



Bruxelles, le 15 novembre 2016
(OR. en)

13624/1/16
REV 1

LIMITE

AUDIO 113
DIGIT 119
CONSOM 251
TELECOM 201
CODEC 1502
IA 103

Dossier interinstitutionnel:
2016/0151 (COD)

NOTE

Origine:	Secrétariat général du Conseil
Destinataire:	Comité des représentants permanents/Conseil
N° doc. Cion:	9479/16 AUDIO 68 DIGIT 55 CONSOM 121IA 28 CODEC 744 TELECOM 98
Objet:	Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil 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 , compte tenu de l'évolution des réalités du marché - <i>Rapport sur l'état des travaux</i>

I. INTRODUCTION

1. Contexte

Le 20 mai 2016, la Commission a adopté une proposition de directive du Parlement européen et du Conseil 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, compte tenu de l'évolution des réalités du marché¹.

¹ Doc. 9479/16 + ADD 1 à 4.

L'actuelle directive sur les services de médias audiovisuels (SMA) a été adoptée en 2007 et codifiée en 2010. Elle repose sur le principe du pays d'origine, qui permet la libre circulation des services de médias audiovisuels à l'intérieur de l'UE. Parallèlement, elle poursuit un certain nombre d'objectifs d'intérêt public général liés, notamment, à la diversité culturelle, à la protection des mineurs, à la protection des consommateurs et à la liberté des médias. La directive régit tant les services linéaires (télévision) que les services à la demande, quoiqu'à des degrés différents.

2. Proposition et analyse d'impact de la Commission

Les 8 et 20 juin 2016, la Commission a présenté au groupe "Audiovisuel" la proposition de modification ainsi que l'analyse d'impact².

La proposition de la Commission vise à mettre à jour et à moderniser l'actuel cadre réglementaire dans le domaine audiovisuel, établi par la directive SMA de 2010, pour qu'il soit mieux adapté à l'ère du numérique, caractérisée par une évolution technologique rapide, l'émergence de nouveaux modèles d'entreprise et la transformation des modes de visionnage et de consommation. En bref, la proposition de la Commission³ vise:

- à garantir la protection des mineurs et des consommateurs sur les plateformes de partage de vidéos également;
- à simplifier les règles régissant le principe du pays d'origine;
- à accroître la compétitivité des services de télévision en alignant davantage les règles relatives aux services linéaires et aux services à la demande;
- à tenir compte de la convergence des médias en actualisant les règles relatives aux communications commerciales audiovisuelles;
- à assurer une mise en œuvre correcte de la directive en renforçant l'indépendance des autorités de régulation nationales et en officialisant l'actuel organisme européen des autorités de régulation nationales.

² Doc. 9479/16 ADD 1.

³ Pour de plus amples informations sur le contenu de la proposition de la Commission, voir les résultats des travaux des réunions du groupe "Audiovisuel" figurant dans le doc. 10745/16.

Lors de l'examen de l'analyse d'impact, le groupe "Audiovisuel" a pris en compte la liste de contrôle indicative prévue dans les orientations pour le traitement des analyses d'impact au sein du Conseil⁴. Les délégations n'ont pas soulevé de problèmes majeurs pour ce qui est de l'analyse d'impact de la Commission. En revanche, elles ont estimé que l'analyse d'impact ne traitait pas (complètement) un certain nombre de points. Ceux-ci sont mentionnés dans le document 10745/16, section III.

3. Autres institutions/organes

La Commission de la culture et de l'éducation joue le rôle de chef de file sur ce dossier au Parlement européen. Le 9 juin 2016, elle a désigné comme corapporteurs Sabine Verheyen (DE-PPE) et Petra KAMMEREVERT (DE-S&D). Le vote au sein de la commission devrait avoir lieu à la fin du mois de janvier 2017.

Le Comité économique et social européen a rendu un avis le 19 octobre 2016.

II. ÉTAT D'AVANCEMENT DES TRAVAUX AU SEIN DU CONSEIL

Pendant la présidence slovaque, le groupe "Audiovisuel" a examiné la proposition de la Commission lors d'un certain nombre de réunions tenues entre les mois de juillet et d'octobre 2016.

Les 4 et 15 juillet, les délégations ont fait part de leurs observations générales sur la proposition de la Commission puis ont procédé à un examen chapitre par chapitre⁵.

Lors des réunions des 1^{er}, 12 et 26 septembre, ainsi que des 3 et 28 octobre 2016, le groupe "Audiovisuel" a procédé à un examen approfondi du texte de la Commission et analysé chaque disposition modifiée séparément⁶.

Un certain nombre de délégations maintiennent des réserves d'examen générales et spécifiques sur la proposition de la Commission.

⁴ Doc. 9790/16 + COR 1.

⁵ On trouvera un compte rendu détaillé des débats tenus lors de ces réunions dans le doc. 11361/16.

⁶ Les observations détaillées des délégations figurent dans le doc. 13934/16.

III. PRINCIPALES RÉACTIONS DES DÉLÉGATIONS

Les réactions des délégations peuvent être regroupées selon les grands thèmes qui suivent:

1. Extension du champ d'application

a) Services de plateforme de partage de vidéos - article 1^{er}, paragraphe 1, point a bis), et article 28 bis

Afin de faire face à la multiplication des contenus préjudiciables et des discours de haine sur l'internet, la Commission propose d'étendre le champ d'application de la directive SMA afin d'y inclure les services de plateforme de partage de vidéos. À cet effet, elle crée une catégorie distincte de services à laquelle correspond un ensemble de règles séparées. Les plateformes de partage de vidéos concernées sont celles dont l'objet principal est de fournir des programmes et des vidéos créées par les utilisateurs, qui stockent une grande quantité de ces contenus et qui n'ont aucune responsabilité éditoriale quant au contenu stocké, tout en assurant son organisation. C'est pourquoi la Commission propose d'imposer aux États membres de veiller à ce que les plateformes de partage de vidéos prennent certaines mesures appropriées pour protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables et tous les citoyens contre l'incitation à la violence ou à la haine.

La réaction des États membres a été mitigée. Premièrement, parce qu'ils ne voyaient pas clairement quels sont les services couverts par la **définition** de "services de plateforme de partage de vidéos" (article 1^{er}). À cet égard, certains États membres estimaient que certains éléments de cette définition, par exemple en ce qui concerne l'objet principal ou la partie dissociable⁷, étaient trop restrictifs dans la mesure où cela empêcherait de couvrir les contenus vidéo proposés par les services de médias sociaux. La Commission a confirmé que les services de médias sociaux tels que nous les connaissons aujourd'hui, c'est-à-dire qui ne sont pas adressés au public et dont l'objet principal n'est pas la fourniture de contenus audiovisuels, n'étaient pas couverts, sauf s'ils fournissent un service relevant de la définition d'un service de plateforme de partage de vidéos⁸. Deuxièmement, des craintes ont été exprimées quant à la compatibilité des obligations imposées aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos dans la directive SMA (nouvel article 28 bis) avec les limitations de responsabilité prévues pour ces fournisseurs dans la directive sur le commerce électronique⁹. La Commission a assuré aux délégations que les deux instruments étaient pleinement compatibles, étant donné que la proposition visant à modifier la directive SMA ne crée aucun contrôle ex ante sur le contenu de ces services et se contente de réglementer la manière dont il est organisé, dans le but spécifique de protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables et tous les citoyens contre les discours de haine.

⁷ Voir le point b) ci-dessous pour la notion de "partie dissociable".

⁸ Voir également le considérant 3 de la proposition de la Commission.

⁹ Directive 2000/31/CE (directive sur le commerce électronique).

En ce qui concerne les **mesures** que les États membres peuvent imposer aux plateformes de partage de vidéos (article 28 bis), certaines délégations les ont jugées trop prescriptives. Elles ont proposé de réaliser les objectifs consistant à protéger les mineurs et les citoyens plutôt grâce à l'éducation aux médias. Certaines autres délégations ont suggéré de compléter la liste par des mesures qui empêcheraient la mise en ligne de contenus précédemment retirés et garantiraient un traitement rapide des signalements de contenus préjudiciables. La Commission a insisté sur le fait que les États membres pouvaient choisir, sur la liste, les mesures qu'ils jugeraient appropriées en fonction de circonstances déterminées. Toutefois, ils ne pourraient pas adopter de mesures plus strictes, à moins qu'elles soient compatibles avec la directive sur le commerce électronique, étant donné que la Commission propose une harmonisation maximale pour ces services spécifiques. Certaines délégations se sont opposées à cette solution. Par ailleurs, certaines autres délégations se sont interrogées sur l'utilité de la corégulation pour l'exécution de ces mesures si les États membres ne peuvent aller au-delà de ce qui est proposé. La Commission a précisé que la corégulation n'était pas obligatoire et pouvait être utile pour exposer plus en détail le contenu des mesures.

b) Partie dissociable d'un service et vidéos de courte durée (article 1^{er}, paragraphe 1)

À la lumière de l'arrêt de la Cour de justice (affaire C-347/14), la Commission propose:

- d'étendre la définition d'un service à une partie (audiovisuelle) dont le contenu et la forme sont **dissociables** de l'activité principale non audiovisuelle¹⁰ (article 1^{er}, paragraphe 1, point a) i) et article 1^{er}, paragraphe 1, point a bis) iii)). Certaines délégations ont estimé que cette définition était restrictive dans la mesure où elle pourrait exclure les vidéos postées sur les médias sociaux du champ d'application de la directive SMA. Plusieurs délégations ont également demandé des précisions sur le sens exact de l'expression "partie dissociable";
- d'inclure les "**vidéos de courte durée**" dans la définition d'un programme (article 1^{er}, paragraphe 1, point b)). Compte tenu du manque de clarté de la notion de "courte durée", certaines délégations ont proposé de supprimer la référence à la durée, tandis que plusieurs autres ont demandé des orientations plus précises sur la manière d'interpréter ces termes.

¹⁰ Par exemple, une partie vidéo autonome d'un journal en ligne.

2. Garantir une concurrence équitable entre les services linéaires et à la demande

La proposition de la Commission vise à créer des conditions de concurrence plus équitables entre les services linéaires et les services à la demande tout en assurant un niveau de protection uniforme pour ces services. C'est notamment le cas de la promotion des œuvres européennes, de la protection des consommateurs, de la protection des mineurs et de la protection contre les discours de haine (lorsque les règles sont étendues aux plateformes de partage de vidéos), ainsi que de la procédure de dérogation au principe du pays d'origine. Cependant, plusieurs délégations n'étaient pas satisfaites de l'approche retenue par la Commission, qui maintenait une réglementation différenciée pour les services linéaires et à la demande, et souhaitaient que les règles soient davantage alignées. En outre, plusieurs délégations ont demandé que soient assurées des conditions de concurrence plus équitables également en ce qui concerne les plateformes de partage de vidéos dans certains domaines tels que les communications commerciales.

a) Promotion des œuvres européennes (article 13)

La Commission propose deux moyens de renforcer les obligations des fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande en ce qui concerne la promotion des œuvres européennes:

- i. les États membres doivent veiller à ce que les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande relevant de leur compétence proposent un quota d'au moins 20 % d'œuvres européennes dans leur catalogue et mettent ces œuvres en avant (en assurent la visibilité). Concernant les **quotas**, les points de vue des États membres étaient très divergents: un groupe s'opposait à l'introduction d'une part obligatoire de 20 %, alors qu'un autre soutenait cette idée et que certaines délégations proposaient même d'accroître cette part. En outre, certains États membres souhaitaient pouvoir imposer des quotas également aux fournisseurs ne relevant pas de leur compétence. En ce qui concerne l'idée de "**mise en avant**", certaines délégations ont demandé des précisions concernant le sens de cette formule et ses modalités d'exécution;

- ii. l'État membre peut demander une **contribution financière** (prélèvement) aux fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande établis sur leur territoire, mais aussi à ceux établis dans un autre État membre, à conditions que ceux-ci visent des publics sur son propre territoire¹¹. Un premier groupe d'États membres s'est prononcé contre cette proposition au motif qu'elle porte atteinte au principe du pays d'origine, alors qu'un autre groupe d'États membres y était favorable. En outre, de nombreuses délégations souhaiteraient étendre cette possibilité aux fournisseurs de services linéaires. La Commission n'interprète pas cette disposition comme une dérogation au principe du pays d'origine, mais plutôt comme une précision indiquant que les contributions financières sont assimilables à un impôt et devraient par conséquent être laissées à l'appréciation des États membres, à condition qu'elles soient compatibles avec le droit de l'UE, en particulier les règles en matière d'aides d'État¹².

b) Communications commerciales (articles 9, 10, 11, 20 et 23)

La Commission propose de renforcer la flexibilité des règles quantitatives sur la publicité télévisée, ainsi que celle des règles relatives au parrainage et au placement de produit, qui s'appliqueraient aux services linéaires et aux services à la demande. L'objectif est de renforcer la capacité des organismes de radiodiffusion télévisuelle à investir dans la production de contenus originaux et, par conséquent, de les rendre plus compétitifs compte tenu du fait que les recettes publicitaires se déplacent de plus en plus vers l'environnement en ligne.

- i. Les délégations ont exprimé des avis très divergents sur la proposition de la Commission visant à modifier les règles quantitatives (c'est-à-dire les limitations et la fréquence) concernant la **publicité télévisée**. La proposition de la Commission consistant à faire passer la **fréquence** des interruptions publicitaires de 30 à 20 minutes a été accueillie favorablement par un groupe de délégations, et défavorablement par un autre groupe (article 20, paragraphe 2). Concernant la proposition de calculer la **limite** de 20 % de temps publicitaire non plus sur une heure mais sur une journée (période comprise entre 7 et 23 heures), un groupe de délégations s'est déclaré favorable à cette modification, tandis qu'un autre groupe s'y est dit opposé, soulignant qu'elle aurait un effet négatif sur le téléspectateur, notamment aux heures de grande écoute, et exprimant des doutes quant à son incidence positive, à moyen et long terme, sur les recettes des organismes de radiodiffusion télévisuelle (article 23).

¹¹ Le considérant 23 de la proposition de la Commission précise quels indicateurs les États membres peuvent utiliser pour déterminer si un service à la demande vise leur territoire.

¹² C'est ce qui découle de la décision de la Commission du 1.9.2016 concernant le régime d'aides d'État (C(2016) 5551 final).

En outre, certains États membres ont fait observer que l'assouplissement des règles relatives à la publicité télévisée devrait être lu en liaison avec celui des règles concernant le placement de produit et le parrainage, les messages de parrainage n'étant pas comptabilisés dans la limite de temps de publicité, ce qui, au total, pourrait entraîner une nette augmentation de la quantité de communications commerciales auxquelles seront exposés les téléspectateurs.

En réponse à ces préoccupations, la Commission a souligné que, compte tenu du large éventail de services de médias disponibles, dont certains sont dépourvus de toute publicité, et de la forte concurrence existant sur le marché audiovisuel, le marché régulera lui-même la quantité de publicité dans les services de télévision.

- ii. Concernant les dispositions relatives au **parrainage** (article 10) et au **placement de produit** (article 11), de nombreuses délégations se sont déclarées opposées à la proposition de la Commission d'autoriser les "références promotionnelles spécifiques" dans les messages de parrainage et le placement de produit, ainsi que la "mise en avant d'un produit de manière induite" dans le placement de produit. Ces délégations ont fait valoir que, d'une part, les modifications proposées brouilleraient les frontières entre ces types de communications commerciales et la publicité télévisée et que, d'autre part, elles pourraient porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias. Certaines délégations se sont dites hostiles au changement d'approche consistant non plus à interdire le placement de produit, mais à le rendre admissible.

La Commission a justifié son approche souple à l'égard du parrainage et du placement de produit par la nécessité de faire face à la réalité d'aujourd'hui et d'encourager le développement de ces formes de communications commerciales, afin d'exploiter pleinement leur potentiel.

- iii. De nombreuses délégations souhaitent que les normes **qualitatives**¹³ (article 9) s'appliquent aussi aux plateformes de partage de vidéos. Certaines délégations ont déclaré vouloir des conditions de concurrence plus équitables entre les services linéaires et les services à la demande en ce qui concerne la publicité pour l'alcool. À cet égard, elles ont proposé d'étendre aux services à la demande, les règles relatives à la télévision (article 22), qui sont actuellement autonomes et plus strictes. La Commission a souligné que sa proposition renforce la protection des mineurs contre les communications commerciales inappropriées en faveur de l'alcool et des aliments et boissons riches en graisses, en sel et en sucres¹⁴, en encourageant l'élaboration de codes déontologiques au niveau national et, le cas échéant, au niveau de l'UE.

c) Protection des mineurs (article 12)

Les délégations ont, dans l'ensemble, salué la proposition de la Commission consistant à appliquer d'une manière totalement uniforme les règles visant à protéger les mineurs aux services linéaires et aux services à la demande, certaines délégations souhaitant toutefois que ces règles s'appliquent aussi aux plateformes de partage de vidéos. En outre, de nombreuses délégations ont indiqué qu'il importait de souligner le rôle de l'éducation aux médias dans la protection des mineurs.

3. Une meilleure application du principe du pays d'origine et détermination de la compétence

Le principe du pays d'origine est la clef de voûte de la directive SMA, dans la mesure où un fournisseur de services de médias n'est soumis qu'à un seul ensemble de règles, qui sont celles de l'État membre où il est établi. Par conséquent, il peut fournir librement ses services au sein de l'UE, les autres États membres devant assurer la liberté de réception et ne pouvant entraver la retransmission de services sur leur territoire, sauf dans des situations spécifiques. La Commission propose de conserver le principe du pays d'origine, tout en l'appliquant également aux plateformes de partage de vidéos (avec toutefois un mécanisme spécifique de détermination du pays compétent), ainsi que de le renforcer, essentiellement en permettant plus facilement de déterminer l'État membre compétent et en améliorant les mécanismes de coopération. Les États membres se sont, dans l'ensemble, déclarés favorables au principe du pays d'origine, bien que certains se soient montrés plutôt réservés.

¹³ À titre d'exemples de règles qualitatives, les communications commerciales doivent être reconnaissables, ne peuvent utiliser de techniques subliminales, doivent respecter la dignité humaine, ne peuvent exposer de cigarettes et de médicaments et doivent protéger les mineurs concernant l'alcool et les aliments riches en graisses, en sel et en sucres.

¹⁴ Désignés en anglais par le terme "HFSS" (*high in fat, salt and sugar*).

a) Mesures plus strictes et procédure de contournement (article 4)

Plusieurs délégations ont fait observer que le principe du pays d'origine présentait des failles, notamment dans les situations où un État membre a décidé d'appliquer des **mesures plus strictes** que celles prévues par la directive - qui repose sur une harmonisation minimale - et où un fournisseur de services de médias décide de s'établir dans un autre État membre où la réglementation est plus souple, mais choisit d'adresser ses programmes vers le premier État membre. À cet égard, plusieurs États membres ont souligné qu'il était difficile de forcer ces fournisseurs à respecter des règles plus strictes que celles qu'ils ont, par exemple, dans le domaine de la protection des mineurs ou des communications commerciales. Certaines de ces délégations ont proposé, comme éventuelle solution, de retenir la "dérogation" au principe du pays d'origine que la Commission propose pour la promotion d'œuvres européennes (voir le point 2 a) ci-dessus).

La directive prévoit une procédure permettant à un État membre d'agir dans des situations où un organisme de radiodiffusion télévisuelle ne s'établit dans un autre État membre que pour échapper aux règles plus strictes du premier État membre. Toutefois, certaines délégations ont souligné que la procédure en question, dite de **contournement**, est sans effet à l'heure actuelle du fait de sa complexité, et que la proposition de la Commission ne facilite pas son application. La Commission a indiqué que la procédure de contournement limite la liberté d'établissement, ce qui justifie une application stricte et restrictive de cette procédure. Elle a néanmoins reconnu qu'il n'y avait pas encore été fait recours jusqu'ici. La procédure de contournement ne pouvant s'appliquer qu'à la radiodiffusion télévisuelle, certaines délégations ont demandé à ce qu'elle soit étendue aux services à la demande.

b) Procédure de dérogation (article 3)

Les délégations se sont, dans l'ensemble, déclarées favorables à la simplification de la procédure qui permet aux États membres de déroger temporairement à la liberté de réception ou d'entraver la retransmission de services de médias audiovisuels dans certaines circonstances spécifiques. Elles ont notamment salué la mise en place d'une procédure de dérogation unique applicable tant aux services linéaires qu'aux services à la demande, ainsi que les nouveaux motifs de dérogation prévus et la possibilité d'avoir recours à une procédure d'urgence indépendamment du type de service.

Certaines délégations, cependant, ont mis en évidence la différence entre les conditions qui doivent être remplies pour les services linéaires et celles qui doivent l'être pour les services à la demande. Dans le cas de la radiodiffusion télévisuelle, contrairement aux services à la demande, la violation doit être répétée (réitérée). La Commission a précisé que le maintien d'une telle différence tient au fait que le moment de la commission de la violation est plus difficile à établir dans un environnement en ligne.

Certaines délégations n'étaient pas favorables à l'extension des délais relatifs à la décision de la Commission. Celle-ci a justifié un tel allongement par la nécessité de tenir compte de la complexité liée aux décisions limitant la liberté de fournir des services dans le respect de délais obligatoires internes à la Commission.

c) Critères de compétence (article 2, paragraphe 3)

Plusieurs délégations ont jugé que la proposition visant à déterminer quel État membre est compétent à l'égard d'un fournisseur de services de médias n'était qu'une modification de pure forme. Certaines d'entre elles ont estimé qu'il aurait fallu étudier des critères alternatifs afin de régler des questions telles que la radiodiffusion ciblée.

Plusieurs délégations se sont déclarées opposées à la proposition de modification du critère relatif aux effectifs consistant à remplacer "une partie importante" par "la majeure partie", soit parce qu'elles considéraient que ce critère manquait de stabilité, dans la mesure où le niveau des effectifs tend à fluctuer, soit parce qu'elles souhaitaient davantage de précisions quant au type de travailleurs qui seraient comptabilisés dans la majeure partie des effectifs. La Commission a précisé que son intention était de simplifier ce critère relativement complexe, et qu'elle était disposée à continuer d'étudier la question avec les États membres.

d) Liste commune de services (article 2, paragraphe 5 *bis*, et article 28 *ter*, paragraphe 2)

Afin de garantir la transparence et, par conséquent, de faciliter la mise en œuvre de la directive SMA, la Commission propose que soit établie une liste commune (base de données) des services de médias audiovisuels (services de télévision et services à la demande) et des services de plateformes de partage de vidéos. Cette liste indiquerait, pour chaque service, quel État membre est compétent et sur quels critères cette compétence repose. Les délégations se sont, dans l'ensemble, félicitées de cette liste, mais plusieurs d'entre elles se sont déclarées préoccupées par la charge administrative et le coût financier que pourraient entraîner l'établissement et la tenue à jour d'une telle liste.

e) **Compétence en ce qui concerne les plateformes de partage de vidéos**
(article 28 *ter*, paragraphe 1)

La Commission propose que la règle du pays d'origine soit également appliquée aux plateformes de partage de vidéos. Étant donné que certaines de ces plateformes sont établies en dehors de l'UE, mais présentent toutefois, dans la plupart des cas, un point de rattachement (filiale ou société mère) avec l'UE, la Commission a proposé de considérer ce point de rattachement comme un établissement factuel aux fins de la directive SMA. Certaines délégations ont demandé que la règle du pays d'origine s'applique aux plateformes, tandis que d'autres ont indiqué que l'approche proposée pourrait donner lieu à une "recherche de la juridiction la plus favorable". Certaines délégations ont proposé que la règle s'applique aussi aux services fournis par des plateformes de partage de vidéos établies en dehors de l'UE. D'une manière générale, les délégations ont demandé des précisions supplémentaires sur la manière dont l'attribution de la compétence fonctionnerait en pratique. La Commission a expliqué qu'elle a choisi d'appliquer le principe du pays d'origine aux plateformes de partage de vidéos afin de s'assurer que les fournisseurs de ces plateformes se voient appliquer les règles d'un État membre de l'UE, tout en évitant un chevauchement des compétences.

4. Mécanisme de contrôle et de suivi

a) **Corégulation et autorégulation et codes déontologiques de l'UE**
(essentiellement article 4, paragraphe 7)

Même si la possibilité de recourir à la **corégulation et à l'autorégulation** était déjà prévue dans la directive SMA de 2010, la Commission encourage une utilisation plus large de ce type de régulation dans différents domaines concernés par la directive, notamment en ce qui concerne les descripteurs de contenus préjudiciables (article 6 *bis*), la protection des mineurs et la lutte contre les discours de haine sur les plateformes de partage de vidéos (article 28 *bis*) et les communications commerciales afin de réduire l'exposition des mineurs à la publicité pour des denrées alimentaires et des boissons présentant une forte teneur en sel, en sucres ou en matières grasses et pour l'alcool (article 9, paragraphes 2 et 3). Ce type de régulation s'exerce par l'intermédiaire de codes déontologiques dont le secteur, les ONG et d'autres parties prenantes sont convenus volontairement et dans le cadre fixé par le législateur national pour ce qui est de la corégulation.

De nombreuses questions ont été soulevées en ce qui concerne ces mesures, étant donné que les pratiques nationales relatives à la mise en œuvre de la directive SMA varient selon les États membres. De nombreux États membres ont estimé qu'il ne ressortait pas clairement du libellé si le recours à la corégulation/l'autorégulation est obligatoire ou non. La Commission a confirmé que ce type de régulation n'est pas obligatoire et qu'il devrait être considéré comme venant compléter les mesures législatives. La question de savoir comment un État membre peut s'assurer que des codes déontologiques arrêtés au niveau national soient respectés par des fournisseurs de services de médias établis dans d'autres États membres mais ciblant son territoire a également été posée. En outre, plusieurs délégations ont proposé de fusionner toutes les dispositions relatives à la corégulation/l'autorégulation dans un seul article afin d'éviter les répétitions et d'assurer une plus grande clarté.

Les **codes déontologiques de l'UE** constituent un instrument d'autorégulation déjà utilisé au niveau de l'UE, mais qui est désormais introduit dans la directive SMA. De nombreuses délégations ont demandé des précisions sur la manière dont ces codes de l'UE seront élaborés et fonctionneront, et dont leur respect sera garanti et mis en œuvre. En raison de ces incertitudes également, les délégations ont, d'une manière générale, fait preuve d'une certaine réserve à l'égard des codes de l'UE et, pour certaines d'entre elles, ont indiqué qu'elles y étaient opposées. La Commission a expliqué que les codes de l'UE constituent des mesures d'autorégulation et qu'en conséquence, contrairement à des mesures législatives nationales ou de corégulation, ils ne sont pas obligatoires. Ils devraient donc plutôt être considérés comme des mesures exceptionnelles et, dans tous les cas, comme venant compléter les codes nationaux.

b) Indépendance des autorités de régulation nationales (article 30)

D'une manière générale, les États membres ont accueilli favorablement l'idée d'un renforcement de l'indépendance des autorités de régulation nationales. Néanmoins, de nombreuses délégations ont estimé que les exigences étaient trop détaillées et ont indiqué préférer que le texte n'énonce que des principes de base. La Commission a défendu sa proposition en expliquant que des autorités de régulation indépendantes sont nécessaires pour garantir une bonne mise en œuvre de la directive et que, afin de garantir l'indépendance de toutes les autorités de régulation dans l'UE, il est indispensable de fixer des exigences détaillées en matière d'indépendance.

c) ERGA (essentiellement article 30 *bis*)

La Commission propose d'officialiser le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA), qui fonctionne actuellement en tant que groupe d'experts de la Commission¹⁵. Étant donné que la directive SMA est fondée sur une harmonisation minimale (à l'exception de la régulation proposée des plateformes de partage de vidéos) et compte tenu de l'attention accrue portée à la corégulation/l'autorégulation, la Commission s'efforce de parvenir à un degré d'harmonisation plus élevé dans la mise en œuvre de la directive à l'échelle de l'UE.

Plusieurs États membres ont appuyé la proposition de la Commission, mais de nombreux États membres se sont montrés plutôt réservés à l'égard de l'ERGA, certains indiquant qu'ils y étaient opposés. Pour l'essentiel, ils ont fait part de la préoccupation que leur inspire le fait que les missions et compétences de l'ERGA font double emploi avec celles du comité de contact (article 29), qui réunit des représentants des États membres et assiste la Commission dans la mise en œuvre de la directive. À cet égard, de nombreuses délégations ont demandé qu'une distinction claire soit opérée entre le comité de contact et l'ERGA, le rôle de ce dernier devant se limiter à fournir des conseils techniques et à constituer une plateforme d'échange de bonnes pratiques. Plusieurs délégations ont souligné le nombre excessif de mentions de l'ERGA dans le texte et ont proposé d'en réduire le nombre et/ou de procéder à un rééquilibrage en faveur du comité de contact.

5. Autres questions

À titre de question générale, les délégations ont demandé que plusieurs termes et concepts utilisés dans la proposition de la Commission soient clarifiés, notamment: "grande quantité" de contenu stocké sur les plateformes de partage de vidéos (article 1^{er}, point a *bis* i)), "décisions éditoriales" (article 2, paragraphe 3, point b)), "sécurité publique" (article 3, paragraphe 2, point b)), "droits de la défense" (par exemple, article 3, paragraphe 3, point e)), fournisseurs qui ont un "chiffre d'affaires peu élevé" et une "faible audience" (article 13, paragraphe 5), "société mère" et "filiale" (article 28 *ter*), etc.

¹⁵ Décision de la Commission du 3 février 2014 instituant le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels.

Outre les principales questions visées aux points 1 à 4, les délégations ont également soulevé les questions suivantes:

- **Exigences en matière d'accessibilité (article 7)**

La Commission avait proposé de supprimer de la directive SMA les exigences en matière d'accessibilité compte tenu de sa proposition visant à réglementer l'accessibilité dans l'acte législatif européen sur l'accessibilité, qui est un acte horizontal¹⁶.

Néanmoins, une grande majorité de délégations a souhaité maintenir ces exigences pour les services audiovisuels dans la directive SMA. Dans le même temps, certaines de ces délégations ont déclaré être favorables à des exigences plus ambitieuses que celles prévues dans le texte actuel, ce que la Commission a indiqué soutenir.

- **Programmes regardés par un large public d'enfants (articles 9 et 11)**

De nombreuses délégations ont fait part de leurs préoccupations concernant le remplacement du terme "programmes pour enfants" par celui de "programmes regardés par un large public d'enfants": elles ont estimé que ce dernier terme était vague et imprécis, ce qui rendrait la mise en œuvre difficile. La Commission a expliqué que ce remplacement visait à étendre la protection actuelle des mineurs au-delà des programmes spécifiquement destinés aux enfants, compte tenu de l'évolution de leurs habitudes de visionnage.

- **Incitation à la violence et à la haine (essentiellement articles 6 et 28 bis)**

Plusieurs délégations ont souligné les incohérences qui existent entre différentes parties du texte évoquant les motifs sur la base desquels le contenu est considéré comme incitant à la violence ou à la haine. Certaines délégations ont souhaité ajouter à ces motifs la glorification du terrorisme et la violation de la dignité humaine, tandis que d'autres délégations ont indiqué qu'elles préféreraient qu'aucun motif ne soit précisé. La Commission a confirmé qu'il convenait d'utiliser, dans l'ensemble du texte, le même libellé, aligné dans une mesure appropriée sur les définitions figurant dans la décision-cadre du Conseil de 2008¹⁷.

¹⁶ Doc. 14799/15.

¹⁷ Décision-cadre 2008/913/JAI du Conseil du 28 novembre 2008 sur la lutte contre certaines formes et manifestations de racisme et de xénophobie au moyen du droit pénal (JO L 328 du 6.12.2008, p. 55).

- **Descripteurs de contenu (article 6 *bis*)**

Cette proposition complète les dispositions relatives à la protection des mineurs en introduisant une nouvelle obligation visant à fournir aux spectateurs des informations suffisantes sur la nature préjudiciable des contenus au moyen d'un "système de descripteurs" (par exemple, des pictogrammes). De nombreuses délégations ont demandé que ce terme soit clarifié. Certaines délégations se sont opposées à l'utilisation de descripteurs de contenu étant donné que les pratiques nationales varient dans ce domaine et que tous les États membres n'utilisent pas de pictogrammes. Certaines autres délégations ont émis des doutes quant à l'utilisation de codes déontologiques de l'UE, l'une d'entre elle faisant part de son opposition à une harmonisation au niveau de l'UE. La Commission a souligné qu'un code de l'UE permettrait de répondre aux préoccupations formulées par certaines délégations selon lesquelles les services ciblant leur territoire, mais établis en dehors de celui-ci, n'utilisent pas la même méthode de description de contenu, ce qui a un effet négatif sur leurs spectateurs.
