



Conseil de
l'Union européenne

Bruxelles, le 27 mai 2016
(OR. en)

9479/16

**Dossier interinstitutionnel:
2016/0151 (COD)**

**AUDIO 68
DIGIT 55
CONSOM 121
IA 28
TELECOM 98
CODEC 744**

NOTE DE TRANSMISSION

Origine:	Pour le Secrétaire général de la Commission européenne, Monsieur Jordi AYET PUIGARNAU, Directeur
Date de réception:	26 mai 2016
Destinataire:	Monsieur Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Secrétaire général du Conseil de l'Union européenne
N° doc. Cion:	COM(2016) 287 final
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

Les délégations trouveront ci-joint le document COM(2016) 287 final.

p.j.: COM(2016) 287 final



Bruxelles, le 25.5.2016
COM(2016) 287 final

2016/0151 (COD)

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**

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

{SWD(2016) 168 final}

{SWD(2016) 169 final}

{SWD(2016) 170 final}

{SWD(2016) 171 final}

EXPOSÉ DES MOTIFS

1. CONTEXTE DE LA PROPOSITION

• **Justification et objectifs de la proposition**

Le paysage audiovisuel évolue rapidement en raison de la convergence croissante entre la télévision et les services distribués par l'internet. De plus en plus, les consommateurs utilisent des téléviseurs et appareils portables intelligents/connectés pour accéder à du contenu à la demande. Les jeunes, en particulier, regardent sur l'internet des vidéos, y compris du contenu créé par les utilisateurs. Dans l'UE, les services de radiodiffusion classiques continuent d'occuper une place importante en termes d'audience, de recettes publicitaires et d'investissement dans le contenu (environ 30 % des recettes). Toutefois, de nouveaux modèles économiques font leur apparition. Les organismes de radiodiffusion télévisuelle étendent leurs activités en ligne et les nouveaux acteurs offrant des contenus audiovisuels sur l'internet (par exemple, les fournisseurs de services de vidéo à la demande et les plateformes de partage de vidéos) se développent fortement et sont en concurrence pour le même public. Toutefois, la radiodiffusion télévisuelle, la vidéo à la demande et les contenus créés par les utilisateurs sont soumis à des règles différentes et à des niveaux variables de protection des consommateurs.

La stratégie pour un marché unique numérique en Europe¹ prône une modernisation de la directive «services de médias audiovisuels» (directive SMA)² afin de refléter ces évolutions du marché et de la consommation et les progrès technologiques. Elle impose à la Commission de mettre l'accent sur le champ d'application de la directive SMA et sur la nature des règles applicables à tous les acteurs du marché³ (notamment celles relatives à la promotion des œuvres européennes⁴), des règles relatives à la protection des mineurs et des règles en matière de publicité.

Conformément à cet engagement et aux exigences relatives au «mieux légiférer»⁵, la Commission a réalisé une évaluation *ex post* (également baptisée «REFIT»). Elle a évalué l'efficacité, l'efficience, la pertinence, la cohérence et la valeur ajoutée pour l'UE de la directive SMA, et mis en lumière les domaines dans lesquels une simplification est possible sans compromettre les objectifs de la directive SMA.

• **Cohérence avec les dispositions existantes dans le domaine d'action**

La directive 89/552/CEE du Conseil, telle que modifiée par les directives 97/36/CE et 2007/65/CE et codifiée par la directive 2010/13/UE («directive SMA»), régit aussi bien la

¹ Communication de la Commission intitulée «Stratégie pour un marché unique numérique en Europe», 6 mai 2015, COM(2015) 192 final, http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf

² 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»).

³ Plus précisément, la stratégie pour un marché unique numérique indique: «La Commission examinera s'il y a lieu d'adapter le régime actuel applicable à la radiodiffusion et aux services à la demande. Elle se penchera également sur l'opportunité d'étendre le champ d'application actuel de manière à y intégrer de nouveaux services et acteurs qui ne sont pas considérés actuellement comme des services de médias audiovisuels relevant de la directive et/ou des prestataires de services qui n'entrent pas dans son champ d'application géographique actuel.»

⁴ La stratégie pour le marché unique numérique prévoit en outre que «la Commission élaborera également des mesures visant à promouvoir les catalogues d'œuvres européennes sur les plateformes de vidéo à la demande».

⁵ L'évaluation REFIT de la directive SMA est annoncée dans le document de travail de la Commission «Regulatory Fitness and Performance Programme (REFIT): Initial Results of the Mapping of the Acquis» [SWD(2013) 401 final] et s'inscrit dans le cadre du programme de travail 2015 de la Commission [annexe 3 du COM(2014) 910 final du 16.12.2014].

«radiodiffusion télévisuelle» que les services de médias audiovisuels à la demande. La présente proposition prend en considération les changements intervenus dans le paysage audiovisuel depuis la dernière révision afin de garantir que la directive SMA fournit un cadre juridique modernisé, souple et tourné vers l'avenir.

- **Cohérence avec les autres politiques de l'Union**

La présente proposition complète la législation existante de l'Union européenne, notamment la directive 2000/31/CE sur le commerce électronique, la directive 2003/33/CE sur la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac, la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales et la directive 2011/93/UE relative à la lutte contre les abus sexuels et l'exploitation sexuelle des enfants ainsi que la pédopornographie.

En décembre 2015, la Commission a adopté une proposition en vue d'un acte législatif européen sur l'accessibilité⁶, qui fixe des exigences d'accessibilité pour une large gamme de produits et de services, y compris de services de médias audiovisuels. C'est pourquoi la révision de la directive SMA ne porte pas sur la question de l'accessibilité.

Directive 2000/31/CE sur le commerce électronique

La directive SMA ne s'applique pas au contenu créé par les utilisateurs et proposé sur des plateformes de partage de vidéos, puisque les fournisseurs de services sur ces plateformes n'ont souvent pas la responsabilité éditoriale du contenu qui y est stocké. Dans bien des cas, ces services sont soumis à la directive sur le commerce électronique (directive «e-commerce»), étant donné qu'ils constituent des services de la société de l'information.

La directive «e-commerce» n'impose pas aux intermédiaires de surveiller les contenus qu'ils hébergent; en réalité, elle interdit aux États membres d'imposer une obligation générale de surveiller ou de rechercher activement des faits révélant des activités illicites (article 15). En vertu de la directive «e-commerce», les intermédiaires – et plus particulièrement les fournisseurs de services dits «d'hébergement» – sont exonérés de responsabilité pour toute information illicite qu'ils pourraient héberger (article 14). Les fournisseurs ne peuvent être considérés comme des fournisseurs de services d'hébergement au sens de la directive «e-commerce» lorsqu'ils n'ont pas connaissance des informations en question et ne les contrôlent pas. Cette exonération de responsabilité ne joue que si les fournisseurs s'assurent que, lorsque des contenus illicites sont détectés, des mesures sont prises rapidement pour les retirer ou en rendre l'accès impossible.

La présente proposition vise à compléter la directive «e-commerce» sur certains aspects, comme expliqué au point 5 ci-après, tout en laissant inchangées les dispositions précitées de la directive «e-commerce», ainsi que celles de son article 3 relatif au marché intérieur.

Directive sur la publicité et le parrainage en faveur des produits du tabac (2003/33/CE)

La directive 2003/33/CE interdit le parrainage et la publicité en faveur des cigarettes et d'autres produits du tabac dans les médias imprimés, les services de la société de l'information et la radiodiffusion sonore. Elle interdit aussi le parrainage, par les entreprises du secteur du tabac, de programmes de radio et de manifestations transfrontalières. De plus, le considérant 14 de la directive 2003/33/CE indique clairement que toutes les formes de

⁶ COM(2015)615 (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM%3A2015%3A615%3AFIN>)

communication commerciale audiovisuelle en faveur des cigarettes et des autres produits du tabac dans les services de radiodiffusion sont interdites par la directive SMA. Ces restrictions ont, au fil des modifications successives, été étendues à toutes les communications commerciales audiovisuelles, y compris le parrainage et le placement de produit dans les services de médias audiovisuels [article 9, paragraphe 1, point d), article 10, paragraphe 2, et article 11, paragraphe 4, point a) de la directive SMA]. En outre, conformément à l'article 20, paragraphe 5, point e), de la directive 2014/40/UE sur la fabrication, la présentation et la vente des produits du tabac et des produits connexes⁷, les interdictions concernant les communications relatives aux produits du tabac au titre de la directive SMA s'appliquent également aux cigarettes électroniques et aux flacons de recharge. L'interdiction relative aux communications commerciales pour le tabac et les produits connexes est rappelée dans un considérant de la présente proposition de directive.

Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales

La directive sur les pratiques commerciales déloyales est le principal texte législatif régissant les pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs, telles que la publicité trompeuse, dans l'UE. Elle s'applique à l'ensemble des pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs avant, pendant et après une transaction, tant en ligne que physique.

La directive sur les pratiques commerciales déloyales prévoit trois niveaux de protection des consommateurs:

- (1) la liste noire des 31 pratiques commerciales spécifiques qui sont interdites en toutes circonstances;
- (2) les pratiques trompeuses et les pratiques agressives – qui doivent être appréciées au cas par cas;
- (3) l'interdiction générale de pratiques abusives contraires à la diligence professionnelle – qui doivent être appréciées au cas par cas.

Directive 2011/93/UE relative à la lutte contre les abus sexuels et l'exploitation sexuelle des enfants, ainsi que la pédopornographie

La directive relative à la lutte contre les abus sexuels et l'exploitation sexuelle des enfants, ainsi que la pédopornographie, harmonise, dans l'ensemble de l'Union, la définition des infractions pénales liées aux abus sexuels commis sur des enfants, à l'exploitation sexuelle des enfants et à la pédopornographie. Elle fixe également des sanctions minimales.

• Cohérence avec les obligations de droit international

Vingt et un États membres de l'UE sont parties contractantes à la convention européenne de 1989 sur la télévision transfrontière (STE n° 132), qui a été modifiée par un protocole signé en 1998. L'Union n'est pas partie à la convention.

⁷

Directive 2014/40/UE du Parlement européen et du Conseil du 3 avril 2014 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de fabrication, de présentation et de vente des produits du tabac et des produits connexes, et abrogeant la directive 2001/37/CE (JO L 127 du 29.4.2014, p. 1).

La convention permet aux parties contractantes d'appliquer des règles plus strictes ou plus détaillées aux services de programmes transmis par des radiodiffuseurs relevant de leur compétence.

Dans la mesure où certaines des dispositions de la directive SMA en vigueur sont moins strictes que les règles de la convention, la mise en œuvre des dispositions de la directive SMA par les États membres de l'UE qui sont parties à la convention pourrait déjà se traduire par des divergences entre les États membres de l'UE, selon qu'ils sont ou non parties à la convention, eu égard à leurs obligations internationales. Certaines des modifications contenues dans la présente proposition, qui introduiraient dans la directive SMA de nouvelles règles moins strictes que les règles de la convention, pourraient avoir le même effet.

En ce qui concerne les aspects visés par la directive SMA, l'Union ayant acquis la compétence exclusive de conclure des accords internationaux, toute modification des obligations découlant de la convention nécessiterait une action de la part de l'Union.

2. BASE JURIDIQUE, SUBSIDIARITÉ ET PROPORTIONNALITÉ

• Base juridique

La directive SMA repose sur les prérogatives de l'UE de coordonner les législations des États membres afin de mettre en œuvre la liberté de prestation de services dans le marché intérieur [article 53, paragraphe 1, du TFUE en liaison avec l'article 62 du TFUE].

• Subsidiarité (en cas de compétence non exclusive)

La dimension européenne du marché de l'audiovisuel se renforce constamment, en particulier en raison de la croissance de l'économie numérique et du fait que les chaînes de télévision sont de plus en plus internationales. Fin 2013, 5 141 chaînes de télévision (sans compter les chaînes et antennes locales) existaient dans l'UE. Sur ce total, 1 989 visaient des marchés étrangers (UE ou hors UE). La part de ces dernières est passée de 28 % en 2009 – année de mise en œuvre – à 38 % en 2013. En ce qui concerne les services de vidéo à la demande, en moyenne 31 % de ces services disponibles dans un État membre sont établis dans un autre pays de l'UE (2015). Cela illustre la valeur ajoutée constante de l'intervention de l'UE.

La proposition respecte à la fois les principes de subsidiarité et de proportionnalité en préservant, d'une manière générale, une démarche d'harmonisation minimale et en améliorant les mécanismes de dérogation et de contournement. Cela permet aux États membres de tenir compte des particularités nationales. En pratique, les États membres ont adopté des règles plus strictes, notamment en ce qui concerne la définition de service de médias audiovisuels à la demande, la mise en place d'autorités de régulation nationales, la promotion d'œuvres européennes, la protection des mineurs et les communications commerciales.

Étant donné que la directive SMA prévoit une harmonisation minimale, les règles existantes ne peuvent être simplifiées qu'au niveau de l'UE.

En ce qui concerne l'extension du champ d'application de la directive SMA aux plateformes de partage de vidéos, l'action de l'Union garantit la cohérence avec les services déjà couverts par ladite directive. Une harmonisation maximale dans ce domaine empêche toute segmentation qui pourrait résulter des interventions des États membres dans le futur.

- **Proportionnalité**

Comme indiqué plus haut, la proposition est conforme au principe de proportionnalité en ce qu'elle respecte le principe de l'harmonisation minimale et les mécanismes de coopération.

- **Choix de l'instrument**

La proposition de directive préconise le recours à la corégulation et à l'autorégulation, en particulier en ce qui concerne la protection des mineurs, la lutte contre les discours de haine et les communications commerciales. Ces régimes sont réputés être largement acceptés par les principales parties concernées et garantir une application effective.

3. **RÉSULTATS DES ÉVALUATIONS *EX POST*, DES CONSULTATIONS DES PARTIES INTÉRESSÉES ET DES ANALYSES D'IMPACT**

- **Évaluations *ex post*/bilans de qualité de la législation existante**

La conclusion générale est que les objectifs de la directive SMA sont toujours pertinents. L'évaluation a montré que le principe du pays d'origine a permis le développement et la libre circulation des services de médias audiovisuels dans l'UE, assortis d'une sécurité juridique, et entraîné une baisse des coûts de mise en conformité pour les fournisseurs ainsi qu'un choix plus large pour les consommateurs.

La conclusion de l'évaluation REFIT est qu'il est possible de simplifier les procédures, en particulier celles qui favorisent l'application du principe du «pays d'origine» (c'est-à-dire les critères qui déterminent de quelle compétence relèvent les fournisseurs et les procédures de dérogation et de coopération limitant la liberté de réception et de retransmission dans des cas spécifiques), ainsi que certaines règles en matière de communications commerciales. Un certain nombre d'autres règles ne sont plus adaptées aux objectifs de la politique, principalement en raison de l'évolution du marché et des habitudes de consommation. La directive fait également l'objet d'une simplification consistant à aligner les règles relatives à la protection des mineurs pour ce qui concerne la radiodiffusion télévisuelle, d'une part, et les services à la demande, d'autre part.

- **Consultation des parties intéressées**

En 2013, la Commission a publié le livre vert⁸ intitulé «*Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent: croissance, création et valeurs*» et a invité les parties intéressées à faire part de leur point de vue sur la transformation du paysage audiovisuel et un internet sans frontières, notamment sur les conditions du marché, l'interopérabilité et les infrastructures, et les implications pour la réglementation de l'UE. Le document de retour d'informations et de synthèse des réponses, publié par la Commission en septembre 2014, tient compte des conclusions du livre vert⁹.

⁸ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/consultation-green-paper-preparing-fully-converged-audiovisual-world-growth-creation-and-values>

⁹ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/publication-summaries-green-paper-replies>

Dans la perspective de la révision en cours de la directive SMA, la Commission a procédé à une consultation publique¹⁰ sous l'intitulé «Directive SMA – un cadre pour les médias au 21^e siècle», qui s'est déroulée du 6 juillet 2015 au 30 septembre 2015.

Les principales conclusions, quant aux mesures envisageables pour l'avenir, sont les suivantes:

- une convergence de vues entre les parties prenantes quant à la nécessité d'éventuelles modifications des règles relatives au champ d'application de la directive, même si les parties prenantes avaient des idées différentes ou manquaient de clarté quant à la voie à suivre pour l'avenir;
- une convergence de vues sur la nécessité de garantir l'indépendance des autorités de régulation nationales;
- le soutien exprimé par les parties prenantes en faveur du maintien du statu quo en ce qui concerne le principe du pays d'origine; l'obligation de diffusion («must-carry»)/facilité de recherche; l'accessibilité pour les personnes handicapées; les règles relatives aux événements majeurs pour la société, aux brefs reportages d'actualité et au droit de réponse;
- pas de consensus clair parmi les parties prenantes sur les communications commerciales, la protection des mineurs ou la promotion des œuvres européennes.

Les tendances suivantes ont été observées dans les différents groupes ayant participé à la consultation:

- un appel a été lancé par une bonne partie des représentants du secteur de la radiodiffusion pour garantir des conditions égales pour tous, que ce soit par une régulation des nouveaux services et/ou un assouplissement des règles existantes.
- Les organisations de consommateurs ont appelé à un renforcement des dispositions de la directive SMA destinées à protéger les spectateurs, en particulier les personnes vulnérables.
- Les secteurs de l'internet, des télécommunications et des technologies de l'information et des communications (TIC) ont appelé à s'abstenir de toute nouvelle réglementation afin de protéger l'innovation.
- Le secteur du contenu a appelé à un renforcement des règles visant à la promotion des œuvres européennes dans tous les services de médias audiovisuels.

• **Obtention et utilisation d'expertise**

La Commission s'est appuyée sur l'avis des experts externes suivants:

- recommandations d'action formulées par **d'autres institutions de l'UE**, notamment le Parlement européen¹¹, le Conseil¹², le Comité économique et social européen¹³ et le Comité des régions¹⁴.

¹⁰ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/public-consultation-directive-201013eu-audiovisual-media-services-avmsd-media-framework-21st>

- **Collecte de données sur les coûts et les avantages de la directive SMA¹⁵.** Le questionnaire a été élaboré par une task-force rassemblant les instances de régulation de l'audiovisuel des États membres et mise en place par la Commission européenne. Il a été présenté aux instances de régulation des États membres au sein du Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA¹⁶), aux secteurs concernés de l'industrie et aux organisations de consommateurs. Le questionnaire a été envoyé en mai/juin 2015. Il portait sur les avantages et les inconvénients de certaines dispositions de la directive SMA et visait à recueillir des données quantitatives concernant les recettes annuelles ou les coûts directs et indirects de mise en conformité. Il couvrait les dispositions relatives:
1. aux communications commerciales
 2. aux œuvres européennes
 3. à la protection des mineurs
 4. au principe du pays d'origine

La période de référence pour les questions quantitatives couvrait les années 2010 à 2014 incluses.

L'étude a suscité 107 réponses: 40 émanant de radiodiffuseurs commerciaux (38 %), 20 de radiodiffuseurs publics (19 %), 18 de fournisseurs de vidéos à la demande (17 %), 12 d'associations nationales actives dans le domaine de la protection des mineurs (12 %), 10 d'associations nationales représentant des producteurs indépendants (10 %) et 4 d'associations de consommateurs (4 %). Une association représentant des radiodiffuseurs et un représentant les régies publicitaires ont également participé. Les réponses proviennent de 19 États membres.

- **Études menées par le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA) et avis de celui-ci** Dans son programme de travail de 2015, l'ERGA s'est engagé à fournir des analyses et des rapports sur quatre thèmes principaux: l'indépendance des autorités de régulation de l'audiovisuel; la compétence matérielle dans un monde audiovisuel convergent; la protection des

¹¹ Trois rapports d'initiative adoptés par le Parlement européen: A) le rapport de janvier 2015 (devant encore être adopté) intitulé «Vers un acte sur le marché unique numérique» [2015/2147(INI)]; B) le rapport de juillet 2013 «Télévision connectée» [rapporteuse: Petra Kammerevert (S&D, DE)], qui invite la Commission à évaluer dans quelle mesure il est nécessaire de réviser la directive SMA, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2013-0329+0+DOC+XML+V0//FR>; C) le rapport de mars 2014 «Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent» [rapporteuse: Sabine Verheyen (PPE, DE)], qui appelle de ses vœux une révision de la directive SMA, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2014-0232+0+DOC+XML+V0//FR>.

¹² Plus récemment, les conclusions du Conseil adoptées sous la présidence italienne de l'UE en 2014 invitaient la Commission «à achever d'urgence l'évaluation de la directive sur les services de médias audiovisuels, eu égard aux mutations rapides des technologies et du marché résultant du passage au numérique, et, sur la base de cette évaluation, à présenter une proposition appropriée de révision de cette directive dans les meilleurs délais et dans le respect du principe de subsidiarité». http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/145950.pdf

¹³ Avis adopté par le Comité économique et social européen en septembre 2013 sur le livre vert «Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent: croissance, création et valeurs», <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.ten-opinions&itemCode=28469>

¹⁴ Lors de sa session plénière du 12 au 14 octobre 2015, le Comité des régions a adopté un avis d'initiative sur la révision de la directive «Services de médias audiovisuels» – lien à publier

¹⁵ Étant donné que les informations fournies sont pour la plupart confidentielles, elles ont toutes été traitées sous forme agrégée et anonyme dans l'analyse d'impact et l'évaluation REFIT. Les réponses ne sont dès lors pas publiées.

¹⁶ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/commission-decision-establishing-european-regulators-group-audiovisual-media-services>

mineurs dans un environnement convergent; la résolution de la question de la compétence territoriale dans le contexte de l'UE. Des sous-groupes comprenant des membres de l'ERGA ont discuté de chacun de ces thèmes. Les trois premiers rapports ont été adoptés par procédure écrite (conformément à l'article 11 du règlement intérieur de l'ERGA) en décembre 2015. Le rapport sur la compétence territoriale sera adopté dans le courant de l'année 2016.

- **Études externes**¹⁷ sur l'exposition à la publicité pour l'alcool, l'impact du marketing en ligne ciblé sur les enfants, l'indépendance des instances de régulation de l'audiovisuel, l'autorégulation et la corégulation, et la normalisation:
 - **Une étude sur l'exposition à la publicité pour l'alcool**, visant à déterminer si les règles régissant les communications commerciales audiovisuelles relatives aux boissons alcooliques accordent aux mineurs le niveau de protection requis¹⁸.
 - **Une étude sur l'impact du marketing via les réseaux sociaux, les jeux en ligne et les applications mobiles sur le comportement des enfants**. Le rapport final sera publié en mai 2016¹⁹.
 - **Une étude sur l'indépendance des instances de régulation de l'audiovisuel**, qui actualise une étude antérieure sur l'indépendance des autorités de régulation. Elle fait état des récents changements et évolutions qui ont eu lieu dans les États membres et les pays candidats en ce qui concerne l'indépendance et l'efficacité de fonctionnement des organismes de régulation des services de médias audiovisuels. Le rapport final a été publié²⁰ le 8 décembre 2015.
 - **Une étude sur l'autorégulation** passe en revue les approches en la matière adoptées dans plusieurs États membres, en vue de fournir des informations sur les régimes existants et des preuves de leur efficacité. Le rapport final est prévu pour le deuxième trimestre de 2016.
- **Quatre études sur l'enquête et la collecte de données à l'appui de l'analyse d'impact** relative à une éventuelle nouvelle proposition législative sur la directive SMA, commandées au titre du contrat-cadre EAC-22-201²¹. Elles couvrent: la communication commerciale, la protection des mineurs, la diversité culturelle et la liberté des médias/l'intérêt public et l'accès des personnes handicapées. Les projets de rapports finaux de l'étude seront transmis à la Commission au cours du deuxième trimestre de 2016.
- **Deux rapports de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA)** («Study on data and information on the costs and benefits of the Audiovisual Media Service Directive (AVMSD)»²² et «On-demand markets in the European Union —2014 and

¹⁷ <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:212396-2015:TEXT:EN:HTML&ticket=ST-1292379-SKEm8OGQ1reJn1IxAZqVGszP2zjXhYuZOoStsF8rBu0ZCOZKgO05NbMy9k6hQrTzImWUTdcKGfvm49lhwu7y5m-Jj71zxYb8yr5J3R6eCTiGK-TqeQjxAzhASPjqjbmfnf8X5hXPzlpWbUx9btUwoJzMau>

¹⁸ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-exposure-minors-alcohol-advertising-tv-and-online-services>

¹⁹ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/impact_media_marketing_study/index_en.htm

²⁰ <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-audiovisual-media-services>

²¹ <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:279501-2014:TEXT:EN:HTML>

²² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-data-and-information-costs-and-benefits-audiovisual-media-service-directive-avmsd>

2015 developments»²³) rédigés au titre du contrat-cadre PN/2011-27/A6. Ces deux rapports portent sur:

- (4) la mesure de l'audience;
- (5) la publicité en ligne dans l'UE;
- (6) le marché de la vidéo à la demande sur abonnement dans l'UE en 2014;
- (7) la visibilité des films dans les services à la demande;
- (8) la proportion d'œuvres européennes de fiction sur un échantillon de chaînes de télévision;
- (9) les services audiovisuels à la demande, y compris les recettes et les investissements dans la programmation originale;
- (10) les services audiovisuels linéaires, y compris les recettes et les investissements dans la programmation originale

- **Analyse d'impact**

Le résumé de l'analyse d'impact et l'avis favorable du comité d'examen de la réglementation se trouvent sur le site internet de la Commission: XXX

Les options suivantes ont été examinées (pour chaque section, l'option privilégiée est mise en évidence):

- (11) Options visant à pallier l'insuffisance de la protection des mineurs et des consommateurs sur les plateformes de partage de vidéos

L'option A promeut l'autorégulation en matière de protection des mineurs et des consommateurs sur les plateformes de partage de vidéos

L'option B fait peser sur les responsables de plateformes de partage de vidéos une obligation de moyens en matière de protection des mineurs et d'incitation à la haine, qui doit être mise en œuvre dans le cadre d'une corégulation.

- (12) Options visant à pallier l'absence de conditions de concurrence équitables et les faiblesses du marché intérieur

- a) **Définition des œuvres européennes**

L'option A apporte davantage de souplesse à la fois à la radiodiffusion télévisuelle et aux services à la demande en ce qui concerne les modalités de mise en œuvre des obligations en matière de promotion des œuvres européennes.

L'option B maintient le statu quo pour la radiodiffusion télévisuelle et renforce les règles applicables aux fournisseurs de services à la demande.

- b) **Protection des mineurs dans le cadre des services à la demande**

²³

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/demand-audiovisual-markets-european-union-smart-20120028>

L'option A accroît le niveau de protection des mineurs à l'égard des services de médias audiovisuels à la demande, simplifie la notion de contenu préjudiciable et encourage la corégulation au niveau de l'UE sur les descripteurs de contenu.

c) Principe du pays d'origine

L'option A simplifie et améliore les règles de compétence et les procédures de coopération

d) Indépendance des instances de régulation

L'option A exige des États membres qu'ils disposent d'une autorité de régulation indépendante et fixe un certain nombre d'exigences visant à soutenir leur autonomie et leur efficacité. Le rôle de coordination et de consultation de l'ERGA est renforcé et inscrit dans la directive SMA.

(13) Option répondant au problème posé par le fait que les règles relatives aux communications commerciales ne sont plus adaptées à l'objectif poursuivi.

L'option A donne davantage de souplesse à certaines règles en matière de communications commerciales audiovisuelles.

La combinaison des options privilégiées devrait permettre de concilier au mieux la nécessité d'introduire une certaine souplesse en ce qui concerne le niveau actuel de réglementation et celle de garantir une protection adéquate des consommateurs.

D'une part, le secteur d'activité bénéficiera des règles quantitatives plus souples en matière de communications commerciales. Une plus grande efficacité dans l'application du principe du pays d'origine et des exigences d'indépendance des instances de régulation améliorera l'environnement commercial dans lequel les entreprises de l'audiovisuel exercent leurs activités.

D'autre part, les consommateurs seront assurés de bénéficier d'un niveau de protection élevé grâce à l'extension limitée du champ d'application de la directive SMA aux plateformes de partage de vidéos et grâce au renforcement des exigences applicables aux services à la demande en ce qui concerne la protection des mineurs. Les consommateurs bénéficieront aussi d'un accès plus large aux œuvres européennes dans le cadre des services à la demande.

Toutes les options prennent en compte, le cas échéant, le besoin de souplesse des entreprises du secteur en envisageant la possibilité d'une mise en œuvre par voie d'autorégulation et/ou de corégulation (champ d'application, informations sur les contenus préjudiciables).

La plupart des options se complètent. Par exemple, l'indépendance des régulateurs sera d'une importance capitale si les États membres décident de leur confier l'application des nouvelles règles en matière de plateformes de partage de vidéos. De même, l'augmentation probable des recettes des fournisseurs de services de médias audiovisuels résultant d'une souplesse accrue des règles quantitatives en matière de publicité générera des ressources potentiellement disponibles pour une contribution accrue à la production d'œuvres européennes.

Les options ainsi combinées permettent de créer des conditions de concurrence plus équitables entre les différents acteurs du marché des médias audiovisuels, grâce notamment à un nivellement par le haut de certaines exigences applicables aux services à la demande et aux plateformes de partage de vidéos en matière de protection des consommateurs ou de promotion des œuvres européennes; cette convergence offre parallèlement une plus grande souplesse aux services de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne certaines règles en matière de communications commerciales.

- **Réglementation affûtée et simplification**

Il est ressorti de l'évaluation *ex post* que les communications commerciales sont un domaine dans lequel une plus grande souplesse pourrait être introduite, notamment en ce qui concerne la radiodiffusion télévisuelle.

Le marché de la radiodiffusion télévisuelle a évolué et appelle davantage de souplesse en ce qui concerne les communications commerciales audiovisuelles, en particulier les règles quantitatives pour les services de médias audiovisuels linéaires, le placement de produit et le parrainage. L'émergence de nouveaux services, y compris de services dépourvus de publicité, a élargi le choix offert aux spectateurs, qui peuvent facilement se tourner vers d'autres offres. Le placement de produit est susceptible de générer d'importantes ressources supplémentaires pour les fournisseurs de services de médias. Le cadre réglementaire doit être adapté à ce nouveau contexte, notamment en assouplissant les règles applicables aux services de radiodiffusion. La proposition autorise dès lors le placement de produit (dans certaines circonstances) et introduit davantage de souplesse en ce qui concerne les règles quantitatives. La proposition tient compte, parallèlement, des données ²⁴ recueillies sur l'effet que le placement de produit peut avoir sur les enfants et maintient dès lors une limite quant à leur exposition à de tels contenus.

En ce qui concerne d'éventuelles économies pour les fournisseurs de services, celles-ci seraient limitées. La publicité est une composante essentielle des programmes de radiodiffusion et les règles quantitatives imposées par la directive SMA ne sont qu'une petite partie d'un grand nombre de paramètres pris en compte dans les stratégies de programmation télévisuelle visant à optimiser l'audience et les recettes. Les coûts associés aux programmes de radiodiffusion, y compris les coûts informatiques, sont des coûts incompressibles, c'est-à-dire qu'ils existeraient même en l'absence de la directive SMA.

Les autorités de régulation nationales, quant à elles, n'auraient à supporter aucun coût administratif supplémentaire. À l'heure actuelle, les activités des instances de régulation pour surveiller et contrôler l'application de la limite de 20 % de temps publicitaire par heure à la télévision représentent un coût de 1 million d'euros²⁵. En ce qui concerne les règles relatives au placement de produit et au parrainage, ces coûts s'élèvent respectivement à 2,2 millions et 2,1 millions d'euros par an au niveau de l'UE²⁶. Étant donné qu'une part importante de ces coûts résulte de l'application de critères subjectifs, tels que la mise en avant d'un produit de manière induite, les dépenses courantes des régulateurs baisseront certainement. Il n'est toutefois pas possible de quantifier précisément ces économies de coûts.

En ce qui concerne les petites et moyennes entreprises (PME) et les micro-entreprises, la proposition prévoit la possibilité d'accorder des dérogations aux dispositions relatives à la promotion des œuvres européennes. En effet, les États membres seraient autorisés à appliquer des dérogations pour les services de médias audiovisuels thématiques ou à faible audience.

²⁴ Étude sur l'impact du marketing via les réseaux sociaux, les jeux en ligne et les applications mobiles sur le comportement des enfants, Commission européenne:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/impact_media_marketing_study/index_en.htm

²⁵ Étude sur l'élaboration d'un cadre pour le contrôle de l'application des règles relatives à la publicité en vertu de la directive SMA: sur la base de la valeur moyenne actuelle pour la surveillance d'un fournisseur de services linéaires établi dans l'UE (corrigée en fonction de la parité des pouvoirs d'achat) calculée à partir d'un échantillon de coûts induits par la réglementation dans 7 États membres pouvant être considérés comme représentatifs des différentes façons de respecter les obligations réglementaires en ce qui concerne la surveillance et le contrôle de l'application des règles quantitatives. Une hypothèse supplémentaire est que les instances de régulation concentrent leurs activités sur les services linéaires détenant une part d'audience supérieure à 0,5 %.

²⁶ Étude sur l'élaboration d'un cadre pour le contrôle de l'application des règles relatives à la publicité en vertu de la directive SMA.

Pour ce qui est des dispositions relatives à la protection des consommateurs, et notamment des mineurs, la proposition ne prévoit pas de dérogations pour les PME et les micro-entreprises, car cela touche à des valeurs essentielles.

- **Droits fondamentaux**

La proposition tient aussi pleinement compte des droits fondamentaux et des principes reconnus par la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, en particulier le droit au respect de la vie privée et familiale et la protection des données à caractère personnel (articles 7 et 8), la liberté d'expression et d'information (article 11), la liberté d'entreprise (article 16) et l'interdiction de toute discrimination (article 21), les droits de l'enfant (article 24) et le droit à un recours effectif et le droit d'accéder à un tribunal impartial (article 47).

4. INCIDENCE BUDGÉTAIRE

La proposition n'a aucune incidence sur le budget de l'Union.

5. AUTRES ÉLÉMENTS

- **Plans de mise en œuvre et modalités de suivi, d'évaluation et d'information**

Le suivi de la mise en œuvre continuera d'être assuré par la Commission sur la base:

- de rapports d'application qu'elle établit, portant sur la directive dans son ensemble, deux ans après l'adoption de la directive, puis tous les trois ans;
- de rapports sur l'application des dispositions relatives à la promotion des œuvres européennes, tous les deux ans (pour la radiodiffusion télévisuelle et les services à la demande);
- du suivi de la mise en œuvre des dispositions relatives aux plateformes de partage de vidéos sur la base d'une étude indépendante effectuée après la transposition;
- du suivi de la mise en œuvre de la disposition relative aux descripteurs de contenu aux fins de la protection des mineurs.

- **Documents explicatifs (pour les directives)**

Sans objet

- **Explication détaillée des différentes dispositions de la proposition**

Le principe du pays d'origine pour les fournisseurs de services de médias audiovisuels est conservé et renforcé grâce à la simplification des règles de détermination du pays compétent et à l'amélioration des mécanismes de dérogation s'appliquant à des exceptions.

La directive modifiée continuera de reposer sur une harmonisation minimale. Toutefois, l'indépendance des instances de régulation de l'audiovisuel sera renforcée pour répondre à un besoin d'harmonisation plus poussée. Il s'agit d'une innovation importante, étant donné le

rôle essentiel des instances de régulation de l'audiovisuel dans la formation et dans la préservation du marché intérieur. Cela est en outre très utile pour garantir le pluralisme des médias. La proposition renforce le rôle du Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) en lui assignant un plus grand nombre de tâches dans le cadre de son activité de conseil et d'assistance auprès de la Commission dans la mise en œuvre cohérente de la directive dans l'ensemble des États membres. En conséquence, la décision de la Commission du 3 février 2014 instituant le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels sera abrogée lorsque la directive entrera en vigueur.

L'article 7 de l'actuelle directive est supprimé étant donné que la proposition d'acte législatif européen sur l'accessibilité fixe déjà des exigences communes plus strictes en matière d'accessibilité pour les fournisseurs de services de médias.

En ce qui concerne la protection des mineurs, la directive révisée prévoit l'alignement des normes de protection applicables à la radiodiffusion télévisuelle et aux services à la demande. L'article 12 exige que les programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs soient accessibles de telle manière que les mineurs ne puissent normalement pas entendre ni voir ces programmes, qu'ils soient proposés par des radiodiffuseurs ou par des fournisseurs de services de médias à la demande. Aux fins de cet alignement, l'article 27 de la directive actuelle (applicable à la radiodiffusion télévisuelle uniquement) est supprimé.

La directive révisée crée des conditions plus équitables en matière de promotion des œuvres européennes en imposant aux services à la demande de réserver au moins 20 % de leurs catalogues aux œuvres européennes et de mettre celles-ci en avant de manière adéquate (article 13). L'article 13 permettra également aux États membres d'imposer des contributions financières (investissements directs ou prélèvements alloués aux fonds cinématographiques nationaux) aux services à la demande relevant de leur compétence ainsi que, sous certaines conditions, à ceux qui sont établis dans un autre État membre mais ciblent leur public national. Afin de garantir que les obligations relatives à la promotion des œuvres européennes ne compromettent pas le développement du marché et de permettre l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs, il conviendrait que cette obligation ne s'applique pas aux sociétés sans présence significative sur le marché. C'est notamment le cas pour les sociétés ayant un chiffre d'affaires limité.

La présente proposition établit un équilibre entre la compétitivité et la protection des consommateurs de deux manières. D'une part, elle introduit davantage de flexibilité en matière de parrainage et de placement de produit pour tous les services de médias audiovisuels et renforce la flexibilité pour la radiodiffusion télévisuelle. La limite horaire est remplacée par une limitation journalière de 20 % de publicité au cours de la période comprise entre 7h et 23h (article 23). Les films conçus pour la télévision, les œuvres cinématographiques et les programmes d'information pourront être interrompus plus souvent (article 20) et des spots isolés seront autorisés (article 19). Par ailleurs, la future directive renforcera les dispositions visant à protéger les mineurs des communications commerciales audiovisuelles inappropriées portant sur des aliments riches en graisses, en sel/sodium et en sucres et sur des boissons alcooliques, si besoin est en encourageant l'établissement de codes déontologiques au niveau de l'UE (article 9, paragraphes 2 et 4).

Une autre nouveauté consiste à étendre son champ d'application afin de couvrir, à certains égards, les plateformes de partage de vidéos qui n'assument pas la responsabilité éditoriale du contenu qu'elles accueillent mais qui organisent ce contenu par divers moyens.

La directive modifiée introduirait une obligation pour les États membres de garantir que, dans leurs domaines de responsabilité, les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos mettent en place, de préférence au moyen de la corégulation, les mesures qui s'imposent pour: i) protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables; et ii) protéger l'ensemble des citoyens contre les incitations à la violence ou à la haine. La proposition établit le contenu de ces mesures. Le système serait compatible avec l'exonération de responsabilité pour les fournisseurs de service d'hébergement visés à l'article 14 de la directive «e-commerce», pour autant que cette disposition soit applicable dans un cas particulier, étant donné que ces obligations ont trait aux responsabilités du fournisseur dans le domaine organisationnel et n'engagent pas sa responsabilité concernant toute information illicite stockée sur les plateformes elles-mêmes.

Les États membres demeurent liés par les dispositions de la directive «e-commerce». Dès lors, ils ne seraient pas autorisés à imposer aux fournisseurs une obligation générale de surveillance des contenus ou de recherche active de faits, sans pour autant exclure la possibilité d'imposer des exigences en matière de surveillance dans des cas spécifiques (article 15 de la directive «e-commerce»).

Les États membres ne seraient pas autorisés à exiger des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos relevant de leur compétence qu'ils appliquent des mesures plus strictes que celles prévues par la directive, telle que modifiée, sans préjudice des mesures que les États membres peuvent appliquer en conformité avec la directive 2000/31/CE en ce qui concerne les contenus illicites stockés sur les plateformes.

Ceci sans préjudice, également, de l'article 25 de la directive 2011/93/UE, qui oblige les États membres à prendre des mesures contre les sites internet contenant ou diffusant de la pédopornographie. Cet article prévoit notamment que les États membres peuvent prendre des mesures pour bloquer l'accès par les internautes sur leur territoire aux pages internet contenant ou diffusant de la pédopornographie, sous réserve de garanties permettant d'assurer la transparence, la nécessité et la proportionnalité de telles mesures, ainsi que la possibilité de recours juridique.

En ce qui concerne la fourniture de services de la société de l'information à partir d'un autre État membre, la directive «e-commerce» prévoit l'application du principe du pays d'origine, sous réserve d'un certain nombre d'exceptions (article 3). Ce système continuera à s'appliquer aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos. La proposition vise à garantir que les mêmes règles s'appliquent également aux fournisseurs qui n'ont pas d'établissement dans un État membre, mais dont une société mère, une filiale ou une autre entreprise du même groupe y a un établissement.

La Commission facilitera la coordination des codes déontologiques au niveau de l'UE, avec l'assistance de l'ERGA. En outre, un mécanisme de plainte et de recours serait prévu au niveau national.

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

(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 53, paragraphe 1, et son article 62,

vu la proposition de la Commission européenne,

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

statuant conformément à la procédure législative ordinaire,

considérant ce qui suit:

- (1) La dernière modification de fond de la directive 89/552/CEE du Conseil²⁷, ultérieurement codifiée par la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil²⁸, a été introduite en 2007 par l'adoption de la directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil²⁹. Depuis lors, le marché des services de médias audiovisuels a évolué de manière rapide et conséquente. Les développements techniques permettent des nouveaux types de services et de nouvelles expériences d'utilisation. Les habitudes de visionnage, surtout chez les générations plus jeunes, ont changé de manière significative. Même si l'écran de télévision principal conserve une place importante pour partager les expériences audiovisuelles, bon nombre de spectateurs se sont tournés vers d'autres appareils, portables, pour visionner des contenus audiovisuels. Le temps passé devant des contenus télévisuels traditionnels représente encore une part importante de la durée quotidienne moyenne de visionnage. Toutefois, de nouveaux types de contenus, tels que les vidéos de courte durée ou les

²⁷ Directive 89/552/CEE du Parlement européen et du Conseil du 3 octobre 1989 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 298 du 17.10.1989, p. 23).

²⁸ 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).

²⁹ Directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007 modifiant la directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle (JO L 332 du 18.12.2007, p. 27).

contenus créés par les utilisateurs, gagnent en importance tandis que de nouveaux acteurs du secteur, notamment les fournisseurs de services de vidéo à la demande et les plateformes de partage de vidéos, sont désormais bien établis.

- (2) Le 6 mai 2015, la Commission a adopté la «stratégie pour un marché unique numérique en Europe»³⁰, dans laquelle elle annonce un réexamen de la directive 2010/13/UE.
- (3) La directive 2010/13/UE ne devrait continuer à s'appliquer qu'aux services dont l'objet principal est la fourniture de programmes dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer. L'exigence relative à cet objet principal devrait également être présumée satisfaite si la forme et le contenu audiovisuel du service en cause sont dissociables de l'activité principale du fournisseur de services, par exemple des éléments autonomes de journaux en ligne proposant des programmes audiovisuels ou des vidéos créées par les utilisateurs lorsque ces éléments peuvent être considérés comme étant dissociables de l'activité principale. Les services de médias sociaux ne sont pas inclus, sauf s'ils fournissent un service qui relève de la définition d'une plateforme de partage de vidéos. Un service devrait être considéré comme étant simplement un complément indissociable de l'activité principale en raison des liens qui existent entre l'offre audiovisuelle et l'activité principale. À ce titre, les chaînes ou tout autre service audiovisuel sous la responsabilité éditoriale d'un fournisseur peuvent constituer en soi des services de médias audiovisuels, même s'ils sont offerts dans le cadre d'une plateforme de partage de vidéos qui se caractérise par l'absence de responsabilité éditoriale. Dans ce cas, il appartiendra aux fournisseurs ayant la responsabilité éditoriale de se conformer aux dispositions de la présente directive.
- (4) Afin d'assurer la mise en œuvre effective de la présente directive, il est crucial que les États membres tiennent à jour des registres des fournisseurs de services de médias audiovisuels et des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos relevant de leur compétence, et partagent régulièrement ces registres avec leurs autorités de régulation indépendantes compétentes et avec la Commission. Ces registres devraient contenir des informations sur les critères sur lesquels est fondée la compétence.
- (5) La détermination de la compétence suppose une appréciation des situations factuelles par rapport aux critères définis dans la directive 2010/13/UE. L'appréciation de ces situations factuelles pourrait conduire à des résultats contradictoires. Dans l'application des procédures de coopération prévues aux articles 3 et 4 de la directive 2010/13/UE, il importe que la Commission puisse fonder ses conclusions sur des données factuelles fiables. Le Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) devrait dès lors être habilité à émettre des avis concernant la compétence à la demande de la Commission.
- (6) Les procédures et les conditions de limitation de la liberté de fournir et de recevoir des services devraient être les mêmes pour les services linéaires et non linéaires.
- (7) Dans sa communication au Parlement européen et au Conseil intitulée «Améliorer la réglementation pour obtenir de meilleurs résultats — Un enjeu prioritaire pour l'UE»³¹, la Commission insiste sur le fait que son examen des solutions politiques se fera en prenant en considération tant les moyens réglementaires que les moyens non

³⁰ COM(2015) 192 final.

³¹ COM(2015) 215 final.

réglementaires bien conçus, sur le modèle de la communauté de pratique et des principes pour l'amélioration de l'autorégulation et de la corégulation³². Un certain nombre de codes mis en place dans les domaines coordonnés par la directive se sont révélés être bien conçus, en cohérence avec les principes pour l'amélioration de l'autorégulation et de la corégulation. L'existence d'un dispositif de soutien législatif a été jugée un facteur de réussite important pour promouvoir le respect d'un code en matière d'autorégulation ou de corégulation. Il est tout aussi important que les codes définissent des objectifs spécifiques qui peuvent être suivis et évalués de manière régulière, transparente et indépendante. On considère généralement que des sanctions progressives maintenant un élément de proportionnalité sont une approche efficace pour faire appliquer un régime. Ces principes devraient être respectés dans les codes en matière d'autorégulation et de corégulation adoptés dans les domaines coordonnés par la présente directive.

- (8) En vue d'assurer la cohérence et d'offrir une sécurité aux entreprises et aux autorités des États membres, la notion d'«incitation à la haine» devrait, dans la mesure appropriée, être alignée sur la définition figurant dans la décision-cadre 2008/913/JHA du Conseil du 28 novembre 2008 sur la lutte contre certaines formes et manifestations de racisme et de xénophobie au moyen du droit pénal, qui définit les discours haineux comme étant «l'incitation publique à la violence ou à la haine». Cela consisterait notamment à aligner les motifs fondant l'incitation à la violence ou à la haine.
- (9) Dans le but de permettre aux spectateurs, notamment les parents et les mineurs, de prendre des décisions en connaissance de cause concernant les contenus à regarder, il est nécessaire que les fournisseurs de services de médias audiovisuels fournissent des informations suffisantes sur les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. Ces informations pourraient être fournies, par exemple, au moyen d'un système de descripteurs de contenu contenant des indications sur la nature du contenu. Les descripteurs de contenu pourraient être disponibles sous forme écrite, graphique ou sonore.
- (10) Il existe au niveau national et international certains conseils nutritionnels largement reconnus, tels que le modèle de profils nutritionnels du Bureau régional de l'OMS pour l'Europe, afin de différencier les denrées alimentaires en fonction de leur composition nutritionnelle dans la publicité télévisée à destination des enfants relative à ces denrées. Les États membres devraient être encouragés à assurer l'utilisation de codes déontologiques en matière d'autorégulation et de corégulation pour réduire efficacement l'exposition des enfants et des mineurs aux communications commerciales audiovisuelles relatives à des denrées alimentaires ou des boissons qui présentent une forte teneur en sel, en sucres ou en matières grasses ou qui ne correspondent pas à ces orientations nutritionnelles nationales ou internationales.
- (11) De même, les États membres devraient être encouragés à assurer l'utilisation de codes déontologiques en matière d'autorégulation et de corégulation pour réduire efficacement l'exposition des enfants et des mineurs aux communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcooliques. Certains systèmes de corégulation ou d'autorégulation existent au niveau de l'Union et au niveau national en vue de commercialiser les boissons alcooliques de manière responsable, notamment dans les communications commerciales audiovisuelles. Il conviendrait d'encourager

³²

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/communities/better-self-and-co-regulation>

davantage ces systèmes, surtout ceux visant à garantir que les communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcooliques soient accompagnées de messages encourageant la consommation responsable d'alcool.

- (12) Afin d'éliminer les obstacles à la libre circulation de services transfrontaliers à l'intérieur de l'Union, il est nécessaire de veiller à l'efficacité de mesures d'autorégulation et de corégulation visant, notamment, à protéger les consommateurs ou la santé publique. S'ils sont bien appliqués et contrôlés, des codes déontologiques au niveau de l'Union pourraient être un bon moyen d'assurer une approche plus cohérente et plus efficace.
- (13) Le marché de la radiodiffusion télévisuelle a évolué et appelle une plus grande souplesse en ce qui concerne les communications commerciales audiovisuelles, en particulier en ce qui concerne les règles quantitatives pour les services de médias audiovisuels linéaires, le placement de produit et le parrainage. L'émergence de nouveaux services, y compris sans publicité, a élargi le choix offert aux spectateurs, qui peuvent facilement se tourner vers d'autres offres.
- (14) Le parrainage représente un moyen important pour financer des services de médias audiovisuels ou des programmes, tout en promouvant le nom d'une personne morale ou physique, une marque, une image, des activités ou des produits. Ainsi, pour que les annonceurs et les fournisseurs de services de médias audiovisuels accordent de la valeur à cette forme de technique publicitaire, les annonces de parrainage peuvent contenir des références promotionnelles pour les biens ou services du parrain, même si elles n'incitent pas directement à l'achat des biens et services en question. Les annonces de parrainage devraient continuer à informer clairement les spectateurs de l'existence d'un accord de parrainage. Le contenu des programmes parrainés ne devrait pas être influencé de manière à porter atteinte à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias audiovisuels.
- (15) La libéralisation du placement de produit n'a pas entraîné l'essor escompté de ce mode de communication commerciale audiovisuelle. En particulier, l'interdiction générale du placement de produit, à quelques exceptions près, n'a pas apporté de sécurité juridique pour les fournisseurs de services de médias audiovisuels. Le placement de produit devrait donc être autorisé dans tous les services de médias audiovisuels, sauf exceptions.
- (16) Le placement de produit ne devrait pas être admissible dans les programmes d'information et d'actualité, les émissions de consommateurs, les programmes religieux et les programmes regardés par un large public d'enfants. Ainsi, il est avéré que le placement de produit et les publicités incorporées peuvent influencer sur le comportement des enfants, ceux-ci n'étant généralement pas capables de reconnaître le contenu commercial. Il convient donc de continuer d'interdire le placement de produit dans les programmes regardés par un large public d'enfants. Les émissions de consommateurs sont des programmes qui dispensent des conseils aux spectateurs ou font le point concernant l'achat de produits et de services. Autoriser le placement de produit dans ce type de programmes créerait une confusion entre publicité et contenu éditorial pour les spectateurs, qui peuvent attendre de ces programmes un compte rendu authentique et honnête sur les produits ou les services.

- (17) La règle selon laquelle un produit ne devrait pas être mis en avant de manière injustifiée s'est avérée difficile à appliquer dans la pratique. Elle restreint également le développement du placement de produit qui, par définition, suppose une exposition relativement importante pour pouvoir créer de la valeur. Les exigences applicables aux émissions comportant du placement de produit devraient donc être axées sur l'obligation d'en informer clairement les spectateurs et de veiller à ce que l'indépendance éditoriale des fournisseurs de services de médias audiovisuels ne soit pas affectée.
- (18) L'augmentation du nombre de nouveaux services élargissant le choix offert aux spectateurs, les organismes de radiodiffusion télévisuelle bénéficient d'une marge de manœuvre accrue pour insérer des spots de publicité et de téléachat là où cela ne porte pas préjudice à l'intégrité du programme. Pourtant, afin de sauvegarder le caractère spécifique du paysage télévisuel européen, il convient de continuer à limiter le nombre des interruptions autorisées pendant la diffusion des œuvres cinématographiques et des films conçus pour la télévision, ainsi que de certaines catégories de programmes qui nécessitent encore une protection particulière.
- (19) Bien que la présente directive n'augmente pas la durée totale du temps publicitaire admissible durant la période comprise entre 7h et 23h, il est important pour les organismes de radiodiffusion télévisuelle de disposer d'une flexibilité accrue et d'être en mesure de choisir à quel moment placer les publicités afin d'optimiser la demande des annonceurs et le flux des spectateurs. Il conviendrait donc de supprimer la limite horaire et d'introduire une limitation quotidienne de 20 % de publicité au cours de la période comprise entre 7h et 23h.
- (20) De nombreux organismes de radiodiffusion télévisuelle appartiennent à de grands groupes de médias et diffusent des messages qui concernent non seulement leurs propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, mais également les programmes d'autres entités appartenant au même groupe de médias. Le temps de transmission attribué aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne les programmes d'autres entités appartenant à un même groupe de médias ne devrait pas être inclus dans la durée maximale du temps de transmission quotidien qui peut être attribué à la publicité et au téléachat.
- (21) Les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande devraient promouvoir la production et la distribution d'œuvres européennes en veillant à ce que leurs catalogues contiennent une part minimale d'œuvres européennes et que celles-ci soient suffisamment mises en avant.
- (22) Afin de garantir des niveaux d'investissement adéquats en faveur des œuvres européennes, les États membres devraient être en mesure d'imposer des obligations financières aux fournisseurs de services à la demande établis sur leur territoire. Ces obligations peuvent prendre la forme de contributions directes à la production et à l'acquisition de droits sur les œuvres européennes. Les États membres peuvent également imposer des redevances à verser à un fonds, sur la base des recettes tirées des services à la demande qui sont fournis sur leur territoire et visent ce dernier. La présente directive précise que, compte tenu du lien direct entre les obligations financières et les différentes politiques culturelles des États membres, ceux-ci sont également autorisés à imposer de telles obligations financières aux fournisseurs de

services à la demande établis dans un autre État membre qui visent leur territoire. Dans ce cas, les obligations financières ne devraient porter que sur les recettes générées par l'audience dans cet État membre.

- (23) Lorsqu'un État membre évalue au cas par cas si un service de médias audiovisuels à la demande établi dans un autre État membre vise des publics sur son propre territoire, il se réfère à des indicateurs tels que la publicité ou d'autres actions de promotion destinées spécialement aux clients sur son territoire, la langue principale du service ou l'existence de contenus ou de communications commerciales visant spécifiquement le public de l'État membre de réception.
- (24) Lorsque les États membres imposent des contributions financières à des fournisseurs de services à la demande, celles-ci doivent chercher à promouvoir les œuvres européennes de manière appropriée tout en évitant les risques de double imposition pour les fournisseurs de services. Dans cette perspective, si l'État membre dans lequel le fournisseur est établi impose une contribution financière, il tient compte de toutes les contributions financières imposées par des États membres ciblés.
- (25) Afin de garantir que les obligations en matière de promotion des œuvres européennes ne compromettent pas le développement des marchés et pour permettre l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché, les entreprises sans présence significative sur le marché ne devraient pas être soumises à ces exigences. C'est notamment le cas pour les sociétés ayant un chiffre d'affaires peu élevé et de faibles audiences et pour les petites et micro-entreprises telles que définies dans la recommandation 2003/361/CE de la Commission³³. Il pourrait également être inapproprié d'imposer de telles exigences dans les cas où elles seraient impossibles à respecter ou injustifiées en raison de la nature ou du thème des services de médias audiovisuels à la demande.
- (26) De nouveaux enjeux apparaissent, en particulier dans le cadre des plateformes de partage de vidéos, sur lesquelles les utilisateurs — surtout les mineurs — consomment de plus en plus de contenu audiovisuel. Dans ce contexte, les contenus préjudiciables et les discours haineux stockés sur les plateformes de partage de vidéos suscitent des inquiétudes grandissantes. Afin de protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables et de mettre l'ensemble des citoyens à l'abri des contenus incitant à la violence ou à la haine, des dispositions proportionnées doivent être établies concernant ces questions.
- (27) Les communications commerciales diffusées sur les plateformes de partage de vidéos sont déjà régies par la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, qui interdit les pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs, notamment les pratiques trompeuses ou agressives, utilisées dans les services liés à la société de l'information. Pour ce qui est des communications commerciales relatives aux produits du tabac et aux produits connexes diffusées sur les plateformes de partage de vidéos, les interdictions en vigueur prévues dans la directive 2003/33/CE du Parlement européen et du Conseil et les interdictions applicables aux communications relatives aux cigarettes électroniques et aux flacons de recharge en vertu de la directive 2014/40/UE du Parlement européen et du Conseil garantissent une protection suffisante pour les consommateurs. Les mesures prévues

³³ Recommandation 2003/361/CE de la Commission du 6 mai 2003 concernant la définition des micro, petites et moyennes entreprises (JO L 124 du 20.5.2003, p. 36).

par la présente directive complètent donc les dispositions figurant dans les directives 2005/29/CE, 2003/33/CE et 2014/40/UE.

- (28) Une part importante des contenus stockés sur les plateformes de partage de vidéos ne se trouve pas sous la responsabilité éditoriale du fournisseur de plateforme de partage de vidéos. Ce sont toutefois généralement ces fournisseurs qui déterminent l'organisation des contenus, dont les programmes ou les vidéos créées par les utilisateurs, notamment par des moyens automatiques ou des algorithmes. Par conséquent, ces fournisseurs devraient être tenus de prendre des mesures appropriées pour protéger les mineurs contre les contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral et pour protéger l'ensemble des citoyens contre l'incitation à la violence ou à la haine visant un groupe de personnes ou un membre d'un tel groupe, défini par référence au sexe, à la race, à la couleur, à la religion, à l'ascendance ou à l'origine nationale ou ethnique.
- (29) Compte tenu de la nature de l'implication des fournisseurs dans le contenu stocké sur les plateformes de partage de vidéos, ces mesures appropriées devraient porter sur l'organisation du contenu et non sur le contenu en tant que tel. Les exigences en la matière énoncées dans la présente directive devraient donc s'appliquer sans préjudice de l'article 14 de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil³⁴, qui prévoit une exonération de responsabilité pour les informations illicites stockées par certains fournisseurs de services de la société de l'information. Lors de la fourniture de services relevant de l'article 14 de la directive 2000/31/CE, ces exigences devraient également s'appliquer sans préjudice de l'article 15 de ladite directive, qui empêche d'imposer à ces fournisseurs l'obligation générale de surveiller ces informations et l'obligation générale de rechercher activement des faits ou des circonstances révélant des activités illicites, sans concerner toutefois les obligations de surveillance dans certains cas et, en particulier, sans porter atteinte aux décisions prises par les autorités nationales conformément à la législation nationale.
- (30) Il convient d'associer autant que possible les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos lors de la mise en œuvre des mesures appropriées qui doivent être prises en application de la présente directive. La corégulation devrait donc être encouragée.

Afin d'assurer une approche cohérente et claire en la matière dans l'ensemble de l'Union, les États membres ne devraient pas être habilités à imposer aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos de prendre, pour protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables et protéger l'ensemble des citoyens contre les contenus incitant à la violence ou à la haine, des mesures plus strictes que celles prévues par la présente directive. Cependant, il devrait être possible pour les États membres de prendre de telles mesures plus strictes lorsque ce contenu est illégal, pour autant qu'elles soient conformes aux articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, et de prendre des mesures à l'égard des contenus sur les sites internet contenant ou diffusant de la pédopornographie, comme exigé et autorisé en vertu de l'article 25 de la directive 2011/93/UE du Parlement européen et du Conseil³⁵. Les fournisseurs de plateformes

³⁴ 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 (JO L 178 du 17.7.2000, p. 1).

³⁵ Directive 2011/93/UE du Parlement européen et du Conseil du 13 décembre 2011 relative à la lutte contre les abus sexuels et l'exploitation sexuelle des enfants, ainsi que la pédopornographie et remplaçant la décision-cadre 2004/68/JAI du Conseil (JO L 335 du 17.12.2011, p. 1).

de partage de vidéos devraient également conserver la possibilité de prendre des mesures plus strictes sur une base volontaire.

- (31) Lors de l'adoption des mesures appropriées pour protéger les mineurs contre les contenus préjudiciables et protéger l'ensemble des citoyens contre les contenus incitant à la violence ou à la haine conformément à la présente directive, les droits fondamentaux applicables, tels que définis dans la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, devraient être soigneusement mis en balance. Cela concerne notamment, le cas échéant, le droit au respect de la vie privée et familiale et la protection des données à caractère personnel, la liberté d'expression et d'information, la liberté d'entreprise, l'interdiction de toute discrimination et le droit de l'enfant.
- (32) Les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos relevant de la présente directive fournissent des services de la société de l'information au sens de l'article 2, point a), de la directive 2000/31/CE. Ils sont par conséquent soumis aux règles relatives au marché intérieur figurant à l'article 3 de ladite directive, s'ils sont établis dans un État membre. Afin de préserver l'efficacité des mesures de protection des mineurs et des citoyens fixées dans la présente directive et de garantir autant que possible des conditions équitables, il convient de veiller à ce que les mêmes règles s'appliquent aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos qui ne sont pas établis dans un État membre, dès lors que ces fournisseurs ont une société mère ou une filiale établie dans un État membre, ou qu'ils font partie d'un groupe ayant une autre entité établie dans un État membre. À cet effet, des dispositions devraient être prises pour déterminer dans quel État membre il faut considérer que ces fournisseurs ont été établis. La Commission devrait être informée des fournisseurs relevant de la compétence de chaque État membre en application des règles en matière d'établissement énoncées dans la présente directive et dans la directive 2000/31/CE.
- (33) Les autorités de régulation des États membres ne peuvent atteindre le niveau requis d'indépendance structurelle que si elles sont établies en tant que personnes morales distinctes. En conséquence, les États membres devraient garantir l'indépendance de leurs autorités de régulation nationales à l'égard à la fois du gouvernement, des organismes publics et du secteur, afin d'assurer l'impartialité de leurs décisions. Cette exigence d'indépendance devrait être sans préjudice de la possibilité pour les États membres d'établir des autorités de régulation ayant un contrôle sur différents secteurs, comme l'audiovisuel et les télécommunications. Les autorités de régulation nationales devraient disposer des pouvoirs coercitifs et des ressources nécessaires à l'exécution de leur mission, en termes de personnel, de compétences et de moyens financiers. Les activités des autorités de régulation nationales établies conformément à la présente directive devraient veiller au respect des objectifs en matière de pluralisme des médias, de diversité culturelle, de protection des consommateurs, de marché intérieur et de défense d'une concurrence loyale.
- (34) Toute partie faisant l'objet de décisions de la part d'une autorité de régulation nationale devrait avoir le droit d'introduire un recours auprès d'un organisme indépendant des parties concernées. Cet organisme peut être une juridiction. La procédure de recours ne devrait pas porter atteinte à la répartition des compétences au sein des systèmes juridictionnels nationaux.
- (35) Afin d'assurer l'application cohérente du cadre réglementaire audiovisuel de l'Union dans tous les États membres, la Commission a institué l'ERGA par sa décision du 3

février 2014³⁶. L'ERGA a pour rôle de conseiller et d'aider la Commission dans sa tâche consistant à assurer une mise en œuvre cohérente de la directive 2010/13/UE dans tous les États membres, et de faciliter la coopération entre les autorités de régulation nationales ainsi qu'entre ces autorités et la Commission.

- (36) L'ERGA a apporté une contribution utile à une pratique réglementaire cohérente et a fourni des conseils de haut niveau à la Commission sur des questions de mise en œuvre. Cela requiert la reconnaissance formelle et un renforcement de son rôle dans la présente directive. Le groupe devrait donc être établi une nouvelle fois en vertu de la présente directive.
- (37) La Commission devrait avoir la faculté de consulter l'ERGA sur toute question relative aux services de médias audiovisuels et aux plateformes de partage de vidéos. L'ERGA devrait aider la Commission en apportant son expérience et son conseil et en facilitant l'échange des meilleures pratiques. La Commission devrait notamment consulter l'ERGA dans l'application de la directive 2010/13/UE afin de faciliter sa mise en œuvre convergente dans l'ensemble du marché unique numérique. À la demande de la Commission, l'ERGA devrait fournir des avis, notamment sur la compétence et sur les codes déontologiques de l'Union concernant la protection des mineurs, l'incitation à la haine et les communications commerciales audiovisuelles relatives aux denrées alimentaires à forte teneur en graisses, en sel/sodium et en sucres.
- (38) La présente directive ne porte pas atteinte à la capacité des États membres à imposer des obligations en vue de garantir la visibilité et l'accessibilité des contenus d'intérêt général relevant d'objectifs d'intérêt général définis, comme le pluralisme des médias, la liberté d'expression et la diversité culturelle. Ces obligations ne devraient être imposées que lorsqu'elles sont nécessaires pour atteindre des objectifs d'intérêt général clairement définis par les États membres en conformité avec le droit de l'Union. À cet égard, les États membres devraient notamment examiner la nécessité d'une intervention réglementaire dans les résultats découlant des forces du marché. Lorsque les États membres décident d'imposer des règles de visibilité, ils ne devraient imposer aux entreprises que des obligations proportionnées, en considération d'intérêts publics légitimes.
- (39) La présente directive respecte les droits fondamentaux et observe les principes consacrés notamment par la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. En particulier, la présente directive vise à assurer le respect total du droit à la liberté d'expression, de la liberté d'entreprise et du droit à un recours juridictionnel, ainsi qu'à promouvoir l'application des droits de l'enfant consacrés dans la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne.
- (40) Le droit d'accéder à des programmes d'information politique est primordial pour sauvegarder la liberté fondamentale de recevoir des informations et pour assurer la protection totale et adéquate des intérêts des spectateurs de l'Union. Étant donné l'importance toujours croissante des services de médias audiovisuels pour les sociétés et la démocratie, les émissions d'information politique devraient, dans la mesure du possible, et sans préjudice des règles sur le droit d'auteur, être mises à disposition dans un cadre transfrontière dans l'UE.

³⁶ Décision C(2014) 462 final de la Commission du 3 février 2014 instituant le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels.

- (41) La présente directive ne porte pas sur les règles du droit international privé, en particulier les règles régissant la compétence des tribunaux et le droit applicable aux obligations contractuelles et non contractuelles.
- (42) Conformément à la déclaration politique commune des États membres et de la Commission du 28 septembre 2011 sur les documents explicatifs³⁷, les États membres se sont engagés à joindre à la notification de leurs mesures de transposition, dans les cas où cela se justifie, un ou plusieurs documents expliquant le lien entre les éléments d'une directive et les parties correspondantes des instruments nationaux de transposition. En ce qui concerne la présente directive, le législateur estime que la transmission de ces documents est justifiée.
- (43) Il convient dès lors de modifier la directive 2010/13/UE en conséquence,

ONT ADOPTÉ LA PRÉSENTE DIRECTIVE:

Article premier

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

1. à l'article 1^{er}, le paragraphe 1 est modifié comme suit:

a) au point a), le point i) est remplacé par le texte suivant:

«i) 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, sous la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de services de médias, dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public, par des réseaux de communications électroniques au sens de l'article 2, point a), de la directive 2002/21/CE. Un service de médias audiovisuels est soit une émission télévisée au sens du point e) du présent paragraphe, soit un service de médias audiovisuels à la demande au sens du point g) du présent paragraphe.»;

b) le point a *bis*) suivant est ajouté:

«a *bis*) "service de plateforme de partage de vidéos": un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, qui satisfait aux exigences suivantes:

(i) le service consiste à stocker une grande quantité de programmes ou de vidéos créées par les utilisateurs, qui ne relèvent pas de la responsabilité éditoriale du fournisseur de la plateforme de partage de vidéos;

(ii) l'organisation du contenu stocké est déterminée par le fournisseur du service, à l'aide notamment de moyens automatiques ou d'algorithmes, en particulier l'hébergement, l'affichage, le balisage et le séquençement;

³⁷

JO C 369 du 17.12.2011, p. 14.

(iii) l'objet principal du service proprement dit ou d'une partie dissociable de ce service est la fourniture de programmes et de vidéos créées par les utilisateurs dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public;

(iv) le service est fourni par des réseaux de communications électroniques au sens de l'article 2, point a), de la directive 2002/21/CE.»;

c) le point b) est remplacé par le texte suivant:

«b) "programme": un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément dans le cadre d'une grille ou d'un catalogue établi par un fournisseur de service de média, y compris des films longs métrages, des vidéos de courte durée, des manifestations sportives, des comédies de situation, des documentaires, des programmes pour enfants ou des fictions originales;»;

d) le point b *bis*) suivant est inséré:

«b *bis*) "vidéo créée par l'utilisateur": un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément qui est créé et/ou téléchargé vers une plateforme de partage de vidéos par un ou plusieurs utilisateurs;»;

e) le point d *bis*) suivant est inséré:

«d *bis*) "fournisseur de plateforme de partage de vidéos": toute personne physique ou morale qui fournit un service de plateforme de partage de vidéos;»;

2. le titre du chapitre II est remplacé par le texte suivant:

«DISPOSITIONS GÉNÉRALES RELATIVES AUX SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS»;

3. l'article 2 est modifié comme suit:

a) au paragraphe 3, le point b) est remplacé par le texte suivant:

«b) lorsqu'un fournisseur de services de médias a son siège social dans un État membre, mais que les décisions éditoriales relatives aux services de médias audiovisuels sont prises dans un autre État membre, il est réputé être établi dans l'État membre où opère la majeure partie des effectifs employés aux activités de services de médias audiovisuels.»;

b) les paragraphes 5 *bis* et 5 *ter* suivants sont insérés:

«5 *bis*. Les États membres communiquent à la Commission une liste des fournisseurs de services de médias audiovisuels relevant de leur compétence et les critères définis aux paragraphes 2 à 5 sur lesquels leur compétence est fondée. Ils informent ensuite la Commission, sans retard injustifié, de toute modification apportée à cette liste. La Commission veille à ce que les autorités de régulation indépendantes compétentes aient accès à ces informations.

5 *ter*. Si les États membres concernés ne sont pas d'accord, lors de l'application des articles 3 et 4 de la présente directive, sur le choix de l'État membre qui est compétent, ils portent la question à l'attention de la Commission sans retard injustifié. La

Commission peut demander au Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA) de rendre un avis sur la question dans un délai de quinze jours ouvrables à compter de la soumission de la demande de la Commission. Si la Commission sollicite l'avis de l'ERGA, les délais fixés à l'article 3, paragraphe 5, et à l'article 4, paragraphe 5, sont suspendus jusqu'à ce que l'ERGA ait adopté un avis.»;

4. l'article 3 est remplacé par le texte suivant:

«Article 3

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

2. Les États membres peuvent déroger provisoirement au paragraphe 1 si un service de médias audiovisuels fourni par un fournisseur de services de médias relevant de la compétence d'un autre État membre:

a) enfreint d'une manière manifeste, sérieuse et grave les articles 6 ou 12, ou des deux à la fois;

b) porte atteinte ou présente un risque sérieux et grave d'atteinte à la sécurité publique, y compris la protection de la sécurité et de la défense nationales; ou

c) porte atteinte ou présente un risque sérieux et grave d'atteinte à la santé publique.

3. Les États membres ne peuvent appliquer le paragraphe 2 que lorsque toutes les conditions ci-après sont remplies:

a) au cours des douze mois précédant la notification visée au point b) du présent paragraphe, le fournisseur de services de médias a, de l'avis de l'État membre concerné, enfreint le point a), b) ou c) du paragraphe 2 au moins à deux reprises;

b) l'État membre concerné a notifié au fournisseur de services de médias, à l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur et à la Commission, par écrit, les violations alléguées et les mesures qu'il a l'intention de prendre dans le cas où une telle violation alléguée se reproduirait;

c) les consultations avec l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur et avec la Commission n'ont pas abouti à un règlement amiable dans un délai d'un mois à compter de la notification prévue au point b);

d) le fournisseur de services de médias a enfreint le point a), b) ou c) du paragraphe 2 au moins une fois après la notification prévue au point b) du présent paragraphe;

e) l'État membre notifiant a respecté les droits de la défense du fournisseur de services de médias concerné et lui a notamment donné l'occasion d'exprimer son point de vue sur les allégations d'infraction et sur les mesures que l'État membre envisage de prendre. Il tient dûment compte de ces observations ainsi que du point de vue de l'État membre compétent.

Les points a) et d) du présent paragraphe ne s'appliquent qu'aux services linéaires.

4. La Commission statue, dans un délai de trois mois à compter de la notification des mesures prises par l'État membre en application des paragraphes 2 et 3 et après avoir consulté l'ERGA, sur la question de savoir si ces mesures sont compatibles avec le droit de l'Union. Ce délai court à compter du jour suivant celui de la réception d'une notification complète. La notification est considérée comme complète si, dans les trois mois de sa réception ou de la réception de toute information additionnelle réclamée, la Commission ne réclame pas d'autres informations.

Si la Commission considère que la notification est incomplète, elle réclame toutes les informations additionnelles nécessaires. La Commission informe l'État membre de la réception de la réponse à cette demande.

Si l'État membre concerné ne fournit pas les renseignements demandés dans le délai imparti par la Commission ou les fournit de façon incomplète, la Commission arrête une décision selon laquelle les mesures prises par l'État membre conformément au paragraphe 2 sont incompatibles avec le droit de l'Union. Si la Commission décide que les mesures sont incompatibles avec le droit de l'Union, l'État membre met fin aux mesures en question de manière urgente.

5. Les paragraphes 3 et 4 ne s'opposent pas à l'application de toute procédure, voie de droit ou sanction contre les contraventions en cause dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias concerné.

6. Les États membres peuvent, en cas d'urgence, déroger aux conditions prévues au paragraphe 3, points b) et c). Dans ce cas, les mesures sont notifiées dans les plus brefs délais à la Commission et à l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias, en exposant les raisons pour lesquelles l'État membre estime que l'urgence est telle qu'il est nécessaire de déroger auxdites conditions.

7. Sans préjudice de la faculté pour l'État membre de prendre et d'appliquer les mesures visées au paragraphe 6, la Commission examine dans les plus brefs délais la compatibilité des mesures notifiées avec le droit de l'Union. Lorsqu'elle parvient à la conclusion que les mesures sont incompatibles avec le droit de l'Union, la Commission exige de l'État membre concerné qu'il s'abstienne de prendre les mesures envisagées ou qu'il mette fin d'urgence aux mesures en question.

8. Les États membres et la Commission procèdent régulièrement à des échanges d'expériences et de meilleures pratiques en ce qui concerne la procédure énoncée aux paragraphes 2 à 7 dans le cadre du comité de contact institué en vertu de l'article 29 et de l'ERGA.»;

5. l'article 4 est modifié comme suit:

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

«1. Les États membres demeurent libres de prévoir, pour les fournisseurs de services de médias qui relèvent de leur compétence, des règles plus détaillées ou plus strictes en ce qui concerne les articles 5, 6, 6 *bis*, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19 à 26, 30 et 30 *bis*, sous réserve que ces règles soient conformes au droit de l'Union.»;

b) au paragraphe 3, le deuxième alinéa suivant est inséré après le point b) du premier alinéa:

«L'État membre qui a pris des mesures conformément aux points a) et b) du paragraphe 2 devrait justifier les motifs sur lesquels il fonde son évaluation du prétendu contournement.»;

c) les paragraphes 4 et 5 sont remplacés par le texte suivant:

«4. Un État membre ne peut prendre des mesures en application du paragraphe 3 que lorsque toutes les conditions ci-après sont remplies:

a) il a notifié à la Commission et à l'État membre dans lequel l'organisme de radiodiffusion télévisuelle est établi son intention de prendre de telles mesures, en justifiant les motifs sur lesquels il fonde son évaluation;

b) il a respecté les droits de la défense de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle concerné et lui a notamment donné l'occasion d'exprimer son point de vue sur les allégations de contournement et sur les mesures que l'État membre notifiant envisage de prendre.

c) la Commission a décidé, après avoir consulté l'ERGA, que ces mesures sont compatibles avec le droit de l'Union et, en particulier, que l'évaluation faite par l'État membre prenant ces mesures conformément aux paragraphes 2 et 3 est correctement fondée.

5. La Commission statue sur la compatibilité avec le droit communautaire des mesures envisagées dans les trois mois qui suivent la notification visée au paragraphe 4, point a). Ce délai court à compter du jour suivant celui de la réception d'une notification complète. La notification est considérée comme complète si, dans les trois mois de sa réception ou de la réception de toute information supplémentaire réclamée, la Commission ne réclame pas d'autres informations.

Si la Commission considère la notification comme étant incomplète, elle réclame toutes les informations additionnelles nécessaires. La Commission informe l'État membre de la réception de la réponse à cette demande.

Si l'État membre concerné ne fournit pas les renseignements demandés dans le délai imparti par la Commission ou les fournit de façon incomplète, la Commission arrête une décision selon laquelle les mesures prises par l'État membre conformément au paragraphe 3 sont incompatibles avec le droit de l'Union. Si la Commission décide qu'elles sont incompatibles avec le droit de l'Union, l'État membre concerné s'abstient de prendre les mesures envisagées.»;

d) le paragraphe 7 est remplacé par le texte suivant:

«7. Les États membres encouragent la corégulation et l'autorégulation au moyen de codes déontologiques adoptés au niveau national dans les domaines coordonnés par la présente directive, dans la mesure où leur ordre juridique le permet. Ces codes doivent être conçus de manière à être largement acceptés par les principaux acteurs dans les États membres concernés. Les codes déontologiques définissent leurs objectifs clairement et sans ambiguïté. Ils prévoient que la réalisation de ces objectifs est suivie

et évaluée de manière régulière, transparente et indépendante. Ils assurent une mise en œuvre effective, et notamment des sanctions efficaces et proportionnées le cas échéant.

Les projets de codes déontologiques de l'Union visés à l'article 6 *bis*, paragraphe 3), et à l'article 9, paragraphes 2 et 4, ainsi que les modifications ou prorogations de codes déontologiques de l'Union en vigueur sont soumis à la Commission par les parties signataires de ces codes.

La Commission peut solliciter l'avis de l'ERGA sur les projets, modifications ou prorogations de ces codes. La Commission peut publier ces codes le cas échéant.»;

6. le titre du chapitre III est remplacé par le texte suivant:

«DISPOSITIONS APPLICABLES AUX SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS»;

7. à l'article 5, le point d) est remplacé par le texte suivant:

«d) l'État membre compétent pour les fournisseurs de services de médias ainsi que les autorités de régulation compétentes ou les organismes de contrôle compétents.»;

8. l'article 6 est remplacé par le texte suivant:

«Les États membres veillent, par des mesures appropriées, à ce que les services de médias audiovisuels fournis par les fournisseurs relevant de leur compétence ne contiennent aucune incitation à la violence ou à la haine envers un groupe de personnes ou un membre d'un tel groupe défini par référence au sexe, à l'origine raciale ou ethnique, à la religion ou aux convictions, au handicap, à l'âge ou à l'orientation sexuelle.»;

9. l'article 6 *bis* suivant est inséré:

«Article 6 bis

1. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias fournissent aux spectateurs des informations suffisantes sur les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. À cet effet, ils peuvent utiliser un système de descripteurs indiquant la nature du contenu d'un service de média audiovisuel.

2. Pour la mise en œuvre du présent article, les États membres encouragent la corégulation.

3. La Commission et l'ERGA encouragent les fournisseurs de services de médias à échanger les bonnes pratiques relatives aux systèmes de corégulation dans l'ensemble de l'Union. Le cas échéant, la Commission facilite l'élaboration de codes déontologiques de l'Union.»;

10. l'article 7 est supprimé;

11. l'article 9 est modifié comme suit:

a) le paragraphe 2 est remplacé par le texte suivant:

«2. Les États membres et la Commission encouragent l'élaboration de codes déontologiques en matière d'autorégulation et de corégulation concernant les communications commerciales audiovisuelles inappropriées accompagnant les programmes regardés par un large public d'enfants, ou incluses dans ces programmes, et relatives à des denrées alimentaires ou des boissons contenant des nutriments ou des substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique, dont la présence en quantités excessives dans le régime alimentaire global n'est pas recommandée, notamment les matières grasses, les acides gras trans, le sel ou sodium et les sucres

Ces codes devraient être utilisés pour réduire efficacement l'exposition des mineurs aux communications commerciales audiovisuelles relatives aux denrées alimentaires et aux boissons qui présentent une forte teneur en sel, en sucres ou en matières grasses ou qui ne correspondent pas aux orientations nutritionnelles nationales ou internationales. Ces codes devraient indiquer que les communications commerciales audiovisuelles ne doivent pas souligner le côté positif des aspects nutritionnels de ces denrées alimentaires et boissons.

La Commission et l'ERGA encouragent l'échange des bonnes pratiques relatives aux systèmes d'autorégulation et de corégulation dans l'ensemble de l'Union. Le cas échéant, la Commission facilite l'élaboration de codes déontologiques de l'Union.»;

b) les paragraphes 3 et 4 suivants sont insérés:

«3. Les États membres et la Commission encouragent l'élaboration de codes déontologiques en matière d'autorégulation et de corégulation concernant les communications commerciales audiovisuelles inappropriées relatives à des boissons alcooliques. Ces codes doivent être utilisés pour limiter efficacement l'exposition des mineurs aux communications commerciales audiovisuelles relatives aux boissons alcooliques.

4. La Commission et l'ERGA encouragent l'échange des bonnes pratiques relatives aux systèmes d'autorégulation et de corégulation dans l'ensemble de l'Union. Si cela est jugé utile, la Commission facilite l'élaboration de codes déontologiques de l'Union.»;

12. à l'article 10, le point b) est remplacé par le texte suivant:

«b) ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services;»;

13. l'article 11 est remplacé par le texte suivant:

«Article 11

1. Les paragraphes 2, 3 et 4 ne s'appliquent qu'aux programmes produits après le 19 décembre 2009.

2. Le placement de produit est admissible dans l'ensemble des services de médias audiovisuels, sauf dans les programmes d'information et d'actualité, les émissions de consommateurs, les programmes religieux et les programmes regardés par un large public d'enfants.

3. Les programmes qui comportent du placement de produit satisfont aux exigences suivantes:

a) leur contenu et, dans le cas de la radiodiffusion télévisuelle, leur programmation ne doivent en aucun cas être influencés de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias;

b) ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services;

c) les spectateurs sont clairement informés de l'existence d'un placement de produit. Les programmes comportant du placement de produit sont identifiés de manière appropriée au début et à la fin de leur diffusion, ainsi que lorsqu'un programme reprend après une interruption publicitaire, afin d'éviter toute confusion de la part du spectateur.

Par exception, les États membres peuvent décider de déroger aux exigences énoncées au point c), pour autant que le programme concerné n'ait été ni produit ni commandé par le fournisseur de services de médias lui-même ou par une société affiliée au fournisseur de services de médias.

4. En tout état de cause, les programmes ne comportent pas de placement:

a) de produits du tabac ou de cigarettes, ou de placement de produits émanant d'entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de cigarettes et d'autres produits du tabac;

b) de médicaments ou de traitements médicaux spécifiques disponibles uniquement sur ordonnance dans l'État membre de la compétence duquel relève le fournisseur de services de médias.»;

14. l'article 12 est remplacé par le texte suivant et déplacé au chapitre III:

«Article 12

Les États membres prennent les mesures appropriées pour que les programmes fournis par des fournisseurs de services de médias relevant de leur compétence qui pourraient nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs ne soient mis à la disposition du public que dans des conditions telles que les mineurs ne puissent normalement pas les entendre ni les voir. Ces mesures peuvent comprendre le choix de l'heure de l'émission, l'utilisation d'outils permettant de vérifier l'âge ou d'autres mesures techniques. Ils sont proportionnés au préjudice que pourrait causer le programme.

La plupart des contenus préjudiciables, tels que la pornographie et la violence gratuite, font l'objet des mesures les plus strictes, comme le cryptage et l'emploi d'outils de contrôle parental performants.»;

15. l'article 13 est remplacé par le texte suivant:

«Article 13

1. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande relevant de leur compétence proposent une part d'au moins 20 % d'œuvres européennes dans leur catalogue et mettent ces œuvres en avant.
 2. Les États membres peuvent exiger que les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande relevant de leur compétence contribuent financièrement à la production d'œuvres européennes, notamment par des investissements directs dans des contenus et par des contributions à des fonds nationaux. Les États membres peuvent exiger que les fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande visant des publics sur leur territoire mais établis dans un autre État membre contribuent financièrement de la sorte. Dans ce cas, la contribution financière est fondée uniquement sur les recettes perçues dans les États membres ciblés. Si l'État membre dans lequel le fournisseur est établi impose une contribution financière, il tient compte de toutes les contributions financières imposées par des États membres ciblés. Toute contribution financière doit respecter le droit de l'Union, en particulier les règles relatives aux aides d'État.
 3. Les États membres soumettent à la Commission, au plus tard le *[date — au plus tard trois ans après la date d'adoption]*, et ensuite tous les deux ans, un rapport sur la mise en œuvre des paragraphes 1 et 2.
 4. Sur la base des informations communiquées par les États membres et d'une étude indépendante, la Commission soumet au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application des paragraphes 1 et 2, en tenant compte des évolutions commerciales et technologiques, et de l'objectif de diversité culturelle.
 5. Les États membres accordent une dérogation aux obligations prévues aux paragraphes 1 et 2 pour les fournisseurs qui ont un chiffre d'affaires peu élevé ou une faible audience, ou qui sont des petites et micro-entreprises. Les États membres peuvent aussi accorder une dérogation à ces obligations dans le cas où elles seraient impossibles à respecter ou injustifiées en raison de la nature ou du thème des services de médias audiovisuels à la demande.»;
16. à l'article 20, paragraphe 2, la première phrase est remplacée par le texte suivant:
- «La diffusion des films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), des œuvres cinématographiques et des programmes d'information peut être interrompue par de la publicité télévisée et/ou du téléachat une fois par tranche programmée de vingt minutes au moins.»;
17. l'article 23 est remplacé par le texte suivant:

«Article 23

1. La proportion quotidienne de spots de publicité télévisée et de spots de téléachat au cours de la période comprise entre 7h et 23h ne dépasse pas 20 %.
2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas:

- a) aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en lien avec ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, ou avec les programmes d'autres entités appartenant au même groupe de médias;
 - b) aux annonces de parrainage;
 - c) aux placements de produits.»;
18. le chapitre VIII est supprimé;
19. le chapitre IX bis suivant est inséré:

«CHAPITRE IX bis

«DISPOSITION APPLICABLE AUX SERVICES DE PLATEFORME DE PARTAGE DE VIDÉOS

Article 28 bis

1. Sans préjudice des articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos prennent les mesures appropriées pour:

- a) protéger les mineurs des contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral;
- b) protéger l'ensemble des citoyens des contenus comportant une incitation à la violence ou à la haine visant un groupe de personnes ou un membre d'un tel groupe, défini par référence à la race, la couleur, la religion, l'ascendance, l'origine nationale ou ethnique.

2. Le caractère approprié d'une mesure aux fins de l'application du paragraphe 1 est déterminé en prenant en considération la nature du contenu en question, le préjudice qu'il pourrait causer, les caractéristiques de la catégorie des personnes à protéger ainsi que les droits et les intérêts légitimes en jeu, y compris ceux des fournisseurs de la plateforme de partage de vidéos et ceux des utilisateurs qui ont créé le contenu et/ou l'ont mis en ligne, ainsi que l'intérêt public.

Ces mesures consistent, le cas échéant, à:

- a) définir et appliquer, dans les conditions des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, la notion d'incitation à la violence ou à la haine visée au paragraphe 1, point b), et la notion de contenu susceptible de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, conformément aux articles 6 et 12 respectivement;
- b) mettre en place et utiliser des mécanismes permettant aux utilisateurs des plateformes de partage de vidéos d'indiquer ou de signaler au fournisseur de la plateforme de partage de vidéos concerné les contenus visés au paragraphe 1 qui sont stockés sur sa plateforme;

c) mettre en place et utiliser des systèmes permettant de vérifier l'âge des utilisateurs des plateformes de partage de vidéos par rapport aux contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs;

d) mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux utilisateurs de plateformes de partage de vidéos de classer les contenus visés au paragraphe 1;

e) fournir des systèmes de contrôle parental en ce qui concerne les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs;

f) mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos d'expliquer aux utilisateurs de ces plateformes l'utilité des indications et signalisations visées au point b).

3. Aux fins de la mise en œuvre des mesures visées aux paragraphes 1 et 2, les États membres encouragent la corégulation visée à l'article 4, paragraphe 7.

4. Les États membres mettent en place les mécanismes nécessaires pour apprécier le caractère approprié des mesures visées aux paragraphes 2 et 3 qui sont prises par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos. Les États membres confient cette tâche aux autorités désignées conformément à l'article 30.

5. Les États membres n'imposent pas aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos des mesures plus strictes que les mesures visées aux paragraphes 1 et 2. Les États membres ne sont pas empêchés d'imposer des mesures plus strictes en ce qui concerne les contenus illicites. Lorsqu'ils adoptent ces mesures, ils respectent les conditions fixées par le droit de l'Union applicable, telles que, le cas échéant, les conditions prévues aux articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE ou à l'article 25 de la directive 2011/93/UE.

6. Les États membres veillent à ce que des mécanismes de réclamation et de recours soient disponibles pour le règlement des litiges entre usagers et fournisseurs de plateformes de partage de vidéos concernant l'application des mesures appropriées visées aux paragraphes 1 et 2.

7. La Commission et l'ERGA encouragent les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos à échanger les bonnes pratiques relatives aux systèmes de corégulation dans l'ensemble de l'Union. Le cas échéant, la Commission facilite l'élaboration de codes déontologiques de l'Union.

8. Les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou, le cas échéant, les organisations représentant ces fournisseurs à cet égard soumettent à la Commission les projets de codes déontologiques de l'Union ainsi que les modifications des codes déontologiques de l'Union existant déjà. La Commission peut solliciter l'avis de l'ERGA sur les projets, modifications ou prorogations de ces codes déontologiques. La Commission peut donner une publicité appropriée à ces codes déontologiques de l'Union.

Article 28 ter

1. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos qui ne sont pas établis sur leur territoire, mais qui ont une société mère ou une filiale établie sur leur territoire ou qui font partie d'un groupe ayant une autre entité établie sur leur territoire, soient réputés avoir été établis sur leur territoire aux fins de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE.

Aux fins de l'application du premier alinéa, si la société mère, la filiale ou l'autre entité du groupe sont établies chacune dans un État membre différent, le fournisseur est réputé avoir été établi dans l'État membre dans lequel la société mère est établie ou, à défaut d'un tel établissement dans un État membre, il est réputé avoir été établi dans l'État membre dans lequel la filiale est établie ou, à défaut d'un tel établissement dans un État membre, il est réputé avoir été établi dans l'État membre dans lequel cette autre entité du groupe est établie.

Aux fins de l'application du deuxième alinéa, s'il existe plusieurs filiales établies chacune dans un État membre différent, ou s'il existe plusieurs autres entités du groupe établies chacune dans un État membre différent, les États membres concernés veillent à ce que le fournisseur indique dans lequel d'entre eux il est réputé avoir été établi.

2. Les États membres communiquent à la Commission une liste des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos établis sur leur territoire et les critères définis à l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE sur lesquels leur compétence est fondée. Ils mettent cette liste à jour régulièrement. La Commission veille à ce que les autorités de régulation indépendantes compétentes aient accès à ces informations.»;

20. le titre du chapitre XI est remplacé par le texte suivant:

«AUTORITÉS DE RÉGULATION DES ÉTATS MEMBRES»;

21. l'article 30 est remplacé par le texte suivant:

«Article 30

1. Chaque État membre désigne une ou plusieurs autorités de régulation nationales indépendantes. Les États membres veillent à ce qu'elles soient juridiquement distinctes et fonctionnellement indépendantes de toute autre entité publique ou privée. Cette disposition est sans préjudice de la possibilité pour les États membres d'instituer des autorités de régulation ayant un contrôle sur différents secteurs.

2. Les États membres veillent à ce que les autorités de régulation nationales exercent leurs pouvoirs de manière impartiale et transparente et dans le respect des objectifs de la présente directive, notamment le pluralisme des médias, la diversité culturelle, la protection des consommateurs, le marché intérieur et la promotion de la concurrence loyale.

Les autorités de régulation nationales ne sollicitent ni n'acceptent d'instruction d'aucun autre organe en ce qui concerne l'accomplissement des tâches qui leur sont assignées en vertu du droit national transposant le droit de l'Union. Ceci n'empêche

pas une surveillance conformément aux dispositions nationales de droit constitutionnel.

3. Les compétences et les pouvoirs conférés aux autorités de régulation indépendantes, ainsi que les façons dont celles-ci doivent rendre des comptes, sont clairement définis par la loi.

4. Les États membres veillent à ce que les autorités de régulation nationales disposent de pouvoirs d'exécution adéquats pour exercer leurs fonctions de manière efficace.

5. Le chef d'une autorité de régulation nationale ou les membres de l'instance collégiale exerçant cette fonction au sein de l'autorité de régulation nationale ne peuvent être révoqués que s'ils ne remplissent plus les conditions requises pour exercer leurs fonctions, préalablement définies dans le droit national. Toute décision de licenciement est rendue publique et ses motifs sont mis à disposition.

6. Les États membres veillent à ce que les autorités de régulation nationales indépendantes disposent de budgets annuels distincts. Les budgets sont rendus publics. Les États membres veillent également à ce que les autorités de régulation nationales disposent des ressources financières et humaines adéquates pour leur permettre d'exécuter les tâches qui leur sont assignées et de participer activement à l'ERGA et d'y contribuer.

7. Les États membres veillent à ce qu'il existe, au niveau national, des mécanismes efficaces permettant à tout utilisateur ou à tout fournisseur de services de médias ou à tout fournisseur de plateforme de partage de vidéos, lésé par une décision prise par une autorité de régulation nationale, de contester cette décision devant une instance de recours. L'instance de recours est indépendante des parties concernées par le recours.

Cette instance de recours, qui peut être un tribunal, dispose des compétences appropriées pour être à même d'exercer ses fonctions efficacement. Les États membres veillent à ce que le fond de l'affaire soit dûment pris en considération et à ce qu'il existe un mécanisme de recours efficace.

Dans l'attente de l'issue de la procédure, la décision de l'autorité de régulation nationale est maintenue, sauf si des mesures provisoires sont octroyées conformément au droit national.»;

22. l'article 30 *bis* suivant est inséré:

«Article 30 bis

1. Le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) est institué.

2. L'ERGA est composé d'autorités de régulation nationales indépendantes, dans le domaine des services de médias audiovisuels. Ces autorités sont représentées par leur directeur ou par des représentants à haut niveau désignés et responsables au premier chef de la supervision des services de médias audiovisuels ou, dans des cas où il n'existe pas d'autorité de régulation nationale, par d'autres représentants désignés selon

les procédures de ces autorités. Un représentant de la Commission participe aux réunions du groupe.

3. L'ERGA assume les tâches suivantes:

a) conseiller et assister la Commission dans sa tâche consistant à assurer une mise en œuvre cohérente, dans tous les États membres, du cadre réglementaire en matière de services de médias audiovisuels;

b) conseiller et assister la Commission concernant toute question relative aux services de médias audiovisuels et relevant de la compétence de cette dernière. Pour conseiller la Commission sur certaines questions, le groupe peut, s'il y a lieu, consulter des acteurs du marché, des consommateurs et des utilisateurs finaux afin de recueillir les informations nécessaires;

c) permettre le partage d'expériences et de bonnes pratiques concernant l'application du cadre réglementaire en matière de services de médias audiovisuels;

d) coopérer et fournir à ses membres les informations nécessaires à l'application de la présente directive, notamment en ce qui concerne ses articles 3 et 4;

e) émettre des avis, à la demande de la Commission, sur les questions évoquées à l'article 2, paragraphe 5, point b), à l'article 6 *bis*, paragraphe 3, et à l'article 9, paragraphes 2 et 4, et sur toute question relative aux services de médias audiovisuels, notamment en matière de protection des mineurs et d'incitation à la haine.

4. La Commission est habilitée à adopter, par la voie d'un acte d'exécution, le règlement intérieur pour l'ERGA.»;

23. l'article 33 est remplacé par le texte suivant:

«Article 33

La Commission assure le suivi de l'application par les États membres de la directive, y compris l'application de la corégulation et de l'autorégulation au moyen de codes adoptés au niveau national.

Au plus tard le [*date – au plus tard quatre ans après la date d'adoption*], et ensuite tous les trois ans, la Commission présente au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen un rapport relatif à l'application de la présente directive.

Au plus tard le [*date – au plus tard dix ans après la date d'adoption*], la Commission soumet au Parlement européen et au Conseil une évaluation *ex post*, accompagnée, le cas échéant, de propositions en vue de sa révision, afin de mesurer l'impact de la directive et sa valeur ajoutée.».

Article 2

1. Les États membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive au plus tard le

[date – maximum un an après l'entrée en vigueur]. Ils communiquent immédiatement à la Commission le texte de ces dispositions.

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

2. Les États membres communiquent à la Commission le texte des dispositions essentielles de droit interne qu'ils adoptent dans le domaine couvert par la présente directive.

Article 3

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

Article 4

Les États membres sont destinataires de la présente directive.

Fait à Bruxelles, le

Par le Parlement européen
Le président

Par le Conseil
Le président