



Raad van de
Europese Unie

Brussel, 19 september 2022
(OR. en)

**Interinstitutioneel dossier:
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**

BEGELEIDENDE NOTA

van:	de secretaris-generaal van de Europese Commissie, ondertekend door mevrouw Martine DEPREZ, directeur
ingekomen:	16 september 2022
aan:	het secretariaat-generaal van de Raad
nr. Comdoc.:	SWD(2022) 287 final - ANNEX
Betreft:	WERKDOCUMENT VAN DE DIENSTEN VAN DE COMMISSIE SAMENVATTING VAN HET EFFECTBEOORDELINGSVERSLAG bij het Voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad tot vaststelling van een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten op de interne markt ("verordening mediavrijheid")

Hierbij gaat voor de delegaties document SWD(2022) 287 final - ANNEX.

Bijlage: SWD(2022) 287 final - ANNEX



Brussel, 16.9.2022
SWD(2022) 287 final

WERKDOCUMENT VAN DE DIENSTEN VAN DE COMMISSIE
SAMENVATTING VAN HET EFFECTBEOORDELINGSVERSLAG

bij het

Voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad
tot vaststelling van een gemeenschappelijk kader voor mediadiensten op de interne
markt (“verordening mediavrijheid”)

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

SAMENVATTING

Effectbeoordeling van de verordening mediavrijheid

A. De noodzaak om actie te ondernemen

Wat is het probleem en waarom is het een probleem op EU-niveau?

Naarmate de mediamarkten in toenemende mate een digitale en inherent grensoverschrijdende dimensie krijgen, staan verschillende problemen in de weg van de goede werking van de interne mediamarkt. Dit zijn:

- belemmeringen voor grensoverschrijdende activiteiten en investeringen;
- onvoldoende samenwerking en convergentie op regelgevingsgebied;
- inmenging in het vrij aanbieden van hoogwaardige mediadiensten; en
- ondoorzichtige en/of oneerlijke toewijzing van economische middelen.

Hoewel de ernst van de problemen binnen de EU uiteenloopt, maken ze het voor spelers op de mediamarkt in het algemeen moeilijk om het potentieel van de interne markt ten volle te benutten, de economische duurzaamheid te handhaven en hun maatschappelijke rol om burgers en bedrijven te informeren naar behoren te vervullen.

Wat is het doel?

De algemene doelstelling is om de werking van de interne mediamarkt te verbeteren.

De specifieke doelstellingen van het initiatief zijn:

- het bevorderen van grensoverschrijdende activiteiten en investeringen op de interne mediamarkt;
- het vergroten van samenwerking en convergentie op regelgevingsgebied op de interne mediamarkt;
- het faciliteren van het vrij aanbieden van hoogwaardige mediadiensten op de interne markt; en
- het waarborgen van een transparante en eerlijke toewijzing van economische middelen op de interne mediamarkt.

Wat is de meerwaarde van EU-maatregelen (subsidiariteit)?

Het initiatief zal het voor spelers op de markt eenvoudiger maken om nationale wettelijke regelingen na te leven wanneer ze in meerdere lidstaten actief zijn. Het zal de voorspelbaarheid en rechtszekerheid ten goede komen, eerlijke concurrentie bevorderen (met name ten opzichte van wereldwijde online-platforms), grensoverschrijdende investeringen stimuleren en de kwaliteit van in de EU aangeboden mediadiensten verbeteren. Maatregelen die alleen worden genomen op nationaal niveau, zouden onvoldoende grootschalig zijn en niet het nodige harmoniserende effect hebben. In elk geval zal het initiatief geen invloed hebben op nationale identiteiten of regelgevingstradities op mediagebied.

B. Oplossingen

Welke opties dienen zich aan? Is er al dan niet een voorkeursoptie? Zo niet, waarom?

Naast het dynamische¹ basisscenario werden drie opties uitvoerig beoordeeld.

Optie 1: Aanbeveling over de pluriformiteit en de onafhankelijkheid van de media, waarbij de lidstaten en, in sommige gebieden, bedrijven op de mediamarkt worden gestimuleerd om een reeks maatregelen te treffen om de pluriformiteit van de media, redactionele onafhankelijkheid en de transparantie en eerlijkheid op de mediamarkt te bevorderen.

Optie 2: Wetgevingsvoorstel en aanbeveling over de onafhankelijkheid van de media, waarbij het eerste document algemene regels voor de interne markt voor mediadiensten bevat en

¹ Het basisscenario is dynamisch, aangezien het rekening houdt met alle bestaande relevante EU-wetten (bijv. richtlijn audiovisuele mediadiensten) en wetgeving waaraan momenteel de laatste hand wordt gelegd (bijv. wet inzake digitale diensten en wet inzake digitale markten).

het laatste mediabedrijven en lidstaten stimuleert om de onafhankelijkheid en de transparantie van de media te bevorderen.

Optie 3: Verbeterd wetgevingsvoorstel waarbij bovenop alle wetgevingselementen van optie 2 verdere verplichtingen voor bedrijven op de mediamarkt en regulerende instanties worden toegevoegd om de beschikbaarheid van hoogwaardige mediadiensten en een transparante en eerlijke toewijzing van economische middelen op de mediamarkt te bevorderen.

Wetgevingsvoorstellen zouden voorzien in de instelling van een raad bestaande uit vertegenwoordigers van de relevante regulerende instanties, bijgestaan door een door de Commissie ter beschikking gesteld secretariaat (**suboptie A**), of een onafhankelijk EU-bureau (**suboptie B**).

De voorkeursoptie die wordt aanbevolen voor politieke goedkeuring is **optie 2, suboptie A**.

Hoe reageren de verschillende belanghebbenden? Wie steunt welke optie?

De optie van een evenwichtige wetgevende maatregel in tegenstelling tot geen actie of gedetailleerde normering wordt ondersteund door het publiek en de meeste andere belanghebbenden, waaronder de gemeenschap voor mediavrijheid, consumentenorganisaties, nationale regulerende instanties voor de media, de Europese Groep van regulerende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA), publieke en particuliere omroepen, verspreiders van inhoud, onlinetussenpersonen en spelers in het reclame-ecosysteem. Alleen uitgevers zouden de voorkeur geven aan een aanbeveling, hoewel ze zich wel achter maatregelen voor publiekmeting, overheidsreclame en bescherming van journalistieke bronnen scharen. Wat bestuur betreft, bestaat er een breed draagvlak voor een op ERGA gebaseerde toezichtstructuur. Met name regulerende instanties en de gemeenschap voor mediavrijheid zijn voorstander van een versterking van ERGA, terwijl bedrijven en ondernemersorganisaties de huidige vorm willen behouden.

C. Effecten van de voorkeursoptie

Wat zijn de voordelen van de voorkeursoptie (als er een voorkeursoptie is; zo niet, wat zijn de voordelen van de belangrijkste opties)?

Een betere werking van de interne mediamarkt zal leiden tot meer investeringen, opschaling en concurrentie, waardoor de levensvatbaarheid van mediabedrijven wordt verbeterd en consumenten toegang krijgen tot een veelzijdiger aanbod van media-inhoud van hoge kwaliteit. De jaarlijkse netto economische voordelen, in termen van extra inkomsten van mediabedrijven, worden geschat op 2,9 miljard EUR. Tot de verwachte maatschappelijke voordelen behoren een grotere verantwoordingsplicht en meer vertrouwen in de media en een verbetering van de vrijheid en de pluriformiteit van de media, waardoor de rechtsstaat en de democratische normen worden versterkt.

Wat zijn de kosten van de voorkeursoptie (als er een voorkeursoptie is; zo niet, wat zijn de kosten van de belangrijkste opties)?

De voorkeursoptie brengt geen kosten met zich mee voor burgers en slechts verwaarloosbare aanpassingskosten voor bedrijven, d.w.z. eenmalige kosten voor alle bedrijven tussen 9,4 en 14 miljoen EUR en terugkerende jaarlijkse kosten tussen 5,6 en 14,5 miljoen EUR, die volledig worden geabsorbeerd in de kosten die in het kader van de normale bedrijfsvoering worden gemaakt. De jaarlijkse kosten voor overheidsinstanties bedragen 6,1 miljoen EUR. Dit omvat ongeveer 2 à 2,3 miljoen EUR aan jaarlijkse kosten voor de EU: 8 à 10 voltijdequivalenten plus circa 1 miljoen EUR² aan operationele budget voor de in suboptie A uiteengezette bestuursoplossing.

² Het financieel memorandum bevat gedetailleerde cijfers betreffende de kosten voor de EU.

Wat zijn de gevolgen voor kleine en middelgrote ondernemingen en voor het concurrentievermogen?

De kosten voor kmo's zijn naar verwachting gering en voornamelijk gerelateerd aan het vertrouwd raken met de nieuwe maatregelen. Deze worden gecompenseerd door toegenomen voordelen, die naar verwachting aanzienlijk zullen zijn, aangezien de voorkeursoptie kmo's in staat zou stellen, ook grensoverschrijdend, in een meer voorspelbaar en consistent regelgevingskader te opereren. Het initiatief zou kmo's meer gelegenheid bieden om te concurreren met andere spelers op de markt, waaronder onlineplatforms. Daarnaast zou een transparantere en eerlijke toewijzing van overheidsreclame marktverstoringen verminderen, hetgeen kmo's tot voordeel zou strekken.

Zijn er significante gevolgen voor de nationale begrotingen en overheden?

Nationale instanties zullen te maken krijgen met terugkerende administratieve en handhavingskosten, maar ook besparingen: nationale regulerende instanties voor de media kunnen een besparing van maximaal 20 % van hun huidige jaarlijkse uitgaven in verband met de coördinatie binnen ERGA verwachten. De voorkeursoptie zal naar verwachting de samenwerking tussen regulerende instanties voor de media verbeteren en hen helpen de grensoverschrijdende uitdagingen aan te gaan. Daarnaast zullen de maatregelen inzake overheidsreclame en waarborgen inzake onafhankelijkheid voor publieke media de transparantie en doeltreffendheid van het gebruik van overheidsmiddelen ten goede komen.

Zijn er andere significante gevolgen?

Het toenemende aanbod van media-inhoud van hoge kwaliteit, grotere markttransparantie en veiligere informatieruimte zal consumenten beter toerusten en beter beschermen, hetgeen leidt tot betere voorwaarden voor het uitoefenen van de van meningsuiting en informatie. Daarnaast zal de verbeterde toegang tot hoogwaardige mediadiensten voor burgers en bedrijven de integriteit van de eengemaakte markt in zijn algemeenheid verbeteren.

Evenredigheid?

De in de voorkeursoptie beoogde maatregelen zijn doelgericht en beperken zich tot wat noodzakelijk is om de doelstellingen van het initiatief te verwezenlijken. De voorkeursoptie beoogt met name enkel evenwichtige harmonisatiemaatregelen, gekoppeld aan een samenwerkingskader voor nationale regulerende instanties voor de media in een EU-raad, die noodzakelijk zijn voor de goede werking van de interne mediamarkt. Het voorstel houdt rekening met de lasten voor verschillende actoren en beperkt de nieuwe verplichtingen tot de belangrijkste, waarbij directe nalevings- en handhavingskosten evenredig zijn aan de doelstellingen van het initiatief.

D. Evaluatie

Wanneer wordt het beleid geëvalueerd?

Na de aanneming van het wetgevingsinstrument hebben de lidstaten drie à zes maanden de tijd om hun nationale kader aan te passen, al naar gelang de relevante bepalingen. De eerste evaluatie wordt vier jaar na de inwerkingtreding van de nieuwe regels uitgevoerd en de daaropvolgende evaluaties vinden om de vier jaar plaats. In het kader van het wetgevingsinstrument wordt een onafhankelijk mechanisme opgezet om toe te zien op risico's voor de werking van de interne markt voor mediadiensten. In het geval van de aanbeveling wordt ook voorzien in een specifieke toezichtregeling. Met name zullen de lidstaten de Commissie alle relevante informatie verstrekken over maatregelen en acties met betrekking tot de transparantie van media-eigendom. Andere terreinen van de aanbeveling worden gemonitord in het kader van het door het wetgevingsinstrument opgezette mechanisme.