règles et approches nationales différentes en matière de pluralisme des médias et d'indépendance éditoriale, une coopération insuffisante entre les autorités nationales ou les organismes nationaux de régulation et une allocation opaque et inéquitable des ressources économiques publiques et privées font qu'il est difficile pour les acteurs sur les marchés des médias d'opérer et de s'étendre au-delà des frontières nationales et entraînent des conditions de concurrence inégales dans l'Union. Troisièmement, le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias **est** compromis par des fournisseurs, y compris ceux contrôlés par certains pays tiers, qui pratiquent systématiquement la désinformation ou la manipulation de l'information et l'ingérence, et qui utilisent les libertés offertes par le marché intérieur à des fins abusives, mettant ainsi en péril le bon fonctionnement de la dynamique du marché.

- (5) La fragmentation des règles et des approches, qui caractérise le marché des médias de l'Union, a une incidence négative à des degrés divers sur les conditions dans lesquelles les fournisseurs de services de médias exercent leurs activités économiques au sein du marché intérieur dans différents secteurs, y compris les secteurs de l'audiovisuel, de la radio et de la presse, et compromet leur capacité à opérer par-delà les frontières ou à établir des activités dans d'autres États membres. Les mesures et les procédures nationales pourraient favoriser le pluralisme des médias dans un État membre, mais les divergences et le manque de coordination entre les mesures et les procédures nationales des États membres pourraient entraîner une insécurité juridique et des coûts supplémentaires pour les entreprises de médias désireuses d'accéder à de nouveaux marchés, et donc empêcher celles-ci de bénéficier de l'ampleur du marché intérieur des services de médias. En outre, les mesures nationales discriminatoires ou protectionnistes affectant le fonctionnement des entreprises de médias découragent les investissements transfrontières dans le secteur des médias et, dans certains cas, pourraient contraindre les entreprises de médias qui exercent déjà des activités sur un marché donné à se retirer de celui-ci. Ces obstacles affectent les entreprises exerçant des activités tant dans le secteur de la radiodiffusion, y compris l'audiovisuel et la radio, que dans celui de la presse. Bien que la fragmentation des garanties de l'indépendance éditoriale concerne tous les secteurs des médias, elle touche plus particulièrement le secteur de la presse, étant donné que les approches nationales en matière de régulation ou d'autorégulation diffèrent davantage en ce qui concerne la presse.

- (6) Le marché intérieur des services de médias pourrait également pâtir du manque d'outils de coopération réglementaire entre les autorités ou organismes de régulation nationaux. Une telle coopération est essentielle pour faire en sorte que les acteurs du marché des médias, souvent actifs dans différents secteurs des médias, qui pratiquent systématiquement la désinformation ou la manipulation de l'information et l'ingérence, ne bénéficient pas de l'ampleur du marché intérieur des services de médias. En outre, si une allocation biaisée de ressources économiques, notamment sous la forme de publicité d'État, est utilisée pour subventionner de manière déguisée les médias dans tous les secteurs des médias, elle tend à avoir des incidences particulièrement négatives sur la presse, qui a été affaiblie par la diminution des recettes publicitaires. Les défis découlant de la transformation numérique réduisent également la capacité des entreprises de tous les secteurs des médias, en particulier des plus petites d'entre elles dans les secteurs de la radio et de la presse, à rivaliser sur un pied d'égalité avec les plateformes en ligne, qui jouent un rôle essentiel dans la distribution en ligne de contenus.
- (7) En réaction aux menaces qui pèsent sur le pluralisme et la liberté des médias en ligne, certains États membres ont adopté des mesures réglementaires, et d'autres pourraient leur emboîter le pas. Cela risque d'aggraver les divergences entre les approches nationales et de restreindre davantage la libre circulation dans le marché intérieur. Par conséquent, il est nécessaire d'harmoniser certains aspects des règles nationales relatives au pluralisme des médias et à l'indépendance éditoriale, ce qui permettra de garantir des normes élevées dans ce domaine.

- (8) Les destinataires de services de médias dans l'Union, à savoir les personnes physiques qui sont ressortissantes d'États membres ou qui bénéficient de droits conférés par le droit de l'Union et les personnes morales établies dans l'Union, devraient pouvoir disposer dans le marché intérieur de contenus médiatiques pluralistes produits dans le respect de la liberté éditoriale. Cela est essentiel pour encourager le débat public et la participation citoyenne, étant donné qu'un large éventail de sources d'information fiables et un journalisme de qualité permettent aux citoyens de faire des choix éclairés, y compris en ce qui concerne l'état de leurs démocraties. Cela est également essentiel pour assurer la diversité culturelle et linguistique au sein de l'Union, compte tenu du rôle que jouent les services de médias en tant que vecteurs d'expression culturelle. Les États membres devraient respecter le droit à une pluralité de contenus médiatiques et contribuer à un environnement médiatique favorable en veillant à ce que des conditions-cadres pertinentes soient en place. Cette approche fait écho au droit de recevoir et de communiquer des informations et à l'obligation de respecter la liberté et le pluralisme des médias, en vertu de l'article 11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (ci-après dénommée "Charte"), lu en liaison avec son article 22, qui exige que l'Union respecte la diversité culturelle, religieuse et linguistique. Il convient en outre, tout en encourageant le flux transfrontière de services de médias, d'assurer un niveau minimal de protection des destinataires de services de médias dans le marché intérieur. Dans le rapport final de la Conférence sur l'avenir de l'Europe, les citoyens ont exhorté l'Union à promouvoir davantage l'indépendance et le pluralisme des médias, notamment en introduisant une législation visant à lutter contre les menaces qui pèsent sur l'indépendance des médias au moyen de normes minimales applicables dans l'ensemble de l'Union.

Il est donc nécessaire d'harmoniser certains aspects des règles nationales relatives aux services de médias, en tenant compte également de l'article 167 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, qui réaffirme l'importance du respect de la diversité nationale et régionale des États membres. Toutefois, les États membres devraient avoir la possibilité d'adopter des règles plus détaillées ou plus strictes dans certains domaines, à condition que ces règles assurent un niveau plus élevé de protection du pluralisme des médias ou de l'indépendance éditoriale, conformément au présent règlement, qu'elles soient conformes au droit de l'Union et que les États membres ne restreignent pas la libre circulation des services de médias en provenance d'autres États membres respectant les règles établies dans ces domaines. Les États membres devraient également conserver la possibilité de maintenir ou d'adopter des mesures visant à préserver le pluralisme des médias ou l'indépendance éditoriale au niveau national en ce qui concerne des aspects non couverts par le présent règlement, dans la mesure où ces mesures sont conformes au droit de l'Union, y compris au règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil⁶. Il convient également de rappeler que le présent règlement respecte les compétences des États membres visées à l'article 4, paragraphe 2, du traité sur l'Union européenne, en particulier leurs compétences concernant le respect des fonctions essentielles de l'État.

⁶ Règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques) (JO L 277 du 27.10.2022, p. 1).

- (9) Aux fins du présent règlement, la définition de "service de médias" devrait être limitée aux services tels que définis par le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne et devrait donc englober toutes les formes d'activité économique. La définition de "service de médias" devrait couvrir, en particulier, la radiodiffusion sonore et télévisuelle, les services de médias audiovisuels à la demande, les services audio à la demande et les publications de presse. Elle devrait exclure le contenu généré par l'utilisateur et téléchargé sur une plateforme en ligne, à moins que ce contenu ne constitue une activité professionnelle normalement exercée en échange d'une contrepartie (qu'elle soit financière ou d'une autre nature). Elle devrait également exclure la correspondance strictement privée, par exemple les courriers électroniques, et tous les services n'ayant pas pour objet principal la fourniture de programmes ou de publications de presse, c'est-à-dire ceux dont le contenu est secondaire et ne constitue pas leur finalité principale, tels que les publicités ou les informations relatives à un produit ou à un service fourni par des sites internet n'offrant pas de services de médias. La communication d'entreprise et la distribution de matériels informatifs ou promotionnels pour des entités publiques ou privées devraient être exclues du champ d'application de la définition. En outre, étant donné que les activités des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur peuvent prendre différentes formes, la définition de fournisseur de service de médias devrait couvrir un large éventail d'acteurs professionnels des médias relevant du champ de la définition de services de médias, y compris les indépendants.

- (10) Les fournisseurs de médias de service public devraient s'entendre comme ceux qui sont investis d'une mission de service public et reçoivent en même temps un financement public pour l'exécution de cette mission. Cette définition ne devrait pas couvrir les entreprises de médias privées qui ont accepté d'exécuter, dans le cadre d'une partie limitée de leurs activités, certaines tâches spécifiques d'intérêt général moyennant paiement.
- (11) Sur le marché des médias numérique, les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne pourraient relever de la définition de "fournisseur de service de médias". En général, ces fournisseurs jouent un rôle essentiel dans l'organisation des contenus, y compris par des moyens automatisés ou grâce à des algorithmes, mais n'exercent pas de responsabilité éditoriale sur les contenus auxquels ils donnent accès. Toutefois, dans un environnement médiatique de plus en plus convergent, certains fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou fournisseurs de très grandes plateformes en ligne ont commencé à exercer un contrôle éditorial sur une ou plusieurs parties de leurs services. Dès lors, lorsque ces fournisseurs exercent un contrôle éditorial sur une ou plusieurs parties de leurs services, ils pourraient être qualifiés à la fois de fournisseur de plateforme de partage de vidéos ou de fournisseur de très grande plateforme en ligne et de fournisseur de services de médias.

- (12) La définition de la mesure de l'audience devrait englober les systèmes de mesure élaborés conformément aux normes sectorielles adoptées au sein des organisations d'autorégulation, telles que les commissions sectorielles paritaires, ainsi que les systèmes de mesure élaborés en dehors des approches d'autorégulation. Ces derniers sont généralement déployés par certains acteurs en ligne, y compris des plateformes en ligne, qui procèdent eux-mêmes à la mesure de l'audience ou qui proposent au marché leurs systèmes de mesure propriétaire de l'audience, sans respecter les normes communément acceptées ou les bonnes pratiques. Compte tenu de l'incidence importante qu'ont ces systèmes de mesure de l'audience sur les marchés de la publicité et des médias, il y a lieu d'en tenir compte dans le présent règlement. En particulier, la capacité de donner accès à des contenus médiatiques et de soumettre leurs utilisateurs à de la publicité permet aux plateformes en ligne de concurrencer les fournisseurs de services de médias dont elles distribuent les contenus. Par conséquent, la définition de "mesure de l'audience" devrait s'entendre comme incluant les systèmes de mesure qui permettent la collecte, l'interprétation ou un autre traitement des informations concernant l'utilisation de contenus médiatiques et de contenus créés par des utilisateurs sur des plateformes en ligne qui sont principalement utilisées pour accéder à ces contenus. Cela garantirait que les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience, qui sont des intermédiaires intervenant dans la distribution de contenus, soient transparents quant à leurs activités de mesure de l'audience, ce qui renforcerait la capacité des fournisseurs de services de médias et des annonceurs à faire des choix éclairés.

- (13) La publicité d'État, telle qu'elle est définie dans le présent règlement, devrait s'entendre au sens large comme couvrant les activités promotionnelles ou autopromotionnelles, les messages publics ou les campagnes d'information entreprises par ou pour un large éventail d'autorités ou d'entités publiques, ou au nom de celles-ci, y compris des gouvernements nationaux ou infranationaux, des autorités ou des organismes de régulation et des entités contrôlées par des pouvoirs publics nationaux ou infranationaux. Ce contrôle peut découler des droits, contrats ou autres moyens qui confèrent la possibilité d'exercer une influence déterminante sur une entité. En particulier, la détention du capital ou le droit de jouissance sur tout ou partie des biens d'une entité, ou les droits ou les contrats qui confèrent une influence déterminante sur la composition, les délibérations ou les décisions des organes d'une entité sont des facteurs pertinents, comme le prévoit l'article 3, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil⁷. Toutefois, la définition de la publicité d'État ne devrait pas inclure les messages officiels qui sont justifiés par une raison impérieuse d'intérêt général, tels que les messages d'urgence diffusés par les autorités ou entités publiques qui sont nécessaires, par exemple, en cas de catastrophe naturelle ou crise sanitaire, d'accident ou d'autre incident soudain susceptible de causer des dommages à des particuliers. Lorsque la situation d'urgence a pris fin, les messages qui concernent cette urgence et qui sont placés, promus, publiés ou diffusés contre paiement ou pour toute autre considération devraient être considérés comme de la publicité d'État.

⁷ Règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (le "règlement CE sur les concentrations") (JO L 24 du 29.1.2004, p. 1).

- (14) Afin que la société récolte les bénéfices du marché intérieur des services de médias, il est essentiel non seulement de garantir les libertés fondamentales au titre des traités, mais aussi la sécurité juridique qui est nécessaire pour pouvoir tirer bénéfice d'un marché intégré et développé. Dans un marché intérieur qui fonctionne bien, les destinataires des services de médias devraient pouvoir accéder à des services de médias de qualité, qui ont été produits par des journalistes de manière indépendante et conformément aux normes éthiques et journalistiques et qui fournissent par conséquent des informations fiables. Cela est particulièrement important pour les contenus d'information et d'actualité, qui comprennent une large catégorie de contenus revêtant un intérêt politique, sociétal ou culturel (au niveau local, national ou international). Les contenus d'information et d'actualité sont susceptibles de jouer un rôle majeur dans la formation de l'opinion publique et ont une incidence directe sur la participation démocratique et le bien-être de la société. Dans ce contexte, les contenus d'information et d'actualité devraient s'entendre comme couvrant tout type de contenu d'information et d'actualité, quelle que soit la forme qu'il revêt. Les contenus d'information et d'actualité peuvent atteindre des publics sous divers formats, tels que les documentaires, les magazines ou les émissions-débat, et peuvent être diffusés de diverses manières, y compris par téléchargement sur des plateformes en ligne. Les services de médias de qualité représentent également un antidote contre la désinformation et la manipulation de l'information et l'ingérence étrangères. Il convient également de garantir l'accès à ces services en déjouant les tentatives de réduction au silence des journalistes, qui vont des menaces et du harcèlement à la censure en passant par la suppression d'opinions dissidentes, manœuvres qui pourraient limiter la libre circulation de l'information dans la sphère publique en réduisant la qualité et la pluralité de celle-ci. Ce droit à la pluralité de contenus médiatiques ne suppose pas l'obligation correspondante pour un fournisseur de service de médias d'adhérer à des normes non expressément énoncées par le droit.

- (15) Le présent règlement n'affecte en rien la liberté d'expression et d'information garantie aux particuliers par la Charte. La Cour européenne des droits de l'homme a observé que, dans un secteur aussi sensible que celui des médias audiovisuels, au devoir négatif de non-ingérence s'ajoute pour les pouvoirs publics une obligation positive de mettre en place un cadre législatif et administratif approprié pour garantir un pluralisme effectif des médias⁸.
- (16) La libre circulation d'informations fiables est essentielle au bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias. La fourniture de services de médias ne devrait donc faire l'objet d'aucune restriction contraire au présent règlement ou à d'autres règles du droit de l'Union, telles que la directive 2010/13/UE, qui prévoit des mesures nécessaires à la protection des utilisateurs contre les contenus illégaux ou préjudiciables. Des restrictions pourraient également provenir de mesures appliquées par des autorités publiques nationales en conformité avec le droit de l'Union.
- (17) La protection de l'indépendance éditoriale constitue une condition préalable à l'exercice de l'activité du fournisseur de service de médias et à son intégrité professionnelle dans un environnement médiatique sûr. L'indépendance éditoriale est particulièrement importante pour les fournisseurs de services de médias qui publient des contenus d'information et d'actualité, compte tenu du rôle sociétal que jouent ces contenus en tant que biens publics. Les fournisseurs de services de médias devraient être en mesure d'exercer librement leurs activités économiques dans le marché intérieur et de se livrer concurrence sur un pied d'égalité dans un environnement se déployant de plus en plus en ligne, dans lequel l'information circule au-delà des frontières.

⁸ Affaire Centro Europa 7 S.R.L. et Di Stefano c. Italie (GC), requête n° 38433/09, point 134, ECHR 2012.

- (18) Les États membres ont adopté différentes approches afin d'assurer la protection de l'indépendance et de la liberté éditoriales, qui est de plus en plus menacée dans l'ensemble de l'Union. En particulier, on constate une ingérence croissante dans les décisions éditoriales des fournisseurs de services de médias de plusieurs États membres. Cette ingérence peut être directe ou indirecte et provenir de l'État ou d'autres acteurs, y compris des autorités publiques, des élus, des représentants du gouvernement et des politiciens, par exemple pour obtenir un avantage politique. Les actionnaires et les autres parties privées possédant une participation dans une société fournissant des services de médias pourraient agir d'une manière qui rompt l'équilibre nécessaire entre leurs propres libertés d'entreprise et d'expression, d'une part, et la liberté d'expression éditoriale et les droits à l'information des utilisateurs, d'autre part, afin d'obtenir un avantage économique ou autre. Compte tenu du rôle sociétal des médias, cette ingérence induite pourrait avoir une incidence négative sur le processus de formation de l'opinion publique. En outre, les tendances récentes de la distribution et de la consommation de médias, y compris, en particulier, dans l'environnement en ligne, ont incité les États membres à envisager l'adoption de législations qui visent à réguler l'offre de contenus médiatiques. Les approches suivies par les fournisseurs de services de médias pour garantir l'indépendance éditoriale varient elles aussi. Cette ingérence et cette fragmentation de la régulation et des approches ont une incidence négative sur les conditions dans lesquelles les fournisseurs de services de médias exercent leurs activités économiques et, en fin de compte, sur la qualité des services de médias dont bénéficient les citoyens et les entreprises dans le marché intérieur. Il est donc nécessaire de mettre en place des garde-fous efficaces permettant l'exercice de la liberté éditoriale dans toute l'Union, de manière que les fournisseurs de services de médias puissent produire et distribuer en toute indépendance leurs contenus par-delà les frontières et que les destinataires des services de médias puissent recevoir ces contenus.

- (19) Les journalistes et les rédacteurs sont les principaux acteurs de la production et de l'offre de contenus médiatiques fiables, un rôle qu'ils remplissent notamment en publiant des contenus d'information ou d'actualité. Les sources constituent la "matière première" des journalistes: elles sont à la base de la production de contenus médiatiques, en particulier de contenus d'information et d'actualité. Il est donc essentiel de protéger la capacité des journalistes à recueillir, vérifier et analyser les informations, en particulier les informations transmises ou communiquées de manière confidentielle, tant hors ligne qu'en ligne, qui se rapportent à des sources journalistiques ou permettent de les identifier. Les fournisseurs de services de médias et leur équipe rédactionnelle, en particulier les journalistes (notamment ceux qui exercent leur activité sous des formes atypiques, telles que les indépendants) devraient pouvoir compter sur une solide protection des sources journalistiques et des communications confidentielles, y compris la protection contre les ingérences indues et le déploiement de technologies de surveillance. L'absence d'une telle protection risquerait de décourager la libre circulation des sources vers les fournisseurs de services de médias et, par conséquent, d'entraver le libre exercice de l'activité économique par les fournisseurs de services de médias, au détriment de l'information du public, y compris sur des questions d'intérêt général. La liberté des journalistes d'exercer leur activité économique et de remplir leur rôle crucial d'"observateur critique" risquerait, par conséquent, d'être compromise par de tels obstacles, ce qui affecte l'accès à des services de médias de qualité.

- (20) Afin d'éviter le contournement de la protection des sources journalistiques et des communications confidentielles et de garantir un respect adéquat de la vie privée et familiale, du domicile et des communications conformément à la Charte, des garanties devraient également s'appliquer aux personnes qui, en raison de leurs relations privées ou professionnelles régulières avec des fournisseurs de services de médias ou des membres de leur équipe rédactionnelle, sont susceptibles de détenir des informations qui pourraient permettre d'identifier des sources journalistiques ou des communications confidentielles. Cela devrait inclure les personnes vivant en relations étroites au sein d'un ménage commun et de manière stable et continue, et les personnes qui participent ou ont participé professionnellement à la préparation, la production ou la diffusion de programmes ou de publications de presse, et qui ne sont ciblées qu'en raison de leurs liens étroits avec des fournisseurs de services de médias, des journalistes ou d'autres membres de l'équipe rédactionnelle. La protection des sources journalistiques et des communications confidentielles devrait également bénéficier au personnel des fournisseurs de services de médias, tel que le personnel technique, y compris les experts en cybersécurité, qui pourrait être ciblé compte tenu du rôle important de soutien qu'il joue auprès des journalistes dans le cadre de leur travail quotidien, ce qui nécessite des solutions pour garantir la confidentialité du travail des journalistes, et de la probabilité qui en résulte qu'il ait accès à des informations concernant des sources journalistiques ou des communications confidentielles.

- (21) La protection des sources journalistiques et des communications confidentielles est conforme à la protection du droit fondamental consacré à l'article 11 de la Charte et y contribue. Elle est également essentielle pour préserver le rôle d'"observateur critique" qu'assurent les fournisseurs de services de médias et, en particulier, les journalistes d'investigation dans les sociétés démocratiques, et pour faire respecter l'état de droit. Compte tenu de cela, la garantie d'un niveau adéquat de protection des sources journalistiques et des communications confidentielles exige que les mesures permettant d'obtenir ces informations soient autorisées par une autorité qui peut évaluer, de manière indépendante et impartiale, si cela est justifié par une raison impérieuse d'intérêt général, par exemple une juridiction, un juge, un procureur dans l'exercice de ses fonctions juridictionnelles, ou toute autre autorité compétente pour autoriser ces mesures conformément au droit national. Cela exige également que les mesures de surveillance fassent l'objet d'un réexamen régulier par cette autorité afin de vérifier si les conditions justifiant l'utilisation des mesures en question continuent d'être remplies. Cette exigence est également remplie lorsque le réexamen régulier vise à vérifier si les conditions justifiant une prolongation de l'autorisation d'utilisation des mesures ont été remplies.

- (22) Il convient également de rappeler que, conformément à la jurisprudence constante de la Cour européenne des droits de l'homme, un droit à une protection juridictionnelle effective suppose, en principe, d'être informé en temps utile, sans compromettre l'efficacité des enquêtes en cours, des mesures de surveillance prises à l'insu de la personne concernée afin d'exercer effectivement ce droit. Afin de renforcer encore ce droit, il importe que les fournisseurs de services de médias, les journalistes et les personnes entretenant des relations régulières ou professionnelles avec eux puissent compter sur une assistance adéquate lorsqu'elles exercent ce droit. Cette assistance pourrait être de nature juridique, financière ou autre, comme par exemple la fourniture d'informations sur les voies de recours judiciaires disponibles. Cette assistance pourrait être effectivement fournie, par exemple, par une autorité ou un organisme indépendant ou, en l'absence d'une telle autorité ou d'un tel organisme, par un organisme ou un mécanisme d'autorégulation. Le présent règlement n'a pas pour objectif d'harmoniser les notions de "placer en détention", "soumettre à une inspection", "soumettre à une perquisition ou à une saisie" ou "soumettre à une surveillance".

- (23) La protection des sources journalistiques et des communications confidentielles est actuellement réglementée de manière hétérogène dans les États membres. Certains États membres garantissent une protection absolue contre les pressions exercées sur les journalistes pour les contraindre à divulguer dans les procédures pénales et administratives des informations identifiant leurs sources, y compris des communications détenues en vertu d'une promesse de confidentialité. D'autres États membres offrent une protection conditionnelle, limitée aux procédures judiciaires fondées sur certaines incriminations pénales, tandis que d'autres encore assurent une protection sous la forme d'un principe général. Cela entraîne une fragmentation dans le marché intérieur des services de médias ainsi que des normes hétérogènes de protection des sources journalistiques et des communications confidentielles dans l'ensemble de l'Union. À cette fin, le présent règlement introduit des normes minimales communes de protection des sources journalistiques et des communications confidentielles en ce qui concerne les mesures coercitives utilisées par les États membres pour obtenir ces informations. Aux fins d'une protection efficace des sources journalistiques et des communications confidentielles, les États membres ne devraient pas prendre de telles mesures, notamment le déploiement de logiciels de surveillance intrusifs, à l'égard des fournisseurs de services de médias, de leur équipe rédactionnelle ou de toute personne qui, en raison de sa relation régulière ou professionnelle avec un fournisseur de service de médias ou son équipe rédactionnelle, pourrait disposer d'informations se rapportant à des sources journalistiques ou des communications confidentielles ou permettant de les identifier.

- (24) Les professionnels des médias, en particulier les journalistes et autres professionnels des médias participant à des activités éditoriales travaillent de plus en plus sur des projets transfrontières et fournissent leurs services à des publics internationaux et, par extension, à des fournisseurs de services de médias. Par conséquent, les fournisseurs de services de médias risquent de rencontrer des obstacles, une insécurité juridique et des conditions de concurrence hétérogènes. Partant, la protection des sources journalistiques et des communications confidentielles doit être harmonisée et consolidée au niveau de l'Union. Cela devrait s'entendre sans préjudice d'une protection accrue ou absolue au niveau national.

- (25) Les logiciels de surveillance intrusifs, y compris en particulier ce que l'on appelle communément les "logiciels espions", représentent une forme particulièrement invasive de surveillance des professionnels des médias et de leurs sources. Ils peuvent être déployés pour enregistrer secrètement des appels ou pour utiliser le microphone d'un appareil d'un utilisateur final, filmer ou photographier des personnes physiques, des machines ou leur environnement, copier des messages, accéder à des données relatives à des contenus chiffrés, suivre les activités de navigation, géolocaliser ou collecter d'autres données de capteurs, ou suivre les activités sur plusieurs appareils d'utilisateurs finaux. Ils ont des effets dissuasifs sur le libre exercice des activités économiques dans le secteur des médias. Ils compromettent, en particulier, la relation de confiance entre les journalistes et leurs sources, qui est essentielle à la profession de journaliste. Compte tenu de la nature numérique et intrusive de tels logiciels et de l'utilisation d'appareils par-delà les frontières, leur incidence est particulièrement néfaste sur l'exercice des activités économiques des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur. Il est donc nécessaire de veiller à ce que les fournisseurs de services de médias, y compris les journalistes, qui exercent leur activité dans le marché intérieur des services de médias puissent s'appuyer sur une protection harmonisée solide contre le déploiement de logiciels de surveillance intrusifs dans l'Union, y compris lorsque les autorités des États membres ont recours à des parties privées pour leur déploiement.

- (26) Les logiciels de surveillance intrusifs ne devraient être déployés que lorsque cela est justifié par une raison impérieuse d'intérêt général, prévu par le droit de l'Union ou le droit national, conforme à l'article 52, paragraphe 1, de la Charte, tel qu'il est interprété par la Cour de justice, et à d'autres dispositions du droit de l'Union, autorisé ex ante ou, dans des cas exceptionnels et urgents, confirmé ultérieurement par une autorité judiciaire ou une autorité décisionnelle indépendante et impartiale, s'il intervient dans le cadre d'enquêtes relatives à des infractions énumérées à l'article 2, paragraphe 2, de la décision-cadre 2002/584/JAI du Conseil⁹ passibles dans l'État membre concerné d'une peine ou d'une mesure de sûreté privative de liberté d'une durée maximale d'au moins trois ans, ou d'une enquête relative à d'autres infractions graves passibles dans l'État membre concerné d'une peine ou d'une mesure de sûreté privative de liberté d'un maximum d'au moins cinq ans, conformément au droit national de cet État membre, et à condition qu'aucune autre mesure moins restrictive ne soit adéquate et suffisante pour obtenir les informations recherchées. Conformément au principe de proportionnalité, des limitations ne peuvent être apportées aux droits et libertés d'un individu que si elles sont nécessaires et répondent effectivement à des objectifs d'intérêt général reconnus par l'Union. Ainsi, s'agissant spécifiquement du déploiement d'un logiciel de surveillance intrusif, il convient de s'assurer que l'infraction en cause atteint un seuil de gravité, comme le prévoit le présent règlement, qu'à la suite d'une appréciation individuelle de toutes les circonstances pertinentes d'une affaire donnée, l'enquête et les poursuites relatives à cette infraction justifient, l'ingérence particulièrement intrusive dans les droits fondamentaux et les libertés économiques au moyen d'un logiciel de surveillance intrusif, qu'il existe des preuves suffisantes que l'infraction en question a été commise et que le déploiement d'un logiciel de surveillance intrusif est pertinent aux fins de l'établissement des faits liés à l'enquête et aux poursuites relatives à cette infraction.

⁹ Décision-cadre 2002/584/JAI du Conseil du 13 juin 2002 relative au mandat d'arrêt européen et aux procédures de remise entre États membres (JO L 190 du 18.7.2002, p. 1).

- (27) Les fournisseurs de médias de service public membres jouent un rôle particulier dans le marché intérieur des services de médias, en veillant, dans le cadre de leur mission, telle que définie au niveau national conformément au protocole n° 29 sur le système de radiodiffusion publique dans les États membres, annexé au traité sur l'Union européenne et au traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, à ce que les citoyens et les entreprises aient accès à une offre de contenus diversifiée, notamment à des informations de qualité et à une couverture médiatique impartiale et équilibrée. Ils jouent un rôle important dans la défense du droit fondamental à la liberté d'expression et d'information, en permettant aux citoyens de chercher et de recevoir des informations diverses et en promouvant les valeurs de démocratie, de diversité culturelle et de cohésion sociale. Ils offrent un espace pour le débat public et un moyen de promouvoir une participation démocratique accrue des citoyens. L'indépendance des fournisseurs de médias de service public est primordiale en période électorale, puisqu'elle permet aux citoyens d'avoir accès à des informations impartiales et de qualité. Toutefois, les fournisseurs de médias de service public peuvent être particulièrement exposés au risque d'ingérence, compte tenu de leur proximité institutionnelle avec l'État et du financement public qu'ils reçoivent. Ce risque est exacerbé par des garanties hétérogènes en matière de couverture équilibrée et de gouvernance indépendante par les fournisseurs de médias de service public dans l'Union. La communication de la Commission du 13 juillet 2022 intitulée "Rapport 2022 sur l'état de droit" ainsi que l'instrument de suivi du pluralisme des médias de 2022 du Centre pour le pluralisme et la liberté des médias confirment la fragmentation de ces garanties et mettent en évidence les risques découlant d'un financement insuffisant. Ainsi que l'Observatoire européen de l'audiovisuel l'a montré dans son rapport de 2022 intitulé "Gouvernance et indépendance des médias de service public" (ci-après dénommé "rapport de l'OEA"), les garanties pour l'indépendance du fonctionnement des fournisseurs de médias de service public varient d'un État membre à l'autre et diffèrent quant à leur étendue et leur niveau de détail selon les approches nationales.

- (28) Les cadres juridiques visant à assurer une couverture équilibrée par les fournisseurs de médias de service public varient d'un État membre à l'autre. En outre, les règles varient également d'un État membre à l'autre en ce qui concerne la nomination et la révocation du personnel de direction des médias de service public. Par exemple, tandis que la plupart des ordres juridiques nationaux énoncent plusieurs motifs de licenciement, d'autres ne prévoient pas de règles spécifiques. Lorsque des règles existent, elles sont, dans certains cas, insuffisantes ou inefficaces dans la pratique. Il existe également dans certains États membres des cas de réformes législatives qui ont renforcés le contrôle gouvernemental des médias de service public, y compris en ce qui concerne la nomination des dirigeants ou des membres du conseil d'administration des médias de service public. Les approches visant à garantir l'adéquation et la prévisibilité du financement des fournisseurs de médias de service public divergent également d'un État membre à l'autre. L'absence ou l'insuffisance de garde-fous entraînent des risques d'ingérence politique dans la ligne éditoriale ou la gouvernance des médias de service public. L'absence de garde-fous pour l'indépendance des fournisseurs de médias de service public ou leur l'insuffisance d pourrait également entraîner un manque de stabilité dans le financement, ce qui expose les fournisseurs de médias de service public à un risque de contrôle politique ou de contrôle politique accru. Cela pourrait conduire à des reportages partiels ou à une couverture médiatique biaisée par les fournisseurs de médias de service public, à des cas d'ingérence du gouvernement dans la nomination ou la révocation de leur personnel de direction, à des ajustements arbitraires ou à un financement instable des fournisseurs de médias de service public. Tout cela a une incidence négative sur l'accès à des services de médias indépendants et impartiaux, ce qui porte atteinte au droit à la liberté d'expression consacré à l'article 11 de la Charte et pourrait entraîner des distorsions de concurrence dans le marché intérieur des services de médias, y compris pour les fournisseurs de médias de service public établis dans d'autres États membres.

- (29) Dans les environnements médiatiques nationaux caractérisés par la coexistence de fournisseurs de services de médias publics et privés, les fournisseurs de médias de service public contribuent à la promotion du pluralisme des médias et favorisent la concurrence dans ce secteur en produisant un large éventail de contenus qui répondent à une diversité d'intérêts, de perspectives et de groupes démographiques ainsi qu'en offrant d'autres points de vue et choix de programmes, ce qui permet de proposer une offre riche et unique. Les fournisseurs de médias de service public sont en concurrence avec les entreprises de médias privées et les plateformes en ligne, y compris celles établies dans d'autres États membres, pour le public et, le cas échéant, pour les ressources publicitaires. Cela concerne les radiodiffuseurs commerciaux, dans les secteurs tant audiovisuel que radiophonique, ainsi que les éditeurs, et c'est particulièrement vrai pour l'environnement actuel des médias numériques, dans lequel tous les médias s'étendent à la sphère en ligne et fournissent de plus en plus leurs services par-delà les frontières. Lorsqu'un marché des médias, à la fois double et concurrentiel, ce qui est caractéristique de grandes parties de l'Union, fonctionne bien, il garantit une offre diversifiée et qualitative de services de médias dans tous les secteurs. Toutefois, lorsque le financement public ne sert pas à accomplir une mission qui bénéficie à tous les téléspectateurs, mais sert plutôt à se mettre au service d'opinions partisans en raison d'une ingérence politique dans la gouvernance ou la ligne éditoriale, les conditions des échanges et la concurrence dans l'Union pourraient s'en trouver affectées dans une mesure contraire à l'intérêt commun. Le Tribunal de première instance a confirmé que la radiodiffusion de service public définie d'une manière large ne saurait voir son financement par l'État déclaré conforme aux dispositions du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne sur les aides d'État que pour autant que les exigences qualitatives exprimées dans le mandat de service public sont respectées¹⁰.

¹⁰ Arrêt du Tribunal de première instance du 26 juin 2008, *SIC/Commission*, T-442/03, ECLI:EU:T:2008:228, point 211.

- (30) Si le risque lié à ce que l'on appelle communément la "capture des médias" se pose pour l'ensemble du marché des services de médias, les fournisseurs de médias de service public y sont particulièrement exposés, compte tenu de leur proximité avec l'État. Le fait que les garanties soient incohérentes ou insuffisantes pour le fonctionnement indépendant des fournisseurs de médias de service public pourrait empêcher ou décourager les fournisseurs de services de médias d'autres États membres d'opérer sur un marché des médias donné ou d'y entrer. Alors que les entreprises de médias indépendantes investissent leurs ressources dans des reportages de qualité qui sont conformes aux normes journalistiques, certains fournisseurs de médias de service public "capturés" qui ne respectent pas ces normes pourraient fournir des informations déséquilibrées, tout en étant subventionnés par l'État. L'avantage concurrentiel que les médias indépendants peuvent obtenir grâce à des reportages indépendants pourrait être réduit, étant donné que les fournisseurs de médias de service public capturés pourraient conserver indûment leur position sur le marché. Les marchés des médias politisés peuvent affecter les marchés de la publicité dans leur ensemble, étant donné que les entreprises doivent tenir compte de la politique en plus de concevoir des campagnes publicitaires efficaces. Si les fournisseurs de médias de service public, qui sont généralement considérés comme des sources d'information fiables, fournissent, du fait qu'ils sont capturés, une couverture biaisée sur la situation politique ou économique ou concernant des acteurs économiques spécifiques, cela pourrait également réduire la capacité des entreprises à s'informer correctement de la situation économique sur un marché donné et donc leur capacité de prendre des décisions commerciales en connaissance de cause. Une telle capture pourrait donc avoir une incidence négative sur le fonctionnement du marché intérieur. Enfin, en raison de la partialité de certains fournisseurs de médias de service public "capturés" dans certains États membres, les citoyens pourraient se tourner vers d'autres sources d'information, en particulier sur les plateformes en ligne, ce qui pourrait encore affaiblir les conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur.

- (31) Il est donc nécessaire que les États membres, en s'appuyant sur les normes internationales élaborées par le Conseil de l'Europe à cet égard, mettent en place des garde-fous juridiques effectifs pour que les fournisseurs de médias de service public fonctionnent de manière indépendante, dans l'ensemble de l'Union, et ne soient pas soumis à des intérêts gouvernementaux, politiques, économiques ou privés, sans préjudice du droit constitutionnel national conforme à la Charte. Cela devrait inclure des principes adaptés à la façon dont les États membres organisent leurs médias de service public, tels que ceux qui existent dans les cadres nationaux de droit administratifs ou du droit des sociétés nationaux, applicables aux sociétés privées cotées, pour la nomination et la révocation des personnes ou organismes qui jouent un rôle dans la définition des politiques éditoriales ou constituent la plus haute autorité décisionnelle à cet égard au sein du fournisseur de médias de service public. Ces principes devraient être définis au niveau national. Il convient en outre de veiller à ce que, sans préjudice de l'application des règles de l'Union en matière d'aides d'État, les fournisseurs de médias de service public bénéficient de procédures de financement transparentes et objectives, qui garantissent des ressources financières suffisantes et stables pour l'accomplissement de leur mission de service public, assurent la prévisibilité de leurs processus de planification et leur permettent de se développer dans le cadre de leur mission de service public. Ce financement devrait être déterminé et alloué, de préférence, sur une base pluriannuelle, conformément à la mission de service public des fournisseurs de médias de service public, afin d'éviter les risques d'influence indue liés à des négociations budgétaires annuelles. Le présent règlement n'affecte en rien la compétence des États membres de prévoir le financement des fournisseurs de médias de service public, comme le consacre le protocole n° 29.

- (32) Il est essentiel que les destinataires de services de médias sachent avec certitude qui possède et qui se trouve derrière les médias, de manière à pouvoir repérer et comprendre les conflits d'intérêts potentiels. Il s'agit d'une condition indispensable pour se forger un avis éclairé et, dès lors, pour participer activement à la démocratie. Cette transparence est également un outil efficace pour décourager et donc limiter le risque d'ingérence dans l'indépendance éditoriale. En outre, elle contribue à créer un environnement de marché ouvert et équitable et renforce la responsabilité des médias vis-à-vis des destinataires des services de médias, contribuant en fin de compte à la qualité des services de médias dans le marché intérieur. Il est donc nécessaire d'introduire, pour les fournisseurs de services de médias dans l'Union des exigences d'information communes. Ces exigences devraient inclure des obligations proportionnées et ciblées pour que les fournisseurs de services de médias divulguent des informations pertinentes relatives à leurs propriétaires et aux recettes publicitaires provenant d'autorités ou d'entités publiques. Ces informations sont nécessaires pour que les destinataires de services de médias comprennent les éventuels conflits d'intérêts et puissent s'informer à ce sujet, y compris lorsque les propriétaires de médias sont politiquement exposés, en tant que condition préalable pour qu'ils soient en mesure d'évaluer la fiabilité des informations qu'ils reçoivent. Cela ne peut être atteint que si les destinataires de services de médias disposent de façon commode d'informations actualisées sur la propriété des médias, en particulier au moment où ils visionnent, écoutent ou lisent des contenus médiatiques, afin qu'ils puissent replacer lesdits contenus dans le contexte approprié et s'en former une opinion correcte. Ainsi, la divulgation d'informations ciblées sur la propriété des médias produirait des avantages nettement supérieurs à toute incidence possible de cette obligation de divulgation sur les droits fondamentaux, y compris le droit à la vie privée et familiale et le droit à la protection des données à caractère personnel. Dans ce contexte, les mesures adoptées par les États membres au titre de l'article 30, paragraphe 9, de la directive (UE) 2015/849 du Parlement européen et du Conseil¹¹ ne devraient pas s'en trouver contrariées. Les informations demandées devraient être communiquées par les fournisseurs de services de médias concernés dans un format électronique, par exemple sur leur site internet, ou sur un autre support aisément et directement accessible.

¹¹ Directive (UE) 2015/849 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2015 relative à la prévention de l'utilisation du système financier aux fins du blanchiment de capitaux ou du financement du terrorisme, modifiant le règlement (UE) n° 648/2012 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 2005/60/CE du Parlement européen et du Conseil et la directive 2006/70/CE de la Commission (JO L 141 du 5.6.2015, p. 73).

- (33) Afin de contribuer davantage à un niveau élevé de transparence en matière de propriété des médias, les États membres devraient également charger les autorités ou organismes de régulation nationaux, ou d'autres autorités et organismes compétents, de créer des bases de données sur la propriété des médias. Ces bases de données devraient fonctionner comme un guichet unique permettant aux destinataires de services de médias de vérifier facilement les informations pertinentes relatives à un fournisseur de service de médias donné. Compte tenu des spécificités administratives nationales et en vue de réduire la charge administrative, les États membres devraient disposer d'une marge de manœuvre pour décider quelle autorité ou organisme sera chargé de créer ces bases de données sur la propriété des médias. Il pourrait s'agir, par exemple, d'une autorité ou d'un organisme de régulation national, ou d'un autre organe administratif, qui pourrait à son tour s'appuyer sur l'assistance d'un autre organisme disposant de l'expertise nécessaire pour s'acquitter de cette tâche.

- (34) L'intégrité des médias nécessite également que les entreprises de médias qui proposent des nouvelles et des contenus d'information et d'actualité adoptent une approche proactive afin de promouvoir l'indépendance éditoriale, notamment au moyen de garde-fous internes. Les fournisseurs de services de médias devraient adopter des mesures proportionnées afin de garantir la liberté des rédacteurs de prendre des décisions éditoriales dans le respect de la ligne éditoriale établie à long terme du fournisseur de service de médias. L'objectif de protéger les décisions éditoriales, notamment les décisions prises par les rédacteurs en chef et les rédacteurs, relatives à certains contenus contre les ingérences indues contribue à assurer des conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur des services de médias ainsi qu'à garantir la qualité de ces services. Ces mesures devraient viser à garantir le respect des normes d'indépendance tout au long du processus éditorial dans les médias, y compris en vue de préserver l'intégrité des contenus journalistiques. Cet objectif est également conforme au droit fondamental de recevoir ou de communiquer des informations consacré à l'article 11 de la Charte. Eu égard à ces considérations, les fournisseurs de services de médias devraient également assurer une transparence, vis-à-vis des destinataires de leurs services de médias, en ce qui concerne les conflits d'intérêts avérés ou potentiels.

- (35) Les fournisseurs de services de médias devraient adopter des garde-fous internes visant à garantir l'indépendance des décisions éditoriales adaptés à leur taille, à leur structure et à leurs besoins. La recommandation (UE) 2022/1634 de la Commission¹² propose un catalogue de garde-fous internes d'application volontaire que les entreprises de médias peuvent adopter à cet égard. Le présent règlement ne devrait pas être interprété en ce sens qu'il priverait les propriétaires de fournisseurs de services de médias privés de leur prérogative consistant à fixer des objectifs stratégiques ou généraux ou à favoriser la croissance et la viabilité financière de leur entreprise. À cet égard, le présent règlement devrait reconnaître que l'objectif d'encourager l'indépendance éditoriale doit être concilié avec les droits et les intérêts légitimes des propriétaires de médias privés, tels que le droit de déterminer la ligne éditoriale du fournisseur de service de médias et la composition de leurs équipes éditoriales.

¹² Recommandation (UE) 2022/1634 de la Commission du 16 septembre 2022 concernant des garde-fous internes destinés à protéger l'indépendance éditoriale et la transparence de la propriété dans le secteur des médias (JO L 245 du 22.9.2022, p. 56).

- (36) Des autorités ou organismes de régulation nationaux indépendants sont essentiels à l'application adéquate de la législation relative aux médias dans l'ensemble de l'Union. Bien que les autorités ou organismes de régulation nationaux n'aient souvent pas de compétences liées au secteur de la presse, ils sont les mieux placés pour assurer l'application correcte des exigences relatives à la coopération réglementaire et au bon fonctionnement du marché des services de médias d'une façon générale, comme le prévoit le présent règlement. Les autorités ou organismes de régulation nationaux devraient disposer des ressources nécessaires à l'accomplissement de leurs tâches en termes de personnel, d'expertise et de moyens financiers, y compris pour leur permettre de participer aux activités du comité européen pour les services de médias (ci-après dénommé "comité"). Ils devraient être dotés de ressources techniques, par exemple les outils numériques utiles. Lorsqu'il y a lieu, les États membres devraient, dans la mesure nécessaire, augmenter les ressources allouées aux autorités ou organismes de régulation nationaux, compte tenu des tâches supplémentaires qui leur incombent en vertu du présent règlement. Les autorités ou organismes de régulation nationaux devraient également disposer des pouvoirs appropriés, notamment pour demander des informations et des données à toute personne physique ou morale à laquelle le présent règlement s'applique ou qui, à des fins liées à son activité commerciale ou professionnelle, pourrait raisonnablement être en possession des informations et données nécessaires, dans le respect des droits et intérêts de ces personnes.

- (37) Afin de garantir une application cohérente du présent règlement et des autres dispositions du droit de l'Union en matière de médias, il est nécessaire de créer le comité en tant qu'organe consultatif au niveau de l'Union regroupant les organismes de régulation nationaux ou les organismes et coordonnant leurs actions. Dans l'accomplissement de ses tâches et l'exercice de ses pouvoirs, le comité devrait être totalement indépendant, y compris à l'égard de toute influence politique ou économique, et il ne devrait ni solliciter ni accepter d'instructions d'aucun gouvernement, d'aucune institution, qu'elle soit nationale, supranationale ou internationale, d'aucune personne publique ou privée ni d'aucun organisme public ou privé. Le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA), institué par la directive 2010/13/UE, a joué un rôle essentiel dans la promotion de la mise en œuvre cohérente de cette directive. Le comité devrait donc se situer dans le prolongement de l'ERGA et le remplacer. Cela nécessite une modification ciblée de la directive 2010/13/UE afin d'en supprimer l'article 30 **ter**, qui institue l'ERGA, et de remplacer en conséquence les références faites à l'ERGA et à ses tâches. La modification de la directive 2010/13/UE par le présent règlement est justifiée étant donné qu'elle est limitée à une disposition qui n'a pas besoin d'être transposée par les États membres et dont les destinataires sont les institutions de l'Union.

- (38) Le comité devrait réunir de hauts représentants des autorités ou organismes de régulation nationaux. Les autorités ou organismes de régulation nationaux devraient nommer ces représentants. Lorsqu'un État membre compte plusieurs autorités nationales ou d'un organisme national de régulation, y compris au niveau régional, un représentant commun devrait être choisi par des procédures appropriées et le droit de vote devrait rester limité à un représentant par État membre. Aux fins de leurs activités au sein du comité, les autorités ou organismes de régulation nationaux devraient pouvoir consulter les autorités ou organismes compétents concernés et, le cas échéant, les organismes d'autorégulation de leurs États membres, et coordonner leurs activités avec ceux-ci. Cela ne devrait pas avoir d'incidence sur la possibilité pour les autres autorités ou organismes de régulation nationaux de participer, selon les besoins, aux réunions du comité. Le comité devrait également pouvoir inviter à ses réunions, au cas par cas, des experts externes. Il devrait aussi pouvoir, en accord avec la Commission, inviter des observateurs permanents à ses réunions, y compris, en particulier, des autorités ou organismes de régulation nationaux des pays candidats, ou des candidats potentiels ou des délégués ad hoc d'autres autorités nationales compétentes.

- (39) En raison de la sensibilité du secteur des médias et conformément à la pratique décisionnelle de l'ERGA selon son règlement intérieur, le comité devrait adopter ses décisions à la majorité des deux tiers des suffrages. Le règlement intérieur du comité devrait préciser en particulier le rôle, les tâches et les procédures de nomination du président et du vice-président, ainsi que les modalités de prévention et de gestion des conflits d'intérêts parmi les membres du comité. Afin de soutenir le président et le vice-président, le comité devrait pouvoir mettre en place un groupe de pilotage. La composition du groupe de pilotage devrait tenir dûment compte du principe d'équilibre géographique. Le comité devrait préciser les modalités spécifiques du groupe de pilotage dans son règlement intérieur. Le président et le vice-président de l'ERGA, conseillés par les membres du comité directeur de l'ERGA, devraient faciliter une transition ordonnée, transparente et efficace de l'ERGA au comité, jusqu'à ce que le président et le vice-président du comité soient élus.

- (40) Lorsque le comité traite de questions allant au-delà du secteur des médias audiovisuels, il devrait s'appuyer sur un mécanisme de consultation efficace associant les parties prenantes des secteurs des médias concernés, actives à la fois au niveau de l'Union et au niveau national. Ces parties prenantes pourraient inclure des conseils de presse, des associations de journalistes ainsi que des associations syndicales et professionnelles. Le comité devrait donner à ces parties prenantes la possibilité d'attirer son attention sur les évolutions et les questions pertinentes pour leurs secteurs. Ce mécanisme de consultation devrait permettre au comité de recueillir des contributions ciblées auprès des parties prenantes et d'obtenir des informations utiles à l'appui de ses travaux. Lors de l'établissement des modalités du mécanisme de consultation dans son règlement intérieur, le comité devrait tenir compte de la nécessité de transparence, de diversité et de représentation géographique équitable. Le comité devrait également pouvoir consulter le monde universitaire afin de recueillir des informations supplémentaires utiles.

- (41) Sans préjudice des pouvoirs conférés à la Commission par les traités, il est essentiel que la Commission et le comité coopèrent étroitement, ce qui permettra au comité de conseiller et de soutenir la Commission sur les questions liées aux services de médias relevant de sa compétence. Le comité devrait soutenir activement la Commission dans le cadre de ses missions visant à assurer l'application cohérente et efficace du présent règlement et de mise œuvre de la directive 2010/13/UE. À cet effet, le comité devrait notamment conseiller la Commission et lui prêter assistance sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques pertinents pour l'application du droit de l'Union, promouvoir la coopération et l'échange efficace d'informations, d'expériences et de bonnes pratiques et rédiger des avis dans les cas prévus par le présent règlement, en tenant compte, lorsqu'il y a lieu, de la situation en matière de liberté et de pluralisme des médias sur les marchés des médias concernés. Ces avis, sans être juridiquement contraignants, devraient être utiles pour orienter les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés et pourraient être pris en compte par la Commission dans ses missions visant à assurer l'application cohérente et efficace du présent règlement et la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE. Si aucun effort n'a été ménagé pour mettre en œuvre l'avis du comité ou si tout écart par rapport à cet avis est dûment expliqué, il convient de considérer que les autorités ou organismes de régulation nationaux ont fait tout ce qui était en leur pouvoir pour tenir compte de l'avis du comité.

- (42) Afin de s'acquitter efficacement et en toute indépendance de ses tâches, le comité devrait être assisté par un secrétariat consacré aux activités du comité. La Commission devrait assurer le secrétariat. Le secrétariat devrait disposer de ressources suffisantes pour l'exécution de ses tâches. Sans préjudice de l'autonomie institutionnelle et budgétaire de la Commission, il importe que la Commission tienne compte des besoins communiqués par le comité, notamment en ce qui concerne les qualifications, l'expertise et le profil du personnel du secrétariat pour l'exécution efficace de ses tâches. Le secrétariat devrait également pouvoir compter sur l'expertise et les ressources des autorités ou organismes de régulation nationaux. Cet appui serait essentiel pour aider le comité dans la préparation de ses éléments livrables. Par conséquent, le secrétariat devrait comprendre un nombre approprié de membres du personnel détachés par ces autorités ou organismes de régulation nationaux afin qu'il bénéficie de leurs compétences et de leur expérience. Dans sa mission consistant à contribuer à l'exécution indépendante des tâches du comité, le secrétariat ne devrait suivre que les instructions du comité lorsqu'il assiste celui-ci dans l'accomplissement de ses tâches au titre du présent règlement. Le secrétariat devrait fournir un soutien matériel, administratif et organisationnel au comité et l'assister dans l'exécution de ses tâches, notamment en menant des activités pertinentes de recherche ou de collecte d'informations.

- (43) La coopération réglementaire entre les autorités ou les organismes de régulation indépendants est essentielle au bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Toutefois, la directive 2010/13/UE ne prévoit pas de cadre de coopération structuré pour les autorités ou organismes de régulation nationaux. Depuis la révision du cadre réglementaire de l'Union en matière de services de médias audiovisuels par la directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil¹³, qui a élargi son champ d'application aux plateformes de partage de vidéos, la nécessité d'une coopération étroite entre les autorités ou organismes de régulation nationaux se fait de plus en plus sentir, en particulier pour régler les dossiers transfrontières. Cette nécessité est également justifiée au vu des problèmes qui émergent dans l'environnement médiatique de l'Union et auxquels le présent règlement entend remédier, notamment en confiant de nouvelles tâches aux autorités ou organismes de régulation nationaux.

¹³ Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE 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"), compte tenu de l'évolution des réalités du marché (JO L 303 du 28.11.2018, p. 69).

- (44) Conscients de ces défis, et afin de répondre à la nécessité d'une coopération plus étroite dans le domaine des services de médias audiovisuels, en 2020, les membres de l'ERGA sont convenus d'un protocole d'accord qui définit des mécanismes non contraignants pour la coopération transfrontière en vue de renforcer l'application des règles de l'Union applicables aux services de médias audiovisuels et aux services de plateformes de partage de vidéos. Sur la base de ce cadre volontaire et afin de contrôler le respect effectif de l'acquis de l'Union relatif aux médias, d'éviter l'apparition d'obstacles supplémentaires dans le marché intérieur des services de médias et d'empêcher le contournement potentiel des règles applicables par des fournisseurs de services de médias malhonnêtes, il est essentiel de prévoir un cadre clair, juridiquement contraignant, dans lequel les autorités ou organismes de régulation nationaux puissent coopérer ensemble de manière efficace et efficiente dans le cadre juridique établi. Un tel cadre est fondamental pour respecter le principe du pays d'origine, qui est une pierre angulaire de la directive 2010/13/UE, et pour garantir que les autorités ou organismes de régulation nationaux sont en mesure d'exercer un contrôle sur les fournisseurs de services de médias concernés. L'objectif devrait être d'assurer l'application cohérente et efficace du présent règlement et la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE, par exemple en assurant un échange harmonieux d'informations entre les autorités ou organismes de régulation nationaux ou en veillant à ce que les demandes relatives aux questions de compétence soient traitées rapidement. Lorsque les autorités ou organismes de régulation nationaux échangent des informations, il convient de respecter l'ensemble du droit de l'Union et du droit national applicable à l'échange d'informations, y compris la législation pertinente en matière de protection des données. Cette coopération, et en particulier la coopération accélérée, revêt une importance capitale pour soutenir les actions visant à protéger le marché intérieur contre ces fournisseurs de services de médias malhonnêtes, tout en garantissant le respect des droits fondamentaux, en particulier la liberté d'expression. Une telle coopération accélérée est indispensable en particulier pour empêcher que les services de médias qui ont été suspendus dans certains États membres au titre de l'article 3, paragraphes 3 et 5, de la directive 2010/13/UE ne continuent d'être fournis par satellite ou par d'autres moyens dans ces États membres, et donc pour contribuer, en conformité avec le droit de l'Union, à l'effet utile des mesures nationales pertinentes. Les avis du comité seront importants pour le bon fonctionnement du mécanisme de coopération.

- (45) Compte tenu de la nature paneuropéenne des plateformes de partage de vidéos, les autorités ou organismes de régulation nationaux doivent disposer d'un outil spécifique afin de protéger les utilisateurs des services de plateformes de partage de vidéos contre certains contenus illégaux et préjudiciables, y compris les communications commerciales. En particulier, et sans préjudice du principe du pays d'origine, un mécanisme doit être mis en place afin de permettre à toute autorité ou tout organisme de régulation national compétent de demander à ses homologues de prendre des mesures nécessaires et proportionnées en vue de contrôler le respect par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos des obligations prévues à l'article 28 **ter**, paragraphes 1 et 2 et 3, de la directive 2010/13/UE. Cela est essentiel pour garantir que les publics, et en particulier les mineurs, soient efficacement protégés dans toute l'Union lorsqu'ils accèdent à des contenus sur les plateformes de partage de vidéos et puissent compter sur le niveau approprié de transparence en ce qui concerne les communications commerciales en ligne. La médiation fournie par le comité et les avis de celui-ci seraient de nature à garantir des résultats mutuellement acceptables et satisfaisants pour les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés. Lorsque l'utilisation de ce mécanisme ne débouche pas sur une solution amiable, la liberté de fournir des services de la société de l'information depuis un autre État membre ne peut être limitée que si les conditions énoncées à l'article 3 de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil¹⁴ sont remplies et si la procédure établie audit article a été suivie.

¹⁴ Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur ("directive sur le commerce électronique") (JO L 178 du 17.7.2000, p. 1).

- (46) Il est essentiel de garantir une pratique de régulation cohérente, une application cohérente et efficace du présent règlement du présent règlement et la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE. À cet effet, et afin de contribuer à garantir une mise en œuvre convergente du droit de l'Union en matière de médias, la Commission devrait être en mesure, lorsque cela s'avère nécessaire, d'émettre des lignes directrices sur des questions transfrontières couvertes par le présent règlement et par la directive 2010/13/UE. Lorsqu'elle décide d'émettre des lignes directrices, et à la lumière des discussions pertinentes avec le comité de contact institué par la directive 2010/13/UE pour les questions liées à ladite directive, la Commission devrait tenir compte, en particulier, des problèmes de réglementation qui affectent un nombre important d'États membres ou des problèmes de réglementation présentant un élément transfrontière. Compte tenu de l'abondance d'informations et de l'utilisation croissante de moyens numériques pour accéder aux médias, il importe d'assurer la visibilité des contenus d'intérêt général, afin de contribuer à garantir des conditions de concurrence équitables dans le marché intérieur et le respect du droit fondamental de recevoir des informations consacré à l'article 11 de la Charte. En raison de l'incidence potentielle des mesures nationales adoptées au titre de l'article 7 bis de la directive 2010/13/UE sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, des lignes directrices de la Commission seraient importantes pour assurer la sécurité juridique dans ce domaine. Il serait également utile de fournir des orientations concernant les mesures prises au titre de l'article 5, paragraphe 2, de la directive 2010/13/UE afin de veiller à ce que le public dispose d'informations accessibles, exactes et à jour sur la propriété des médias, et concernant le devoir des fournisseurs de services de médias de rendre certaines informations actualisées aisément et directement accessibles aux destinataires de leurs services. Lors de la préparation de ses lignes directrices, la Commission devrait être assistée du comité. Ce dernier devrait notamment partager son expertise réglementaire, technique et pratique concernant les domaines et les thèmes couverts par les lignes directrices pertinentes élaborées avec la Commission.

- (47) Les autorités ou organismes de régulation nationaux disposent d'une expertise pratique particulière qui leur permet de concilier efficacement les intérêts des fournisseurs de services de médias et destinataires de services de médias tout en assurant le respect de la liberté d'expression ainsi que la préservation et la promotion du pluralisme des médias. Cette expertise est cruciale, en particulier, pour protéger le marché intérieur contre les services de médias provenant de l'extérieur de l'Union, quels que soient les moyens par lesquels ils sont distribués ou consultés, et ciblant ou touchant des publics dans l'Union, lorsque, notamment eu égard au contrôle que pourraient exercer des pays tiers sur eux, ils pourraient porter atteinte ou présenter un risque d'atteinte à la sécurité publique. Un risque d'atteinte à la sécurité publique pourrait couvrir une provocation publique à commettre une infraction terroriste au sens de l'article 5 de la directive (UE) 2017/541 du Parlement européen et du Conseil¹⁵, ainsi que les campagnes internationales systématiques de manipulation de l'information et d'ingérence menées depuis l'étranger en vue de déstabiliser l'Union dans son ensemble ou certains de ses États membres. À cet égard, la coordination entre les autorités ou organismes de régulation nationaux afin de faire face ensemble aux menaces potentielles pour la sécurité publique découlant de tels services de médias doit être renforcée et faire l'objet d'un cadre juridique afin d'assurer l'efficacité et la coordination éventuelle des mesures nationales adoptées conformément au droit de l'Union en matière de médias.

¹⁵ Directive (UE) 2017/541 du Parlement européen et du Conseil du 15 mars 2017 relative à la lutte contre le terrorisme et remplaçant la décision-cadre 2002/475/JAI du Conseil et modifiant la décision 2005/671/JAI du Conseil (JO L 88 du 31.3.2017, p. 6).

- (48) Il est nécessaire de coordonner les mesures nationales qui pourraient être adoptées afin de lutter contre les menaces pour la sécurité publique découlant de services de médias originaires de l'extérieur de l'Union ou établis en dehors de l'Union et ciblant des publics dans l'Union, y compris en donnant la possibilité au comité, en concertation avec la Commission, de rendre des avis sur de telles mesures, le cas échéant, en particulier lorsqu'une situation touche plusieurs États membres. À cet égard, les risques pour la sécurité publique doivent être évalués en tenant compte de tous les éléments de fait et de droit pertinents, au niveau de l'Union et au niveau national, y compris toute évaluation existante de la manière dont le service de médias concerné est diffusé ou reçu sur le territoire de l'Union. L'objectif devrait être de permettre une approche plus coordonnée pour les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés en ce qui concerne les restrictions à la distribution de ces services de médias, sans préjudice des compétences des États membres ou de leurs autorités ou organismes de régulation nationaux conformément au droit de l'Union. À cet égard, les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés devraient pouvoir tenir compte des avis du comité lorsqu'ils envisagent de prendre des mesures à l'encontre d'un fournisseur de service de médias. Cela est sans préjudice de la compétence de l'Union au titre de l'article 215 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

- (49) Afin de soutenir davantage les autorités ou organismes de régulation nationaux dans leur rôle de protection du marché intérieur des services de médias contre les fournisseurs de services de médias malhonnêtes, le comité devrait établir une liste de critères concernant les fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union ou originaires de l'extérieur de l'Union. Cette liste aiderait les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés, dans les situations où un fournisseur de service de médias concerné sollicite la compétence d'un État membre, ou lorsqu'un fournisseur de service de médias relevant déjà de la compétence d'un État membre semble présenter un risque sérieux et grave pour la sécurité publique. Les éléments à intégrer dans cette liste devraient notamment concerner la propriété, la gestion, les structures de financement, l'indépendance éditoriale à l'égard des pays tiers ou l'adhésion à des mécanismes de corégulation ou d'autorégulation régissant les normes éditoriales dans un ou plusieurs États membres.

- (50) Pour de nombreux utilisateurs, les très grandes plateformes en ligne servent de points d'accès pour fournir un accès aux contenus médiatiques et aux services de médias. Les fournisseurs de services de médias qui exercent une responsabilité éditoriale sur leur contenu jouent un rôle clé dans la distribution de l'information ainsi que dans l'exercice du droit de recevoir et de communiquer des informations en ligne. Lorsque les fournisseurs de services de médias exercent cette responsabilité éditoriale, il est attendu d'eux qu'ils agissent de manière diligente et fournir des informations fiables et respectueuses des droits fondamentaux, conformément aux prescriptions réglementaires ou aux mécanismes de corégulation ou d'autorégulation auxquels ils sont soumis dans les États membres. En conséquence, également eu égard au droit des utilisateurs de recevoir et de communiquer des informations, lorsqu'un fournisseur de très grandes plateformes en ligne considère que le contenu fourni par de tels fournisseurs de services de médias est incompatible avec ses conditions générales, il devrait tenir dûment compte de la liberté des médias et du pluralisme des médias, conformément au règlement (UE) 2022/2065, et fournir, dès que possible, les explications nécessaires aux fournisseurs de services de médias au moyen de l'exposé des motifs visé à l'article 4, paragraphe 1, du règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil¹⁶ et de l'article 17 du règlement (UE) 2022/2065. Afin de réduire au maximum l'incidence d'une restriction de ce contenu sur le droit des utilisateurs de recevoir et de communiquer des informations, les très grandes plateformes en ligne devraient fournir l'exposé des motifs avant que la suspension ou la restriction de visibilité ne prenne effet. En outre, ils devraient donner au fournisseur de service de médias concerné la possibilité de répondre à l'exposé des motifs, dans un délai de 24 heures suivant la réception de celui-ci, avant que la suspension ou la restriction de visibilité ne prenne effet. Un délai plus court pourrait s'appliquer en cas de crise visée à l'article 36, paragraphe 2, du règlement (UE) 2022/2065, afin de tenir compte d'un besoin urgent de modérer le contenu concerné dans de telles circonstances exceptionnelles.

¹⁶ Règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne (JO L 186 du 11.7.2019, p. 57).

- (51) Le recours à l'étiquetage ou à un outil de vérification de l'âge par les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne conformément à leurs conditions d'utilisation et conformément au droit de l'Union ne devrait pas être compris comme une restriction de la visibilité. Après réception de la réponse d'un fournisseur de service de médias à l'exposé des motifs d'un fournisseur d'une très grande plateforme en ligne, ou si aucune réponse n'a été reçue dans le délai imparti, ce fournisseur d'une très grande plateforme en ligne devrait informer le fournisseur de service de médias de son intention de procéder à la suspension de la fourniture de ses services d'intermédiation en ligne en ce qui concerne le contenu fourni par le fournisseur de services de médias ou à la restriction de la visibilité de ce contenu. Le présent règlement ne devrait affecter en rien les obligations des fournisseurs de très grandes plateformes en ligne de prendre des mesures afin de lutter contre les contenus illégaux diffusés au moyen de leurs services, ou de prendre des mesures afin d'évaluer et d'atténuer les risques systémiques posés par leurs services, par exemple à cause de campagnes de désinformation, ou encore de prendre des mesures afin de protéger les mineurs. Dans ce contexte, aucune disposition du présent règlement ne devrait être interprétée comme s'écartant des obligations incombant aux fournisseurs de très grandes plateformes en ligne en vertu des articles 28, 34 et 35 du règlement (UE) 2022/2065 et de l'article 28 ter de la directive 2010/13/UE.
- (52) Il est justifié, eu égard à l'incidence positive attendue sur la libre prestation de services et la liberté d'expression, que lorsque les fournisseurs de services de médias se conforment à certaines normes de régulation, de corégulation ou d'autorégulation, les plaintes qu'ils déposent contre des décisions de fournisseurs de très grandes plateformes en ligne soient traitées prioritairement et sans retard injustifié.

- (53) À cet effet, les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne proposant un accès à des contenus médiatiques devraient prévoir, sur leur interface en ligne, une fonctionnalité permettant aux fournisseurs de services de médias de déclarer qu'ils satisfont à certaines exigences, tout en conservant la possibilité de rejeter de telles autodéclarations lorsqu'ils estiment que ces conditions ne sont pas remplies. Lorsqu'un fournisseur de service de médias déclare se conformer à des exigences réglementaires ou à des mécanismes de corégulation ou d'autorégulation, il devrait être en mesure de fournir les coordonnées de l'autorité ou de l'organisme de régulation national concerné ou des représentants du mécanisme de corégulation ou d'autorégulation, y compris celles fournies par des associations professionnelles largement reconnues représentant un secteur donné et opérant au niveau de l'Union ou au niveau national. Ces informations permettraient aux fournisseurs de très grande plateforme en ligne, en cas de doute raisonnable, de s'assurer auprès de ces autorités ou organismes que le fournisseur de service de médias est soumis à de telles exigences ou à de tels mécanismes. Lorsqu'il y a lieu, les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne devraient se fonder sur les informations relatives au respect de ces exigences, par exemple la norme lisible par machine élaborée par l'Initiative pour la fiabilité de l'information (Journalism Trust Initiative), sous l'égide du Comité européen de normalisation, ou d'autres codes de conduite pertinents. Les organisations de la société civile reconnues, les organisations d'examen des faits et les autres organisations professionnelles compétentes établissant l'intégrité des sources médiatiques sur la base de normes convenues en accord avec le secteur des médias devraient également avoir la possibilité de signaler aux fournisseurs de très grandes plateformes en ligne tout problème potentiel des fournisseurs de services de médias relatif aux exigences applicables à l'autodéclaration. Des lignes directrices publiées par la Commission seraient essentielles pour faciliter une mise en œuvre efficace de cette fonctionnalité. Ces lignes directrices devraient contribuer à réduire au minimum les risques d'abus potentiels de la fonctionnalité, en particulier par des fournisseurs de services de média qui se livrent systématiquement à la désinformation, à la manipulation de l'information et à l'ingérence, y compris ceux qui sont contrôlés par certains pays tiers, en tenant compte des critères à élaborer par le comité concernant les fournisseurs de services de médias provenant de l'Union. À cette fin, ces lignes directrices pourraient couvrir les dispositions relatives à la participation des organisations de la société civile reconnues, y compris les organisations de vérification des faits, à l'examen des déclarations ou des consultations des autorités réglementaires nationales ou organismes de corégulation ou d'autorégulation.

- (54) Le présent règlement reconnaît l'importance des mécanismes de corégulation ou d'autorégulation dans le contexte de la fourniture de services de médias sur de très grandes plateformes en ligne. Ces mécanismes représentent une sorte d'initiative volontaire, par exemple sous la forme de codes de conduite, permettant aux fournisseurs de services de médias ou à leurs représentants d'adopter des lignes directrices communes, y compris sur les normes éthiques, la correction des erreurs ou le traitement des plaintes, entre eux et pour eux. Une autorégulation des médias solide, inclusive et largement acceptée représente une garantie effective de la qualité et du professionnalisme des services de médias et est capitale pour préserver l'intégrité éditoriale.
- (55) Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne devraient nouer un dialogue avec les fournisseurs de services de médias qui respectent des normes de crédibilité et de transparence et qui considèrent que ces fournisseurs de très grandes plateformes en ligne leur imposent de manière répétée des restrictions ou des suspensions de contenu sans motifs suffisants, afin de trouver une solution amiable en vue de mettre fin aux éventuelles restrictions ou suspensions injustifiées et de les éviter à l'avenir. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne devraient participer à ces dialogues de bonne foi, en accordant une attention particulière à la protection de la liberté des médias et de la liberté d'information. Le comité devrait informer la Commission de ses avis sur l'issue de ces dialogues. La Commission pourrait tenir compte de ces avis dans le cadre du contrôle de l'application du règlement (UE) 2022/2065.

- (56) En s'appuyant sur le rôle utile joué par l'ERGA dans le contrôle du respect du code de bonnes pratiques de l'UE contre la désinformation par ses signataires, le comité devrait, au moins sur une base annuelle, organiser un dialogue structuré entre les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne, les représentants des fournisseurs de services de médias et les représentants de la société civile afin de favoriser l'accès à diverses offres de médias indépendants sur les très grandes plateformes en ligne, de discuter des expériences et des bonnes pratiques relatives à l'application des dispositions pertinentes du présent règlement, y compris en ce qui concerne les processus de modération par de très grandes plateformes, et de contrôler le respect des initiatives d'autorégulation visant à protéger les utilisateurs contre les contenus préjudiciables, y compris celles qui ont pour but de lutter contre la désinformation. La Commission pourrait, s'il y a lieu, examiner les rapports rendant compte des résultats de ces dialogues structurés au moment d'évaluer les problèmes systémiques et émergents dans l'ensemble de l'Union dans le cadre de son contrôle de l'application du règlement (UE) 2022/2065, et pourrait demander le soutien du comité à cette fin.

- (57) Les destinataires de services de médias proposant des programmes devraient pouvoir choisir en connaissance de cause les contenus qu'ils souhaitent regarder ou écouter en fonction de leurs préférences. Toutefois, leur liberté de choisir des contenus, pourrait être limitée par des pratiques commerciales du secteur des médias, telles que des accords de priorisation des contenus conclus entre les fournisseurs de services de médias et les fabricants d'appareils ou les fournisseurs d'interfaces utilisateur contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias proposant des programmes et l'utilisation de ces services, par exemple des téléviseurs connectés ou des systèmes audio embarqués. Cette priorisation peut être effectuée, par exemple, sur l'écran d'accueil d'un appareil, au moyen de paramètres du matériel ou de raccourcis incorporés aux logiciels, d'applications et de zones de recherche, qui ont des répercussions sur le comportement des destinataires, lesquels peuvent être indûment encouragés à préférer certaines offres de médias à d'autres. Le choix de l'utilisateur pourrait également être limité par des circuits fermés d'applications préinstallées. Les utilisateurs devraient pouvoir de modifier à tout moment, de manière simple, aisément accessible et facile à comprendre, la configuration, notamment le paramétrage par défaut d'un appareil, y compris les télécommandes, ou d'une interface utilisateur contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias proposant des programmes et l'utilisation de ces services. Cela devrait s'entendre comme couvrant toutes les fonctions de personnalisation des appareils ou des interfaces utilisateur qui orientent ou guident les utilisateurs dans leurs choix de services de médias ou de contenus auxquels ils souhaitent accéder, et qui leur permettent de trouver ou de découvrir de tels services ou contenus, en tenant compte de l'objectif d'un accès équitable aux services de médias dans toute leur diversité, du point de vue tant des utilisateurs que des fournisseurs de services de médias. Ce droit ne devrait pas s'étendre aux éléments individuels, tels que les programmes, d'un catalogue de services à la demande et est sans préjudice des mesures afin d'assurer une visibilité appropriée pour les services de médias audiovisuels d'intérêt général mettant en œuvre les articles 7 *bis* de la directive 2010/13/UE ainsi que celles mettant en œuvre l'article 7 *ter* de ladite directive, adoptées en considération d'intérêts publics légitimes. Les fabricants, les développeurs et les importateurs devraient être en mesure de démontrer la convivialité effective de la fonctionnalité requise lors de la mise sur le marché de leurs produits concernés. Les États membres devraient veiller, par des mesures appropriées, à ce que les appareils et interfaces mis sur leur marché par les acteurs du marché concernés soient conformes aux exigences pertinentes énoncées dans le présent règlement. Cela pourrait se faire par un contrôle de l'application et de l'efficacité des mesures prises par ces acteurs du marché.

- (58) L'identité visuelle des fournisseurs de services de médias consiste en des marques, logos, marques commerciales ou autres traits caractéristiques et permet aux destinataires de services de médias proposant des programmes de déterminer facilement qui assume la responsabilité éditoriale du service. Les identités visuelles constituent également un atout concurrentiel majeur pour les fournisseurs de services de médias, leur permettant de faire ressortir leur offre de médias sur le marché. Par conséquent, il importe que l'identité visuelle des fournisseurs de services de médias proposant des programmes soit préservée lorsque les utilisateurs accèdent à leurs services de médias au moyen de différents appareils et interfaces utilisateur. À cette fin, les fabricants, développeurs et importateurs d'appareils et d'interfaces utilisateur devraient s'assurer que les identités visuelles proposées par ces fournisseurs de services de médias ne sont pas supprimées ou modifiées.
- (59) Afin d'assurer des conditions de concurrence équitables dans la fourniture de divers services de médias proposant des programmes, face aux évolutions technologiques dans le marché intérieur, ainsi qu'un accès équitable aux services de médias dans toute leur diversité, il est nécessaire de promouvoir l'élaboration de normes harmonisées communes pour les appareils et les interfaces utilisateur contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias proposant des programmes ou les signaux numériques qui acheminent le contenu de sa source vers sa destination, et l'utilisation de ces services. Dans ce contexte, il est important d'éviter les normes techniques divergentes qui créent des obstacles et des coûts supplémentaires pour le secteur et les consommateurs tout en encourageant l'élaboration de solutions permettant de respecter les obligations existantes concernant les services de médias.

- (60) Différentes mesures législatives, réglementaires ou administratives pourraient être justifiées et propices au pluralisme des médias. Toutefois, certaines mesures pourraient entraver ou rendre moins attrayant l'exercice de la liberté d'établissement et de la libre prestation de services dans le secteur des médias, au détriment du pluralisme des médias ou de l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services de médias exerçant des activités dans le marché intérieur. Ces mesures peuvent revêtir différentes formes, notamment celle de règles visant à limiter la propriété des entreprises de médias par d'autres entreprises actives dans le secteur des médias ou dans des secteurs non liés aux médias. Elles comprennent également les décisions relatives à l'attribution de licences, comme la décision de révoquer les licences des fournisseurs de services de médias ou d'en compliquer le renouvellement, et les décisions relatives aux autorisations ou aux notifications préalables concernant les fournisseurs de services de médias. Afin d'atténuer l'incidence négative potentielle de ces mesures sur le pluralisme des médias ou l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services de médias exerçant des activités dans le marché intérieur et d'améliorer la sécurité juridique sur le marché intérieur des services de médias, il importe que ces mesures soient conformes aux principes de justification objective, de transparence, de non-discrimination et de proportionnalité. Les mesures administratives susceptibles de nuire au pluralisme des médias ou à l'indépendance éditoriale devraient être adoptées dans des délais prévisibles. Ces délais devraient être suffisamment longs pour garantir une évaluation adéquate, par les fournisseurs de services de médias, des mesures et de leurs conséquences prévisibles. En outre, les fournisseurs de services de médias qui sont individuellement et directement affectés par des mesures réglementaires ou administratives devraient avoir le droit de former un recours contre de telles mesures devant un organe d'appel indépendant. Si l'organe d'appel n'est pas une juridiction, il devrait disposer des ressources nécessaires à son bon fonctionnement.

- (61) Sans préjudice de l'application des règles de l'Union en matière de concurrence et d'aides d'État, et des mesures nationales prises conformément à ces règles, il est capital que le comité, lorsque des mesures réglementaires ou administratives nationales sont susceptibles d'avoir une incidence importante sur les activités des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur, soit habilité à rendre un avis. Les avis du comité devraient se concentrer sur les mesures nationales susceptibles de perturber les activités des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur, par exemple en empêchant leur exercice ou en y faisant obstacle d'une manière portant gravement atteinte à la fourniture de leurs services de médias sur un marché donné. Tel pourrait être le cas lorsqu'une mesure administrative nationale est adressée spécifiquement à un fournisseur de service de médias destinant ses services à plusieurs États membres, ou lorsqu'elle concerne un fournisseur de service de médias qui, en raison, notamment, de ses parts de marché, de son audience ou de son niveau de diffusion, exerce une influence considérable sur la formation de l'opinion publique dans l'État membre où il est actif, et qu'elle empêche ces fournisseurs de services de médias d'exercer effectivement leurs activités sur un marché donné ou d'entrer sur un nouveau marché. Le comité peut émettre de tels avis de sa propre initiative et devrait émettre de tels avis à la demande de la Commission. Il devrait également émettre des avis sur de telles mesures à la demande des fournisseurs de services de médias individuellement et directement affectés. À cette fin, le fournisseur de service de médias concerné devrait lui soumettre une demande dûment justifiée et motivée. Dans sa demande, le fournisseur de service de médias concerné devrait en particulier indiquer s'il a déjà épuisé toutes les voies de recours nationales disponibles en contestant les mesures concernées devant les juridictions nationales ou d'autres autorités ou organismes nationaux compétents, et préciser le type de décisions que cela a entraîné. La demande devrait également indiquer les raisons pour lesquelles le fournisseur de service de médias concerné estime que la ou les mesures contestées ont une incidence importante sur ses activités dans le marché intérieur, et les raisons pour lesquelles il considère que cette ou ces mesures affectent directement et individuellement sa situation juridique.

- (62) Les concentrations sur le marché des médias sont évaluées différemment dans l'Union du point de vue du pluralisme des médias. Les règles et procédures relatives à l'évaluation des concentrations sur le marché des médias varient d'un État membre à l'autre. Certains États membres s'appuient uniquement sur des évaluations de la concurrence, tandis que d'autres disposent de cadres spéciaux pour l'évaluation spécifique des concentrations sur le plan du pluralisme des médias. Dans ce dernier cas, il existe des différences considérables. Dans certains cas, toutes les opérations liées aux médias sont examinées, qu'elles atteignent ou non certains seuils, tandis que dans d'autres cas, une évaluation n'est menée que lorsque des seuils spécifiques sont dépassés ou que certains critères qualitatifs sont remplis. Par exemple, aux fins de cette évaluation, certains États membres appliquent des multiplicateurs de revenus afin de veiller à ce que les menaces concurrentielles ne passent pas entre les mailles du filet et fassent l'objet d'un examen, même lorsque les médias concernés ont de faibles revenus. Lorsqu'elles existent, il y a également des différences dans les procédures applicables à l'examen des opérations sur le marché à des fins de pluralisme des médias. Cet examen est souvent effectué par le régulateur des médias de manière indépendante, au moyen d'une évaluation autonome, ou par l'autorité compétente avec la participation du régulateur des médias, par un avis, qui pourrait être une contribution autonome ou prendre la forme de positions ou d'observations écrites dans le contexte d'une évaluation en cours. Certaines règles nationales permettent aux ministères ou aux organismes gouvernementaux d'intervenir dans la surveillance du marché des médias pour des raisons non économiques, allant de la protection du pluralisme des médias à la sauvegarde de la sécurité publique ou d'autres intérêts généraux.

- (63) Les divergences et le manque de coordination entre les règles et procédures des États membres applicables aux concentrations sur le marché des médias peuvent entraîner une insécurité juridique et des charges réglementaires, administratives ou économiques pour les entreprises de médias désireuses d'opérer par-delà les frontières, faussant ainsi la concurrence sur le marché intérieur des services de médias. Dans certains cas, des mesures nationales dans ce domaine peuvent empêcher de fait une entreprise de médias établie dans l'Union d'entrer sur un autre marché national, sans viser véritablement à promouvoir le pluralisme des médias¹⁷. En définitive, au lieu d'aboutir à une plus grande pluralité des médias, cela pourrait renforcer la dynamique oligopolistique sur le marché des médias. Afin de réduire les obstacles qui entravent la capacité des fournisseurs de services de médias à exercer des activités dans le marché intérieur, il importe que le présent règlement établisse un cadre commun pour l'évaluation des concentrations sur le marché des médias dans l'ensemble de l'Union.

¹⁷ Arrêt de la Cour de justice du 3 septembre 2020, *Vivendi SA/Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*, C-719/18, ECLI:EU:C:2020:627.

- (64) Les médias jouent un rôle déterminant pour façonner l'opinion publique et fournir aux citoyens des informations pertinentes en vue d'une participation active aux processus démocratiques. C'est pourquoi les États membres, indépendamment d'appréciations relevant du droit de la concurrence, devraient prévoir, dans leur droit national, des règles et procédures qui visent à permettre une évaluation des concentrations sur le marché des médias susceptibles d'avoir un effet important sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale. Dans ce contexte, le pluralisme des médias devrait s'entendre comme la possibilité d'avoir accès à un large éventail de services de médias et de contenus médiatiques reflétant la diversité des opinions, des voix et des analyses. Les règles et procédures nationales peuvent avoir une incidence sur la libre prestation de services de médias dans le marché intérieur et doivent être correctement encadrées et être transparentes, objectives, proportionnées et non discriminatoires. Les concentrations sur le marché des médias soumises à de telles règles devraient s'entendre comme englobant celles qui sont susceptibles d'avoir pour conséquence qu'une seule entité contrôlera ou aura des intérêts importants dans le marché concerné et exercera ainsi une influence considérable sur la formation de l'opinion publique sur un marché des médias donné dans un ou plusieurs États membres. Un critère important à prendre en considération est la réduction, à la suite de la concentration, des avis concurrents au sein des concentrations sur le marché des médias.

- (65) Les autorités ou organismes de régulation nationaux, qui disposent d'une expertise particulière dans le domaine du pluralisme des médias, devraient être associés à l'évaluation de l'effet que les concentrations sur le marché des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale lorsqu'ils ne sont pas eux-mêmes les autorités ou organismes désignés. La participation de ces autorités ou organismes de régulation nationaux devrait être substantielle, par exemple en veillant à ce que leur position soit prise en compte dans l'évaluation de la concurrence. Afin de favoriser la sécurité juridique et de faire en sorte que les règles et procédures nationales qui permettent d'évaluer les concentrations sur le marché des médias pouvant avoir un effet important sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale visent réellement à protéger le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, il est essentiel que des critères objectifs, non discriminatoires et proportionnés soient définis à l'avance pour la notification et l'évaluation de l'effet que les concentrations sur le marché des médias peuvent avoir sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale.
- (66) Lorsqu'une concentration sur un marché des médias constitue une concentration relevant du champ d'application du règlement (CE) n° 139/2004, l'application du présent règlement ou de toute règle ou procédure adoptée par les États membres au titre du présent règlement ne devrait pas affecter l'application de l'article 21, paragraphe 4, du règlement (CE) n° 139/2004, et devrait en être distincte. Toute mesure prise par les autorités ou organismes de régulation nationaux désignés ou les organismes de régulation nationaux ou les organismes concernés, sur le fondement de leur évaluation des concentrations sur le marché des médias pouvant avoir un effet important sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, devrait donc avoir pour but de protéger des intérêts légitimes au sens de l'article 21, paragraphe 4, deuxième alinéa, du règlement (CE) n° 139/2004, et devrait être conforme aux principes généraux et aux autres dispositions du droit de l'Union. Le présent règlement devrait être sans préjudice de règles nationales plus détaillées applicables aux concentrations sur le marché des médias qui ont lieu, en particulier, au niveau régional ou local.

- (67) Le comité devrait être habilité à rendre des avis sur les projets d'évaluations des autorités ou organismes de régulation nationaux désignés ou sur les projets d'avis des autorités ou organismes de régulation nationaux concernés, lorsque les concentrations sur le marché des médias sont susceptibles d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Tel serait le cas, par exemple, si ces concentrations impliquaient la réalisation d'acquisitions par une entreprise établie dans un autre État membre ou opérant par-delà les frontières, ou l'acquisition d'une telle entreprise, ou avaient pour conséquence que des fournisseurs de services de médias exercent une influence considérable sur la formation de l'opinion publique sur un marché des médias donné avec des effets potentiels sur le public dans le marché intérieur. Lorsque les autorités ou organismes de régulation nationaux compétents au niveau national n'ont pas évalué ou pas pu évaluer l'effet d'une concentration sur le marché des médias en ce qui concerne le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, ou lorsqu'ils n'ont pas consulté le comité au sujet d'une concentration sur le marché des médias, qui est jugée susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, le comité peut rendre un avis de sa propre initiative et devrait rendre un avis à la demande de la Commission. Dans ce contexte, la Commission devrait conserver la possibilité de rendre ses propres avis.

- (68) Afin d'assurer le pluralisme des marchés des médias, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient tenir compte des éléments prévus par le présent règlement. En particulier, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient tenir compte de l'effet attendu des concentrations sur le marché des médias sur le pluralisme des médias, notamment de l'effet qu'elles ont sur la formation de l'opinion publique, en tenant compte de l'environnement en ligne. À cet égard, et en particulier lorsque cela est nécessaire pour évaluer l'incidence possible sur la formation de l'opinion publique sur des parties importantes d'un marché des médias donné, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient tenir compte de la portée géographique des entités participant à la concentration sur le marché des médias. Parallèlement, il y a lieu d'examiner si d'autres médias, qui fournissent des contenus différents et alternatifs, coexisteraient toujours sur le marché ou les marchés concernés si la concentration sur le marché des médias en question est mise en œuvre. Lorsqu'ils évaluent les garde-fous destinés à protéger l'indépendance éditoriale, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient examiner des risques éventuels d'ingérence induite par le propriétaire ou la structure de gestion ou de gouvernance potentielle dans les décisions éditoriales de l'entité acquise ou issue de la concentration. Les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient également tenir compte des garde-fous internes existants ou envisagés visant à préserver les normes éthiques et professionnelles ainsi que l'indépendance des décisions éditoriales prises au sein des entreprises de médias concernées. Au moment d'évaluer l'effet potentiel des concentrations sur le marché des médias sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient tenir compte des effets de la concentration en question sur la viabilité économique de la ou des entités participant à la concentration. Ils devraient examiner également si, en l'absence de la concentration, la ou les entités participant à la concentration seraient économiquement viables, en ce sens qu'à moyen terme, elles seraient capables, de continuer de fournir des services de médias de qualité financièrement viables, dotés de ressources suffisantes et technologiquement adaptés, et de développer ces services sur le marché. Le cas échéant, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient également tenir compte des engagements que toute partie concernée pourrait offrir afin de veiller à ce que la concentration sur le marché des médias concernée garantisse le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale. S'il y a lieu, les autorités ou organismes nationaux et le comité devraient également tenir compte, respectivement dans leurs évaluations et dans ses avis, des conclusions des rapports annuels de la Commission sur l'état de droit relatives au pluralisme et à la liberté des médias.

- (69) La mesure de l'audience a une incidence directe sur l'allocation et les prix de la publicité, qui représente une source de revenus essentielle pour le secteur des médias. Il s'agit d'un outil fondamental pour évaluer la performance des contenus médiatiques et comprendre les préférences du public afin de planifier la future production de contenus. Dès lors, les acteurs sur les marchés des médias, en particulier les fournisseurs de services de médias et les annonceurs, devraient pouvoir s'appuyer sur des données d'audience objectives et comparables, provenant de solutions de mesure de l'audience transparentes, non biaisées et vérifiables. En principe, la mesure de l'audience devrait avoir lieu conformément aux mécanismes d'autorégulation largement acceptés dans le secteur. Toutefois, certains acteurs qui sont récemment apparus dans l'écosystème médiatique, tels que les plateformes en ligne, n'observent pas les normes ou bonnes pratiques du secteur convenues dans le cadre des mécanismes d'autorégulation pertinents du secteur et fournissent leurs services de mesure propriétaire sans mettre à disposition des informations sur leurs méthodes. Cela pourrait donner lieu à des solutions de mesure d'audience qui ne sont pas comparables, à des asymétries d'information entre les acteurs sur les marchés des médias, ainsi qu'à d'éventuelles distorsions de marchés, au détriment de l'égalité des chances des fournisseurs de services de médias sur les marchés. Par conséquent, il importe que les systèmes et méthodes de mesure de l'audience mis à disposition sur le marché assurent un niveau approprié de transparence, d'impartialité, d'inclusivité, de proportionnalité, de non-discrimination, de comparabilité et de vérifiabilité.

- (70) Traditionnellement, les acteurs concernés sur le marché se mettent d'accord sur une série de méthodes de mesure afin de procéder à une mesure de l'audience de manière transparente et fiable et de définir des valeurs de référence impartiales et fiables à utiliser lors de l'évaluation de la performance des contenus médiatiques et publicitaires. Soit ces méthodes de mesure se reflètent dans les normes et bonnes pratiques du secteur, soit elles sont organisées et consolidées par des organismes d'autorégulation, tels que les commissions sectorielles paritaires, qui sont mises en place dans plusieurs États membres et rassemblent toutes les acteurs clés exerçant des activités dans le secteur des médias et de la publicité. Afin d'améliorer la vérifiabilité, la fiabilité et la comparabilité des méthodes de mesure de l'audience, en particulier en ligne, des obligations de transparence devraient être imposées aux fournisseurs de systèmes de mesure propriétaire de l'audience qui n'observent pas les normes et bonnes pratiques pertinentes du secteur ou qui ne respectent pas les valeurs de référence du secteur convenues au sein des organismes d'autorégulation concernés. Conformément à ces obligations, ces acteurs devraient, sur demande et dans la mesure du possible, fournir aux annonceurs et aux fournisseurs de services de médias ou aux parties agissant en leur nom des informations décrivant les méthodes utilisées pour mesurer l'audience. Ces informations pourraient concerner certains éléments, tels que la taille de l'échantillon analysé, la définition des indicateurs mesurés, les unités de mesure, les méthodes de mesure, la période de mesure, la couverture de la mesure et la marge d'erreur. Afin d'assurer un niveau adéquat d'efficacité de cette obligation de transparence et de favoriser la fiabilité des systèmes de mesure propriétaire de l'audience, les méthodes et la façon dont elles sont appliquées devraient faire l'objet d'audits indépendants chaque année. En outre, afin de contribuer à garantir des conditions de concurrence équitables et à favoriser la clarté et la contestabilité des informations pertinentes fournies au marché, il est également essentiel que les résultats de la mesure de l'audience soient mis à disposition.

Dès lors, les fournisseurs de services de médias devraient pouvoir demander aux fournisseurs de systèmes de mesure propriétaire de l'audience de communiquer des informations sur les résultats des mesures d'audience concernant leurs propres contenus médiatiques et services de médias. En particulier, les fournisseurs de systèmes de mesure propriétaire de l'audience devraient veiller à ce que ces informations soient fournies sous une forme correspondant aux normes du secteur, comprennent les données non agrégées pertinentes présentent une qualité élevée et suffisamment détaillé pour permettre aux fournisseurs de services de médias demandeurs de procéder à une évaluation effective et significative de l'audience et de la performance de leurs contenus médiatiques et services de médias. La nécessité d'accroître la transparence et la contestabilité des systèmes de mesure propriétaire de l'audience devrait être conciliée avec la liberté des fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience de mettre au point leurs propres systèmes de mesure, dans le cadre de leur liberté d'entreprise. En particulier, les obligations de transparence imposées par le présent règlement aux fournisseurs de systèmes de mesure propriétaire de l'audience devraient être sans préjudice de la protection des secrets d'affaires des fournisseurs de mesure de l'audience au sens de la directive (UE) 2016/943 du Parlement européen et du Conseil¹⁸. Les obligations imposées par le présent règlement devraient également être sans préjudice des éventuelles obligations applicables aux fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience au titre du règlement (UE) 2019/1150 ou du règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil¹⁹, y compris celles relatives au classement, à l'autofavoritisme ou à la fourniture d'un accès à des outils de mesure de la performance et aux données pertinentes.

¹⁸ Directive (UE) 2016/943 du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2016 sur la protection des savoir-faire et des informations commerciales non divulgués (secrets d'affaires) contre l'obtention, l'utilisation et la divulgation illicites (JO L 157 du 15.6.2016, p. 1).

¹⁹ Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (règlement sur les marchés numériques) (JO L 265 du 12.10.2022, p. 1).

- (71) Des codes de conduite, élaborés par les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience ou par des organisations ou associations qui les représentent, conjointement avec les fournisseurs de services de médias et les fournisseurs de plateformes en ligne, ainsi que les organisations qui les représentent, et les autres parties concernées, pourraient contribuer à la bonne application du présent règlement et devraient donc être encouragés. Des mécanismes d'autorégulation largement reconnus dans le secteur des médias ont déjà été utilisés pour encourager des normes de qualité élevées dans le domaine de la mesure de l'audience, assurant l'impartialité des mesures et la comparabilité des résultats. Leur développement pourrait être envisagé comme un outil efficace pour permettre au secteur de se mettre d'accord sur les solutions concrètes nécessaires pour assurer la conformité des systèmes de mesure de l'audience et de leurs méthodes avec les principes de transparence, d'impartialité, d'inclusivité, de proportionnalité, de non-discrimination, de comparabilité et de vérifiabilité. Lors de l'élaboration de tels codes de conduite, en concertation avec l'ensemble des parties prenantes concernées, et notamment les fournisseurs de services de médias et les fournisseurs de plateformes en ligne, il pourrait être tenu compte, en particulier, de la numérisation croissante du secteur des médias et de la nécessité de rendre les différentes solutions de mesure de l'audience disponibles sur le marché de plus en plus comparables. En effet, la comparabilité des résultats de mesure de l'audience est essentielle pour parvenir à des conditions de concurrence équitables entre les acteurs sur les marchés des médias, car elle permet aux fournisseurs de services de médias et aux annonceurs de mieux mesurer le succès de leur offre, que les utilisateurs consomment de plus en plus sur différents appareils et plateformes. Pour cette raison, il convient d'encourager les acteurs concernés du secteur à recourir à des codes de conduite et à d'autres mécanismes d'autorégulation afin de favoriser la mise au point de solutions de mesure de l'audience qui soient comparables d'un média et d'une plateforme à l'autre. En outre, de tels codes de conduite devraient également favoriser la mise au point de solutions permettant de veiller à ce que l'audience des petits fournisseurs de services de médias soit correctement mesurée.

- (72) Les fonds publics alloués pour la publicité d'État et les marchés de fournitures ou de services constituent une source importante de revenus pour de nombreux fournisseurs de services de médias et fournisseurs de plateformes en ligne, qui contribue à leur viabilité économique. Afin d'assurer l'égalité des chances dans le marché intérieur, l'accès à de tels fonds devrait être accordé de manière non discriminatoire à tout fournisseur de service de médias ou fournisseur de plateforme en ligne, quel que soit l'État membre dont il provient, qui est en mesure d'atteindre de manière adéquate tout ou partie des membres du public visé. En outre, les fonds publics alloués pour la publicité d'État et les marchés de fourniture ou de services pourraient rendre les fournisseurs de services de médias et les fournisseurs de plateformes en ligne vulnérables à une ingérence induite de l'État ou à des intérêts partiels, au détriment de la libre prestation de services et des droits fondamentaux. Une allocation opaque et biaisée de tels fonds constitue donc un outil puissant pour exercer une influence sur la liberté éditoriale des fournisseurs de services de médias, pour rendre "captifs" les fournisseurs de services de médias ou pour subventionner de manière déguisée de tels fournisseurs afin d'obtenir un avantage politique ou commercial injuste ou une couverture favorable. Les fonds publics alloués pour la publicité d'État et les marchés de fournitures ou de services sont, à certains égards, régulés au moyen d'un cadre fragmenté de mesures propres aux médias et de règles de l'Union sur les marchés publics, qui n'offrent pas une protection suffisante contre une répartition préférentielle ou biaisée. En particulier, la directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil²⁰ ne s'applique pas aux marchés publics de services pour l'achat, le développement, la production ou la coproduction de matériel de programmes destiné à des services de médias audiovisuels ou radiophoniques. Les règles spécifiques aux médias en matière d'allocation de fonds publics pour la publicité d'État et les marchés de fournitures ou de services, lorsqu'elles existent, varient considérablement d'un État membre à l'autre. Cela pourrait engendrer une asymétrie de l'information pour les acteurs des marchés des médias et avoir une incidence négative sur l'activité économique transfrontière sur le marché intérieur des services de médias. Surtout, cela pourrait fausser la concurrence, décourager les investissements et nuire à l'égalité des conditions de concurrence sur le marché intérieur des services de médias.

²⁰ Directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics et abrogeant la directive 2004/18/CE (JO L 94 du 28.3.2014, p. 65).

- (73) Afin d'assurer une concurrence non faussée entre les fournisseurs de services de médias et les plateformes en ligne et d'éviter le risque de subventions déguisées et d'influence politique induite sur les médias, il est nécessaire d'établir des exigences communes de transparence, d'objectivité, de proportionnalité et de non-discrimination en ce qui concerne l'allocation de fonds publics ou d'autres ressources d'État aux fournisseurs de services de médias et aux fournisseurs de plateformes en ligne à des fins de publicité d'État ou de l'achat auprès d'eux de biens ou de services autres que la publicité d'État, par exemple des productions audiovisuelles, des données de marché et des services de conseil ou de formation. Dans la mesure du possible, eu égard aux spécificités nationales et locales des marchés des médias concernés, aux modèles de gouvernance nationaux et à la répartition des compétences entre les niveaux national, régional et local dans les États membres, compte tenu en particulier du montant des ressources d'État allouées et du nombre de fournisseurs potentiels de services de publicité pertinents ou de biens ou services pertinents autres que la publicité, cette allocation devrait viser à assurer la pluralité des médias, notamment en bénéficiant à divers fournisseurs de services de médias et fournisseurs de plateformes en ligne. Cette allocation ne devrait pas entraîner un avantage injustifié et disproportionné pour certains fournisseurs. Afin d'assurer un niveau élevé de transparence, il importe que les critères et procédures utilisés pour allouer des fonds publics aux fournisseurs de services de médias et aux fournisseurs de plateformes en ligne pour la publicité d'État et les marchés de fournitures ou de services soient mis à la disposition du public à l'avance par des moyens électroniques et conviviaux.

Les exigences communes en matière de publicité d'État et de marchés de fournitures ou de services devraient couvrir les fonds publics alloués directement et indirectement, par exemple via des intermédiaires spécialisés tels que des agences de publicité et des fournisseurs de services d'échange d'annonces. Il est également nécessaire d'établir des exigences communes visant à rendre publiques les informations sur les destinataires des dépenses publiques de publicité et les montants dépensés. Il importe que les États membres mettent les informations nécessaires sur la publicité d'État à la disposition du public, dans un format électronique facile à trouver, à consulter et à télécharger, en conformité avec les règles de l'Union et des États membres en matière de secret commercial. Il est également nécessaire que les autorités ou organismes de régulation nationaux assurent le suivi et rendent compte de l'allocation de fonds publics à des fins de publicité d'État aux fournisseurs de services de médias et aux fournisseurs de plateformes en ligne. Lorsque les autorités ou organismes de régulation nationaux, ou d'autres autorités ou organismes indépendants compétents, le demandent ou d'autres autorités ou organismes indépendants, les autorités et entités publiques devraient leur fournir les informations supplémentaires nécessaires pour évaluer l'exhaustivité des informations publiées et l'application des critères et procédures utilisés pour l'allocation de tels fonds. Le présent règlement ne devrait pas avoir d'incidence sur l'application des règles de l'Union relatives à la passation des marchés publics et aux aides d'État.

- (74) La Commission devrait veiller à ce que les risques pour le fonctionnement du marché intérieur des services de médias doivent faire l'objet d'un suivi indépendant et continu dans le cadre des efforts visant à améliorer le fonctionnement du marché intérieur des services de médias (ci-après dénommé "exercice de suivi"). L'exercice de suivi devrait viser à fournir des données détaillées et des évaluations qualitatives, y compris en ce qui concerne le degré de concentration du marché des médias aux niveaux national et régional et les risques de manipulation de l'information et d'ingérence étrangères. Il devrait être effectué de manière indépendante, par une entité universitaire spécialisée en collaboration avec des chercheurs des États membres, sur la base d'une solide liste d'indicateurs de performance clés et de garanties méthodologiques. La Commission, en concertation avec le comité, devrait élaborer cette liste d'indicateurs de performance clés et de garanties méthodologiques, et la mettre régulièrement à jour. Compte tenu de la nature rapidement évolutive des risques et des développements technologiques dans le marché intérieur des services de médias, l'exercice de suivi devrait évaluer la viabilité économique prospective du marché intérieur des médias, alerter sur les vulnérabilités en matière de pluralisme des médias et d'indépendance éditoriale et contribuer aux efforts visant à améliorer la gouvernance, la qualité des données et la gestion des risques. L'exercice de suivi devrait notamment couvrir le niveau d'activité et d'investissement transfrontières, la coopération et la convergence réglementaires dans le domaine de la régulation des médias, les obstacles à la fourniture de services de médias, y compris dans un environnement numérique, la position qu'occupent les fournisseurs de services de médias dans l'environnement numérique, et la transparence et l'équité de l'allocation des ressources économiques dans le marché intérieur des services de médias.

L'exercice de suivi devrait également tenir compte des tendances plus générales dans le marché intérieur des services de médias, les marchés de médias nationaux et le droit national touchant les fournisseurs de services de médias. En outre, l'exercice de suivi devrait fournir une vue d'ensemble générale des mesures prises par les fournisseurs de services de médias afin de garantir l'indépendance des décisions éditoriales, y compris celles proposées dans la recommandation (UE) 2022/1634, et une analyse de leur capacité à réduire les risques pour le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Afin de faire en sorte que cet exercice de suivi réponde aux normes les plus élevées, le comité devrait y être dûment associé, étant donné qu'il rassemble des entités ayant une expertise spéciale des marchés de médias dans l'exercice de suivi. En outre, le cas échéant, l'exercice de suivi devrait tenir compte des conclusions de la plateforme du Conseil de l'Europe pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes ainsi que du projet "Media Freedom Rapid Response", compte tenu de leur efficacité dans l'identification des risques ou des menaces pour les journalistes et les fournisseurs de services de médias qui peuvent également avoir une incidence sur le marché intérieur des services de médias.

- (75) Il convient de rappeler que la Commission a le devoir de surveiller l'application du présent règlement, conformément à la responsabilité qui lui incombe en vertu de l'article 17 du traité sur l'Union européenne. À cet égard, la Commission a indiqué, dans sa communication du 19 janvier 2017 intitulée "Le droit de l'UE: une meilleure application pour de meilleurs résultats", qu'il importe qu'elle hiérarchise ses efforts en matière de contrôle de l'application et qu'elle les concentre sur les infractions les plus graves au droit de l'UE qui portent atteinte aux intérêts de ses citoyens et de ses entreprises.

- (76) Étant donné que l'objectif du présent règlement, à savoir assurer le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias, ne peut pas être atteint de manière suffisante par les États membres, ceux-ci n'ayant pas les capacités ou pas nécessairement les incitations nécessaires pour assurer l'harmonisation et la coopération requises en agissant de manière isolée, mais peut, en raison du caractère de plus en plus numérique et transfrontière de la production, de la distribution et de la consommation de contenus médiatiques ainsi que du rôle unique joué par les services de médias, l'être mieux au niveau de l'Union, celle-ci peut prendre des mesures conformément au principe de subsidiarité consacré à l'article 5 du traité sur l'Union européenne. Conformément au principe de proportionnalité énoncé audit article, le présent règlement n'excède pas ce qui est nécessaire pour atteindre cet objectif.
- (77) Le présent règlement respecte les droits fondamentaux et observe les principes reconnus par la Charte, notamment ses articles 7, 8, 11, 16, 47, 50 et 52. En conséquence, le présent règlement devrait être interprété et appliqué dans le respect de ces droits et principes. En particulier, aucune disposition du présent règlement ne devrait être interprétée en ce sens qu'elle restreindrait la liberté d'information, la liberté éditoriale ou la liberté de la presse consacrées dans le droit constitutionnel national qui sont compatibles avec la Charte, ou qu'elle inciterait les États membres à introduire des exigences concernant le contenu éditorial des publications de presse.

(78) Le Contrôleur européen de la protection des données a été consulté conformément à l'article 42, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil²¹ et a rendu un avis le 11 novembre 2022²²,

ONT ADOPTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

²¹ Règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2018 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel par les institutions, organes et organismes de l'Union et à la libre circulation de ces données, et abrogeant le règlement (CE) n° 45/2001 et la décision n° 1247/2002/CE (JO L 295 du 21.11.2018, p. 39).

²² JO C 487 du 22.12.2022, p. 9.

Chapitre I

Dispositions générales

Article premier

Objet et champ d'application

1. Le présent règlement établit des règles communes pour le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias, et instaure le comité européen pour les services de médias, tout en préservant l'indépendance et le pluralisme des services de médias.
2. Le présent règlement n'affecte en rien les règles établies par:
 - a) la directive 2000/31/CE;
 - b) la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil²³;
 - c) le règlement (UE) 2019/1150;
 - d) le règlement (UE) 2022/2065;
 - e) le règlement (UE) 2022/1925;

²³ Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE (JO L 130 du 17.5.2019, p. 92).

f) le règlement (UE) 2024/... du Parlement européen et du Conseil²⁴⁺;

g) le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil²⁵.

3. Le présent règlement n'affecte en rien la possibilité qu'ont les États membres d'adopter des règles plus détaillées ou plus strictes dans les domaines couverts par le chapitre II, le chapitre III, section 5, et l'article 25, à condition que ces règles assurent un niveau plus élevé de protection du pluralisme des médias ou d'indépendance éditoriale conformément au présent règlement et soient conformes au droit de l'Union.

Article 2

Définitions

Aux fins du présent règlement, on entend par:

- 1) "service de médias": un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, pour lequel l'objet principal du service proprement dit ou d'une partie dissociable de ce service est la fourniture de programmes ou de publications de presse au grand public, sous la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de service de médias, par quelque moyen que ce soit, dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer;

²⁴ Règlement (UE) 2024/... du Parlement européen et du Conseil du ... relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique (JO L, 2024/... du ..., ELI :).

⁺ JO: veuillez insérer dans le texte le numéro du règlement figurant dans le document PE-CONS 90/23 (2021/0381 (COD)) et insérer le numéro, la date et la référence au JO dudit règlement dans la note de bas de page.

²⁵ Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données) (JO L 119 du 4.5.2016, p. 1).

- 2) "fournisseur de service de médias": une personne physique ou morale dont l'activité professionnelle consiste à fournir un service de médias, qui assume la responsabilité éditoriale du choix du contenu du service de médias et détermine la manière dont il est organisé;
- 3) "fournisseur de médias de service public": un fournisseur de service de médias qui est investi d'une mission de service public en vertu du droit national et qui reçoit un financement public national pour accomplir ladite mission;
- 4) "programme": un ensemble d'images animées ou de sons constituant un seul élément, quelle qu'en soit la longueur, dans le cadre d'une grille ou d'un catalogue établi par un fournisseur de service de médias;
- 5) "publication de presse": une publication de presse au sens de l'article 2, point 4), de la directive (UE) 2019/790;
- 6) "service de médias audiovisuels": un service de médias audiovisuels au sens de l'article 1^{er}, paragraphe 1, point a), de la directive 2010/13/UE;
- 7) "décision éditoriale": une décision prise régulièrement dans le but d'exercer la responsabilité éditoriale et liée au fonctionnement du fournisseur de service de médias au quotidien;
- 8) "responsabilité éditoriale": l'exercice d'un contrôle effectif tant sur la sélection des programmes ou des publications de presse que sur leur organisation, aux fins de la fourniture d'un service de médias, indépendamment de l'existence d'une responsabilité en vertu du droit national à l'égard du service fourni;

- 9) "plateforme en ligne": une plateforme en ligne au sens de l'article 3, point i), du règlement (UE) 2022/2065;
- 10) "fournisseur d'une très grande plateforme en ligne": le fournisseur d'une plateforme en ligne ayant été désignée comme étant une très grande plateforme en ligne en vertu de l'article 33, paragraphe 4, du règlement (UE) 2022/2065;
- 11) "service de plateformes de partage de vidéos": un service de plateformes de partage de vidéos au sens de l'article 1^{er}, paragraphe 1, point a *bis*), de la directive 2010/13/UE;
- 12) "fournisseur de plateformes de partage de vidéos": un fournisseur de plateforme de partage de vidéos au sens de l'article 1^{er}, paragraphe 1, point d *bis*), de la directive 2010/13/UE;
- 13) "autorité ou organisme de régulation national": toute autorité ou tout organisme désigné par un État membre en vertu de l'article 30 de la directive 2010/13/UE;
- 14) "interface utilisateur": un service qui contrôle ou gère l'accès à des services de médias fournissant des programmes et leur utilisation et qui permet aux utilisateurs de choisir les services ou contenus de médias;
- 15) "concentration sur le marché des médias": une concentration au sens de l'article 3 du règlement (CE) n° 139/2004 concernant au moins un fournisseur de service de médias ou un fournisseur de plateforme en ligne fournissant un accès aux contenus médiatiques;
- 16) "mesure de l'audience": l'activité de collecte, d'interprétation ou de traitement de données relatives au nombre et aux caractéristiques des utilisateurs de services de médias ou des utilisateurs de contenu sur des plateformes en ligne aux fins de décisions concernant l'allocation, les prix, les achats ou les ventes de publicités ou concernant la planification ou la distribution de contenu;

- 17) "mesure propriétaire de l'audience ": une mesure de l'audience qui ne suit pas les normes et bonnes pratiques sectorielles convenues par l'intermédiaire de mécanismes d'autorégulation;
- 18) "autorité ou entité publique": un gouvernement national ou infranational, une autorité ou un organisme de régulation, ou une entité contrôlée, directement ou indirectement, par un gouvernement national ou infranational;
- 19) "publicité d'État": le placement, la promotion, la publication ou la diffusion, dans tout service de médias ou sur toute plateforme en ligne, d'un message promotionnel ou d'autopromotion, d'une annonce publique ou d'une campagne d'information, normalement contre rémunération ou toute autre contrepartie, par ou pour une autorité ou entité publique, ou au nom d' une autorité ou entité publique;
- 20) "logiciel de surveillance intrusif": tout produit comportant des éléments numériques spécialement conçu pour exploiter les vulnérabilités d'autres produits comportant des éléments numériques, qui permet la surveillance discrète de personnes physiques ou morales par le suivi, l'extraction, la collecte ou l'analyse de données provenant de ces produits ou provenant des personnes physiques ou morales utilisant ces produits, y compris de façon indifférenciée;
- 21) "éducation aux médias": les compétences, les connaissances et la compréhension permettant aux citoyens d'utiliser les médias d'une manière sûre et efficace et qui ne se limitent pas à l'apprentissage des outils et des technologies, mais visent à doter les citoyens de la réflexion critique nécessaire pour exercer un jugement, analyser des réalités complexes et reconnaître la différence entre des opinions et des faits.

Chapitre II

Droits et obligations des fournisseurs de services de médias et des destinataires de services de médias

Article 3

Droit des destinataires de services de médias

Les États membres respectent le droit des destinataires de services de médias d'avoir accès à une pluralité de contenus médiatiques indépendants sur le plan éditorial et veillent à ce que des conditions-cadres soient en place, conformément au présent règlement, afin de préserver ce droit, dans l'intérêt d'un discours libre et démocratique.

Article 4

Droits des fournisseurs de services de médias

1. Les fournisseurs de services de médias ont le droit d'exercer leurs activités économiques dans le marché intérieur sans restrictions autres que celles autorisées en vertu du droit de l'Union.
2. Les États membres respectent la liberté éditoriale et l'indépendance effectives des fournisseurs de services de médias dans l'exercice de leurs activités professionnelles. Les États membres, y compris leurs autorités et organismes de régulation nationaux, ne s'immiscent pas dans les politiques et décisions éditoriales des fournisseurs de services de médias ni ne tentent d'influencer celles-ci.

3. Les États membres veillent à ce que les sources journalistiques et les communications confidentielles soient protégées de manière efficace. Les États membres ne prennent aucune des mesures suivantes:
- a) obliger les fournisseurs de services de médias, ou leur équipe rédactionnelle à divulguer des informations se rapportant à des sources journalistiques ou des communications confidentielles ou permettant de les identifier, obliger toute personne qui, en raison de ses relations régulières ou professionnelles avec un fournisseur de services de médias ou son équipe rédactionnelle, pourrait disposer de telles informations à les divulguer;
 - b) placer en détention, sanctionner, intercepter ou soumettre à une inspection les fournisseurs de services de médias, ou leur équipe rédactionnelle, soumettre l'un d'entre eux ou leurs locaux professionnels ou privés à une surveillance ou à une perquisition et à une saisie aux fins de l'obtention d'informations se rapportant à des sources journalistiques ou des communications confidentielles ou permettant de les identifier, ou placer en détention, sanctionner, intercepter ou soumettre à une inspection une personne qui, en raison de ses relations régulières ou professionnelles avec un fournisseur de services de médias ou son équipe rédactionnelle, pourrait disposer de telles informations ou soumettre une telle personne ou ses locaux professionnels ou privés à une surveillance, ou à une perquisition et à une saisie aux fins de l'obtention de ces informations;
 - c) déployer un logiciel de surveillance intrusif sur tout matériel, appareil numérique, machine ou outil utilisé par les fournisseurs de services de médias, leur équipe rédactionnelle ou toute personne qui, en raison de ses relations régulières ou professionnelles avec un fournisseur de services de médias ou son équipe rédactionnelle, pourrait disposer d'informations se rapportant à des sources journalistiques ou des communications confidentielles ou permettant de les identifier.

4. Par dérogation au paragraphe 3, points a) et b), du présent article, les États membres peuvent prendre une mesure qui y est visée, à condition qu'une telle mesure:
- a) soit prévue par le droit de l'Union ou le droit national;
 - b) soit conforme à l'article 52, paragraphe 1, de la Charte et à d'autres dispositions du droit de l'Union;
 - c) soit justifiée au cas par cas par une raison impérieuse d'intérêt général et soit proportionnée; et
 - d) soit soumise à l'autorisation préalable d'une autorité judiciaire ou d'une autorité décisionnelle indépendante et impartiale ou, dans des cas exceptionnels et urgents dûment justifiés, soit autorisée ultérieurement par cette autorité sans retard injustifié.
5. Par dérogation au paragraphe 3, point c), les États membres peuvent déployer un logiciel de surveillance intrusif, à condition que le déploiement:
- a) respecte les conditions énumérées au paragraphe 4; et
 - b) il soit effectué à des fins d'enquête relative à l'une des personnes visées au paragraphe 3, point c):
 - i) pour des infractions énumérées à l'article 2, paragraphe 2, de la décision-cadre 2002/584/JAI, punissables dans l'État membre concerné d'une peine ou d'une mesure de sûreté privative de liberté d'un maximum d'au moins trois ans; ou

- ii) pour d'autres infractions graves punissables dans l'État membre concerné d'une peine ou d'une mesure de sûreté privative de liberté d'un maximum d'au moins cinq ans, conformément au droit de cet État membre.

Les États membres ne prennent pas de mesure visée au paragraphe 3, point c) lorsqu'une mesure visée au point a) ou b) dudit paragraphe serait adéquate et suffisante pour obtenir les informations recherchées.

- 6. Les États membres veillent à ce que les mesures de surveillance visées au paragraphe 3, point b), et le déploiement de logiciels de surveillance intrusifs visé au point c) dudit paragraphe soient régulièrement réexaminés par une autorité judiciaire ou une autorité décisionnelle indépendante et impartiale afin de déterminer si les conditions justifiant leur utilisation continuent d'être remplies.
- 7. La directive (UE) 2016/680 du Parlement européen et du Conseil²⁶, y compris les garanties qu'elle prévoit telles que le droit de la personne concernée à l'information et à l'accès aux données à caractère personnel faisant l'objet d'un traitement, s'applique à tout traitement de données à caractère personnel effectué dans le cadre du déploiement des mesures de surveillance visées au paragraphe 3, point b), du présent article ou du déploiement de logiciels de surveillance intrusifs visé au point c) dudit paragraphe.

²⁶ Directive (UE) 2016/680 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel par les autorités compétentes à des fins de prévention et de détection des infractions pénales, d'enquêtes et de poursuites en la matière ou d'exécution de sanctions pénales, et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la décision-cadre 2008/977/JAI du Conseil (JO L 119 du 4.5.2016, p. 89).

8. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias, leur équipe rédactionnelle ou toute personne qui, en raison de ses relations régulières ou professionnelles avec un fournisseur de services de médias ou son équipe rédactionnelle, pourrait disposer d'informations se rapportant à des sources journalistiques ou des communications confidentielles ou permettant de les identifier aient droit à une protection juridictionnelle effective, conformément à l'article 47 de la Charte, en cas de violation des paragraphes 3 à 7 du présent article.

Les États membres chargent une autorité ou un organisme indépendant disposant de l'expertise nécessaire de fournir une assistance aux personnes visés au premier alinéa en ce qui concerne l'exercice de ce droit. En l'absence d'une telle autorité ou d'un tel organisme, ces personnes peuvent demander l'assistance d'un organisme ou d'un mécanisme d'autorégulation.

9. Les responsabilités des États membres, telles qu'elles sont définies dans le traité sur l'Union européenne et le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, sont respectées.

Article 5

Garde-fous pour le fonctionnement indépendant des fournisseurs de médias de service public

1. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de médias de service public jouissent d'une indépendance éditoriale et fonctionnelle et communiquent, de manière impartiale, des informations et des opinions diverses à leurs publics, conformément à leur mission de service public définie au niveau national conformément au protocole n° 29.
2. Les États membres veillent à ce que les procédures de nomination et de révocation de la direction ou des membres du conseil d'administration des fournisseurs de médias de service public visent à garantir l'indépendance des fournisseurs de médias de service public.

La direction ou les membres du conseil d'administration des fournisseurs de médias de service public sont nommés sur la base de procédures transparentes, ouvertes, effectives et non discriminatoires ainsi que de critères transparents, objectifs, non discriminatoires et proportionnés préalablement établis au niveau national. La durée de leur mandat est suffisante pour garantir l'indépendance effective des fournisseurs de médias de service public.

Toute décision de révocation de la direction ou des membres du conseil d'administration des fournisseurs de médias de service public avant la fin de leur mandat est dûment justifiée, ne peut être prise qu'à titre exceptionnel lorsqu'ils ne remplissent plus les conditions requises pour l'exercice de leurs fonctions selon des critères préalablement établis au niveau national, fait l'objet d'une notification préalable aux personnes concernées, et prévoit la possibilité d'un contrôle juridictionnel.

3. Les États membres veillent à ce que les procédures de financement des fournisseurs de médias de service public soient fondées sur des critères transparents et objectifs préalablement établis. Ces procédures de financement garantissent que les fournisseurs de médias de service public disposent de ressources financières suffisantes, durables et prévisibles correspondant à l'accomplissement de leur mission de service public et leur permettant de se développer dans le cadre de celle-ci. Ces ressources financières sont de nature à permettre que l'indépendance éditoriale des fournisseurs de médias de service public est préservée.
4. Les États membres désignent une ou plusieurs autorités ou organismes indépendants ou mettent en place des mécanismes libres de toute influence politique de la part de gouvernements pour contrôler l'application des paragraphes 1, 2 et 3. Les résultats de ce contrôle sont rendus publics.

Article 6

Obligations des fournisseurs de services de médias

1. Les fournisseurs de services de médias rendent aisément et directement accessibles aux destinataires de leurs services des informations à jour concernant:
 - a) leur(s) dénomination(s) sociale(s) et leurs coordonnées;
 - b) le ou les noms de leurs propriétaires directs ou indirects dont la participation leur permet d'influencer la prise de décision opérationnelle et stratégique, y compris la propriété directe ou indirecte par un État ou par une autorité ou une entité publique;
 - c) le ou les noms de leurs bénéficiaires effectifs au sens de l'article 3, point 6), de la directive (UE) 2015/849;
 - d) le montant annuel total des fonds publics alloués pour la publicité d'État qui leur est attribué et le montant annuel total des recettes publicitaires perçues des autorités ou entités publiques de pays tiers.
2. Les États membres chargent les autorités ou organismes de régulation nationaux ou d'autres autorités ou organismes compétents de développer des bases de données nationales sur la propriété des médias contenant les informations énoncées au paragraphe 1.

3. Sans préjudice du droit constitutionnel national conforme à la Charte, les fournisseurs de services de médias qui fournissent des contenus d'information et d'actualité prennent les mesures qu'ils jugent appropriées en vue de garantir l'indépendance des décisions éditoriales. Ces mesures visent en particulier:
- a) à garantir que les décisions éditoriales puissent être prises librement dans la ligne éditoriale établie du fournisseur de services de médias concerné; et
 - b) à garantir que tout conflit d'intérêts réel ou potentiel qui pourrait avoir une incidence sur la fourniture de contenu d'information et d'actualité soit divulgué.

Chapitre III

Cadre pour la coopération réglementaire et le bon fonctionnement du marché intérieur des services de médias

SECTION 1

AUTORITES INDEPENDANTES CHARGEES DES MEDIAS

Article 7

Autorités ou organismes de régulation nationaux

1. Les autorités ou organismes de régulation nationaux veillent, le cas échéant au moyen d'activités de consultation ou de coordination avec d'autres autorités ou organismes compétents ou, lorsqu'il y a lieu, avec des organismes d'autorégulation de leurs États membres, à l'application du présent chapitre.
2. Les autorités ou organismes de régulation nationaux sont soumis aux exigences énoncées à l'article 30 de la directive 2010/13/UE en ce qui concerne l'accomplissement des tâches qui leur sont assignées par le présent règlement.
3. Les États membres veillent à ce que les autorités ou organismes de régulation nationaux disposent de ressources financières, humaines et techniques adéquates pour accomplir les tâches qui leur incombent en vertu du présent règlement.

4. Lorsque cela est nécessaire à l'accomplissement des tâches qui leur incombent en vertu du présent règlement, les États membres veillent à ce que les autorités ou organismes de régulation nationaux soient habilités à demander aux personnes suivantes de fournir, dans un délai raisonnable, des informations et données qui sont proportionnées et nécessaires pour accomplir les tâches qui leur incombent en vertu du présent chapitre:
- a) les personnes physiques ou morales auxquelles le présent chapitre s'applique; et
 - b) toute autre personne physique ou morale qui, pour les besoins de son activité commerciale, industrielle ou libérale, pourrait raisonnablement être en possession de telles informations et données.

SECTION 2

COMITE EUROPEEN POUR LES SERVICES DE MEDIAS

Article 8

Comité européen pour les services de médias

- 1. Le comité européen pour les services de médias (ci-après dénommé "comité") est institué.
- 2. Le comité se substitue et succède au groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) institué par l'article 30 *ter* de la directive 2010/13/UE.

Article 9
Indépendance du comité

Le comité agit en toute indépendance dans l'accomplissement de ses tâches ou l'exercice ses pouvoirs. En particulier, dans l'accomplissement de ses tâches ou l'exercice ses pouvoirs, le comité ne sollicite ni n'accepte aucune instruction d'aucun gouvernement, d'aucune institution, d'aucune personne ni d'aucun organisme. Cela n'affecte en rien les compétences attribuées à la Commission et aux autorités ou organismes de régulation nationaux conformément au présent règlement.

Article 10
Structure du comité

1. Le comité est composé de représentants des autorités ou organismes de régulation nationaux.
2. Chaque membre du comité dispose d'une voix.
3. Le comité prend ses décisions à la majorité des deux tiers de ses membres disposant du droit de vote.
4. Lorsqu'un État membre compte plusieurs autorités ou organismes de régulation nationaux, ces autorités ou organismes de régulation nationaux se coordonnent selon les besoins et désignent un représentant commun. Le représentant commun exerce le droit de vote.

5. Le comité élit un président et un vice-président parmi ses membres. Le mandat du président dure un an et est renouvelable une fois. Le comité peut mettre en place un groupe de pilotage. Le comité est représenté par son président.
6. La Commission désigne un représentant au comité. Le représentant de la Commission participe aux délibérations du comité, sans droit de vote. Le président du comité tient la Commission informée des activités du comité.
7. Le comité peut inviter des experts et, en accord avec la Commission, des observateurs permanents à assister à ses réunions.
8. Le comité adopte son règlement intérieur en concertation avec la Commission. Ce règlement intérieur comprend les modalités de prévention et de gestion des conflits d'intérêts des membres du comité.

Article 11

Secrétariat du comité

1. Le comité est assisté d'un secrétariat. La Commission assure le secrétariat, en tenant compte des besoins indiqués par le comité. Le secrétariat est doté de ressources suffisantes pour l'accomplissement de ses tâches.

2. La mission principale du secrétariat est de contribuer à l'exécution en toute indépendance des tâches du comité énoncées dans le présent règlement et dans la directive 2010/13/UE. Le secrétariat agit les seules instructions du comité en ce qui concerne les tâches qui lui incombent en vertu du présent règlement.
3. Le secrétariat apporte un appui administratif et organisationnel au comité en ce qui concerne ses activités. Le secrétariat aide également le comité à accomplir ses tâches sur le fond.

Article 12

Mécanisme de consultation

1. Lorsque le comité examine des questions allant au-delà du secteur des médias audiovisuels, il consulte les représentants des secteurs des médias concernés opérant au niveau de l'Union ou au niveau national.
2. Le comité définit, dans son règlement intérieur, les modalités de la consultation visée au paragraphe 1. Ces modalités garantissent la possibilité d'associer plusieurs représentants, le cas échéant.
3. Dans la mesure du possible, le comité rend publics les résultats de la consultation visée au paragraphe 1.

Article 13
Tâches du comité

1. Sans préjudice des compétences conférées à la Commission par les traités, le comité conseille et soutient la Commission sur les questions liées aux services de médias relevant de la compétence du comité et promeut l'application cohérente et efficace du présent chapitre et la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE dans l'ensemble de l'Union. Dès lors, le comité:
 - a) fournit une expertise technique à la Commission dans sa tâche consistant à assurer une application cohérente et efficace du présent chapitre et une mise en œuvre de la directive 2010/13/UE dans tous les États membres, sans préjudice des tâches des autorités ou organismes de régulation nationaux;
 - b) promeut la coopération et l'échange efficace d'informations, d'expériences et de bonnes pratiques entre les autorités ou organismes de régulation nationaux sur l'application des règles de l'Union et des règles nationales applicables aux services de médias, y compris le présent règlement et la directive 2010/13/UE, en particulier en ce qui concerne les articles 3, 4 et 7 de ladite directive;
 - c) à la demande de la Commission, formule des avis sur les problèmes techniques et factuels des soulevés en rapport avec l'article 2, paragraphe 5 *quater*, l'article 3, paragraphes 2 et 3, l'article 4, paragraphe 4, point c), et l'article 28 *bis*, paragraphe 7, de la directive 2010/13/UE;

- d) en concertation avec la Commission, élabore des avis en ce qui concerne:
 - i) les demandes de coopération entre autorités ou organismes de régulation nationaux, conformément à l'article 14, paragraphe 5, du présent règlement;
 - ii) les demandes de mesures d'exécution des obligations, en cas de désaccord entre l'autorité ou l'organisme qui fait la demande et l'autorité ou l'organisme à qui la demande est faite, y compris des mesures recommandées, en vertu de l'article 15, paragraphe 3, du présent règlement;
 - iii) les mesures nationales concernant les services de médias provenant de l'extérieur de l'Union, conformément à l'article 17, paragraphe 2, du présent règlement;
- e) à la demande d'un fournisseur de services de médias avec lequel un fournisseur d'une très grande plateforme en ligne a engagé un dialogue visé à l'article 18, paragraphe 6, du présent règlement, élabore des avis sur l'issue d'un tel dialogue;
- f) de sa propre initiative, à la demande de la Commission, ou sur demande dûment justifiée et motivée d'un fournisseur de services de médias individuellement et directement concerné, élabore des avis en ce qui concerne les mesures réglementaires ou administratives susceptibles d'avoir une incidence importante sur le fonctionnement des fournisseurs de services de médias sur le marché intérieur des services de médias, conformément à l'article 21, paragraphe 4, du présent règlement;
- g) élabore des avis sur des projets d'évaluations ou des projets d'avis des autorités ou organismes de régulation nationaux, conformément à l'article 22, paragraphe 5, du présent règlement;

- h) de sa propre initiative ou à la demande de la Commission, élabore des avis en ce qui concerne les concentrations sur le marché des médias susceptibles d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, conformément à l'article 23, paragraphe 1, du présent règlement;
- i) aide la Commission à élaborer des lignes directrices en ce qui concerne:
 - i) l'application du présent règlement et la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE, conformément à l'article 16, paragraphe 2, du présent règlement;
 - ii) les éléments visés à l'article 22, paragraphe 2, points a), b) et c), du présent règlement, conformément au paragraphe 3 dudit article;
 - iii) l'application de l'article 24, paragraphes 1, 2 et 3, du présent règlement, conformément au paragraphe 4, dudit article;
- j) à la demande d'au moins une des autorités ou un des organismes de régulation nationaux concernés, assure la médiation en cas de désaccord entre autorités ou organismes de régulation nationaux, conformément à l'article 15, paragraphe 3, du présent règlement;
- k) favorise la coopération en matière de normes harmonisées relatives à la conception d'appareils ou d'interfaces utilisateur ou aux signaux numériques transportés par ces appareils, conformément à l'article 20, paragraphe 5, du présent règlement;

- l) coordonne les mesures pertinentes prises par les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés relatives à la diffusion de contenus de services de médias provenant de l'extérieur de l'Union qui ciblent ou touchent des publics dans l'Union, ou l'accès à de tels contenus, lorsque ces services de médias portent atteinte ou présentent un risque sérieux et grave d'atteinte à la sécurité publique, conformément à l'article 17, paragraphe 1, du présent règlement, et, en concertation avec la Commission, élabore un ensemble de critères, conformément au paragraphe 4 dudit article;
- m) organise un dialogue structuré entre les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne, et les représentants des fournisseurs de services de médias et de la société civile, et rend compte des résultats dudit dialogue à la Commission, conformément à l'article 19 du présent règlement;
- n) favorise l'échange de bonnes pratiques liées au déploiement de systèmes de mesure de l'audience, conformément à l'article 24, paragraphe 5, du présent règlement;
- o) échange des expériences et des bonnes pratiques en matière d'éducation aux médias, y compris pour encourager l'élaboration et l'utilisation de mesures et d'outils efficaces pour renforcer l'éducation aux médias;
- p) élabore un rapport annuel détaillé de ses activités et tâches.

Le comité rend public le rapport annuel détaillé visé au premier alinéa, point p). Lorsqu'il y est invité, le président présente ledit rapport annuel détaillé au Parlement européen.

2. Lorsque la Commission demande des conseils ou avis au comité, elle peut mentionner un délai, sauf disposition contraire du droit de l'Union, tenant compte de l'urgence de la question.
3. Le comité transmet ses éléments livrables au comité de contact institué par l'article 29, paragraphe 1, de la directive 2010/13/UE (ci-après dénommé "comité de contact").

SECTION 3

COOPERATION ET CONVERGENCE REGLEMENTAIRES

Article 14

Coopération structurée

1. Une autorité ou un organisme de régulation national (ci-après dénommée "autorité demandeuse") peut à tout moment demander à une ou plusieurs autres autorités ou organismes de régulation nationaux (ci-après dénommés "autorités sollicitées") qu'ils coopèrent, y compris par l'échange d'informations ou l'assistance mutuelle, aux fins de l'application cohérente et efficace du présent du chapitre III ou de la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE.
2. Une demande de coopération contient toutes les informations nécessaires y relatives, y compris la finalité et les motifs de la demande de coopération.

3. L'autorité sollicitée ne peut refuser de traiter la demande de coopération que dans les cas suivants:
- a) elle n'est pas compétente en ce qui concerne l'objet de la demande de coopération ou pour fournir le type de coopération demandée;
 - b) l'exécution de la demande de coopération enfreindrait le présent règlement, la directive 2010/13/UE ou une autre disposition du droit de l'Union ou une autre disposition de droit national qui est conforme au droit de l'Union, et auxquels l'autorité sollicitée est soumise;
 - c) la portée ou l'objet de la demande de coopération n'a pas été dûment justifié ou est disproportionné.

L'autorité sollicitée fournit, sans retard injustifié, les motifs de tout refus de traiter la demande de coopération. Lorsque l'autorité sollicitée a refusé une demande de coopération au titre du premier alinéa, point a), elle indique, dans la mesure du possible, l'autorité compétente.

4. L'autorité sollicitée faite met tout en œuvre pour traiter la demande de coopération et y répondre sans retard injustifié et communique régulièrement des informations actualisées sur l'état d'avancement de l'exécution de la demande.

5. Lorsque l'autorité demandeuse estime que l'autorité sollicitée n'a pas traité ou répondu à sa demande de coopération dans une mesure suffisante, elle en informe l'autorité sollicitée sans retard injustifié, en expliquant les raisons de sa position. Lorsque l'autorité demandeuse et l'autorité sollicitée ne parviennent pas à un accord sur la demande de coopération, chacune d'elles peut saisir le comité. Dans les délais qu'il aura fixés dans son règlement intérieur, le comité émet un avis sur la question, y compris des recommandations de mesures, en concertation avec la Commission. Les autorités concernées mettent tout en œuvre pour tenir compte de l'avis du comité.
6. Lorsqu'une autorité demandeuse estime qu'il existe un risque sérieux et grave de limitation de la liberté de fournir ou de recevoir des services de médias dans le marché intérieur ou un risque sérieux et grave d'atteinte à la sécurité publique, elle peut soumettre une demande à l'autorité sollicitée d'apporter une coopération accélérée, tout en veillant au respect des droits fondamentaux, en particulier la liberté d'expression, y compris aux fins de l'application effective des mesures nationales visées à l'article 3 de la directive 2010/13/UE. L'autorité sollicitée répond aux demandes de coopération accélérée et met tout en œuvre pour les traiter dans un délai de 14 jours civils.

Les paragraphes 2, 3 et 5 du présent article s'appliquent mutatis mutandis aux demandes de coopération accélérée.

7. Le comité énonce dans son règlement intérieur les détails de la procédure de coopération structurée visée au présent article.

Article 15

Demandes d'exécution des obligations des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos

1. Sans préjudice de l'article 3 de la directive 2000/31/CE, une autorité demandeuse peut soumettre une demande dûment justifiée à une autorité sollicitée l'invitant à prendre des mesures nécessaires et proportionnées en vue de faire exécuter les obligations imposées aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos en vertu de l'article 28 ter, paragraphes 1, 2 et 3, de la directive 2010/13/UE.
2. L'autorité sollicitée informe l'autorité demandeuse, sans retard injustifié, des mesures qu'elle a prises ou prévoit de prendre, ou des raisons pour lesquelles des mesures n'ont pas été prises, à la suite d'une demande d'exécution introduite au titre du paragraphe 1. Le comité fixe les délais à cet effet dans son règlement intérieur.
3. En cas de désaccord entre l'autorité demandeuse et l'autorité sollicitée au sujet des mesures prises ou prévues ou du manque de mesures à la suite d'une demande d'exécution, au titre du paragraphe 1, l'une ou l'autre autorité peut saisir le comité en qualité de médiateur afin de trouver une solution amiable.

Lorsque aucune solution amiable n'est trouvée à la suite de la médiation du comité, l'autorité qui fait la demande ou l'autorité à qui la demande est faite peut demander au comité d'émettre un avis sur la question. Dans son avis, le comité apprécie si la demande d'exécution visée au paragraphe 1 a été traitée dans une mesure suffisante. Lorsque le comité estime que l'autorité sollicitée n'a pas traité la demande d'exécution dans une mesure suffisante, il recommande des mesures à prendre pour traiter la demande. Le comité émet son avis, en concertation avec la Commission, sans retard injustifié.

4. À la suite de la réception d'un avis visé au paragraphe 3, deuxième alinéa, l'autorité à sollicitée informe, sans retard injustifié et dans les délais que le comité doit fixer dans son règlement intérieur, le comité, la Commission et l'autorité demandeuse des mesures prises ou prévues en rapport avec l'avis.

Article 16

Orientations en matière de régulation des médias

1. Le comité encourage l'échange de bonnes pratiques entre autorités ou organismes de régulation nationaux, en concertation avec les parties prenantes, s'il y a lieu, sur les aspects réglementaires, techniques ou pratiques propres à assurer l'application cohérente et efficace du présent chapitre et la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE.

2. Lorsque la Commission émet des lignes directrices relatives à l'application du présent règlement ou à la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE, le comité l'assiste en lui fournissant une expertise sur des aspects réglementaires, techniques ou pratiques, notamment en ce qui concerne:
- a) la visibilité appropriée des services de médias audiovisuels d'intérêt général conformément à l'article 7 *bis* de la directive 2010/13/UE;
 - b) l'accessibilité des informations relatives à la structure de propriété des fournisseurs de services de médias, conformément à l'article 5, paragraphe 2, de la directive 2010/13/UE et à l'article 6, paragraphe 1, du présent règlement.

Lorsque la Commission émet des orientations relatives à la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE, elle consulte le comité de contact.

3. Lorsque la Commission émet un avis sur une question liée à l'application du présent règlement ou à la mise en œuvre de la directive 2010/13/UE, le comité assiste la Commission.

Article 17

Coordination des mesures concernant les services de médias provenant de l'extérieur de l'Union

1. Sans préjudice de l'article 3 de la directive 2010/13/UE, le comité coordonne, à la demande des autorités ou organismes de régulation nationaux d'au moins deux États membres, les mesures pertinentes, prises par les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés, relatives à la diffusion des services de médias originaires de l'extérieur de l'Union ou fournis par des fournisseurs de services de médias établis en dehors de l'Union qui, indépendamment de leurs moyens de diffusion ou d'accès, ciblent ou touchent des publics dans l'Union, ou à l'accès à de tels services, lorsque, compte tenu entre autres du contrôle que des pays tiers pourraient exercer sur eux, ces services de médias portent atteinte ou présentent un risque sérieux et grave d'atteinte à la sécurité publique.
2. Le comité, en concertation avec la Commission, peut émettre des avis sur des mesures visées au paragraphe 1 dont l'élaboration est jugée appropriée. Sans préjudice des pouvoirs qui leur sont conférés en vertu du droit national, les autorités nationales compétentes concernées, y compris les autorités ou organismes de régulation nationaux, mettent tout en œuvre pour tenir compte des avis du comité.
3. Les États membres veillent à ce que les autorités ou organismes de régulation nationaux concernés ne soient pas empêchés de tenir compte d'un avis émis par le comité au titre de paragraphe 2, lorsqu'ils envisagent de prendre des mesures visées au paragraphe 1 à l'encontre d'un fournisseur de service de médias.

4. Le comité, en concertation avec la Commission, élabore un ensemble de critères destinés à être utilisés par les autorités ou organismes de régulation nationaux dans l'exercice de leurs compétences réglementaires à l'égard des fournisseurs de services de médias visés au paragraphe 1. Les autorités ou organismes de régulation nationaux mettent tout en œuvre pour tenir compte de ces critères.

SECTION 4

FOURNITURE DE SERVICES DE MEDIAS, ET ACCES A CES SERVICES, DANS UN ENVIRONNEMENT NUMERIQUE

Article 18

Contenus des fournisseurs de services de médias sur les très grandes plateformes en ligne

1. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne prévoient une fonctionnalité permettant aux destinataires de leurs services de:
 - a) déclarer qu'ils sont fournisseurs de services de médias;
 - b) déclarer qu'ils se conforment à l'article 6, paragraphe 1;
 - c) déclarer qu'ils jouissent d'une indépendance éditoriale à l'égard des États membres, des partis politiques, des pays tiers et des entités contrôlées ou financées par des pays tiers;
 - d) déclarer qu'ils sont soumis à des exigences réglementaires pour l'exercice de la responsabilité éditoriale dans un ou plusieurs États membres, et à la supervision d'une autorité ou d'un organisme de régulation national compétent, ou qu'ils adhèrent à un mécanisme de corégulation ou d'autorégulation régissant les normes éditoriales, qui est largement reconnu et accepté dans le secteur des médias concerné dans un ou plusieurs États membres;

- e) déclarer qu'ils ne fournissent pas de contenu généré par des systèmes d'intelligence artificielle sans soumettre ces contenus à un réexamen par un être humain ou à un contrôle éditorial;
- f) fournir leur dénomination sociale et leurs coordonnées, y compris une adresse électronique, par l'intermédiaire desquelles le fournisseur de la très grande plateforme en ligne peut communiquer rapidement et directement avec eux; et
- g) fournir les coordonnées des autorités ou organismes de régulation nationaux compétents ou des représentants des mécanismes de corégulation ou d'autorégulation visés au point d).

En cas de doute raisonnable quant au respect, par le fournisseur de service de médias, du premier alinéa, point d), le fournisseur d'une très grande plateforme en ligne demande confirmation à ce sujet à l'autorité ou organisme de régulation national compétent ou au mécanisme de corégulation ou d'autorégulation compétent.

- 2. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne veillent à ce que les informations déclarées en vertu du paragraphe 1, à l'exception des informations visées au paragraphe 1, premier alinéa, point f), soient mises à la disposition du public, sous une forme facilement accessible, sur leur interface en ligne.
- 3. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne accusent réception des déclarations soumises en vertu du paragraphe 1 et fournissent leurs coordonnées, y compris une adresse électronique, par l'intermédiaire desquelles le fournisseur de service de médias peut communiquer directement et rapidement avec eux.

Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne indiquent, sans retard injustifié, s'ils acceptent ou non les déclarations soumises en vertu du paragraphe 1.

4. Lorsqu'un fournisseur d'une très grande plateforme en ligne a l'intention de prendre la décision de suspendre la fourniture de ses services d'intermédiation en ligne en ce qui concerne le contenu fourni par un fournisseur de service de médias qui a soumis une déclaration conformément au paragraphe 1 du présent article, ou de restreindre la visibilité d'un tel contenu, au motif que ce contenu est incompatible avec ses conditions générales, avant que la décision de suspension ou la décision de restriction de la visibilité ne prenne effet; il:
- a) communique au fournisseur de service de médias concerné un exposé des motifs, visé à l'article 4, paragraphe 1, du règlement (UE) 2019/1150 et à l'article 17 du règlement (UE) 2022/2065, de la décision de suspension ou la décision de restriction de la visibilité qu'il envisage de prendre; et
 - b) donne au fournisseur de service de médias la possibilité de répondre à l'exposé des motifs visé au premier alinéa, point a), du présent paragraphe dans un délai de 24 heures à compter de sa réception ou, en cas de crise visée à l'article 36, paragraphe 2, du règlement (UE) 2022/2065, dans un délai plus court qui lui laisse suffisamment de temps pour répondre de manière constructive.

Lorsque, à la suite ou en l'absence d'une réponse visée au premier alinéa, point b), le fournisseur d'une très grande plateforme en ligne prend une décision de suspension ou une décision de restriction de la visibilité, il en informe le fournisseur de service de médias concerné sans retard injustifié.

Le présent paragraphe ne s'applique pas lorsque les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne suspendent la fourniture de leurs services concernant les contenus d'un fournisseur de service de médias ou restreignent la visibilité desdits contenu conformément aux obligations qui leur incombent en vertu des articles 28, 34 et 35 du règlement (UE) 2022/2065 et de l'article 28 ter de la directive 2010/13/UE ou à leurs obligations relatives aux contenus illicites en vertu du droit de l'Union.

5. Les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne prennent toutes les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour que les plaintes introduites par les fournisseurs de services de médias au titre de l'article 11 du règlement (UE) 2019/1150 ou de l'article 20 du règlement (UE) 2022/2065 soient traitées et résolues en priorité et sans retard injustifié. Un fournisseur de service de médias peut être représenté par un organisme dans le processus interne de traitement des plaintes visé auxdits articles.
6. Lorsqu'un fournisseur de service de médias qui a soumis une déclaration en vertu du paragraphe 1 considère qu'un fournisseur d'une très grande plateforme en ligne a restreint ou suspendu de manière répétée, sans motifs suffisants, la fourniture de ses services en ce qui concerne le contenu fourni par le fournisseur de service de médias, le fournisseur d'une très grande plateforme en ligne entame, à la demande du fournisseur de service de médias, un dialogue constructif et efficace, de bonne foi, avec celui-ci en vue de trouver une solution amiable, dans un délai raisonnable, pour mettre fin aux restrictions ou aux suspensions injustifiées et pour les éviter à l'avenir. Le fournisseur de service de médias peut notifier l'issue et les détails d'un tel dialogue au comité et à la Commission. Le fournisseur de service de médias peut demander au comité d'émettre un avis sur l'issue du dialogue, y compris, le cas échéant, des mesures recommandées pour le fournisseur d'une très grande plateforme en ligne. Le comité informe la Commission de son avis.

7. Lorsqu'un fournisseur d'une très grande plateforme en ligne rejette ou invalide une déclaration d'un fournisseur de service de médias soumise en vertu du paragraphe 1 du présent article ou lorsque aucune solution amiable n'a été trouvée à la suite d'un dialogue en vertu du paragraphe 6 du présent article, le fournisseur de service de médias concerné peut recourir à la médiation prévue à l'article 12 du règlement (UE) 2019/1150 ou au règlement extrajudiciaire des litiges prévu à l'article 21 du règlement (UE) 2022/2065. Le fournisseur de service de médias concerné peut notifier au comité l'issue de cette médiation ou de ce règlement extrajudiciaire des litiges.
8. Un fournisseur d'une très grande plateforme en ligne met chaque année à la disposition du public des informations détaillées sur:
- a) le nombre de cas dans lesquels il a imposé des restrictions ou des suspensions au motif que le contenu proposé par un fournisseur de service de médias ayant fait une déclaration conformément au paragraphe 1 était incompatible avec ses conditions générales;
 - b) les motifs pour lesquels de telles restrictions ou suspensions ont été imposées, y compris les clauses spécifiques de ses conditions générales avec lesquelles le contenu du fournisseur de service de médias a été jugé incompatible;
 - c) le nombre de cas dialogues engagés avec des fournisseurs de services de médias en vertu paragraphe 6;
 - d) le nombre de cas dans lesquels il a rejeté les déclarations soumises par un fournisseur de service de médias en vertu du paragraphe 1 et les motifs de ce rejet;
 - e) le nombre de cas dans lesquels il a invalidé une déclaration présentée par un fournisseur de service de médias en vertu du paragraphe 1 et les motifs de cette invalidation.

9. En vue de faciliter la mise en œuvre cohérente et efficace du présent article, la Commission émet des lignes directrices afin de favoriser la mise en œuvre efficace de la fonctionnalité visée au paragraphe 1.

Article 19

Dialogue structuré

1. Le comité organise, à intervalles réguliers, un dialogue structuré entre les fournisseurs de très grandes plateformes en ligne, les représentants des fournisseurs de services de médias et les représentants de la société civile afin:
 - a) de discuter des expériences et des bonnes pratiques tirées de l'application de l'article 18, y compris en ce qui concerne le fonctionnement des très grandes plateformes en ligne et leurs processus de modération des contenus fournis par les fournisseurs de services de médias;
 - b) de favoriser l'accès à diverses offres de médias indépendants sur les très grandes plateformes en ligne; et
 - c) de surveiller l'adhésion aux initiatives d'autorégulation visant à protéger les utilisateurs des contenus préjudiciables, y compris la désinformation ainsi que les manipulations de l'information et ingérences étrangères.
2. Le comité rend compte des résultats des dialogues structurés visés au paragraphe 1 à la Commission. Lorsque cela est possible, le comité met les résultats de ces dialogues structurés à la disposition du public.

Article 20

Droit à la personnalisation de l'offre de médias

1. Les utilisateurs ont le droit de modifier facilement la configuration, y compris les paramètres par défaut, de tout appareil ou toute interface utilisateur contrôlant ou gérant l'accès à des services de médias fournissant des programmes, et l'utilisation de ces services, afin de personnaliser l'offre de médias en fonction de leurs intérêts ou de leurs préférences dans le respect du droit de l'Union. Le présent paragraphe n'affecte en rien les mesures nationales mettant en œuvre les articles 7 *bis* et 7 *ter* de la directive 2010/13/UE.
2. Lorsqu'ils mettent les appareils et les interfaces utilisateur visés au paragraphe 1 sur le marché, les fabricants, les développeurs et les importateurs veillent à ce que ces appareils et ces interfaces utilisateur comportent une fonctionnalité permettant aux utilisateurs de modifier à tout moment, librement et facilement, la configuration, y compris les paramètres par défaut contrôlant ou gérant l'accès aux services de médias proposés et l'utilisation de ces services.
3. Les fabricants, développeurs et importateurs d'appareils et d'interfaces utilisateur visés au paragraphe 1 veillent à ce que l'identité visuelle des fournisseurs de services de médias auxquels leurs appareils et leurs interfaces utilisateur donnent accès soit systématiquement et clairement visible pour les utilisateurs.
4. Les États membres prennent les mesures appropriées pour veiller à ce que les fabricants, les développeurs et les importateurs des appareils et interfaces utilisateur visés au paragraphe 1 se conforment aux paragraphes 2 et 3.

5. Le comité encourage la coopération entre les fournisseurs de services de médias, les organismes de normalisation ou les autres parties prenantes pertinentes afin de promouvoir l'élaboration de normes harmonisées relatives à la conception d'appareils ou d'interfaces utilisateur visés au paragraphe 1 ou relatives aux signaux numériques transportés par ces appareils.

SECTION 5

EXIGENCES APPLICABLES AUX MESURES ET PROCEDURES GARANTISSANT

LE BON FONCTIONNEMENT DU MARCHE DES MEDIAS

Article 21

Mesures nationales ayant une incidence sur les fournisseurs de services de médias

1. Les mesures législatives, réglementaires ou administratives prises par un État membre qui sont susceptibles d'avoir une incidence sur le pluralisme des médias ou l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services de médias opérant dans le marché intérieur sont dûment justifiées et proportionnées. Ces mesures sont motivées, transparentes, objectives et non discriminatoires.
2. Toute procédure nationale ayant pour finalité l'adoption d'une mesure administrative visée au paragraphe 1 est soumise à des délais fixés à l'avance. Ces procédures sont menées sans retard injustifié.

3. Tout fournisseur de services de médias faisant l'objet d'une mesure réglementaire ou administrative visée au paragraphe 1 qui le concerne individuellement et directement a le droit de former un recours contre cette mesure devant un organe d'appel. Cet organe, qui peut être une juridiction, est indépendant des parties concernées et de toute intervention extérieure ou pression politique de nature à compromettre l'appréciation indépendante des questions dont il est saisi. Il dispose de l'expertise appropriée pour s'acquitter efficacement et en temps utile de ses fonctions.
4. Lorsqu'une mesure réglementaire ou administrative visée au paragraphe 1 est susceptible d'avoir une incidence importante sur le fonctionnement des fournisseurs de services de médias dans le marché intérieur, le comité élabore, de sa propre initiative, à la demande de la Commission ou sur demande dûment justifiée et motivée d'un fournisseur de service de médias individuellement et directement affecté par cette mesure, un avis sur la mesure. Sans préjudice des pouvoirs qui lui sont conférés par les traités, la Commission peut émettre son propre avis sur la question. Le comité et la Commission mettent leurs avis à la disposition du public.
5. Aux fins de l'élaboration d'un avis au titre du paragraphe 4, le comité et, le cas échéant, la Commission peuvent demander des informations pertinentes à une autorité nationale ou à un organisme national qui a adopté une mesure réglementaire ou administrative visée au paragraphe 1 affectant un fournisseur de service de médias individuellement et directement. L'autorité nationale ou l'organisme national concerné fournit ces informations sans retard injustifié et par voie électronique.

Article 22

Évaluation des concentrations sur le marché des médias

1. Les États membres établissent, dans leur droit national, des règles de fond et de procédure permettant d'évaluer les concentrations sur le marché des médias susceptibles d'avoir un effet important sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale. Ces règles:
 - a) sont transparentes, objectives, proportionnées et non discriminatoires;
 - b) exigent des parties participant à la concentration sur le marché des médias qu'elles notifient au préalable cette concentration aux autorités ou organismes nationaux compétents ou confèrent à ces autorités ou organismes les pouvoirs appropriés leur permettant d'obtenir des parties les informations nécessaires à l'évaluation de la concentration;
 - c) désignent les autorités ou organismes de régulation nationaux comme étant responsables de l'évaluation ou veillent à ce qu'ils participent de façon substantielle à cette évaluation;
 - d) définissent à l'avance des critères objectifs, non discriminatoires et proportionnés pour la notification de ces concentrations sur le marché des médias et pour l'évaluation de l'effet sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale; et
 - e) précisent à l'avance les délais encadrant l'évaluation.

L'évaluation des concentrations sur le marché des médias visée au présent paragraphe est distincte des appréciations relevant du droit de l'Union et du droit national en matière de concurrence, y compris celles qui sont prévues par les règles relatives au contrôle des concentrations. Elle est sans préjudice, le cas échéant, de l'article 21, paragraphe 4, du règlement (CE) n° 139/2004.

2. L'évaluation des concentrations sur le marché des médias visée au paragraphe 1 tient compte des éléments suivants:
 - a) l'effet attendu de la concentration sur le marché des médias sur le pluralisme des médias, y compris sur la formation de l'opinion publique et sur la diversité des services de médias et de l'offre des médias sur le marché, compte tenu de l'environnement en ligne et des intérêts ou des activités des parties dans d'autres secteurs médiatiques ou non médiatiques, ou des liens des parties avec lesdits secteurs;
 - b) les garde-fous protégeant l'indépendance éditoriale, y compris les mesures prises par les fournisseurs de services en vue de garantir l'indépendance des décisions éditoriales;
 - c) la question de savoir si, en l'absence de concentration sur le marché des médias, les parties participant à la concentration sur le marché des médias resteraient économiquement viables et s'il existe d'autres solutions possibles pour assurer leur viabilité économique;
 - d) s'il y a lieu, les conclusions du rapport annuel de la Commission sur l'état de droit concernant le pluralisme et la liberté des médias; et

- e) le cas échéant, les engagements que les parties participant à la concentration sur le marché des médias pourraient proposer pour préserver le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale.
3. La Commission, assistée par le comité, émet des lignes directrices sur les éléments visés au paragraphe 2, points a), b) et c).
 4. Lorsqu'une concentration est susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias, l'autorité ou l'organisme de régulation national concerné consulte au préalable le comité sur son projet d'évaluation ou d'avis.
 5. Le comité élabore, dans les délais devant être fixés dans son règlement intérieur, un avis sur le projet d'évaluation ou le projet d'avis visé au paragraphe 4, en tenant compte des éléments visés au paragraphe 2, et transmet cet avis à l'autorité ou organisme de régulation national concerné et à la Commission.
 6. L'autorité ou l'organisme de régulation national visé au paragraphe 4 tient le plus grand compte de l'avis visé au paragraphe 5. Lorsque l'autorité ou organisme de régulation national ne suit pas l'avis, en tout ou en partie, elle ou il fournit au comité et à la Commission une justification motivée expliquant sa position, dans les délais devant être fixés par le comité dans son règlement intérieur.

Article 23

Avis relatifs aux concentrations sur le marché des médias

1. En l'absence d'une évaluation ou d'une consultation en vertu de l'article 22, le comité élabore, de sa propre initiative ou à la demande de la Commission, un avis sur l'impact d'une concentration sur le marché des médias sur le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale, lorsque cette concentration est susceptible d'avoir une incidence sur le fonctionnement du marché intérieur des services de médias. Le comité fonde son avis sur les éléments visés à l'article 22, paragraphe 2. Le comité peut porter à l'attention de la Commission de telles concentrations sur le marché des médias.
2. Sans préjudice des pouvoirs qui lui sont conférés par les traités, la Commission peut émettre son propre avis sur la question.
3. Le comité et la Commission mettent leurs avis visés au présent article à la disposition du public.

SECTION 6

ALLOCATION TRANSPARENTE ET EQUITABLE DES RESSOURCES ECONOMIQUES

Article 24

Mesure de l'audience

1. Les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience veillent à ce que leurs systèmes de mesure de l'audience et la méthode utilisée par leurs systèmes de mesure respectent les principes de transparence, d'impartialité, d'inclusion, de proportionnalité, de non-discrimination, de comparabilité et de vérifiabilité.
2. Sans préjudice de la protection des secrets d'affaires des entreprises, tels qu'ils sont définis à l'article 2, point 1), de la directive (UE) 2016/943, les fournisseurs de systèmes de mesure propriétaire de l'audience fournissent, sans retard injustifié et gratuitement, aux fournisseurs de services de médias, aux annonceurs et aux tiers autorisés par les fournisseurs de services de médias et les annonceurs, des informations exactes, détaillées, complètes, intelligibles et actualisées sur la méthode utilisée par leurs systèmes de mesure de l'audience.

Les fournisseurs de systèmes de mesure propriétaire de l'audience veillent à ce que la méthode utilisée par leurs systèmes de mesure de l'audience et la manière dont elle est appliquée fassent l'objet d'un audit indépendant une fois par an. À la demande d'un fournisseur de services de médias, un fournisseur de système de mesure propriétaire de l'audience lui fournit des informations sur les résultats de la mesure de l'audience, y compris les données non agrégées, qui se rapportent au contenu médiatique et aux services de médias dudit fournisseur de services de médias.

Le présent paragraphe n'affecte en rien les règles de l'Union en matière de protection des données et de la vie privée.

3. Les autorités ou organismes de régulation nationaux encouragent les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience à élaborer des codes de conduite, en collaboration avec les fournisseurs de services de médias, les fournisseurs de plateformes en ligne, les organisations qui les représentent et toute autre partie intéressée, ou encouragent les fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience à se conformer aux codes de conduite convenus d'un commun accord et largement reconnus par les fournisseurs de services de médias, les organisations qui les représentent et toute autre partie intéressée.

Les codes de conduite visés au premier alinéa du présent paragraphe visent à promouvoir un suivi régulier, indépendant et transparent de la réalisation effective de leurs objectifs et du respect des principes énoncés au paragraphe 1, y compris au moyen d'audits indépendants et transparents.

4. La Commission, assistée par le comité, peut émettre des lignes directrices sur l'application pratique des paragraphes 1, 2 et 3, en tenant compte, lorsqu'il y a lieu, des codes de conduite visés au paragraphe 3.
5. Le comité encourage l'échange de bonnes pratiques relatives au déploiement des systèmes de mesure de l'audience par un dialogue régulier entre les représentants des autorités ou organismes de régulation nationaux, les représentants des fournisseurs de systèmes de mesure de l'audience, les représentants des fournisseurs de services de médias, les représentants des fournisseurs de plateformes en ligne et les autres parties intéressées.

Article 25

Allocation de fonds publics à des fins de publicité d'État et de marchés de fournitures ou de services

1. Les fonds publics ou les contreparties ou avantages de tout ordre mis à la disposition, directement ou indirectement, par des autorités ou entités publiques, de fournisseurs de services de médias ou de fournisseurs de plateformes en ligne pour la publicité d'État **ou** pour la conclusion de marchés de fournitures ou de services avec des fournisseurs de services de médias ou des fournisseurs de plateformes en ligne sont octroyés selon des critères transparents, objectifs, proportionnés et non discriminatoires, mis à la disposition du public à l'avance par des moyens électroniques et conviviaux et selon des procédures ouvertes, proportionnées et non discriminatoires.

Les États membres s'efforcent de veiller à ce que les dépenses publiques annuelles globales allouées à la publicité d'État soient distribuées à une vaste pluralité de fournisseurs de services de médias représentés sur le marché, en tenant compte des spécificités nationales et locales des marchés des médias concernés.

Le présent article n'affecte en rien l'attribution de marchés publics et de contrats de concession au titre des règles de l'Union en matière de marchés publics, ni l'application des règles de l'Union en matière d'aides d'État.

2. Les autorités ou entités publiques mettent chaque année à la disposition du public, par des moyens électroniques et conviviaux, des informations sur leurs dépenses pour la publicité d'État. Ces informations comprennent au moins les renseignements suivants:
 - a) les dénominations sociales des fournisseurs de services de médias ou des fournisseurs de plateformes en ligne auprès desquels les services ont été achetés;

- b) le cas échéant, les dénominations sociales des groupes d'entreprises dont font partie ces fournisseurs de services de médias ou ces fournisseurs de plateformes en ligne visés au point a); et
- c) le montant total annuel dépensé, ainsi que les montants annuels dépensés par fournisseur de service de médias ou fournisseur de plateforme en ligne.

Les États membres peuvent exempter les pouvoirs publics infranationaux d'entités territoriales de moins de 100 000 habitants et les entités contrôlées, directement ou indirectement, par ces pouvoirs publics infranationaux des obligations prévues au premier alinéa, point b).

- 3. Les autorités ou organismes de régulation nationaux ou d'autres autorités ou organismes indépendants compétents des États membres surveillent l'allocation dépenses pour la publicité d'État aux fournisseurs de services de médias et aux fournisseurs de plateformes en ligne, et en rendent compte chaque année, sur la base des informations énumérées au paragraphe 2. Les rapports annuels sont mis à la disposition du public sous une forme facilement accessible.

Afin d'évaluer l'exhaustivité des informations sur la publicité d'État mises à disposition en application du paragraphe 2, les autorités ou organismes de régulation nationaux ou d'autres autorités ou organismes indépendants compétents des États membres peuvent demander à ces autorités ou entités publiques visés au paragraphe 2, premier alinéa, de plus amples informations, y compris des informations plus détaillées sur l'application des critères et des procédures visés au paragraphe 1.

Lorsque la surveillance, l'évaluation et l'établissement de rapports sont effectués par d'autres autorités ou organismes indépendants compétents des États membres, ils tiennent les autorités ou organismes de régulation nationaux dûment informés.

Chapitre IV

Dispositions finales

Article 26

Exercice de suivi

1. La Commission veille à ce que le marché intérieur des services de médias, y compris les risques qui pèsent sur lui et les progrès réalisés dans son fonctionnement, fassent l'objet d'un suivi indépendant et continu (ci-après dénommée "exercice de suivi"). Les conclusions de l'exercice de suivi font l'objet d'une consultation avec le comité et sont présentées au comité de contact et discutées au sein de celui-ci.
2. La Commission, en concertation avec le comité, définit les indicateurs de performance clés, les garanties méthodologiques destinées à préserver l'objectivité et les critères de sélection des chercheurs à utiliser pour l'exercice de suivi.
3. L'exercice de suivi comprend les éléments suivants:
 - a) une analyse détaillée des marchés des médias dans tous les États membres, y compris en ce qui concerne le niveau de concentration des médias et les risques de manipulation de l'information et d'ingérence étrangères;
 - b) une vue générale et une évaluation prospective du fonctionnement du marché intérieur des services de médias dans son ensemble, y compris en ce qui concerne l'impact des plateformes en ligne;

- c) une vue d'ensemble des risques pour le pluralisme des médias et l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services de médias lorsqu'ils pourraient avoir un impact sur le fonctionnement du marché intérieur;
 - d) une vue d'ensemble des mesures prises par les fournisseurs de services de médias en vue de garantir l'indépendance des décisions éditoriales;
 - e) une vue d'ensemble détaillée des cadres et des pratiques pour l'attribution de fonds publics à la publicité d'État.
4. L'exercice de suivi est réalisé chaque année. Les résultats de l'exercice de suivi, y compris la méthode et les données utilisées à cette fin, sont rendus publics et présentés chaque année au Parlement européen.

Article 27

Évaluation et rapports

1. Au plus tard le ... [51 mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement], puis tous les quatre ans, la Commission évalue le présent règlement et fait rapport au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen.
2. Lors de la première évaluation visée au paragraphe 1 du présent article, la Commission examine en particulier l'efficacité du fonctionnement du secrétariat du comité visé à l'article 11, y compris en ce qui concerne la suffisance des ressources par rapport à l'exécution de ses tâches.

3. Aux fins du paragraphe 1 et à la demande de la Commission, les États membres et le comité lui fournissent les informations pertinentes.
4. Lorsqu'elle procède aux évaluations visées au paragraphe 1 du présent article, la Commission tient compte:
 - a) des positions et des conclusions du Parlement européen, du Conseil et des autres organismes ou sources compétents;
 - b) de l'issue des discussions pertinentes menées dans les enceintes concernées;
 - c) des documents pertinents émis par le comité;
 - d) des conclusions de l'exercice de suivi visé à l'article 26.
5. Les rapports visés au paragraphe 1 peuvent être accompagnés, lorsqu'il y a lieu, d'une proposition de modification du présent règlement.

Article 28
Modification de la directive 2010/13/UE

La directive 2010/13/UE est modifiée comme suit:

- 1) L'article 30 *ter* est supprimé.
- 2) Les références à l'article 30 *ter* de la directive 2010/13/UE s'entendent comme étant faites à l'article 13, paragraphe 1, point c), du présent règlement.

Article 29

Entrée en vigueur et application

Le présent règlement entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Le présent règlement est applicable à partir du ... [15 mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement]. Toutefois:

- a) l'article 3 est applicable à partir du ... [six mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement];
- b) l'article 4, paragraphes 1 et 2, l'article 6, paragraphe 3, et les articles 7 à 13 et 28 sont applicables à partir du ... [neuf mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement];
- c) les articles 14 à 17 sont applicables à partir du ... [12 mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement];
- d) l'article 20 est applicable à partir du ... [36 mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement].

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le

Par le Parlement européen
La présidente

Par le Conseil
Le président/La présidente