



KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH

Bruksela, dnia 13.12.2005
COM(2005) 646 końcowy

2005/0260 (COD)

Wniosek

**DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY
ZMIENIAJĄCA DYREKTYWĘ RADY 89/552/EWG**

**w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i
administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej
działalności transmisyjnej**

(przedstawiona przez Komisję)

{SEC(2005) 1625}

{SEC(2005) 1626}

UZASADNIENIE

1) KONTEKST WNIOSKU

- **Podstawa i cele wniosku**

Rynek europejskich usług telewizyjnych zmienił się zasadniczo wskutek konwergencji technologii i rynków. „Tradycyjne” usługi telewizyjne są nadal regulowane na podstawie koncepcji z lat 80-tych i 90-tych. Choć podejście to umożliwiło spektakularny rozwój rynku audiowizualnego w Unii Europejskiej, to nie jest już ono dostosowane do rosnących możliwości wyboru usług audiowizualnych przez konsumentów w epoce cyfrowej. Jednocześnie nadawcy muszą coraz częściej konkurować z innymi usługami linearnymi na innych platformach oraz z usługami nielinearnymi (na żądanie), które oferują takie same lub podobne treści audiowizualne, lecz podlegają innemu otoczeniu regulacyjnemu. Stwarza to niejednakowe warunki konkurencji w zależności od sposobu dostarczania treści. Dlatego zgodnie z zasadami „lepszyc regulacji” wymagane jest nowe podejście.

- **Kontekst ogólny**

Biorąc pod uwagę rozwój technologiczny i rynkowy, oraz w celu dalszej poprawy konkurencyjności europejskiego sektora technologii informatycznych i komunikacyjnych oraz sektora mediów, Komisja postanowiła rozpocząć przegląd obecnych ram regulacyjnych dotyczących transmisji telewizyjnej. Modernizacja ram prawnych dla usług w zakresie mediów audiowizualnych na jednolitym rynku jest integralną częścią starań Komisji o lepsze regulacje. Jednocześnie wnosi ona wkład w realizację strategii lizbońskiej i jest zasadniczym elementem nowej strategicznej inicjatywy i2010 przyjętej przez Komisję w czerwcu tego roku. Ponadto jest ona zgodna z komunikatem w sprawie przyspieszenia przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe, przyjętym przez Komisję w maju 2005 r.

Zgodnie z planem prac dołączonym do czwartego sprawozdania dotyczącego stosowania dyrektywy 89/552/EWG „Telewizja bez granic”¹, Komisja rozpoczęła w 2003 r. pierwszą rundę konsultacji dotyczących przeglądu dyrektywy Rady 89/552/EWG, zmienionej dyrektywą 97/36/WE (dyrektywy „Telewizja bez granic” – TVWF), obejmującą przesłuchania publiczne i pisemne konsultacje. Komisja wyciągnęła wnioski z tych pierwszych konsultacji w komunikacie w sprawie przyszłych uregulowań europejskiej polityki audiowizualnej.² W ślad za tym komunikatem utworzono grupy specjalistyczne (Focus Groups) w celu dogłębnego omówienia niektórych kwestii z ekspertami.

Wyniki prac grup specjalistycznych przedstawiono Państwom Członkowskim na seminarium w Luksemburgu w dniach 30-31 maja 2005 r. i streszczono w „Dokumentach problemowych” opublikowanych przez Komisję w lipcu 2005 r. W tej drugiej rundzie konsultacji Komisja otrzymała uwagi od ponad 200 zainteresowanych stron ze wszystkich sektorów, w tym od przedstawicieli społeczeństwa obywatelskiego i przemysłu.

„Dokumenty problemowe” i uwagi posłużyły jako podstawa do przygotowania dużej konferencji nt. polityki audiowizualnej, zorganizowanej wspólnie z Prezydencją

¹ COM(2002) 778.

² COM(2003) 784.

Zjednoczonego Królestwa w Liverpoolu we wrześniu 2005 r. Konferencja ta stanowiła ramy dla zakończenia dyskusji i wyznaczyła koniec prowadzonych konsultacji.

Głównym wnioskiem wyciągniętym z tej debaty było stwierdzenie, iż utrzymanie dyrektywy „Telewizja bez granic” w jej obecnym kształcie pogłębiłoby coraz bardziej nieuzasadnione różnice w regulacyjnym traktowaniu różnych form dystrybucji identycznych lub podobnych treści medialnych, oraz że potrzebne jest z tego powodu działanie na poziomie UE, tak aby zwiększyć pewność prawną w celu zapewnienia najlepszych możliwych warunków służących konkurencyjności sektora.

Celem niniejszego wniosku jest zapewnienie, że dostawcy medialnych usług audiowizualnych na żądanie w Państwach Członkowskich mogą w pełni korzystać z zalet rynku wewnętrznego dzięki zastosowaniu zasady regulacji według kraju pochodzenia. Przyniosłoby to zwiększenie ogólnej pewności prawnej dla dostawców medialnych usług audiowizualnych w UE.

Jest to zgodne z zasadą neutralności technologicznej, ponieważ nowoczesne zasady obowiązujące w dziedzinie polityki audiowizualnej nie powinny dokonywać rozróżnień tak pomiędzy, jak i w obrębie różnych platform dostarczających podobnych treści, i powinny stwarzać jednakowe warunki dla uczciwej konkurencji pomiędzy różnymi podmiotami gospodarczymi, pozwalając jednocześnie na rozwój różnych nowych usług.

Jednocześnie w świetle rozwoju technologii i rynku oraz zachowań użytkowników (ich zwiększonego wyboru i odpowiedzialności), a także aby zachować proporcjonalność z celami interesu publicznego, potrzebny jest większy stopień elastyczności pod względem zasad dotyczących linearnych medialnych usług audiowizualnych, w szczególności odnośnie do reklamy.

Generalnie celem wniosku Komisji jest zmodernizowanie i uproszczenie ram regulacyjnych dotyczących transmisji lub usług linearnych oraz wprowadzenie minimalnych zasad dla nielinearnych medialnych usług audiowizualnych.

- **Obowiązujące przepisy w dziedzinie, której dotyczy wniosek**

Dyrektywa Rady 89/552/EWG, zmieniona dyrektywą 97/36/WE, dotyczy „transmisji telewizyjnej”. Niniejszy wniosek zmienia dyrektywę TVWF w celu ustanowienia zmodernizowanych i elastycznych ram dla transmisji telewizyjnych, w tym dla innych linearnych (nadawanych według ustalonego programu) medialnych usług audiowizualnych, oraz wprowadzenia minimalnych przepisów dla nielinearnych (dostępnych na żądanie) medialnych usług audiowizualnych.

- **Spójność z innymi politykami i celami Unii**

Niniejszy wniosek jest uzupełniający w stosunku do istniejących przepisów prawnych UE, w szczególności do dyrektywy 2000/31/WE o handlu elektronicznym, która również dotyczy usług na żądanie. Dyrektywa 2000/31/WE pozwala Państwom Członkowskim na odstępianie od zasady kraju pochodzenia z szeregu powodów związanych z polityką publiczną. Skutkuje to tym, że medialne usługi audiowizualne na żądanie mogą podlegać różnym zasadom dotyczącym dostarczanych treści w różnych Państwach Członkowskich (art. 3 ust. 4 dyrektywy 2000/31/WE). Ponadto dyrektywa 2000/31/WE nie zajmuje się kwestiami polityki publicznej, takimi jak ochrona małoletnich lub godności ludzkiej, podczas gdy niniejszy wniosek przewiduje minimalną koordynację w tych dziedzinach dla medialnych usług audiowizualnych.

Dyrektywa 2005/29/WE stosuje się do nieuczciwych praktyk handlowych, takich jak praktyki wprowadzające w błąd i praktyki agresywne, poprzez podejście ogólnomedialne, podczas gdy niniejsza dyrektywa wprowadza szczegółowe przepisy dotyczące komunikacji handlowej, dostosowane do medialnych usług audiowizualnych.

Dyrektywa 2003/33/WE zakazuje reklamy papierosów i innych produktów tytoniowych w prasie i innych wydawnictwach, w audycjach radiowych oraz w usługach społeczeństwa informacyjnego. Zakazuje ona również sponsorowania audycji radiowych oraz imprez o charakterze ponadnarodowym przez przedsiębiorstwa, których podstawową działalność stanowi produkcja bądź sprzedaż wyrobów tytoniowych. Ponadto motyw 14 dyrektywy 2003/33/WE stwierdza wyraźnie, że wszelkie formy bezpośredniej lub pośredniej reklamy telewizyjnej papierosów i innych produktów tytoniowych w usługach nadawczych są zakazane na mocy dyrektywy TVWF, i podobnie byłyby one zakazane we wszelkich medialnych usługach audiowizualnych, jeśli niniejszy wniosek zostanie przyjęty.

Niniejszy wniosek w pełni uwzględnia podstawowe prawa i zasady uznane w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej, w szczególności w jej art. 11. W tym zakresie niniejszy wniosek nie uniemożliwia Państwu Członkowskim stosowania ich norm konstytucyjnych odnoszących się do wolności prasy i wolności słowa w mediach.

2) KONSULTACJE Z ZAINTERESOWANYMI STRONAMI ORAZ OCENA WPŁYWU

• Konsultacje z zainteresowanymi stronami

Metody konsultacji, główne sektory objęte konsultacjami i ogólny profil respondentów

Pierwsze publiczne konsultacje miały miejsce w 2003 r. Komisja opublikowała na swojej stronie internetowej dokumenty dyskusyjne i zaprosiła zainteresowane strony, aby przekazały swoje pisemne uwagi do dnia 15 lipca 2003 r. Komisja otrzymała ponad 150 pisemnych uwag (około 1^o350 stron) od wszystkich właściwych podmiotów (nadawców prywatnych i publicznych, organów regulacyjnych, producentów, posiadaczy praw) i większości Państw Członkowskich. Następnie zorganizowano serię przesłuchań publicznych.

Komisja w komunikacie w sprawie przyszłych uregulowań europejskiej polityki audiowizualnej [COM(2003) 784 z 15.12.2003 r.] wyciągnęła wnioski z tej pierwszej rundy konsultacji i utworzyła trzy specjalistyczne grupy złożone z ekspertów w celu przedyskutowania: i) zakresu przyszłych uregulowań, ii) odpowiednich zasad dotyczących reklamy telewizyjnej oraz iii) prawa do informacji/krótkich relacji.

Wyniki dyskusji grup specjalistycznych streszczono w „Dokumentach problemowych”, opublikowanych w lipcu 2005 r. w ramach przygotowań do konferencji nt. polityki audiowizualnej zorganizowanej wspólnie z Prezydencją Zjednoczonego Królestwa. W tej drugiej rundzie konsultacji Komisja otrzymała opinie od ponad 200 zainteresowanych stron, w tym od firm z sektora technologii informacyjnych i komunikacyjnych, operatorów telekomunikacyjnych i dostawców usług internetowych. Konsultacje te uruchomiły wśród wszystkich głównych zainteresowanych stron szeroką debatę na temat kwestii, o których tu mowa, której zwieńczeniem była konferencja w Liverpoolu we wrześniu 2005 r.

Otwarte konsultacje w 2005 r. przeprowadzone zostały przez Internet w okresie od 11 lipca do 5 września 2005 r. Komisja otrzymała odpowiedzi od 206 zainteresowanych

stron.

Wyniki obydwu konsultacji są dostępne na internetowej stronie Komisji:

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-twff2003/contribution.htm>

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/revision-tvwwf2005/2005-contribution.htm>

Streszczenie odpowiedzi oraz sposób, w jaki były one uwzględniane

Zakres przyszłych uregulowań

Z dyskusji wyraźnie wynikało, że ważną zasadą jest neutralność technologiczna. Państwa Członkowskie, organizacje konsumenckie oraz nadawcy publiczni wspierają rewizję zasad dotyczących treści w odniesieniu do telewizji jako część obszernych ram regulacyjnych dotyczących wszystkich medialnych usług audiowizualnych. Jednakże wszyscy są zgodni co do tego, że horyzontalne podejście do treści może przynieść właściwy skutek tylko wówczas, jeśli usługi linearne i nielinearne podlegają dwustopniowemu systemowi zasad.

W konsultacjach większość respondentów wyrażała pogląd, że rozróżnienie pomiędzy usługami linearnymi i nielinearnymi jest praktyczną, wybiegającą w przyszłość podstawą dla definicji prawnej.

Reklama

Odnosnie do zasad ilościowych zastanawiano się nad większą elastycznością przepisów dotyczących zamieszczania oraz dziennych limitów reklam. Pomysł ten był szeroko popierany przez sektor oraz, w pewnym stopniu, również przez nadawców publicznych i niektóre Państwa Członkowskie.

Wiele zainteresowanych stron podkreśliło użyteczność współregulacji i samoregulacji w dziedzinie reklamy.

Ochrona małoletnich i godności ludzkiej

Jeśli chodzi o ochronę małoletnich i podburzanie do nienawiści wydaje się, że istnieje dość szeroka zgoda co do obecnej równowagi w dyrektywie TVWF. Państwa Członkowskie, nadawcy publiczni, organizacje religijne oraz organizacje konsumenckie i reprezentujące widzów wyraziły zgodnie pogląd, że wartości te powinny obowiązywać również w przypadku usług nielinearnych, a nie tylko tradycyjnej telewizji.

Różnorodność kulturowa

Choć istnieje ogólna zgoda co do celu, jakim jest dynamiczny europejski sektor produkcji audiowizualnej, stanowiący przy tym odbicie różnorodności naszych kultur, to oczywiste jest, że limity czasu transmisji nie są możliwe w świecie usług na żądanie. Z drugiej strony niewątpliwie jest, że dyrektywa powinna również w sposób wszechstronny zapewnić swobodny obieg nielinearnych usług na rynku wewnętrznym i musi uwzględnić tę kwestię.

Prawa do informacji i krótkich relacji

Podejście zainteresowanych stron do prawa do informacji i do krótkich relacji było różne: z jednej strony niektórzy zainteresowani twierdzą, że nie ma potrzeby harmonizacji różnych ram regulacyjnych na poziomie europejskim; z drugiej strony natomiast nadawcy publiczni uważają, iż obecne warunki negocjowania nie ułatwiają dostępu do krótkich relacji, a więc przydatny byłby przepis w tym względzie w

dyrektywie.

- **Gromadzenie i wykorzystanie wiedzy specjalistycznej**

Stosowne dziedziny naukowe/specjalistyczne

- badanie porównawcze dotyczące wpływu środków regulacji na rynki reklamy telewizyjnej w Państwach Członkowskich Unii Europejskiej (Carat);
- badanie wpływu środków wspierania dystrybucji i produkcji programów telewizyjnych – na płaszczyźnie wspólnotowej i krajowej (David Graham and Associated Ltd.);
- badanie środków współregulacyjnych w sektorze medialnym (Hans Bredow Institut);
- badanie nad stosowaniem przepisów dotyczących reklamy telewizyjnej, sponsorowania i telezakupów (Audimetric);
- ocena wpływu (Rand).

Zastosowana metodyka

Analiza porównawcza, badania statystyczne, wywiady jakościowe, badania bibliograficzne, gromadzenie faktów i danych liczbowych przy uwzględnieniu parametrów ekonomicznych oraz czynników technologicznych.

Główne organizacje/eksperti, z którymi się konsultowano

Grupy specjalistyczne, Carat, RAND, David Graham and Associated Ltd., Hans Bredow Institut, S.A. Audimetric oraz wszystkie zainteresowane strony w dwu publicznych konsultacjach.

Streszczenie otrzymanych i wykorzystanych opinii

Nie wspomniano o istnieniu potencjalnie poważnego ryzyka o nieodwracalnych skutkach.

- Badanie wpływu środków wspierania dystrybucji i produkcji programów telewizyjnych potwierdza, że art. 4 i 5 dyrektywy TVWF okazały się zadowalającymi i stabilnymi ramami dla wspierania europejskiej i niezależnej produkcji audiowizualnej oraz różnorodności kulturalnej. Od czasu wejścia w życie wywarły one znaczny pozytywny wpływ nie tylko pod względem zwiększenia udziału europejskich produkcji w europejskich programach telewizyjnych, lecz także w kategoriach kulturowych i ekonomicznych.
- Wpływ regulacji na rynki reklamy telewizyjnej (art. 10 do 20 dyrektywy TVWF): nadawcy nalegają na uproszczenie, a nawet na skreślenie art. 11, który uważają za zbyt skomplikowany. Liczba przerw na reklamę jest mniejsza w krajach, gdzie regulacja jest rygorystyczna, a większa na rynkach o mniejszym stopniu regulacji. Analiza wykazuje, że ograniczenia przewidziane w art. 18 zapewniają właściwą równowagę pomiędzy ochroną widza a potrzebami rynkowymi. Jeżeli chodzi o lokowanie produktu, to przekazanie odbiorcom jasnych i dokładnych informacji o lokowaniu produktu w programie przez reklamujący się podmiot pozwoliłoby uniknąć kwalifikowania tego jako kryptoreklamy.

Forma publicznego udostępnienia opinii ekspertów

Strona internetowa Dyrekcji Generalnej ds. Społeczeństwa Informacyjnego i Mediów:
http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm

• Ocena wpływu

Przy rozpatrywaniu przeglądu dyrektywy TVWF, istnieje pięć możliwych opcji:

(1) Uchylenie dyrektywy

Z punktu widzenia wewnętrznego rynku usług audiowizualnych, ochrony małoletnich i godności ludzkiej, konsumentów i porządku publicznego, jak również wspierania różnorodności kulturowej, uchylenie dyrektywy oznaczałoby, że stosowane byłyby tylko przepisy krajowe, i że żaden nadawca nie mógłby się powołać na zasadę kraju pochodzenia.

(2) Rezygnacja ze zmiany dyrektywy

Wszelka ocena wpływu musi wziąć pod uwagę scenariusz, w którym nic nie ulega zmianie (*status quo*). Stanowi to punkt odniesienia dla oceny wpływu pozostałych opcji.

(3) Wprowadzenie pojedynczych zmian oraz uściślenie tekstu

Dyrektywa zostałaby zmieniona pod kątem aktualizacji definicji zgodnie z orzecznictwem Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich w celu wyjaśnienia, że wszystkie usługi linearne podobne do telewizji są nią objęte. Dyrektywa nie obejmowałaby usług nielinearnych.

(4) Stworzenie obszernych ram ze stopniowanym traktowaniem usług linearnych i nielinearnych

Dyrektywa stworzyłaby obszerne ramy dla dowolnej formy elektronicznego dostarczania treści audiowizualnych, lecz traktowałaby różne typy usług (w szczególności linearne i nielinearne) w różny sposób. Usługi nielinearne podlegałyby jedynie zbiorowi podstawowych zasad.

(5) Pełna harmonizacja z równym traktowaniem usług linearnych i nielinearnych

Wymagałoby to wprowadzenia dyrektywy dotyczącej usług dostarczania treści audiowizualnych, która traktowałaby wszystkie typy usług w ten sam sposób. Każdy przepis tej dyrektywy – od zasady kraju pochodzenia do wymagań dotyczących produkcji europejskich i niezależnych – stosowałby się tak samo do wszystkich dostawców usług linearnych i nielinearnych.

W ocenie wpływu zanalizowano szczegółowo opcje 2, 3 i 4.

Uchylenie dyrektywy — opcja 1 — nie przyniosłoby korzyści ani podmiotom gospodarczym, które nie mogłyby już działać na skoordynowanym i otwartym ogólnoeuropejskim rynku audiowizualnym, ani konsumentom, którzy utraciliby gwarancję dostępu do znacznej liczby usług audiowizualnych respektujących określone minimalne normy niezależnie od Państwa Członkowskiego, z którego pochodzą. W toku rozległych konsultacji publicznych wspomnianych w rozdziale 1, żadna z zainteresowanych stron nie złożyła wniosku o takim charakterze. Z tych powodów opcja 1 nie może być uznana za realistyczną i nie została wzięta pod uwagę w ocenie wpływu.

Opcja 5 wymaga pełnej harmonizacji w całym sektorze audiowizualnym. Ona również nie została wzięta pod uwagę, gdyż jej realizacja w obecnym kontekście — wysoce zróżnicowany, podlegający szybkim zmianom sektor, uzależniony od niestabilnej mieszaniny interesów ekonomicznych, politycznych i społeczno-kulturowych — wydaje się niemożliwa w dającej się przewidzieć przyszłości. Również w tym przypadku żadna z zainteresowanych stron nie złożyła odpowiedniego wniosku.

Zidentyfikowano dziewięć głównych grup zainteresowanych stron oraz administracje Państw Członkowskich i Komisję, jako bezpośrednio lub pośrednio zaangażowane we wprowadzanie uregulowań opartych na dyrektywie TVWF lub jej zrewidowanej wersji. Dla tych zainteresowanych, w tabelach podsumowano szczegółową ocenę wpływu dla trzech opcji politycznych określonych powyżej, odnośnie do głównych kwestii omawianych podczas publicznych konsultacji — patrz Załącznik.

Analiza wykazała, że opcja zachowania *status quo* (opcja 2) miałyby negatywne skutki dla znacznej liczby zainteresowanych stron. Tylko kilku zainteresowanych odniosłoby wyraźne korzyści z utrzymania dyrektywy w niezmienionym kształcie.

Według analizy opcja 3 wywarłaby wpływ na mniejszą liczbę zainteresowanych stron z uwagi na swój ograniczony zakres i poprawiłaby bilans ryzyka/korzyści również tylko niewielkiej liczbie zainteresowanych stron. Dla niektórych z nich opcja ta nie spowodowałaby jakiegokolwiek istotnej zmiany ogólnych warunków, podczas gdy w niewielu przypadkach stanowiłaby pozytywny scenariusz.

Obszerne ramy prawne ze stopniowanym traktowaniem usług linearnych i nielinearnych stanowiłyby niemal przeciwieństwo opcji *status quo* pod względem liczby zainteresowanych, którzy odnieśliby korzyści lub zostali negatywnie dotknięci obszerną rewizją dyrektywy. Choć względna większość zainteresowanych nie stanęłaby w obliczu zmienionych warunków, to opcja ta stanowiłaby istotnie polepszony scenariusz dla dużej liczby zainteresowanych stron. Tylko w kilku przypadkach warunki mogłyby ulec pogorszeniu, zakładając spełnienie szeregu hipotez.

Komisja przeprowadziła ocenę wpływu zgodnie z programem prac. Sprawozdanie z niej dołączone jest do projektu wniosku ustawodawczego i zostanie udostępnione na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Społeczeństwa Informacyjnego i Mediów:

http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm.

3) ASPEKTY PRAWNE WNIOSKU

- **Krótki opis proponowanych działań**

- Zmiana dyrektywy

- Wspólne minimalne wymagania dla wszystkich medialnych usług audiowizualnych (w tym usług nielinearnych)

- Uelastycznienie i modernizacja przepisów dotyczących reklamy przy jednoczesnym uwzględnieniu ochrony konsumentów i spełnieniu ogólnych celów polityki publicznej

- **Podstawa prawna**

Artykuł 47 ust. 2 i art. 55 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską.

- **Zasada pomocniczości**

W związku z powstającymi medialnymi usługami audiowizualnymi na żądanie rosną obawy, że różnice w krajowych uregulowaniach mających zastosowanie do tych usług stworzą bariery dla konkurencji na rynku wewnętrznym. Rewizja dyrektywy TVWF musi uwzględnić kwestię poprawy warunków służących stworzeniu i właściwemu funkcjonowaniu rynku wewnętrznego, tak aby wyeliminować (istniejące i prawdopodobne) przeszkody w korzystaniu z podstawowej swobody świadczenia usług wynikające z przepisów krajowych lub ze znacznych zakłóceń konkurencji spowodowanych rozbieżnościami pomiędzy przepisami krajowymi dotyczącymi nowych usług (na żądanie).

Istnieje realne ryzyko niepewności prawnej, gdyby – wraz z pojawieniem się usług audiowizualnych na żądanie – Państwa Członkowskie odstąpiły od zasady kraju pochodzenia z przyczyn związanych z polityką publiczną z takim skutkiem, iż usługi audiowizualne na żądanie podlegałyby różnym przepisom w różnych Państwach Członkowskich. Jednocześnie, jak wykazała ostatnia ankieta wysłana przez Komisję członkom komitetu kontaktowego ds. TVWF, większość Państw Członkowskich przyjęła już uregulowania dotyczące usług nielinearnych (na żądanie) w odniesieniu do głównych rozważanych tu kwestii. Te uregulowania Państw Członkowskich dotyczące usług audiowizualnych na żądanie różnią się między sobą, przy czym 23 spośród 25 Państw Członkowskich przyjęło w tej lub innej formie uregulowania dla większości tematów będących przedmiotem zainteresowania. Bez zharmonizowanego europejskiego podejścia brakuje wystarczającej pewności prawnej dla ogólnoeuropejskich ofert, przez co mogłyby one przenieść się poza granice UE, co w średnim okresie mogłoby wyrządzić szkodę gospodarkom Państw Członkowskich.

- **Zasada proporcjonalności**

Projekt proponuje jedynie minimalną harmonizację w celu zapewnienia swobody świadczenia medialnych usług audiowizualnych na rynku wewnętrznym. Jeżeli chodzi o wykonanie, to wyraźnie odwołuje się on do współregulacji i samoregulacji.

Wniosek znacznie uprości monitorowanie przepisów dotyczących reklamy telewizyjnej. Ponieważ harmonizacja minimalnych wymogów dotyczących nielinearnych usług audiowizualnych zasadniczo nie wprowadza nowych zobowiązań dla podmiotów gospodarczych, lecz tylko harmonizuje je na poziomie europejskim w celu realizacji zasady kraju pochodzenia, wydaje się zatem proporcjonalna do celu.

- **Wybór instrumentów**

Proponowane instrumenty: dyrektywa, współregulacja, samoregulacja.

Projekt proponuje zestaw instrumentów; tam, gdzie dotyka się praw podstawowych, niezbędne są wiążące przepisy. Współregulacja jest już szeroko wykorzystywana odnośnie do ochrony małoletnich i wnioski powinien zachęcić do systemów współregulacji w dziedzinach koordynowanych przez dyrektywę. Systemy takie muszą być szeroko przyjęte przez główne zainteresowane strony i muszą przewidywać skuteczne wykonanie.

4) WPLYW NA BUDŻET

Wniosek nie ma wpływu finansowego na budżet Wspólnoty.

5) INFORMACJE DODATKOWE

- **Symulacja, faza pilotażowa i okres przejściowy**

Wniosek przewiduje okres przejściowy.

- **Uproszczenie**

Wniosek przewiduje uproszczenie przepisów prawnych.

Zawarte w obecnej dyrektywie TVWF przepisy dotyczące reklamy telewizyjnej zostaną znacznie uproszczone. Zniesiony zostanie dzienny limit czasu przeznaczanego na reklamę, kategorie reklam zostaną uproszczone, zaś zasady zamieszczania reklam zostaną sformułowane bardziej przejrzysto i bardziej elastycznie.

Wniosek jest zawarty w programie działalności legislacyjnej i prac Komisji (nr referencyjny 2005/INFSO/032).

- **Klauzule przeglądu/rewizji/wygaśnięcia**

Wniosek zawiera klauzulę rewizji.

- **Tabela korelacji**

Państwa Członkowskie są zobowiązane do przekazania Komisji tekstu krajowych przepisów transponujących dyrektywę, jak również tabeli korelacji pomiędzy krajowymi przepisami a dyrektywą.

- **Europejski Obszar Gospodarczy**

Proponowany akt prawny ma znaczenie dla EOG i w związku z tym jego zakres powinien być rozszerzony na Europejski Obszar Gospodarczy.

- **Krótkie objaśnienie wniosku**

Celem rewizji dyrektywy jest ustanowienie przepisów dla medialnych usług audiowizualnych, które byłyby neutralne w stosunku do platform wykorzystywanych do ich dostarczania. Oznacza to, że takie same podstawowe przepisy miałyby zastosowanie do tego samego rodzaju usług. Zbiór mających zastosowanie przepisów nie będzie już zależał od platformy, ale od charakteru usługi. Przyszłe uregulowania rozróżnić będą między linearnymi usługami audiowizualnymi lub „transmisją telewizyjną” (w tym IPTV, streaming i webcasting) oraz usługami nielinearnymi, takimi jak usługi „video-on-demand” (video na żądanie).

Dyrektywa zmieniająca wprowadza w art. 1 zmienionej dyrektywy nowe definicje skupione wokół pojęcia „medialnej usługi audiowizualnej”. Definicja „medialnych usług audiowizualnych” obejmuje środki masowego przekazu w ich funkcji informacyjnej, edukacyjnej i rozrywkowej, ale nie obejmuje żadnej formy korespondencji prywatnej, takiej jak np. wiadomości poczty elektronicznej przesyłane do ograniczonej liczby odbiorców. Definicja ta nie obejmuje również żadnych usług, których głównym celem nie jest dostarczenie treści audiowizualnej, nawet jeśli usługi

takie zawierają pewne elementy audiowizualne. Usługi, w przypadku których treści audiowizualne mają jedynie charakter pomocniczy, natomiast nie stanowią zasadniczego celu usługi, nie są objęte tą definicją.

Nowe artykuły 3c do 3h zawierają podstawowe przepisy dla wszystkich medialnych usług audiowizualnych. W związku z tym niektóre szczegółowe przepisy dotyczące transmisji telewizyjnych mogą zostać skreślone, jak art. 7, art. 12 oraz art. 22a.

Usługi nielinearne (na żądanie) objęte zostaną określonymi minimalnymi wymaganiami dotyczącymi:

- ochrony małoletnich
- zakazu podżegania do nienawiści
- identyfikacji dostawcy usług medialnych
- identyfikacji przekazów handlowych
- określonych ograniczeń jakościowych w przypadku przekazów handlowych (np. alkohol lub przekazy skierowane do małoletnich).

Nowy art. 3b wprowadza dla usług linearnych zasadę niedyskryminującego stosowania prawa do krótkich relacji.

Główne zmiany w rozdziale IV dotyczącym reklamy telewizyjnej dotyczą elastycznych zasad zamieszczania reklam (zmieniony art. 11), jasnych zasad lokowania produktu, zniesienia dziennego limitu czasu przeznaczanego na reklamy telewizyjne (dawny art. 18) oraz zaniechania ilościowych ograniczeń dotyczących telezakupów (dawny art. 18a).

Dzienny limit trzech godzin reklamy uznano za zbędny, ponieważ nie jest on stosowany w praktyce i został w związku z tym usunięty. Zasady zamieszczania reklam zostały uproszczone i uelastycznione. Nadawcy mogą obecnie wybrać najwłaściwszy moment na zamieszczenie reklam w trakcie programów, zamiast – jak obecnie – być zmuszonym do zachowania 20-minutowego odstępu między każdą przerwą na reklamę. Niemniej jednak filmy wyprodukowane dla telewizji, utwory kinematograficzne, programy dziecięce oraz informacyjne mogą zostać przerwane w celu nadania reklamy jedynie raz na każde 35 minut.

Wniosek

**DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY
ZMIENIAJĄCA DYREKTYWĘ RADY 89/552/EWG**

w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA UNII EUROPEJSKIEJ,

uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, w szczególności jego art. 47 ust. 2 oraz art. 55,

uwzględniając wniosek Komisji³,

uwzględniając opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego⁴,

uwzględniając opinię Komitetu Regionów⁵,

stanowiąc zgodnie z procedurą określoną w art. 251 Traktatu⁶,

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Dyrektywa 89/552/EWG koordynuje niektóre przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne Państw Członkowskich dotyczące wykonywania działalności transmisyjnej. Jednakże nowe technologie transmisji medialnych usług audiowizualnych wymagają dostosowania ram regulacyjnych tak, aby wziąć pod uwagę wpływ zmian strukturalnych i rozwoju technologicznego na sposoby prowadzenia działalności gospodarczej, a zwłaszcza na finansowanie transmisji prowadzonych w celach komercyjnych, oraz aby zapewnić optymalne warunki służące konkurencyjności europejskich przedsiębiorstw w sektorach technologii informatycznych oraz mediów.
- (2) Przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne Państw Członkowskich dotyczące wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej są już koordynowane dyrektywą 89/552/EWG, podczas gdy przepisy mające zastosowanie do działalności takiej jak medialne usługi audiowizualne na żądanie zawierają rozbieżności, z których niektóre mogą utrudniać swobodę świadczenia tych usług w Unii Europejskiej i mogą zakłócać konkurencję wewnątrz wspólnego rynku. W szczególności art. 3 ust. 4 dyrektywy 2000/31/WE stanowi, że Państwa Członkowskie mogą odstąpić od zasady kraju pochodzenia z określonych powodów związanych z polityką publiczną.

³ Dz.U. C [...] z [...], str. [...].

⁴ Dz.U. C [...] z [...], str. [...].

⁵ Dz.U. C [...] z [...], str. [...].

⁶ Dz.U. C [...] z [...], str. [...].

- (3) Znaczenie medialnych usług audiowizualnych dla społeczeństw, demokracji i kultury uzasadnia zastosowanie szczególnych przepisów w odniesieniu do tych usług.
- (4) Tradycyjne medialne usługi audiowizualne i pojawiające się na rynku usługi na żądanie stwarzają znaczne możliwości zatrudnienia we Wspólnocie, szczególnie w małych i średnich przedsiębiorstwach, i pobudzają wzrost gospodarczy i inwestycje.
- (5) Europejskim przedsiębiorstwom dostarczającym medialnych usług audiowizualnych brakuje pewności prawnej i jednakowych warunków konkurencji odnośnie do systemu prawnego obowiązującego w stosunku do pojawiających się na rynku usług na żądanie. Dlatego niezbędne jest, zarówno w celu uniknięcia zakłóceń konkurencji, jak i poprawy pewności prawnej, zastosowanie przynajmniej podstawowych wspólnych przepisów w odniesieniu do wszystkich medialnych usług audiowizualnych.
- (6) Komisja przyjęła komunikat w sprawie przyszłych uregulowań europejskiej polityki audiowizualnej⁷, w którym podkreśla, że polityka w sprawie uregulowań w tym sektorze musi teraz i w przyszłości zabezpieczać określone interesy publiczne, takie jak różnorodność kulturowa, prawo do informacji, ochrona małoletnich i ochrona konsumentów.
- (7) Komisja przyjęła inicjatywę „i2010: europejskie społeczeństwo informacyjne”⁸, aby wspierać wzrost i zatrudnienie w społeczeństwie informacyjnym i w sektorze mediów. Szeroko zakrojona strategia i2010 ma na celu pobudzanie rozwoju gospodarki cyfrowej w kontekście konwergencji usług, sieci i urządzeń informatycznych i medialnych, poprzez zmodernizowanie i efektywne wykorzystanie wszystkich instrumentów polityki UE: przepisów prawa, badań oraz partnerstwa z przemysłem. Komisja zobowiązała się do stworzenia spójnych ram rynku wewnętrznego dla społeczeństwa informacyjnego i usług medialnych przez zmodernizowanie ram prawnych dla usług audiowizualnych. Pierwszym krokiem w tym kierunku jest wniosek Komisji z 2005 r. dotyczący uaktualnienia dyrektywy „Telewizja bez granic”.
- (8) W dniu 6 września 2005 r. Parlament Europejski przyjął rezolucję w sprawie zastosowania art. 4 i 5 dyrektywy 89/552/EWG, zmienionej dyrektywą 97/36/WE, w latach 2001-2002 r. (Sprawozdanie Webera)⁹. W rezolucji tej wzywa on do dostosowania istniejącej dyrektywy „Telewizja bez granic” do zmian strukturalnych i rozwoju technologicznego, przy jednoczesnym pełnym respektowaniu jej nadal obowiązujących podstawowych zasad. Ponadto popiera on zasadniczo ogólne podejście polegające na przyjęciu podstawowych przepisów dla wszystkich audiowizualnych usług medialnych i dodatkowych przepisów dla usług linearnych (transmisji telewizyjnej).
- (9) Niniejsza dyrektywa przyczynia się do przestrzegania praw podstawowych i jest w pełni zgodna z zasadami uznanymi w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej, w szczególności w jej art. 11. W tym zakresie niniejsza dyrektywa nie uniemożliwia

⁷ Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Przyszłe uregulowania europejskiej polityki audiowizualnej, COM(2003) 784 z 15.12.2003 r.

⁸ Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. „i2010 – Europejskie społeczeństwo informacyjne na rzecz wzrostu i zatrudnienia”, COM(2005) 229 z 1.6.2005 r.

⁹ Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie zastosowania art. 4 i 5 dyrektywy 89/552/EWG („Telewizja bez granic”), zmienionej dyrektywą 97/36/WE, w latach 2001-2002, A6-0202/2005.

Państwom Członkowskim stosowania ich norm konstytucyjnych odnoszących się do wolności prasy i wolności słowa w mediach.

- (10) W związku z wprowadzeniem minimalnego zbioru jednolitych wymagań w art. 3c do 3h oraz w dziedzinach zharmonizowanych niniejszą dyrektywą, Państwa Członkowskie nie mogą już wprowadzać odstępstw od zasady kraju pochodzenia w związku z ochroną małoletnich, zwalczaniem podżegania do nienawiści z powodu rasy, płci, religii lub narodowości, naruszeniem godności ludzkiej dotyczącym osób fizycznych, a także ochroną konsumentów, jak stanowi art. 3 ust. 4 dyrektywy 2003/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady¹⁰.
- (11) Dyrektywa 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady¹¹ zgodnie ze swoim art. 1 ust. 3 nie narusza podjętych przez Wspólnotę lub Państwa Członkowskie środków służących realizacji ogólnych interesów, w szczególności związanych z unormowaniami dotyczącymi treści programów i polityką audiowizualną.
- (12) Żaden przepis niniejszej dyrektywy nie zobowiązuje ani nie zachęca Państw Członkowskich do wprowadzania nowych systemów licencjonowania lub administracyjnego zatwierdzania dla jakiegokolwiek rodzaju mediów.
- (13) Definicja medialnych usług audiowizualnych obejmuje wszelkie usługi audiowizualne świadczone za pośrednictwem środków masowego przekazu, zarówno te udostępniane zgodnie z programem, jak i na żądanie. Jednakże jej zakres ogranicza się do usług określonych przez Traktat i dlatego obejmuje każdą formę działalności gospodarczej, w tym działalność przedsiębiorstw świadczących usługi publiczne, lecz nie obejmuje działalności niegospodarczej, takiej jak czysto prywatne strony internetowe.
- (14) Definicja medialnych usług audiowizualnych obejmuje środki masowego przekazu w ich funkcji informowania, dostarczania rozrywki i edukowania, lecz wyłącza wszelkie formy prywatnej korespondencji, takie jak wiadomości poczty elektronicznej wysyłane do ograniczonej liczby odbiorców. Definicja wyłącza również wszelkie usługi, które nie mają na celu rozpowszechniania treści audiowizualnej, tj. gdy treść audiowizualna jedynie towarzyszy usłudze i nie jest jej zasadniczym celem. Przykłady obejmują strony internetowe, które zawierają elementy audiowizualne jedynie o charakterze pomocniczym, takie jak animowane elementy graficzne, niewielkie spoty reklamowe lub informacje związane z produktem lub usługą, która nie jest usługą audiowizualną.
- (15) Niniejsza dyrektywa nie obejmuje elektronicznych wersji gazet i czasopism.
- (16) Określenie „audiowizualne” odnosi się do ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez, a więc obejmuje nieme filmy, lecz nie obejmuje transmisji dźwiękowej lub radiowej.
- (17) Pojęcie odpowiedzialności redakcyjnej jest niezbędne do określenia roli dostawcy usług medialnych, a przez to do zdefiniowania medialnych usług audiowizualnych. Niniejsza dyrektywa nie narusza wyłączeń od odpowiedzialności ustanowionych w dyrektywie 2000/31/WE.
- (18) Oprócz reklamy i telezakupów wprowadza się szerszą definicję handlowego przekazu audiowizualnego. Obejmuje ona ruchome obrazy z dźwiękiem lub bez, które towarzyszą medialnym usługom audiowizualnym i są przeznaczone do bezpośredniego lub pośredniego promowania towarów, usług, wizerunku bądź osoby

¹⁰ Dz.U. L 178 z 17.7.2000, str. 1.

¹¹ Dz.U. L 108 z 24.4.2002, str. 33.

fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą, i w związku z tym nie obejmuje ona ogłoszeń dotyczących usług publicznych oraz akcji charytatywnych nadawanych bezpłatnie.

- (19) Zasada kraju pochodzenia pozostaje rdzeniem niniejszej dyrektywy, gdyż jest ona niezbędna do stworzenia wewnętrznego rynku. Zasada ta musi zatem być stosowana do wszystkich medialnych usług audiowizualnych w celu zapewnienia dostawcom usług medialnych pewności prawnej, jako niezbędnej podstawy dla nowych modeli prowadzenia działalności gospodarczej oraz efektywnego wykorzystania tych usług. Jest ona również niezbędna do zapewnienia swobodnego przepływu informacji i programów audiowizualnych na rynku wewnętrznym.
- (20) Rozwój techniczny, zwłaszcza w odniesieniu do cyfrowych programów satelitarnych, oznacza, że kryteria pomocnicze muszą zostać dostosowane w celu zapewnienia odpowiedniej regulacji i skutecznego wykonania oraz dania uczestnikom autentycznej władzy nad treścią usługi audiowizualnej.
- (21) Ponieważ niniejsza dyrektywa dotyczy usług oferowanych ogółowi ludności w Unii Europejskiej, powinna ona stosować się tylko do medialnych usług audiowizualnych, które mogą być odbierane bezpośrednio lub pośrednio przez odbiorców w jednym lub więcej Państw Członkowskich za pomocą standardowych urządzeń konsumenckich. Definicję „standardowych urządzeń konsumenckich” należy pozostawić właściwym organom krajowym.
- (22) Artykuły 43 do 48 Traktatu ustanawiają podstawowe prawo do swobody wyboru miejsca prowadzenia działalności gospodarczej. Dlatego dostawcy medialnych usług audiowizualnych mają na ogół swobodę wyboru Państwa Członkowskiego, w którym mają swoją siedzibę. Europejski Trybunał Sprawiedliwości również podkreślił, że „Traktat nie zakazuje przedsiębiorstwu korzystania ze swobody świadczenia usług, jeżeli nie oferuje ono usług w Państwie Członkowskim, w którym ma swą siedzibę”¹².
- (23) Państwa Członkowskie muszą mieć możliwość stosowania surowszych przepisów w dziedzinach koordynowanych przez niniejszą dyrektywę w stosunku do dostawców usług medialnych będących pod ich jurysdykcją. W celu zapewnienia, że przepisy takie nie są omijane, odpowiednim rozwiązaniem jest kodyfikacja orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości¹³ w połączeniu z bardziej skuteczną procedurą. Rozwiązanie to uwzględnia interesy Państw Członkowskich bez kwestionowania odpowiedniego stosowania zasady kraju pochodzenia.
- (24) Na podstawie niniejszej dyrektywy, pomimo stosowania zasady kraju pochodzenia, Państwa Członkowskie mogą nadal podejmować środki, które ograniczają swobodę obiegu transmisji telewizyjnej, lecz tylko przy spełnieniu określonych warunków wymienionych w art. 2a niniejszej dyrektywy oraz zgodnie z procedurą ustanowioną w niniejszej dyrektywie. Jednakże, zgodnie z utrwalonym orzecznictwem Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości, każde ograniczenie swobody świadczenia

¹² Sprawa C-56/96 VT4, pkt 22; sprawa C 212/97 Centros przeciwko Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; patrz również: sprawa C-11/95 Komisja przeciwko Królestwu Belgii oraz sprawa C-14/96 Paul Denuit.

¹³ Sprawa C 212/97 Centros przeciwko Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; sprawa C-33/74 Van Binsbergen przeciwko Bestuur van de Bedrijfsvereniging; sprawa C-23/93 TV 10 SA przeciwko Commissariaat voor de Media, pkt 21.

usług, takie jak każde odstępstwo od podstawowej zasady Traktatu, musi być interpretowane restrykcyjnie¹⁴.

- (25) W komunikacie do Rady i Parlamentu Europejskiego o poprawie otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej¹⁵ Komisja podkreśliła rolę starannej analizy właściwego podejścia regulacyjnego, w szczególności w celu określenia czy prawodawstwo jest odpowiednie dla właściwego sektora i problemu, czy też powinno zostać rozważone alternatywne podejście w formie np. współregulacji lub samoregulacji. W odniesieniu do współregulacji lub samoregulacji Międzyinstytucjonalne porozumienie w sprawie lepszego stanowienia prawa¹⁶ przewiduje uzgodnione definicje, kryteria i procedury. Doświadczenie pokazuje, że instrumenty współregulacji i samoregulacji stosowane zgodnie z różnymi tradycjami prawnymi Państw Członkowskich mogą odegrać istotną rolę w zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów.
- (26) Prawa do transmisji wydarzeń o dużym znaczeniu społecznym mogą być nabywane przez nadawców na zasadzie wyłączności, jeśli ma to miejsce w celu dostarczenia rozrywki. Jednakże niezbędne jest wspieranie pluralizmu poprzez różnorodność tworzenia i nadawania programów informacyjnych w całej Unii Europejskiej oraz respektowanie zasad uznanych w art. 11 Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej.
- (27) Aby zabezpieczyć podstawową swobodę odbioru informacji oraz zapewnić, że interesy widzów w Unii Europejskiej są w pełni i należycie chronione, właściciele wyłącznych praw dotyczących wydarzenia o dużym znaczeniu społecznym powinni udzielić pozostałym nadawcom i pośrednikom działającym w imieniu nadawców prawa do wykorzystywania krótkich relacji w celu tworzenia ogólnych programów informacyjnych, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących warunkach, z należyтым uwzględnieniem wyłącznych praw. Warunki takie powinny zostać przedstawione z odpowiednim wyprzedzeniem przed wydarzeniem o dużym znaczeniu społecznym, tak aby inne zainteresowane podmioty mogły skorzystać z takiego prawa. Takie krótkie relacje nie powinny zasadniczo przekraczać 90 sekund.
- (28) Usługi nielinearne różnią się od usług linearnych pod względem możliwości wyboru oraz kontroli, którymi dysponuje użytkownik, a także w odniesieniu do wpływu jaki wywierają na społeczeństwo¹⁷. Uzasadnia to objęcie usług nielinearnych węższym zakresem regulacji. Muszą one jedynie spełniać podstawowe wymagania określone w art. 3c do 3h.
- (29) Z uwagi na szczególny charakter medialnych usług audiowizualnych, zwłaszcza wpływ tych usług na sposób, w jaki ludzie kształtują swoje opinie, niezbędne jest, aby użytkownicy wiedzieli dokładnie, kto jest odpowiedzialny za treść tych usług. Dlatego ważne jest, aby Państwa Członkowskie zapewniły, że dostawcy usług medialnych udostępniają w sposób łatwy, bezpośredni i trwały niezbędne informacje o tym, kto ponosi redakcyjną odpowiedzialność za ich treść. Do każdego Państwa Członkowskiego należy ustalenie praktycznych szczegółów dotyczących sposobu, w jaki cel ten może być osiągnięty bez uszczerbku dla jakichkolwiek innych właściwych przepisów prawa Wspólnoty.

¹⁴ Sprawa C-355/98 Komisja przeciwko Belgii [2000] Zb. Orz. str. I-1221, pkt 28; sprawa C-348/96 Calfa [1999] Zb. Orz. str. I-0011, pkt 23.

¹⁵ COM(2005) 97.

¹⁶ Dz.U. C 321 z 31.12.2003, str. 1.

¹⁷ Por. np. sprawa C-89/04, Mediakabel.

- (30) Zgodnie z zasadą proporcjonalności, w niniejszej dyrektywie przewidziane są tylko te środki, które są niezbędne do zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego. Aby rynek ten stał się prawdziwym obszarem pozbawionym wewnętrznymi granicami dla medialnych usług audiowizualnych, niniejsza dyrektywa musi w dziedzinach, w których niezbędne jest działanie na poziomie Wspólnoty, zapewnić wysoki poziom ochrony celów interesu publicznego, w szczególności ochronę małoletnich oraz godności ludzkiej.
- (31) Szkodliwe treści i zachowania w medialnych usługach audiowizualnych nadal budzą niepokój ustawodawców, branży i rodziców. Pojawiają się również nowe problemy, zwłaszcza w związku z nowymi platformami i nowymi produktami. Dlatego niezbędne jest wprowadzenie przepisów służących ochronie fizycznego, umysłowego i moralnego rozwoju małoletnich, a także godności ludzkiej we wszystkich medialnych usługach audiowizualnych i w handlowych przekazach audiowizualnych.
- (32) Należy zachować należyłą równowagę między środkami podejmowanymi w celu ochrony małoletnich i godności ludzkiej a podstawowym prawem do wolności słowa określonym w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej. Celem tych środków powinno więc być zapewnienie należytego poziomu ochrony małoletnich, zwłaszcza w odniesieniu do usług nielinearnych, ale nie ogólny zakaz treści przeznaczonych tylko dla osób dorosłych.
- (33) Przepisy niniejszej dyrektywy dotyczące ochrony małoletnich i porządku publicznego nie wymagają, aby wykonanie wspomnianych środków następowało poprzez uprzednią kontrolę medialnych usług audiowizualnych
- (34) Artykuł 151 ust. 4 Traktatu zobowiązuje Wspólnotę do uwzględniania aspektów kulturowych w jej działaniach prowadzonych na podstawie innych przepisów Traktatu, w szczególności w celu respektowania i wspierania różnorodności jej kultur.
- (35) Nielinearne medialne usługi audiowizualne mają potencjał częściowego zastąpienia usług linearnych. Z związku z tym powinny one tam gdzie jest to możliwe wspierać produkcję i rozpowszechnianie europejskich utworów, a przez to aktywnie przyczyniać się do wspierania różnorodności kulturowej. Istotne będzie regularne badanie stosowania przepisów dotyczących wspierania utworów europejskich przy pomocy medialnych usług audiowizualnych. W ramach sprawozdań, o których mowa w art. 3f ust. 3, Państwa Członkowskie powinny również uwzględnić wsparcie finansowe udzielane przy pomocy usług nielinearnych na rzecz produkcji utworów europejskich oraz nabywania praw do tych utworów, udział utworów europejskich w katalogach medialnych usług audiowizualnych, jak również rzeczywiste wykorzystanie przez użytkowników utworów europejskich oferowanych w ramach tych usług.
- (36) Wprowadzając w życie przepisy art. 4 zmienionej dyrektywy 89/552/EWG, Państwa Członkowskie powinny zapewnić, że nadawcy będą należycie uwzględniać europejskie koprodukcje i europejskie utwory pochodzenia niekrajowego.
- (37) Należy zapewnić, że utwory kinematograficzne są emitowane w okresach uzgodnionych pomiędzy posiadaczami praw a dostawcami medialnych usług audiowizualnych.
- (38) Dostępność usług nielinearnych zwiększa możliwości wyboru konsumenta. Szczegółowe przepisy dotyczące handlowego przekazu audiowizualnego w przypadku usług nielinearnych nie wydają się więc ani uzasadnione, ani sensowne z technicznego punktu widzenia. Niemniej jednak, wszystkie handlowe przekazy audiowizualne

powinny respektować nie tylko zasady identyfikacji, lecz także podstawowe przepisy jakościowe, tak aby mogły zostać osiągnięte uznane cele polityki publicznej.

- (39) Jak zostało to już stwierdzone przez Komisję w komunikacie wyjaśniającym dotyczącym niektórych aspektów przepisów dotyczących reklamy telewizyjnej w dyrektywie „Telewizja bez granic”, nowe techniki reklamy i innowacje marketingowe stworzyły nowe skuteczne możliwości dla przekazów handlowych w tradycyjnych usługach transmisyjnych, które w ten sposób na równych warunkach mogą łatwiej sprostać konkurencji innowacyjnych usług na żądanie¹⁸. Ten komunikat wyjaśniający nadal obowiązuje w zakresie, w którym odnosi się do tych przepisów dyrektywy, których nie dotyczy niniejsza dyrektywa zmieniająca.
- (40) Rozwój gospodarczy i techniczny daje użytkownikom coraz większy wybór, ale także większą odpowiedzialność w korzystaniu z medialnych usług audiowizualnych. Aby cele będące w interesie publicznym mogły zostać odpowiednio urzeczywistnione, przepisy muszą pozwalać na pewien stopień elastyczności w odniesieniu do linearnych medialnych usług audiowizualnych: zasada oddzielenia powinna być ograniczona do reklamy i telezakupów, lokowanie produktu powinno być dozwolone pod określonymi warunkami i niektóre ograniczenia ilościowe powinny zostać zniesione. Lokowanie produktu mające charakter kryptoreklamy powinno jednak być zakazane. Zasada oddzielenia nie powinna uniemożliwiać wykorzystywania nowych technik reklamy.
- (41) Oprócz praktyk, które są objęte niniejszą dyrektywą, dyrektywa 2005/29/WE stosuje się do nieuczciwych praktyk handlowych, takich jak praktyki wprowadzające w błąd i praktyki agresywne występujące w medialnych usługach audiowizualnych. Ponadto, ponieważ dyrektywa 2003/33/WE, która zakazuje reklamy i sponsorowania papierosów i innych produktów tytoniowych w mediach drukowanych, usługach społeczeństwa informacyjnego i audycjach radiowych, obowiązuje bez uszczerbku dla dyrektywy Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej, biorąc pod uwagę specyficzny charakter medialnych usług audiowizualnych, związek między dyrektywą 2003/33/WE i dyrektywą 89/552/EWG powinien pozostać bez zmian po wejściu w życie niniejszej dyrektywy. Artykuł 88 ust. 1 dyrektywy 2001/83/WE¹⁹, który zakazuje adresowanej do ogółu społeczeństwa reklamy określonych produktów medycznych, ma zastosowanie, zgodnie z ust. 5 tegoż artykułu, bez uszczerbku dla art. 14 dyrektywy 89/552/EWG; związek między dyrektywą 2001/83/WE i dyrektywą 89/552/EWG powinien pozostać bez zmian po wejściu w życie niniejszej dyrektywy
- (42) Ponieważ wzrost ilości nowych usług doprowadził do większego wyboru dla widzów, szczegółowe uregulowania odnoszące się do zamieszczania spotów reklamowych w celu ochrony widzów nie są już uzasadnione. Dyrektywa nie zwiększa wprawdzie dopuszczalnej ilości czasu przeznaczanego na reklamy w trakcie godziny programu, ale przyznaje nadawcom większą elastyczność pod względem ich zamieszczania, o ile nie zakłóca to nadmiernie integralności programów.

¹⁸ Dz.U. C 102 z 28.4.2004, str. 2.

¹⁹ Dyrektywa zmieniona dyrektywą 2004/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004 r. zmieniającą dyrektywę 2001/83/WE w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi (Dz.U L 136 z 30.4.2004, str. 34).

- (43) Dyrektywa ma na celu zachowanie szczególnego charakteru europejskiej telewizji i dlatego ogranicza możliwości przerywania utworów kinematograficznych i filmów wyprodukowanych dla telewizji, jak również innych określonych kategorii programów, które nadal wymagają pewnej ochrony.
- (44) Ograniczenie czasu przeznaczonego dziennie na reklamę pozostało w dużej mierze teorią. Ważniejszy jest limit czasu reklamowego przypadającego na godzinę programu, ponieważ ma on również zastosowanie do okresów największej oglądalności. W związku z tym dzienny limit powinien zostać zniesiony, podczas gdy limit godzinowy powinien zostać utrzymany w przypadku reklamy i telezakupów. Także ilościowe ograniczenia czasowe dla kanałów telezakupowych lub reklamowych wydają się już nieuzasadnione biorąc pod uwagę zwiększone możliwości wyboru konsumentów. Jednakże limit wynoszący 20 % reklam na godzinę zegarową pozostaje w mocy, za wyjątkiem form reklamy takich jak telepromocje i telezakupy, wymagających więcej czasu ze względu na ich charakter i sposób prezentacji²⁰.
- (45) Kryptoreklama jest praktyką zakazaną przez niniejszą dyrektywę z powodu jej negatywnego wpływu na konsumentów. Zakaz kryptoreklamy nie obejmuje dozwolonego prawnie lokowania produktu w ramach niniejszej dyrektywy.
- (46) Lokowanie produktu jest faktem w utworach kinematograficznych i utworach audiowizualnych wyprodukowanych dla telewizji, lecz Państwa Członkowskie regulują tę praktykę w różny sposób. W celu zapewnienia jednakowych warunków konkurencji, a przez to zwiększenia konkurencyjności europejskiego sektora mediów, konieczne jest przyjęcie przepisów dotyczących lokowania produktu. Wprowadzona tu definicja lokowania produktu obejmuje dowolną formę handlowego przekazu audiowizualnego zawierającego włączenie lub odniesienie do produktu, usługi lub ich znaku handlowego w taki sposób, że są one przedstawione w programie, zwykle w zamian za zapłatę lub podobne świadczenie. Podlega ono takim samym jakościowym przepisom i ograniczeniom, jakie stosują się do reklamy.
- (47) Organy regulacyjne powinny być niezależne od rządów krajowych, jak również od dostawców medialnych usług audiowizualnych, tak aby mogły wykonywać swoją pracę w sposób bezstronny i przejrzysty oraz przyczyniać się do pluralizmu mediów. Konieczna jest ścisła współpraca pomiędzy krajowymi organami regulacyjnymi i Komisją w celu zapewnienia prawidłowego stosowania niniejszej dyrektywy,

PRZYJMUJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

Artykuł 1

W dyrektywie 89/552/EWG²¹ wprowadza się następujące zmiany:

- 1) tytuł otrzymuje następujące brzmienie:

„Dyrektywa [nr] Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących świadczenia medialnych usług audiowizualnych (dyrektywa o medialnych usługach audiowizualnych)”;

²⁰ Sprawy Reti Televisive Italiane SpA (RTI) C-320/94; Radio Torre C-328/94; Rete A Srl C-329/94; Vallau Italiana Promomarket Srl C_337/94; Radio Italia Solo Musica Srl i inni C-338/94 oraz GETE Srl C_339/94 przeciwko Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, ECR I-06471

²¹ Dz.U. L 298 z 17.10.1989, str. 23. Dyrektywa ostatnio zmieniona dyrektywą 97/36/WE (Dz.U. L 202 z 30.7.1997, str. 60).

2) artykuł 1 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 1

Do celów niniejszej dyrektywy:

- (a) ‘medialna usługa audiowizualna’ oznacza usługę w rozumieniu art. 49 i 50 Traktatu, której zasadniczym celem jest dostarczanie ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez, w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych, ogółowi ludności poprzez sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady²²;
- (b) ‘dostawca usług medialnych’ oznacza osobę fizyczną lub prawną, która ponosi redakcyjną odpowiedzialność za wybór audiowizualnej treści medialnej usługi audiowizualnej i określa sposób, w jaki treść ta jest zorganizowana;
- (c) ‘nadawanie programów telewizyjnych’ lub ‘nadawanie telewizyjne’ oznacza linearną medialną usługę audiowizualną, w przypadku której dostawca usług medialnych decyduje o momencie w czasie, w którym określona audycja jest emitowana i ustala układ programu;
- (d) ‘nadawca’ oznacza dostawcę linearnych medialnych usług audiowizualnych;
- (e) ‘usługa nieliniarna’ oznacza medialną usługę audiowizualną, w przypadku której użytkownik, na podstawie oferty treści wybranej przez dostawcę usług medialnych, decyduje o momencie w czasie, w którym określony program jest transmitowany;
- (f) ‘handlowy przekaz audiowizualny’ oznacza ruchome obrazy z dźwiękiem lub bez, które towarzyszą medialnym usługom audiowizualnym i służą bezpośredniemu lub pośredniemu promowaniu towarów, usług lub wizerunku osoby fizycznej lub prawnej prowadzącej działalność gospodarczą;
- (g) ‘reklama telewizyjna’ oznacza każdą formę ogłoszeń emitowanych za zapłatą lub podobnym świadczeniem bądź w celach promocji własnej, przez przedsiębiorstwo publiczne lub prywatne, mających związek z działalnością handlową, produkcyjną, rzemieślniczą lub w ramach wolnego zawodu, i mających na celu zwiększenie sprzedaży towarów lub usług, w tym nieruchomości, praw i zobowiązań, w zamian za zapłatę;
- (h) ‘kryptoreklama’ oznacza przedstawianie za pomocą słów lub obrazów towarów, usług, nazwy, znaku towarowego lub działalności producenta towarów lub osoby świadczącej usługi w programach, gdzie przedstawianie takie jest zamierzoną czynnością nadawcy mającą pełnić funkcję reklamy i może wprowadzić odbiorców w błąd co do swojego rzeczywistego charakteru. Przedstawianie takie uznaje się za zamierzone w szczególności wówczas, gdy jest dokonywane w zamian za zapłatę lub podobne wynagrodzenie;
- (i) ‘sponsorowanie’ oznacza wszelkiego rodzaju wpłaty przekazane przez prywatne lub publiczne przedsiębiorstwo nieprowadzące działalności związanej z dostarczaniem medialnych usług audiowizualnych lub produkcją utworów audiowizualnych na rzecz finansowania medialnych usług

²² Dz.U. L 108 z 24.4.2002, str. 33.

audiowizualnych, w celu promocji własnej firmy, znaku towarowego, wizerunku, działalności bądź produktów;

- (j) ‘telezakupy’ oznaczają transmisję do odbiorców bezpośrednich ofert, w celu dostarczania towarów lub świadczenia usług, w tym nieruchomości, praw i zobowiązań, w zamian za zapłatę.
- (k) ‘lokowanie produktu’ oznacza dowolną formę handlowego przekazu audiowizualnego polegającego na włączeniu lub odwołaniu się do produktu, usługi lub ich znaku handlowego w taki sposób, że są one przedstawione w medialnych usługach audiowizualnych, zwykle w zamian za zapłatę lub podobne wynagrodzenie.”;

3) w artykule 2 wprowadza się następujące zmiany:

- (a) w ustępie 1 wyrażenie „transmisje telewizyjne nadawane przez nadawców telewizyjnych” zastępuje się wyrażeniem „medialne usługi audiowizualne nadawane przez dostawców usług medialnych”, a słowo „transmisji” zastępuje się wyrażeniem „medialnych usług audiowizualnych”;
- (b) w ustępie 2, wyrażenie „nadawcami telewizyjnymi” zastępuje się wyrażeniem „dostawcami usług medialnych”;
- (c) w ustępie 3, wyrażenie „nadawca telewizyjny” zastępuje się wyrażeniem „dostawca usług medialnych”; wyrażenie „decyzje redakcyjne dotyczące układu programów” zastępuje się wyrażeniem „decyzje redakcyjne dotyczące medialnej usługi audiowizualnej”; wyrażenie „telewizyjnej działalności transmisyjnej” zastępuje się wyrażeniem „działalności w zakresie medialnych usług audiowizualnych”; wyrażenie „w którym jako pierwszym rozpoczął transmitowanie” zastępuje się wyrażeniem „gdzie po raz pierwszy rozpoczął swoją działalność”; wyrażenie „decyzje dotyczące układu programów” zastępuje się przez „decyzje dotyczące medialnej usługi audiowizualnej”;
- (d) ustęp 4 otrzymuje następujące brzmienie:

„4. Dostawców usług medialnych, do których nie stosuje się przepisów ust. 3, uznaje się za podlegających jurysdykcji Państwa Członkowskiego w następujących przypadkach:

- (a) jeśli korzystają z naziemno-satelitarnej stacji nadawczej znajdującej się w tym Państwie Członkowskim;
- (b) jeśli, choć nie korzystają z naziemno-satelitarnej stacji nadawczej znajdującej się w Państwie Członkowskim, to korzystają z łącza satelitarne należące do tego Państwa Członkowskiego.”;
- (e) w ustępie 5, wyrażenie „nadawca telewizyjny” zastępuje się wyrażeniem „dostawca usług medialnych”, zaś „art. 52” zastępuje się przez „art. 43”;
- (f) ustęp 6 otrzymuje następujące brzmienie:

„6. Niniejsza dyrektywa nie ma zastosowania do medialnych usług audiowizualnych przeznaczonych do odbioru wyłącznie w krajach trzecich, i które nie są odbierane za pomocą standardowych urządzeń konsumenckich bezpośrednio lub pośrednio przez odbiorców w jednym lub więcej Państwach Członkowskich.”;

(g) dodaje się następujące ustępy 7, 8, 9 i 10:

„7. Państwo Członkowskie może, w celu zapobiegania nadużyciom lub oszustwom, podjąć odpowiednie środki skierowane przeciwko dostawcy usług medialnych mającemu siedzibę w innym Państwie Członkowskim, którego działalność jest w całości lub w większości skierowana na terytorium pierwszego Państwa Członkowskiego. Musi to zostać każdorazowo udowodnione przez pierwsze Państwo Członkowskie.

8. Państwa Członkowskie mogą podejmować środki zgodnie z ust. 7 tylko wówczas, jeśli spełnione są wszystkie następujące warunki:

- (a) odbierające Państwo Członkowskie prosi Państwo Członkowskie, w którym ma siedzibę dostawca usług medialnych, o podjęcie środków;
- (b) Państwo Członkowskie, do którego skierowano prośbę nie podejmuje takich środków;
- (c) odbierające Państwo Członkowskie powiadamia Komisję i Państwo Członkowskie, w którym dostawca usług medialnych ma siedzibę, o swoim zamiarze podjęcia takich środków; oraz
- (d) Komisja postanawia, że środki te są zgodne z prawem Wspólnoty.

9. Wszelkie środki podjęte zgodnie z ust. 7 muszą być obiektywnie niezbędne, stosowane w sposób niedyskryminujący, odpowiednie dla osiągnięcia zamierzonych celów, oraz nie mogą wykraczać poza to, co jest niezbędne do osiągnięcia tych celów.

10. Komisja podejmuje decyzję w ciągu trzech miesięcy od otrzymania powiadomienia na podstawie ust. 8. Jeżeli Komisja postanowi, że środki są niezgodne z prawem Wspólnoty, Państwo Członkowskie, którego to dotyczy, powstrzymuje się od podjęcia proponowanych środków.”;

4) w artykule 2a wprowadza się następujące zmiany:

a) ustęp 1 otrzymuje następujące brzmienie:

„1. Państwa Członkowskie zapewniają swobodę odbioru i nie ograniczają na swoim terytorium retransmisji medialnych usług audiowizualnych z innych Państw Członkowskich z przyczyn, które wchodzą w zakres dziedzin koordynowanych niniejszą dyrektywą.”;

b) w ustępie 2 „art. 22a” zastępuje się „art. 3e”;

5) artykuł 3 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 3

- 1. Państwa Członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.
- 2. Państwa Członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

3. Państwa Członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.”;
- 6) dodaje się art. 3b do 3h w następującym brzmieniu:

„Artykuł 3b

1. Państwa Członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych Państwach Członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.
2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

Artykuł 3c

Państwa Członkowskie zapewniają, że dostawcy medialnych usług audiowizualnych podlegający ich jurysdykcji udostępniają odbiorcom swoich usług w sposób łatwy, bezpośredni i trwały co najmniej następujące informacje:

- (a) nazwę dostawcy usług medialnych;
- (b) adres geograficzny, pod którym dostawca usług medialnych ma swoją siedzibę;
- (c) dane dotyczące dostawcy usług medialnych, w tym jego adres poczty elektronicznej lub strony internetowej, które pozwalają na szybkie skontaktowanie się z nim w sposób bezpośredni i skuteczny;
- (d) gdzie dotyczy, właściwy organ regulacyjny.

Artykuł 3d

Państwa Członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

Artykuł 3e

Państwa Członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

Artykuł 3f

1. Państwa Członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za

pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

2. Państwa Członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji nie transmitują utworów kinematograficznych poza okresami uzgodnionymi z posiadaczami praw.
3. Państwa Członkowskie składają Komisji sprawozdanie ze stosowania środka określonego w ust. 1, nie później niż do końca czwartego roku po przyjęciu niniejszej dyrektywy, a następnie co trzy lata.
4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez Państwa Członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy.

Artykuł 3g

Państwa Członkowskie zapewniają, że handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji spełniają następujące wymagania:

- (a) handlowe przekazy audiowizualne muszą być łatwe do zidentyfikowania jako takie. Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych;
- (b) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą wykorzystywać technik podprogowych;
- (c) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą:
 - (i) zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na rasę, płeć lub narodowość;
 - (ii) obrażać przekonań religijnych lub politycznych;
 - (iii) zachęcać do zachowania szkodliwego dla zdrowia lub bezpieczeństwa;
 - (iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla ochrony środowiska;
- (d) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych oraz telezakupów dotyczące papierosów i innych produktów tytoniowych są zakazane;
- (e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;
- (f) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą powodować moralnej lub fizycznej szkody dla osób małoletnich. W związku z tym nie mogą one bezpośrednio nawoływać małoletnich do kupowania produktu lub usługi wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność, bezpośrednio zachęcać ich do namawiania rodziców lub osób trzecich do zakupu reklamowanych produktów lub usług, wykorzystywać specjalnego rodzaju zaufania, którym osoby małoletnie obdarzają rodziców, nauczycieli i inne osoby lub bez uzasadnienia pokazywać osoby małoletnie w niebezpiecznych sytuacjach.

Artykuł 3h

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, lub które zawierają lokowanie produktu, muszą spełniać następujące wymagania:
 - (a) Treść tego rodzaju medialnych usług audiowizualnych oraz, tam gdzie to właściwe, ich harmonogram, nie mogą w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;
 - (b) Usługi te nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług;
 - (c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.
 2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.
 3. Sponsorowanie medialnych usług audiowizualnych przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w Państwie Członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.
 4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.”;
- 7) w artykule 6 wprowadza się następujące zmiany:
- a) ustęp 1 lit. c) otrzymuje następujące brzmienie:

„utwory wytworzone w koprodukcji w ramach porozumień dotyczących sektora audiowizualnego, zawartych pomiędzy Wspólnotą Europejską a państwami trzecimi i spełniające warunki określone w tych porozumieniach.”;
 - b) skreśla się ustęp 3;

- c) ustęp 4 staje się ustępem 3;
- d) skreśla się ustęp 5;
- 8) skreśla się art. 7;
- 9) artykuł 10 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 10

- 1. Reklama telewizyjna i teledakupy muszą być łatwo rozpoznawalne i całkowicie oddzielone od pozostałych części programu za pomocą środków wizualnych i/lub dźwiękowych.
 - 2. Pojedynczo emitowane spoty reklamowe i teledakupowe powinny, poza programami sportowymi, pozostać wyjątkiem.”;
- 10) artykuł 11 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 11

- 1. Państwa Członkowskie zapewniają, że tam gdzie reklama lub teledakupy są zamieszczane podczas programów, integralność programów nie zostaje naruszona oraz prawa posiadaczy praw nie doznają uszczerbku.
 - 2. Transmisja filmów wyprodukowanych dla telewizji (z wyłączeniem serii, seriali, lekkich programów rozrywkowych i programów dokumentalnych), utworów kinematograficznych, programów dziecięcych i programów informacyjnych może być przerwana przez reklamę i/lub teledakupy raz na każdy okres 35 minut.
- Nie można przerywać przez reklamę lub teledakupy transmisji uroczystości religijnych.”;
- 11) skreśla się art. 12 i 13;
- 12) skreśla się art. 16 i 17;
- 13) artykuł 18 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 18

- 1. Udział krótkich form reklamowych, takich jak spoty reklamowe i spoty teledakupowe w ciągu godziny zegarowej nie może przekroczyć 20 %.
 - 2. Ustęp 1 nie stosuje się do ogłoszeń zamieszczanych przez nadawcę w związku z jego własnymi programami oraz w związku z produktami towarzyszącymi wywodzącymi się bezpośrednio z tych programów, ogłoszeń związanych ze sponsorowaniem i lokowania produktu.”;
- 14) skreśla się art. 18a;
- 15) artykuł 19 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 19

Przepisy niniejszej dyrektywy mają, z uwzględnieniem niezbędnych zmian zastosowanie do transmisji telewizyjnych poświęconych wyłącznie reklamie i

telezakupom, jak również do transmisji telewizyjnych poświęconych wyłącznie promocji własnej. Rozdział 3, a także art. 11 (zamieszczanie reklam) i art. 18 (czas trwania reklam i telezakupów) nie mają zastosowania do tych transmisji.”;

- 16) skreśla się art. 19a;
- 17) artykuł 20 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 20

Bez uszczerbku dla przepisów art. 3 Państwa Członkowskie mogą, przy należyтым uwzględnieniu prawa wspólnotowego, ustanowić warunki inne niż te określone w art. 11 ust. 2 i w art. 18, w odniesieniu do transmisji nadawanych wyłącznie na terytorium krajowym, które nie mogą być bezpośrednio lub pośrednio odbierane przez publiczność w jednym lub więcej z pozostałych Państw Członkowskich, i w odniesieniu do transmisji, które nie mają znaczącego wpływu mierzonego udziałem w widowni.”;

- 18) skreśla się art. 22a i 22b;
- 19) w art. 23a wprowadza się następujące zmiany:
 - w ustępie 2 lit. e wyrażenie „usług transmisji telewizyjnej” zastępuje się wyrażeniem „medialnych usług audiowizualnych”;
- 20) dodaje się art. 23b w następującym brzmieniu:

„Artykuł 23b

- 1. Państwa Członkowskie gwarantują niezależność krajowych organów regulacyjnych i zapewniają, że korzystają one ze swoich uprawnień w sposób bezstronny i przejrzysty.
 - 2. Krajowe organy regulacyjne przekazują sobie nawzajem i Komisji informacje niezbędne do stosowania przepisów niniejszej dyrektywy.”;
- 21) skreśla się art. 25 i 25a;
 - 22) art. 26 otrzymuje następujące brzmienie:

„Artykuł 26

Najpóźniej dnia [...], a następnie co dwa lata, Komisja przedkłada Parlamentowi Europejskiemu, Radzie i Komitetowi Ekonomiczno-Społecznemu sprawozdanie w sprawie stosowania niniejszej dyrektywy, ze zmianami oraz, w razie potrzeby, składa kolejne wnioski w celu dostosowania dyrektywy do rozwoju w dziedzinie medialnych usług audiowizualnych, w szczególności w świetle najnowszych technologii oraz konkurencyjności sektora.”

Artykuł 2

Rozporządzenie (WE) nr 2006/2004²³ zmienia się następująco:

punkt 4 Załącznika „Dyrektywy i rozporządzenia objęte art. 3 lit. a” otrzymuje następujące brzmienie:

²³ Dz.U. L 364 z 9.12.2004, str. 1.

„4. Dyrektywa Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej: art. 3g do 3h²⁴ oraz art. 10 do 20²⁵. Dyrektywa ostatnio zmieniona dyrektywą .../.../WE Parlamentu Europejskiego i Rady²⁶.”

Artykuł 3

1. Państwa Członkowskie wprowadzają w życie przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy najpóźniej do . Niezwłocznie przekazują one Komisji tekst tych przepisów oraz tabelę korelacji pomiędzy tymi przepisami a niniejszą dyrektywą.

Przyjęte przez Państwa Członkowskie przepisy zawierają odesłanie do niniejszej dyrektywy lub odesłanie to towarzyszy ich urzędowej publikacji. Metody dokonywania takiego odesłania określone są przez Państwa Członkowskie.

2. Państwa Członkowskie przekazują Komisji teksty podstawowych przepisów prawa krajowego, jakie przyjmą w dziedzinie objętej niniejszą dyrektywą.

Artykuł 4

Niniejsza dyrektywa wchodzi w życie następnego dnia po jej opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Artykuł 5

Niniejsza dyrektywa skierowana jest do Państw Członkowskich.

Sporządzono w Brukseli, dnia

*W imieniu Parlamentu Europejskiego
Przewodniczący*

*W imieniu Rady
Przewodniczący*

²⁴ Dz.U. L [...] z [...], str. [...].

²⁵ Dz.U. L 298 z 17.10.1989, str. 23.

²⁶ Dz.U. L[...] z [...], str. [...].