



Съвет на
Европейския съюз

Брюксел, 19 септември 2022 г.
(OR. en)

Междуинституционално досие:
2022/0277(COD)

12413/22
ADD 4

AUDIO 86
CODEC 1314
DIGIT 166
MI 668
DISINFO 72
FREMP 183
COMPET 712
EDPS 1
DATAPROTECT 256
JAI 1194
SERVICES 18
POLGEN 121

ПРИДРУЖИТЕЛНО ПИСМО

От: Генералния секретар на Европейската комисия, подписано от г-жа MARTINE DEPREZ, директор

Дата на получаване: 16 септември 2022 г.

До: Генералния секретариат на Съвета

№ док. Ком.: SWD(2022) 287 final

Относно: РАБОТЕН ДОКУМЕНТ НА СЛУЖБИТЕ НА КОМИСИЯТА РЕЗЮМЕ НА ДОКЛАДА ЗА ОЦЕНКАТА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО, придружаващ Предложение за Регламент на Европейския парламент и на Съвета за създаване на обща рамка за медийните услуги на вътрешния пазар (Европейски законодателен акт за свободата на медиите)

Приложено се изпраща на делегациите документ SWD(2022) 287 final.

Приложение: SWD(2022) 287 final



Брюксел, 16.9.2022 г.
SWD(2022) 287 final

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ НА СЛУЖБИТЕ НА КОМИСИЯТА
РЕЗЮМЕ НА ДОКЛАДА ЗА ОЦЕНКАТА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО,

придружаващ

Предложение за Регламент на Европейския парламент и на Съвета

**за създаване на обща рамка за медийните услуги на вътрешния пазар (Европейски
законодателен акт за свободата на медиите)**

{COM(2022) 457 final} - {SEC(2022) 322 final} - {SWD(2022) 286 final}

РЕЗЮМЕ

Оценка на въздействието на Европейския законодателен акт за свободата на медиите

А. Необходимост от действия

В какво се изразява проблемът и защо той се разглежда на равнището на ЕС?

Медийните пазари стават във все по-голяма степен цифрови и трансгранични по своята същност, като в хода на този процес няколко проблема възпрепятстват правилното функциониране на вътрешния медиен пазар. Сред тях са:

- пречките пред трансграничната дейност и инвестиции;
- недостатъчното регулаторно сътрудничество и сближаване;
- намесата в свободното предоставяне на качествени медийни услуги; и
- непрозрачното и/или несправедливо разпределение на икономически ресурси.

Макар проблемите да не са еднакво сериозни в целия ЕС, като цяло те пречат на медийните участници да използват пълния потенциал на вътрешния пазар, да поддържат икономическа устойчивост и да изпълняват правилно обществената си роля за информиране на гражданите и предприятията.

Какво следва да бъде постигнато?

Общата цел е да се подобри функционирането на вътрешния медиен пазар.

Конкретните цели на инициативата са следните:

- насърчаване на трансграничната дейност и инвестициите във вътрешния медиен пазар;
- засилване на регулаторното сътрудничество и сближаване на вътрешния медиен пазар;
- улесняване на свободното предоставяне на качествени медийни услуги на вътрешния пазар; и
- гарантиране на прозрачно и справедливо разпределение на икономическите ресурси на вътрешния медиен пазар.

Каква е добавената стойност от действия на равнището на ЕС (субсидиарност)?

Инициативата ще намали тежестта, пред която са изправени участниците на пазара, за да се съобразят с различните национални правни режими, когато извършват дейност в няколко държави членки. Това ще увеличи предвидимостта и правната сигурност, ще насърчи лоялната конкуренция (особено при глобалните онлайн платформи), ще засили трансграничните инвестиции и ще подобри качеството на медийните услуги, предоставяни в ЕС. Намесата само на национално равнище няма да постигне мащаб и необходимия ефект на сближаване. Инициативата няма да засегне националната идентичност или регулаторните традиции в областта на медиите.

Б. Решения

Какви са различните варианти за постигане на целите? Има ли предпочитан вариант? Ако няма такъв, каква е причината?

В допълнение към динамичния базов сценарий¹ подробно бяха оценени три варианта:

Вариант 1: Препоръка относно медийния плурализъм и независимост, която насърчава държавите членки и, в определени области, дружествата на медийния пазар да прилагат набор от действия за насърчаване на медийния плурализъм, редакционната независимост, както и прозрачността и справедливостта на медийния пазар.

Вариант 2: Законодателно предложение и препоръка относно независимостта на

¹ Базовият сценарий е динамичен, тъй като взема предвид всички съществуващи съответни закони на ЕС (напр. AMVSD) и тези, които са в процес на финализиране (напр. Законодателния акт за цифровите услуги и Законодателния акт за цифровите пазари).

медите, като в предложението се предвиждат общи правила за вътрешния пазар на медийни услуги, а в препоръката медийните дружества и държавите членки се приканват да поощряват независимостта и прозрачността на медиите.

Вариант 3: Подсилено законодателно предложение, с което в допълнение към всички законодателни елементи на вариант 2 се добавят допълнителни задължения за дружествата на медийния пазар и регулаторните органи за насърчаване на наличието на качествени медийни услуги и прозрачно/справедливо разпределение на икономическите ресурси на медийния пазар.

В законодателните предложения ще се предвиди създаването на съвет, съставен от представители на съответните национални регулаторни органи, подпомаган от секретариат, осигурен от Комисията (**подвариант А**), или от независима служба на ЕС (**подвариант Б**).

Предпочитаният вариант, препоръчан за приемане на политическо ниво, е **вариант 2, подвариант А**.

Какви са позициите на различните заинтересовани страни? Кой подкрепя отделните варианти?

Вариантът за балансирана законодателна намеса като алтернатива на непредприемането на действия или определянето на подробни стандарти се подкрепя от обществеността и повечето други заинтересовани страни, включително общността за свобода на медиите, организациите на потребителите, националните медийни регулатори, Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги (ERGA), обществените и частните радио- и телевизионни оператори, разпространителите на съдържание, онлайн посредниците и участниците в рекламната екосистема. Само издателите биха предпочели препоръка, въпреки че се обявяват в подкрепа на мерките по отношение на измерването на аудиторията, държавната реклама и защитата на журналистическите източници. Що се отнася до управлението, налице е широка подкрепа за надзорна структура, основана на ERGA. Регулаторните органи и общността за свобода на медиите подкрепят укрепването на ERGA, докато дружествата и стопанските сдружения по-скоро биха я запазили в настоящата ѝ форма.

В. Въздействие на предпочитания вариант

Какви са предимствата на предпочитания вариант (ако има такъв; в противен случай — на основните варианти)?

Един по-добре функциониращ вътрешен медиен пазар ще доведе до увеличаване на инвестициите и мащаба и до конкуренция, като по този начин ще се стимулира жизнеспособността на медийните дружества и ще се предостави на потребителите достъп до по-разнообразно качествено медийно съдържание. Годишните нетни икономически ползи, изразени в увеличени приходи на медийните дружества, се оценяват на 2,9 милиарда евро. Очакваните ползи за обществото включват повишаване на отчетността и доверието в медиите и подобряване на свободата и плурализма на медиите, като по този начин се укрепват принципите на правовата държава и демократичните стандарти.

Какви са разходите за предпочитания вариант (ако има такъв; в противен случай — за основните варианти)?

Предпочитаният вариант няма да доведе до разходи за гражданите и само до незначителни разходи за приспособяване за предприятията, т.е. общи еднократни разходи за всички дружества между 9,4 и 14 милиона евро и периодични годишни разходи между 5,6 и 14,5 милиона евро, като всички те ще бъдат абсорбирани като част от обичайните разходи. Годишните разходи за публичните органи ще бъдат 6,1 милиона евро. Това ще включва приблизително 2—2,3 милиона евро годишни разходи за ЕС: 8—10 дължостни

еквивалента на пълно работно време плюс около 1 млн. евро оперативен бюджет², предвиден за управленското решение, посочено в подвариант А.

Какво е въздействието върху МСП и конкурентоспособността?

Очаква се разходите за МСП да бъдат незначителни и свързани главно със запознаването с новите мерки. Те ще бъдат компенсирани от увеличените ползи, които се очаква да бъдат значителни, тъй като предпочитаният вариант ще даде възможност на МСП да извършват дейност, включително в трансграничен план, в една по-предвидима и последователна регулаторна среда. Инициативата ще разшири условията за конкуренция на МСП с други участници на пазара, включително онлайн платформи. Освен това по-прозрачното и по-справедливо разпределение на държавната реклама ще намали нарушенията на пазара в полза на МСП.

Ще има ли значително въздействие върху националните бюджети и администрации?

Националните органи ще имат периодични административни разходи и разходи за правоприлагане, но също така ще постигнат и икономии: националните медийни регулатори биха могли да очакват да спестят до 20 % от текущите си годишни разходи, свързани с координацията в ERGA. Очаква се предпочитаният вариант да повиши качеството на сътрудничеството между медийните регулатори и да им помогне да се справят с трансграничните предизвикателства. Освен това мерките относно държавната реклама и гаранциите за независимост на обществените медии ще внесат повече прозрачност и ефективност при използването на държавни ресурси.

Ще има ли други значителни въздействия?

По-голямото предоставяне на качествено медийно съдържание, по-голямата прозрачност на пазара и по-безопасното информационно пространство ще предоставят възможности и по-добра защита на потребителите, подобрявайки условията за упражняване на свободата на изразяване на мнение и свободата на информация. Освен това подобреният достъп до качествени медийни услуги за обществеността и предприятията ще подобри целостта на единния пазар като цяло.

Пропорционалност?

Мерките, предвидени в предпочитания вариант, са тясно фокусирани и не надхвърлят необходимото за постигане на целите на инициативата. По-специално предпочитаният вариант предвижда само балансиран мерки за хармонизиране, съчетани с рамка за сътрудничество между националните медийни регулатори в съвет на ЕС, които са необходими за правилното функциониране на вътрешния медиен пазар. Предложението отчита тежестта за различните участници и ограничава новите задължения до основните, като преките разходи за привеждане в съответствие и прилагане са съизмерими с целите на инициативата.

Г. Последващи действия

Кога ще се извърши преглед на политиката?

След приемането на законодателния инструмент на държавите членки ще бъдат предоставени между 3 и 6 месеца, за да адаптират националните си рамки, в зависимост от съответните разпоредби. Първата оценка ще се извърши 4 години след влизането в сила на новите правила, а последващите оценки ще се извършват на всеки 4 години. В рамките на законодателния инструмент ще бъде създаден независим механизъм за наблюдение на рисковете за функционирането на вътрешния пазар на медийни услуги. В случая на препоръката ще бъде предвидена и специална схема за мониторинг. По-специално държавите членки ще представят на Комисията цялата необходима информация относно мерките и действията, предприети във връзка с прозрачността на собствеността върху

² В законодателната финансова обосновка са дадени подробни данни за разходите за ЕС.

медиите. Други области от препоръката ще бъдат наблюдавани като част от механизма, създаден със законодателния инструмент.