

PARLAMENTO EUROPEO

2004



2009

Commissione per la cultura e l'istruzione

25.9.2006

PE 378.740v01-00

EMENDAMENTI 380-591

Progetto di relazione di Ruth Hieronymi

(PE 376.676v03-00)

Proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive

Proposta di direttiva (COM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD) – atto modificativo)

Testo della Commissione

Emendamenti del Parlamento

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 380

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

1. Gli Stati membri **garantiscono che l'accesso all'attività di fornitura di servizi di media audiovisivi, che sono servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 1, punto 2, della direttiva 98/34/CE, quale modificata dalla direttiva 98/48/CE, e non servizi televisivi ai sensi della direttiva 89/552/CEE, quale modificata dalla direttiva 97/36/CE, e l'esercizio di tale attività non siano soggetti all'obbligo di autorizzazione e ad altri requisiti aventi lo stesso effetto. Per il resto gli Stati membri conservano la facoltà di**

richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

Or. de

Motivazione

*Die Freiheit zur Aufnahme und Ausübung der Tätigkeit eines Anbieters von audiovisuellen Mediendiensten, die – wie insbesondere nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste – Dienste der Informationsgesellschaft i. S. d. Art. 1 Nr. 2 RiLi 98/34/EG idF d. RiLi 98/48/EG und keine Fernsehdienste i. S. d. RiLi 89/552/EWG idF d. RiLi 97/36/EG darstellen, ist bislang gegen Zulassungserfordernisse oder Anforderungen gleicher Wirkung durch Art. 4 Abs. 1 RiLi 2000/31/EG (ECRL) geschützt. Als Teil des *acquis communautaire* und als zentrales Element der Freiheit dieser Medien muss dieser Schutz klar und eindeutig mit Wirkung auch für alle von dieser Richtlinie harmonisierten Inhaltsschranken und sonstigen Anforderungen fort gelten. Um dies zweifelsfrei klarzustellen und diesen wichtigen Grundsatz des europäischen Rechts audiovisueller Medien in der dafür einschlägigen Spezialregelung festzuschreiben, muss dieser Schutz in diese Richtlinie übernommen werden (siehe auch Erwägung 12).*

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 381

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva, ***ma tali norme non si applicano ai fornitori di servizi di media che trasmettono da altri Stati membri, conformemente al principio del paese di origine.***

Or. en

Motivazione

Clarifying that the country of origin principle must be applied to ensure that service providers

are guaranteed a basic level of legal certainty.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 382
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva, ***purché tali misure siano compatibili con le norme stabilite nel trattato CE e, in particolare, con quelle sulla libera circolazione e sulla non distorsione della concorrenza tra i vari operatori dell'Unione europea.***

Or. es

Motivazione

Non ha senso armonizzare se poi si permette agli Stati membri di imporre tutte le restrizioni che ritengono opportune ai propri operatori, giacché ciò li colloca in una situazione di disparità al momento di competere con gli altri operatori europei.

Emendamento presentato da Ivo Belet

Emendamento 383
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

Gli Stati membri provvedono a che le politiche che adottano in materia di radiodiffusione siano conformi ai principi generali della Comunità relativi al mercato

comune.

Inoltre, gli Stati membri comunicano alla Commissione qualsiasi misura del genere adottata o da adottarsi a norma del paragrafo 1.

Or. en

Emendamento presentato da Ivo Belet

Emendamento 384

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

1 bis. Se un fornitore di servizi di media soggetto alla giurisdizione di uno Stato membro fornisce un servizio di media che è interamente o principalmente destinato al territorio di un altro Stato membro, quest'ultimo Stato membro è libero di imporre norme di interesse pubblico generale più dettagliate o più severe adottate conformemente al paragrafo 1.

In tal caso, su richiesta dello Stato membro di ricezione, lo Stato membro avente giurisdizione garantisce il rispetto di tali norme.

Or. en

Motivazione

The safeguards on the country of origin principle, agreed during the discussions on the service directive, should also hold for audiovisual media services.

Emendamento presentato da Mary Honeyball

Emendamento 385

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di **soppresso**

media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

Or. en

Motivazione

paragraph 2 is unnecessary as the effect of any Directive is to require Member States to ensure that affected persons under their jurisdiction comply with its provisions. The reference to “legislation” creates confusion as to the combined effect of paragraphs 2 and 3. The directive should clearly state that Member States are encouraged to implement its requirements through co-regulation where appropriate (an alternative could be to leave paragraph 2 unchanged but begin paragraph 3 with the sentence “For the purpose of achieving the objective in paragraph 2, ...”. This would clarify that the encouragement to adopt co-regulatory regimes is an accepted instrument for the implementation of the directive.)

Emendamento presentato da Bernat Joan i Mari

Emendamento 386
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva. ***Gli Stati membri, conformemente alle loro rispettive tradizioni giuridiche, devono riconoscere il ruolo efficace svolto dall'autoregolamentazione a complemento della legislazione e dei meccanismi giuridico-amministrativi esistenti, nonché il suo contributo al raggiungimento degli obiettivi perseguiti dalla presente direttiva. In tale contesto, gli Stati membri si adoperano affinché l'industria sviluppi, finanzia e renda pubblici dei sistemi efficaci di autoregolamentazione allo scopo di garantire la fiducia del consumatore nella pubblicità, in particolare per quanto riguarda le comunicazioni commerciali, e promuovono il dialogo e una stretta***

cooperazione tra questi sistemi.

Or. es

Motivazione

È necessario rafforzare i regimi di autoregolamentazione pubblicitaria per fornire al consumatore un valido strumento di tutela.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 387

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione **e conformemente alle vigenti procedure di sorveglianza che hanno dato prova della loro efficacia nei vari Stati membri e includono, se del caso, la comminazione di sanzioni**, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

Or. fr

Motivazione

La Directive propose un nombre raisonnable de régulations, dont certaines sont de strictes interdictions. Les Etats membres doivent les appliquer de façon stricte, en particulier quand le montant des bénéfices dû à leur non-respect pourrait être supérieur au montant d'une amende.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 388

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione

rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

compresi, in particolare, i loro principi giuridici in materia di libertà di opinione e di libertà dei media, rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva. L'articolo 3, paragrafo 1, comma 1, resta impregiudicato.

Or. de

Motivazione

Maßnahmen zur Durchsetzung von Anforderungen an Medieninhalte sind immer auch Formen der Inhaltskontrolle von Medien und müssen die jeweilige Meinungs- und Medienfreiheit beachten. Deshalb ist es angezeigt, explizit darauf hinzuweisen, dass die jeweiligen Grundsätze der Meinungs- und Medienfreiheiten zu dem Rahmen der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten zählen, der von den Maßnahmen zur Umsetzung dieser Richtlinie beachtet werden soll. Art. 3 Abs. 2 S. 2 stellt klar, dass der Schutz von audiovisuellen Mediendienste gegen staatliche Kontrollmaßnahmen aus Art. 3 Abs. 1 S. 1 durch Art. 3 Abs. 2 S. 1 nicht berührt wird.

Emendamento presentato da Sarah Ludford

Emendamento 389

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

Gli Stati membri, nel rispetto delle loro diverse tradizioni giuridiche, riconoscono il ruolo efficace che può rivestire l'autoregolamentazione quale complemento dei meccanismi legislativi, giudiziari e amministrativi.

Or. en

Motivazione

Self-regulation is an effective means of consumer protection and should be explicitly recognised in this Directive

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 390
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. Gli Stati membri adottano le misure appropriate per garantire la piena applicazione delle disposizioni della presente direttiva. Tali misure comprendono sanzioni, anche pecuniarie, tali da risultare sufficientemente dissuasive nonché, in caso di violazioni gravi e reiterate, la sospensione o la revoca dell'autorizzazione a svolgere attività di trasmissione televisiva.

Or. it

Emendamento presentato da Luís Queiró

Emendamento 391
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri ***incoraggiano*** i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. ***Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.***

3. Gli Stati membri ***conservano la facoltà di incoraggiare*** i regimi di ***autoregolamentazione e/o di*** coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva.

Or. en

Motivazione

There is no need to undermine the self-regulatory tradition in the publishing media simply because such players are necessarily evolving their business models to keep abreast of evolving consumer tastes.

Emendamento presentato da Ruth Hieronymi

Emendamento 392
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano *i* regimi di coregolamentazione ***nei settori coordinati dalla presente direttiva***. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e *da* assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. Gli Stati membri incoraggiano, ***nei settori coordinati dalla presente direttiva***, regimi di coregolamentazione ***a livello nazionale quali strumenti di regolamentazione basati sulla cooperazione tra organismi statali e organismi di autoregolamentazione, o concludono accordi direttamente con i soggetti interessati negli Stati membri in cui sono applicati tali accordi diretti, fermo restando che gli organismi statali determinano il quadro giuridico per la cooperazione***. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati ***e devono essere non discriminatori, richiedere parità di trattamento*** e assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Or. en

Motivazione

Clarifies the relations between co-regulation at national level. It is important that the co-regulatory regimes are accepted by all stakeholders.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 393
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano *i* regimi di coregolamentazione ***nei settori coordinati dalla presente direttiva***. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. Gli Stati membri incoraggiano, ***nei settori coordinati dalla presente direttiva***, regimi ***a livello nazionale per la coregolamentazione e l'autoregolamentazione quali strumenti regolamentari basati sulla cooperazione tra organismi statali e organismi di autoregolamentazione***. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione

efficace delle norme.

Or. en

Motivazione

Accordingly, Recital 25 of the proposal states that co-regulation and also self-regulation play key roles in guaranteeing consumer protection and both should be taken into consideration in particular under the aspect of “better regulation. Without the flexibility and the sense of industry responsibility that self-regulation affords, there is concern that statutory regulation will unenforceable and may not therefore be able to provide the public with the same levels of protection that they are expecting.

Emendamento presentato da Mario Mauro

Emendamento 394

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai **principali** soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione, **oltreché quelli di autoregolamentazione, coinvolgendo in ogni caso le parti e le associazioni di cittadini interessate, comprese quelle attinenti alla tutela dei minori**, nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai **diversi** soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Or. it

Motivazione

La pratica dell'autoregolamentazione, quale peraltro ricordata nelle motivazioni, permette di accelerare e allargare l'attuazione degli obiettivi definiti dal legislatore comunitario a misure di competenza delle parti riconosciute in tale ambito.

In questa prospettiva, viene abilitato un metodo per ottemperare alle norme lasciando autonomia agli Stati membri nel provvederne secondo le proprie fonti di diritto, fermi restando gli obblighi che incombono agli stessi Stati membri in virtù del trattato.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 395
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione **nei settori coordinati dalla presente direttiva**. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. **Nell'ambito del recepimento e dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva** gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione **e autoregolamentazione**. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati **nel rispettivo Stato membro** dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Or. de

Motivazione

Das Instrument der Selbstregulierung, das sich bisher in zahlreichen Fällen als effektiv erwiesen hat, ist ausdrücklich in Art. 3 Absatz 3 der Richtlinie aufzunehmen. Unbeschadet dessen muss die staatliche Letztverantwortung erhalten bleiben, so dass dem Staat beim Fehlgehen dieses alternativen Regelungsmechanismus ein Eingriffsrecht zusteht. Gleichzeitig sollte den jeweiligen Mitgliedstaat bei der Ausgestaltung ein gewisses Maß an Flexibilität verbleiben, um den Erhalt der existierenden gut funktionierenden Systeme zu gewährleisten.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 396
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione **nei settori coordinati dalla presente direttiva**. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di **autoregolamentazione e di coregolamentazione per le comunicazioni commerciali audiovisive**. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Or. en

Motivazione

Excluding self-regulatory systems from the article would effectively sideline a vast number of those self-regulatory organisations that have been operating effectively at national level for many years. It is essential that those systems, classified either as self- or co-regulatory depending on which definition is used, are encouraged on the basis of their effectiveness and not marginalized on grounds of narrow definitions.

Emendamento presentato da Bernat Joan i Mari

Emendamento 397

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione ***nei settori coordinati dalla presente direttiva***. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme."

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi ***di autoregolamentazione e di coregolamentazione in materia di comunicazioni commerciali audiovisive***. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme."

Or. es

Motivazione

È necessario rafforzare i regimi di autoregolamentazione pubblicitaria per fornire al consumatore un valido strumento di tutela.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 398

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme."

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione ***e di autoregolamentazione*** nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme."

Motivazione

Anche l'autoregolamentazione contribuisce a realizzare e a consolidare gli obiettivi stabiliti nella direttiva.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 399
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri **incoraggiano** i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. Gli Stati membri **possono incoraggiare** i regimi di **autoregolamentazione e** coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Or. de

Motivazione

Wegen der Bedeutung und Effektivität der Selbstregulierung in zahlreichen Bereichen sollte sie in Artikel 3 der Richtlinie als gleichberechtigtes Instrument neben Co-Regulierung aufgenommen werden. Die Bestimmung soll den Mitgliedsstaaten erweiterte Möglichkeiten bei der Umsetzung der Richtlinie verschaffen und keine neue Rechtspflicht auferlegen.

Emendamento presentato da Sarah Ludford

Emendamento 400
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione **e di autoregolamentazione** nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Motivazione

Self-regulation is an effective means of consumer protection and should be explicitly recognised in this Directive.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 401
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

3. *Ai fini del conseguimento dell'obiettivo di cui al paragrafo 2*, Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione ***e/o di autoregolamentazione*** nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.

Motivazione

Both co-regulatory and self-regulatory regimes are effective ways of implementing and enforcing the objectives of the directive.

Emendamento presentato da Catherine Trautmann e Henri Weber

Emendamento 402
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi ***sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai*** principali soggetti ***interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.***

3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi ***devono costituire un quadro legislativo affidabile e chiaro quanto alle responsabilità e possibilità di azione dei*** principali soggetti.

Motivazione

Les instruments de corégulation et d'autorégulation doivent être utilisés de façon complémentaire pour une mise en œuvre efficace de la présente directive.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 403

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 3 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

3 bis. Rapporto con le altre disposizioni del diritto comunitario

Se le disposizioni della presente direttiva entrano in conflitto con una disposizione di un altro atto comunitario che regola gli aspetti relativi all'accesso a un'attività di servizi di media audiovisivi o al suo esercizio, prevalgono le disposizioni della presente direttiva.

Or. fr

Motivazione

La relation entre la proposition de directive sur les services de média audiovisuel et d'autres actes communautaires n'a pas été clarifiée dans ladite proposition. Aussi, en cas de conflit entre les dispositions de la proposition de directive sur les services de média audiovisuel et d'autres actes communautaires, une incertitude demeure quant à la primauté des dispositions de cette directive sur une disposition d'un autre acte communautaire.

Pour plus de sécurité juridique, nous proposons que soit insérée dans la directive sur les services de média audiovisuel, une nouvelle disposition afin d'assurer que cette directive prévaut en cas de conflit avec un autre acte communautaire.

Emendamento presentato da Thomas Wise

Emendamento 404

ARTICOLO 1, PUNTO 5

Articolo 3, paragrafo 3 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

3 bis. Tenuto conto che i servizi di media audiovisivi registrano un'avanzata tecnologica su varie piattaforme a tal punto che la presente direttiva deve essere

tecnologicamente neutrale per rimanere applicabile nel lungo periodo, e che la diversità culturale degli Stati membri rende estremamente difficile applicare norme armonizzate, è chiaro che l'autoregolamentazione è la migliore opzione per i servizi di media audiovisivi. A tal fine la presente direttiva è unicamente da considerarsi come una serie di orientamenti e si applica a livello degli Stati membri.

Or. en

Motivazione

The speed of technological change makes a technology neutral directive necessary if this directive is not to be quickly outdated. Moreover over regulation will stifle the industry. Pro-active self regulation by the Audio Visual Media Industry in keeping with the cultural diversity of the member states in which they operate is therefore the best achievable option.

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Monica Frassoni

Emendamento 405
ARTICOLO 1, PUNTO 5 BIS
Articolo 3 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

È inserito il seguente articolo:

"Articolo 3 bis

1. Ogni Stato membro può adottare misure, conformemente al diritto comunitario, per garantire che i fornitori di servizi di media soggetti alla sua giurisdizione non ritrasmettano in forma esclusiva avvenimenti che tale Stato membro reputa di grande importanza per la società in modo tale da privare una parte importante del pubblico di detto Stato membro della possibilità di seguire tali avvenimenti, in diretta o in differita, su un servizio di media audiovisivo gratuito. Qualora adotti tali misure, lo Stato membro in questione stabilisce un elenco di avvenimenti, nazionali o non nazionali, che ritiene di grande importanza per la società e lo fa in

modo chiaro e trasparente, a tempo debito e quando opportuno, stabilendo inoltre se detti avvenimenti debbano essere trasmessi integralmente o parzialmente in diretta oppure, ove necessario o opportuno per motivi oggettivi di interesse pubblico, integralmente o parzialmente in differita.

2. Gli Stati membri notificano immediatamente alla Commissione le misure adottate o da adottarsi conformemente al paragrafo 1. Entro tre mesi dalla notifica, la Commissione verifica che tali misure siano compatibili con il diritto comunitario e le comunica agli altri Stati membri. Essa chiede al comitato istituito a norma dell'articolo 23 bis di esprimere un parere. Essa pubblica immediatamente le misure adottate nella Gazzetta ufficiale delle Comunità europee e pubblica, almeno una volta all'anno, un elenco consolidato delle misure adottate dagli Stati membri.

3. Nell'ambito della loro legislazione, gli Stati membri provvedono, mediante mezzi appropriati, a che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione non esercitino i diritti esclusivi acquistati successivamente alla data di pubblicazione della presente direttiva in modo tale da privare una parte importante del pubblico di un altro Stato membro della possibilità di seguire gli avvenimenti designati da tale Stato membro conformemente ai precedenti paragrafi come suscettibili di essere trasmessi integralmente o parzialmente in diretta oppure, ove necessario o opportuno per motivi oggettivi di interesse pubblico, integralmente o parzialmente in differita su servizi di media gratuiti, come stabilito da tale altro Stato membro conformemente al paragrafo 1."

Or. en

Motivazione

The list of designated events, national or non-national, which can be defined by the member

states as events of major importance for the society and can thereby protected from being broadcast through a pay TV service is limited to television so far. But in future those rights could also be purchased by telecom operators for their own networks - as we can see in Germany with a part of the football rights being acquired by the Deutsche Telekom - so that this important consumer protection should be extended to all audiovisual media services.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 406

ARTICOLO 1, PUNTO 5 BIS (nuovo)

Articolo 3 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

1. Ogni Stato membro può adottare misure, conformemente al diritto comunitario, per garantire che gli organismi di radiodiffusione televisiva soggetti alla sua giurisdizione non ritrasmettano in forma esclusiva eventi che tale Stato membro ritiene di grande importanza per la società, cosicché una parte importante del pubblico di detto Stato membro è privata della possibilità di seguire tali eventi, in diretta o in differita, alla televisione di libero accesso. Si considera che vi sia ricezione di libero accesso quando oltre il 95% degli utenti di ciascuno Stato membro possono ricevere direttamente e gratuitamente il segnale senza necessità di installare alcun dispositivo nelle rispettive abitazioni né di effettuare modifiche supplementari alle infrastrutture di cui dispongono gli immobili in cui risiedono. Se adotta tali misure, lo Stato membro in questione stabilisce un elenco di eventi, nazionali o non nazionali, che stima di grande importanza per la società, e ciò in maniera chiara e trasparente, a tempo debito e quando opportuno. Nel farlo, lo Stato membro stabilisce inoltre se detti eventi devono essere trasmessi integralmente o parzialmente in diretta oppure, se necessario e opportuno per ragioni oggettive di interesse pubblico, integralmente o parzialmente in differita.

Or. es

Motivazione

È necessario definire il concetto di televisione di libero accesso, il quale implica il rispetto di due condizioni: la gratuità del servizio (non essere tenuti a pagare per accedervi) e il fatto che qualunque cittadino (in una percentuale quanto più vicina possibile al 100%) possa godere di tale servizio.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 407

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione. **soppresso**

Or. en

Motivazione

The existing news access framework in the European Union, consisting of the EU Copyright Directive (2001/29/EC) and adherence to the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, together with codes of conduct, contractual arrangements and the 1991 Council of Europe Recommendation (No. R (91) 5), effectively guarantee access through a plurality of sources to news on events where exclusive rights are acquired. This framework already establishes that access shall be on fair, reasonable and non-discriminatory terms taking due account of exclusive rights. Any new exemption for short extracts would require an amendment to Directive 2001/29/EC.

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Jean-Luc Bennahmias

Emendamento 408

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri ***1. Gli Stati membri adottano tutte le necessarie misure volte garantire che le emittenti in possesso di una licenza valida***

Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

soggette alla loro giurisdizione e quelle stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione, e ricevano una congrua remunerazione.

Or. en

Motivazione

The proposal by the European Commission on the right of short reporting does not guarantee fully access by citizens to this information on events of importance to society.

Emendamento presentato da Henri Weber e Catherine Trautmann

Emendamento 409

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1(direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano **private** dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. In virtù del principio del libero accesso all'informazione, figurante in particolare all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali, e fatti salvi gli accordi contrattuali esistenti tra gli organismi di radiodiffusione, gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri e i loro intermediari, allorché agiscono per conto di queste ultime, non siano privati dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. fr

Motivazione

Pour ne pas créer de confusion, il est nécessaire de préciser dans l'article que les intermédiaires ont le droit d'accès au signal lorsqu'ils agissent pour le compte des radiodiffuseurs pour une manifestation donnée.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 410
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1(direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. **Fatti salvi altri accordi contrattuali fra gli organismi di radiodiffusione interessati**, gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. fr

Motivazione

Il convient de préciser que les engagements contractuels existants doivent être respectés.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 411
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1(direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. **Fatti salvi altri accordi contrattuali fra gli organismi di radiodiffusione interessati**, gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. fr

Motivazione

Le droit d'utiliser de courts extraits dans les programmes d'information générale, est soumis

à des règles différentes selon les Etats membres. Il convient de ne pas vouloir les harmoniser au risque d'empêcher l'application de certaines règles nationales parfaitement adaptées au marché en question.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 412

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. *Gli* Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. ***Fatti salvi gli altri accordi contrattuali tra le emittenti televisive interessate, gli*** Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ***a filmati tratti dal segnale dell'emittente e relativi*** ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Tali brevi estratti:

- non superano i 90 secondi;

- non sono trasmessi prima della fine dell'avvenimento;

- non sono trasmessi oltre 36 ore dopo l'avvenimento;

- non sono utilizzati per creare un archivio pubblico;

- non omettono il logo o altro elemento identificatore dell'emittente il cui segnale è utilizzato; o

- non sono utilizzati in servizi non lineari.

Or. en

Motivazione

Clarifies which are the conditions under which this right is granted, always subject to contractual obligations between the parties if they exist. It is to be noted that payment is not made compulsory, since in many cases this would mean to make compulsory the payment for services that are now provided for free.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 413
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. *Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico* trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. *Fatti salvi eventuali altri accordi contrattuali conclusi tra i corrispondenti organismi di radiodiffusione televisiva, gli Stati membri vigilano affinché, nell'ambito della trasmissione di brevi estratti di attualità programmati nel quadro del servizio informativo lineare, gli organismi di radiodiffusione televisiva legalmente autorizzati e stabiliti in altri Stati membri non si vedano privati dell'accesso a determinate sequenze filmate di eventi molto importanti di grande interesse generale* trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione, *pur sempre in modo ragionevole e non discriminatorio.*

Or. es

Motivazione

Al fine di evitare problemi di sicurezza, pianificazione e capacità, occorre ammettere che i notiziari brevi possano essere estratti dal segnale di trasmissione degli organismi di radiodiffusione.

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 414
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti ***in possesso di una licenza valida*** stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione. ***L'accesso a tali brevi estratti***

dell'attualità può considerarsi come facente parte del diritto del pubblico di avere accesso alle informazioni e della libertà di stampa e non è soggetto a obblighi contrattuali di natura commerciale. Per tale motivo tale accesso non è soggetto ad alcun pagamento.

Or. en

Motivazione

Clarifies that existing contractual obligations must be compatible with the fundamental right of the public to access information and with the freedom of the media, which must not be submitted to commercial considerations.

Emendamento presentato da Hannu Takkula

Emendamento 415

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. ***Fatti salvi gli altri accordi contrattuali conclusi tra le emittenti interessate***, gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti ***in possesso di regolare licenza*** stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. en

Motivazione

The right of short reporting is traditionally practiced through bilateral agreements and it should be acknowledged in the wording of the directive. Giving free access to a broadcaster's signal causes significant problems with regards to copyrights and infringes the broadcasters' and/or rights holders property rights. Indeed, the broadcaster is not necessarily the right holder for broadcasting rights in other European Member states, thus the infringement takes place twice: i) first, against the broadcaster that has produced the signal which holds a commercial value and ii) against the legitimate right holder, i.e. the clubs, associations or right agencies. As Member States have chosen different approaches for the right of

information, the AMS Directive should include a neutral clause, leaving it to the MS to choose the legal instrument when transposing the Directive in national law.

Emendamento presentato da Marianne Mikko

Emendamento 416

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. ***Fatti salvi gli altri accordi contrattuali conclusi tra le emittenti televisive interessate***, gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti ***in possesso di regolare licenza*** stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie ***e contro adeguato pagamento***, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. en

Motivazione

Provides legal certainty for agreements already concluded. Introduces the idea of due licensing to stop "pirate" broadcasters from building up business based on short extracts. Stipulates that the size of the payment for short extracts should not unduly disadvantage neither side of the transaction.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 417

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. ***Gli Stati membri provvedono a*** che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente

1. ***Ciascuno Stato membro garantisce*** che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente

soggetta alla loro giurisdizione.

soggetta alla loro giurisdizione.

Or. de

Motivazione

Das Kurzberichterstattungsrecht muss über den im Kommissionsvorschlag angelegten nicht-diskriminierenden Charakter hinausgehen und sollte als gemeinschaftsweites Recht für alle Mitgliedstaaten der Europäischen Union gleichermaßen gelten. Diese Ausgestaltung dient der Gewährleistung eines grenzüberschreitenden Informationsflusses, der Förderung des Pluralismus und trägt darüber hinaus der Freiheit der Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit Rechnung, die in Art. 11 der Charta der Grundrechte verankert sind.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 418

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione. ***Il breve estratto dell'attualità deve essere trasmesso in un'unica soluzione e non può avere una durata superiore a 90 secondi.***

Or. de

Motivazione

Wenn man die Art des Ausschnitts nicht genau definiert, könnten sie missbräuchlich verwendet werden - etwa auf mehrere 10 Sekunden Ausschnitte aufgeteilt als Bestandteil einer Sendung mit Magazincharakter - was nicht der eigentliche Sinn von Kurzberichterstattung ist.

Emendamento presentato da Manolis Mavrommatis

Emendamento 419

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 1(direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità **anche per le esigenze di trasmissioni paneuropee**, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. fr

Motivazione

Il serait important de préciser que la radiodiffusion "paneuropéenne" de courts extraits d'actualité va favoriser un véritable droit paneuropéen à l'information.

Emendamento presentato da Mary Honeyball

Emendamento 420
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. **Fatti salvi gli altri accordi contrattuali conclusi tra le emittenti televisive interessate**, gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità **all'interno di notiziari generali basati su un palinsesto**, le emittenti **in possesso di licenza valida** stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

Or. en

Motivazione

The current practice of providing short extracts for use in scheduled general news bulletins free of charge should continue in line with the right of the public to information. It is important to avoid commercial abuses that would lead to the creation of a secondary market for news.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 421
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione, *o a che*

Or. de

Motivazione

Das Recht auf Kurzberichterstattung muss so ausgestaltet werden, dass es die Rechteinhaber minimal in Ihren Rechten beschneidet. Dazu gehört auch die Wahlmöglichkeit zwischen Sendesignal und Zugang und ein angemessenes Entgelt.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 422
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

1 bis. Gli Stati membri possono proporre che taluni eventi di particolare rilevanza sociale, non compresi nell'elenco di cui all'articolo 3 bis, non siano trasmessi in esclusiva dalle emittenti televisive soggette alla propria giurisdizione, qualora lo richiedano esigenze di grande importanza, imprevedibili anche per ragioni temporali. Tali richieste sono sottoposte a una procedura di verifica accelerata, sul modello di quella definita all'articolo 3 bis, secondo comma.

Or. it

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 423
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte. *soppresso*

Or. en

Motivazione

The existing news access framework in the European Union, consisting of the EU Copyright Directive (2001/29/EC) and adherence to the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, together with codes of conduct, contractual arrangements and the 1991 Council of Europe Recommendation (No. R (91) 5), effectively guarantee access through a plurality of sources to news on events where exclusive rights are acquired. This framework already establishes that access shall be on fair, reasonable and non-discriminatory terms taking due account of exclusive rights. Any new exemption for short extracts would require an amendment to Directive 2001/29/EC.

Emendamento presentato da Hannu Takkula

Emendamento 424
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte. *soppresso*

Or. en

Motivazione

The right of short reporting is traditionally practiced through bilateral agreements and it should be acknowledged in the wording of the directive. Giving free access to a broadcaster's signal causes significant problems with regards to copyrights and infringes the broadcasters' and/or rights holders property rights. Indeed, the broadcaster is not necessarily the right

holder for broadcasting rights in other European Member states, thus the infringement takes place twice: i) first, against the broadcaster that has produced the signal which holds a commercial value and ii) against the legitimate right holder, i.e. the clubs, associations or right agencies. As Member States have chosen different approaches for the right of information, the AMS Directive should include a neutral clause, leaving it to the MS to choose the legal instrument when transposing the Directive in national law.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 425
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, **ma** hanno l'obbligo di **indicare** almeno la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente **di trasmettere** brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione **e** hanno l'obbligo di **indicare** almeno la fonte.

Or. it

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Jean-Luc Bennahmias

Emendamento 426
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, **o possono esse stesse ottenere l'accesso all'avvenimento a fini di trasmissione in conformità della normativa dello Stato membro interessato.**

Or. en

Motivazione

Access to the event itself can also be an important alternative for getting the material needed for the right of short reporting.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 427

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare ***in modo visibile nella trasmissione*** almeno la fonte. ***La trasmissione deve avvenire dopo la conclusione dell'evento ed entro 24 ore. Trascorso questo termine l'estratto non può più essere proposto, mostrato e rimaneggiato.***

Or. de

Motivazione

Da es sich hier um Höhepunkte eines gesellschaftlich relevanten Ereignisses handelt, muss die Verwendung der kurzen Auszüge genau definiert und reguliert werden.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 428

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare ***almeno*** la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare la fonte.

Or. fr

Motivazione

Amélioration nécessaire pour faciliter la traduction et éviter une harmonisation des points de détail qui sont réglés différemment d'un pays à l'autre.

Emendamento presentato da Hanna Foltyn-Kubicka

Emendamento 429
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire *dal segnale* dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire *dai programmi* dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte. *Esse possono scegliere liberamente più estratti di un determinato programma.*

Or. pl

Motivazione

Wychodząc naprzeciw projektowi sprawozdania w którym znalazła się poprawka dotycząca zdefiniowania pojęcia programu, należy stwierdzić, że w takim stanie rzeczy jest ono bardziej adekwatne w proponowanym przepisie niż pojęcie sygnału. Konieczne wydaje się również doprecyzowanie, że wybór krótkiej relacji może być czynnością wielokrotną, co przy zastosowaniu wyłącznie słowa „wybierane” może spowodować znaczne rozbieżności interpretacyjne.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 430
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente *brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.*

2. Le emittenti *soggette agli obblighi di cui al presente articolo* possono scegliere liberamente *di consentire l'accesso al loro segnale di trasmissione o di concedere l'accesso all'avvenimento a fini di trasmissione, in conformità della normativa dello Stato membro interessato.*

Or. en

Motivazione

Access is an option for host broadcasters, and in any case it is subject to national law.

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 431
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ***o possono esse stesse ottenere l'accesso all'avvenimento a fini di trasmissione.***

Or. en

Motivazione

Right of access for the purpose of short news report to be granted as a fundamental right concerning freedom of the media and public right to access information.

Emendamento presentato da Emine Bozkurt

Emendamento 432
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente ***brevi*** estratti ***dell'***attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente estratti ***per brevi notizie di*** attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

Or. en

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 433
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ***ma hanno*** l'obbligo di indicare

2. Le emittenti possono ***o*** scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ***fermo restando*** l'obbligo di indicare almeno la fonte ***ovvero, e solo se***

almeno la fonte.

ciò è previsto dalla legislazione dello Stato membro, accedere essi stessi all'evento in vista della trasmissione.

Or. fr

Motivazione

Le droit d'accès à l'évènement doit être conforme aux législations nationales respectives.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 434
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, **ma hanno l'obbligo di** indicare **almeno** la fonte.

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione. **Qualora un'emittente si avvalga del diritto di utilizzare brevi estratti dell'attualità, deve versare al titolare del diritto esclusivo un adeguato compenso e** indicare la fonte.

Or. de

Motivazione

Es sollte verdeutlicht werden, dass der Fernsehveranstalter an den Rechteinhaber, dessen Rechtsposition beeinträchtigt wird, einen angemessenen Ausgleich erstatten muss. Die Streichung des Kurzberichterstattungsrechts für Vermittler ist notwendig, um auszuschließen, dass es zu einer wirtschaftlichen Ausnutzung dieses Rechts kommt.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 435
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, **ma hanno l'obbligo di**

2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, **ma deve essere indicata** la

indicare almeno la fonte.

fonte.

Or. de

Motivazione

Das Recht auf Kurzberichterstattung muss so ausgestaltet werden, dass es die Rechteinhaber minimal in Ihren Rechten beschneidet. Dazu gehört auch die Wahlmöglichkeit zwischen Sendesignal und Zugang und ein angemessenes Entgelt.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 436

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. Le disposizioni del presente articolo si applicano fatto salvo l'obbligo degli organismi di radiodiffusione televisiva di osservare le disposizioni in materia di diritti di proprietà intellettuale dello Stato membro in cui sono stabiliti, comprese quelle della direttiva 2001/29/CE e/o della Convenzione di Berna, e non incidono su tale obbligo.

Or. es

Motivazione

Al fine di evitare problemi di sicurezza, pianificazione e capacità, occorre ammettere che i notiziari brevi possano essere estratti dal segnale di trasmissione degli organismi di radiodiffusione.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 437

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. Le disposizioni del presente articolo si applicano fatto salvo l'obbligo per i vari organismi di radiodiffusione televisiva di rispettare le disposizioni sul diritto d'autore in vigore, comprese quelle della direttiva

**2001/29/CE e/o della Convenzione di
Berna, e non hanno alcuna incidenza su
tale obbligo.**

Or. fr

Motivazione

Il convient de préciser que la directive ne modifie pas les obligations existantes en matière de droits d'auteur.

Emendamento presentato da Ruth Hieronymi

Emendamento 438
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. Le disposizioni del presente articolo si applicano a prescindere dall'obbligo della singola emittente di rispettare le disposizioni in materia di diritti d'autore, compresa la direttiva 2001/29/CE e/o la Convenzione di Roma, e non pregiudicano tale obbligo.

Or. de

Motivazione

Klarstellung, dass die bestehenden urheberrechtlichen Verpflichtungen durch die Richtlinie nicht verändert werden.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 439
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. Le disposizioni del presente articolo si applicano senza pregiudizio dell'obbligo delle singoli emittenti di rispettare la normativa dello Stato membro di stabilimento sul diritto di autore, compresa la direttiva 2001/29/CE e/o la Convenzione

di Roma, e non incidono su tale obbligo.

Or. en

Motivazione

Clarifies that the existing obligations of copyright law are not affected by the directive.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 440

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. La trasmissione di brevi estratti dell'attualità può avvenire solo dietro pagamento di un adeguato compenso e i diritti d'autore devono essere rispettati.

Or. de

Motivazione

Das Recht auf Kurzberichterstattung muss so ausgestaltet werden, dass es die Rechteinhaber minimal in Ihren Rechten beschneidet. Dazu gehört auch die Wahlmöglichkeit zwischen Sendesignal und Zugang und ein angemessenes Entgelt.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 441

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quater (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Gli Stati membri assicurano, ***con mezzi appropriati***, che i fornitori di servizi di media audiovisivi ***lineari*** soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Or. en

Motivazione

Allows Member States the flexibility to use self- and co-regulation. The directive should only

apply to linear services.

Emendamento presentato da Luís Queiró

Emendamento 442
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quater (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi **lineari** soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Or. en

Motivazione

Linear audiovisual media service” means those that exercise editorial responsibility for the creation or aggregation of content for linear, i.e. TV-like, programming. The scope is technologically neutral as it covers all means of transmission. To extend the Directive beyond this activity would be premature given the very early stage of their development and the need not to harm European entrepreneurs relative to those around the world. Moreover even the partial expansion of - relatively strict - broadcast regulation to other media which can be offered by much more European citizens and should be ruled by the principles of freedom of opinion and of the press would risk to harm the necessary framework for a free and successful European information society.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 443
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quater, alinea (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un **indirizzo digitale di facile** accesso **dove si possa accedere in modo** facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Or. es

Motivazione

Per una semplice questione di economia di tempo, è consigliabile mettere a disposizione dell'utente le informazioni dettagliate attraverso un meccanismo che non allunghi inutilmente i titoli di testa e di coda.

Emendamento presentato da Hanna Foltyn-Kubicka

Emendamento 444
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quater, alinea (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto, **chiaro** e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Or. pl

Motivazione

Podanie informacji o nadawcy powinno być zrozumiałe dla odbiorców. Chodzi tu nie tylko o kwestie języka, ale również czytelności przekazu dotyczącego tych informacji. Zwrot „adres geograficzny” wydaje się za mało dokładny. Nazwy geograficzne nie ograniczają się tylko do nazw państw i miast, które w tej sytuacji mają największe znaczenie.

Emendamento presentato da Mary Honeyball

Emendamento 445
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quater (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Gli Stati membri assicurano, **con mezzi appropriati**, che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

Or. en

Motivazione

The language should be consistent and allow Member States flexibility to use co-regulation.

Emendamento presentato da Hanna Foltyn-Kubicka

Emendamento 446

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quater, lettera b) (direttiva 89/552/CEE)

(b) *l'indirizzo geografico* di stabilimento del fornitore di servizi di media;

(b) *il paese e il luogo* di stabilimento del fornitore di servizi di media;

Or. pl

Motivazione

Podanie informacji o nadawcy powinno być zrozumiałe dla odbiorców. Chodzi tu nie tylko o kwestie języka, ale również czytelności przekazu dotyczącego tych informacji. Zwrot „adres geograficzny” wydaje się za mało dokładny. Nazwy geograficzne nie ograniczają się tylko do nazw państw i miast, które w tej sytuacji mają największe znaczenie.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 447

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quater, lettera b) (direttiva 89/552/CEE)

(b) l'indirizzo geografico di stabilimento del fornitore di servizi di media;

(b) l'indirizzo geografico *e postale* di stabilimento del fornitore di servizi di media;

Or. en

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 448

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quater, lettera d) (direttiva 89/552/CEE)

(d) se del caso, *l'autorità di regolamentazione competente.*

(d) se del caso, *la pertinente* autorità di regolamentazione *o di supervisione.*

Motivazione

In some member states broadcasters (e.g. public ones) are not under the control of a regulatory authority but under certain supervisory measures.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 449

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quater, lettera d bis) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

(d bis) in mancanza di tali dati, lo Stato membro può bloccare il segnale di emissione.

Or. it

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 450

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori. ***Ciò riguarda in particolare programmi che contengono pornografia e violenza gratuita. La Commissione e gli Stati membri sono invitati ad incoraggiare le parti interessate dell'industria dei media a promuovere, quale ulteriore misura di tutela dei minori, un sistema comunitario di identificazione, valutazione e filtraggio. Gli Stati membri devono promuovere misure per consentire alle persone preposte alla sorveglianza migliori possibilità di controllo sui programmi che contengono***

violenza gratuita e pornografia.

Or. de

Motivazione

Angesichts der Tatsache, dass Minderjährige audiovisuelle Medienangebote in erheblichen Umfang nutzen und sich einen Großteil ihrer Zeit mit diesen beschäftigen, ist ein verstärkter Minderjährigenschutz notwendig. Daher sind gemeinschaftsweite Kennzeichnungs-, Bewertungs- und Filterungssysteme sowie die bessere Kontrollmöglichkeit der Aufsichtspersonen zu fördern.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 451

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori. ***Non si configura un danno grave secondo la precedente definizione se un fornitore di servizi di media audiovisivi, mediante strumenti tecnici o di altro tipo o grazie alla scelta del momento in cui il servizio è offerto, ottiene che i minori del gruppo di età in questione non siano in grado di fruire di tali servizi.***

Or. en

Motivazione

The new clause aims at ensuring a minimum of harmonisation regarding the technical requirements in the protection of minors throughout the Community. The proposal also puts in more concrete terms the requirements of the Commission proposal in connection to new technical methods of protection. The proposal neither impairs the competence of the Member States to determine which technical means shall be admissible nor their competence to determine the time in which an audiovisual media service may be disseminated.

Emendamento presentato da Thomas Wise

Emendamento 452
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere **gravemente** allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, **in particolare attraverso programmi contenenti scene pornografiche o di violenza gratuita oppure incitamenti alla violenza contro le donne e le fanciulle o all'intolleranza.**

Or. en

Motivazione

The protection of vulnerable groups should be thoroughly safeguarded by this directive.

Emendamento presentato da Manolis Mavrommatis

Emendamento 453
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, **e in particolare non comprendano programmi che contengono scene pornografiche o scene di violenza ingiustificata.**

Or. el

Motivazione

Είναι ουσιαστικής σημασίας η προστασία των ανηλίκων ιδίως από προγράμματα που μπορεί να βλάψουν σοβαρά τον ψυχισμό τους, την πνευματική και ηθική ανάπτυξή τους.

Emendamento presentato da Mario Mauro

Emendamento 454
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione **non abbiano contenuti o non inducano a comportamenti lesivi e** non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter **nuocere o** nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, **secondo quanto disciplinato dall'articolo 22.**

Or. it

Motivazione

È necessario prevedere misure legislative a livello dell'Unione europea per quanto concerne la protezione dei minori in relazione ai contenuti di tutti i servizi di media audiovisivi, adottando misure contro la diffusione di contenuti illeciti e proteggendo l'accesso dei minori ai programmi e ai servizi destinati agli adulti.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 455
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri **adottano le misure atte a garantire** che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri **garantiscono con mezzi adeguati** che i servizi di media audiovisivi **lineari** soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Or. en

Motivazione

Allows Member States the flexibility to use self- and co-regulation. This directive should only apply to linear services.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 456
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri **adottano le misure atte a garantire** che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri **garantiscono con mezzi adeguati** che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Or. en

Motivazione

The language should be consistent and allow Member States flexibility to use co-regulation.

Emendamento presentato da Mary Honeyball

Emendamento 457
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri **adottano le misure atte a garantire** che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri **garantiscono con mezzi adeguati** che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Or. en

Motivazione

The language should be consistent and allow Member States flexibility to use co-regulation.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 458
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale, morale e **sanitario** dei minori.

Or. de

Motivazione

Aus Rücksicht auf die enormen Kosten, die dem Staat durch Zivilisationskrankheiten wie Adipositas entstehen, sollte das Wort "gesundheitlich" hervorgehoben werden.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 459
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 quinquies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che ***i servizi di media audiovisivi soggetti*** alla loro giurisdizione non siano ***messi*** a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che ***le trasmissioni televisive soggette*** alla loro giurisdizione non siano ***messe*** a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

Or. de

Motivazione

Die Kulturen der Mitgliedsstaaten sind mit gutem Grund teilweise unterschiedlicher Auffassung darüber, wann eine Mediendarstellung bspw. zum zweiten Weltkrieg, zum Irakkrieg, über Gewalt oder Sexualität die sittliche Entwicklung Jugendlicher gefährdet. Deshalb führt die E-Commerce-Richtlinie zu einem pragmatischen und flexiblen System, bei dem in der Praxis jedes Medium die Jugendschutzregeln des Herkunftslandes beachten muss. Erst im (seltenen) Streitfall kann ein Empfangsland nach Art. 3 Abs. 4 ECRL im Interesse des Jugendschutzes oder der öffentlichen Ordnung seinen etwaigen abweichenden Standard zur Geltung bringen. Diese erfolgreiche Lösung verdient Vorzug vor der Einführung eines

bislang nicht existenten einheitlichen europäischen Mindeststandards. Eine europäische Harmonisierung scheint jedenfalls über den Bereich des Fernsehens hinaus nicht angezeigt. Die nicht-linearen audiovisuellen Medien werden von sehr viel mehr Europäern in der Inhaltsvielfalt der verschiedenen europäischen Kulturen angeboten. Alles andere als ein System nach Art der flexiblen und erfolgreichen E-Commerce-Directive würde diese wirkliche Pluralität der Meinungen europäischer Bürger gefährden.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 460
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

1. Sono proibite le trasmissioni o i servizi di media audiovisivi nonché le comunicazioni commerciali audiovisive che contengano ***qualsiasi forma di*** incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

2. Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che tale divieto sia applicato.

Or. it

Emendamento presentato da Thomas Wise

Emendamento 461
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione ***non*** contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione ***garantiscono il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona, non siano né direttamente né indirettamente discriminatori né*** contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o

etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale, **né trasmettano materiale che, considerato nel suo contesto, promuova o esalti la violenza contro le donne.**

Or. en

Motivazione

The protection of vulnerable groups should be thoroughly safeguarded by this directive.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 462
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale **o offendano altrimenti la dignità umana.**

Or. de

Motivazione

In Einklang mit der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, in der die Menschenwürde an erster Stelle als unantastbares oberstes Gebot aufgeführt wird, ist dieses elementare Schutzgut in den Katalog des Art. 3e aufzunehmen.

Emendamento presentato da Mario Mauro

Emendamento 463
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e

le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale ***o a comportamenti diretti a menomare la dignità umana anche attraverso la violenza, come stabilito dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.***

Or. it

Motivazione

L'esigenza di fondo risulta quella di mantenere il livello di protezione dei diritti fondamentali, a cominciare dalla dignità umana, garantiti dalla Carta di Nizza.

Emendamento presentato da Sarah Ludford

Emendamento 464

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i ***servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti*** dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

I. Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i ***programmi televisivi trasmessi*** dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Or. en

Motivazione

While sector-specific regulation in this area for television broadcasts is certainly appropriate, it is best to leave regulation of on-demand services regarding incitement to hatred on grounds other than racism to the general provisions of the law.

Emendamento presentato da Henri Weber

Emendamento 465
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale **e non arrechino pregiudizio né alla dignità né al rispetto della persona umana.**

Or. fr

Motivazione

La mention de la dignité humaine et du respect de la personne manque au texte proposé par la Commission.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 466
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che **i servizi di media audiovisivi** e le comunicazioni commerciali audiovisive **forniti** dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che **le trasmissioni televisive** e le comunicazioni commerciali audiovisive **che le accompagnano fornite** dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Or. de

Motivazione

In den verschiedenen Kulturen der Mitgliedsstaaten wird es mit gutem Grund teilweise unterschiedliche Auffassungen darüber geben, wann eine provokative politische

Auseinandersetzung oder sonstige Medienäußerung geschützt ist und wann sie zum Hass aus einem der genannten Kriterien aufstachelt. Eine europäische Harmonisierung scheint jedenfalls über den Bereich des Fernsehens hinaus nicht angezeigt. Nicht-lineare Mediendienste werden in sehr viel größerer inhaltlicher Vielfalt und Pluralität im Rahmen der unterschiedlichen Kulturen von sehr viel mehr europäischen Bürgern angeboten. Die E-Commerce-Richtlinie führt in Fragen öffentlicher Ordnung zu einem pragmatischen und flexiblen System, bei dem in der Praxis jedes Medium die Regeln des Herkunftslandes beachten muss. Erst im (seltenen) Streitfall kann ein Empfangsland nach Art. 3 Abs. 4 ECRL im Interesse der öffentlichen Ordnung seinen etwaigen abweichenden Standard zur Geltung bringen. Diese erfolgreiche Lösung verdient Vorzug vor der Einführung eines bislang nicht existenten einheitlichen europäischen Mindeststandards. Alles andere als ein System nach Art der flexiblen und erfolgreichen E-Commerce-Directive würde diese wirkliche Pluralität der Meinungen europäischer Bürger gefährden.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 467

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non **contengano** alcun incitamento all'odio **basato su differenze di** sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

1. Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non **comprendano** alcun incitamento all'odio **o alcuna discriminazione per motivi di** sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Or. en

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 468

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 sexies (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di

sexo, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

sexo, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale **e rispettivamente in generale la dignità umana.**

Or. de

Motivazione

Schutz der Menschenwürde ist von allgemeiner Bedeutung für die audiovisuellen Mediendienste. Muss in Zusammenhang mit Amendment 11 gesehen werden.

Emendamento presentato da Sarah Ludford

Emendamento 469

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 sexies, paragrafo 2 (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano con misure adeguate che i servizi su richiesta offerti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato sull'origine razziale o etnica.

Or. en

Motivazione

While sector-specific regulation in this area for television broadcasts is certainly appropriate, it is best to leave regulation of on-demand services regarding incitement to hatred on grounds other than racism to the general provisions of the law.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 470

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 sexies, paragrafo 2 (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2. A decorrere dal [giorno, mese, anno] gli Stati membri presentano ogni due anni alla Commissione una relazione nazionale sull'applicazione del presente articolo. Tale relazione riporta in particolare dei dati statistici sui progressi compiuti al fine di conseguire l'accessibilità ai sensi del

paragrafo 1, i motivi di un eventuale mancato progresso e le misure adottate o previste per realizzarlo.

La Commissione assicura l'applicazione del presente articolo conformemente alle disposizioni del Trattato.

Or. en

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 471

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 sexies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 sexies bis

Gli Stati membri non consentono la radiodiffusione televisiva di eventi che mostrano in modo specifico ed esplicito sofferenze di animali durante la programmazione televisiva per bambini, né in qualsiasi programma trasmesso tra le ore 6.00 e le ore 21.00.

Or. en

Motivazione

Children should be protected and spared from the broadcast of live events which include explicit suffering of animals.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 472

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

soppresso

Motivazione

Con la specializzazione dei servizi nascono canali tematici e l'era digitale comporta una maggiore diversificazione dei servizi lineari e non lineari, dinanzi alla quale la fissazione di quote risulta obsoleta. È l'interesse dell'utente, e non il legislatore, che deve dettare quale tipo di servizi i fornitori devono offrire.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 473

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri **assicurano che** i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione **promuovano**, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri **incoraggiano** i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione **a promuovere**, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

Or. en

Motivazione

With the greater diversity offered by more services, quota provisions are unnecessary. There are more effective ways of encouraging the production and broadcasting of European works.

Emendamento presentato da Helga Trüpel, Monica Frassoni e Jean-Luc Bennahmias

Emendamento 474

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, **lo sviluppo e** la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6. **Per quanto riguarda i servizi di media audiovisivi non lineari, il sostegno e la promozione potrebbero assumere la forma di un importo minimo proporzionale alla resa**

economica, oppure di una quota minima di opere europee e indipendenti nei cataloghi di "video su richiesta", o ancora di una presentazione attraente delle opere europee e indipendenti nelle guide elettroniche ai programmi.

Or. en

Motivazione

The proposed wording completes the promotion tasks of this article and to guarantee the promotion of European works in all media services it is necessary to make suggestions for the implementation also in the core text.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni e Donato Tommaso Veraldi

Emendamento 475

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ***ove possibile e*** con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, con i mezzi adeguati ***e rispettando la concorrenza tra i diversi mercati della distribuzione,*** la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6, ***per almeno il 50% delle opere trasmesse; tale quota è da intendersi su base giornaliera. Inoltre, su base settimanale, almeno il 40% del "prime time" deve essere occupato da opere europee.***

Or. it

Motivazione

È essenziale, a tal fine, che le disposizioni a sostegno delle opere europee siano formulate in maniera tale da garantire certezza del diritto e chiarezza negli obblighi imposti agli Stati membri e, di conseguenza, alle imprese interessate. L'attuale formulazione dell'articolo 3 septies, paragrafo 1 non è idonea a produrre effetti giuridici cogenti; nella misura in cui consente deroghe potenzialmente assolute, pregiudica il raggiungimento degli obiettivi prefissati in termini di promozione delle opere europee.

Emendamento presentato da Maria Badia I Cutchet

Emendamento 476
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ***ove possibile e*** con ***i*** mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, con mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6, ***riservando particolare attenzione alle opere europee originarie di un altro paese, in modo da tutelare e promuovere la diversità culturale e linguistica nonché contribuire a sviluppare la cittadinanza europea.***

Or. en

Motivazione

It is the Member States who can take measures in order to promote not only the broadcasting of European works of domestic origin, but also of European works of non-domestic origin. This could help to foster the cultural and linguistic diversity, and develop the European citizenship.

Emendamento presentato da Gyula Hegyi

Emendamento 477
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ***ove possibile e*** con ***i*** mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ***ove possibile e*** con ***i*** mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6, ***riservando particolare attenzione alle opere europee originarie di un altro paese.***

Or. en

Motivazione

It is the Member States, who can take measures in order to promote not only the broadcasting of European works of domestic origin, but also of European works of non-domestic origin.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 478

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione ***promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.***

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione ***non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti.***

Or. de

Motivazione

Eine gesonderte Förderung Europäischer Produktionen ist unnötig. Qualitative Produktionen der Europäer müssen in der Lage sein, sich im Wettbewerb durchzusetzen.

Emendamento presentato da Ruth Hieronymi

Emendamento 479

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati ***nonché nel rispetto della concorrenza tra le diverse piattaforme di distribuzione***, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

Or. de

Motivazione

Berücksichtigung der technologischen Entwicklung und des sich daraus ergebenden

Wettbewerbs auf den verschiedenen Distributionsplattformen.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 480
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, **e con la debita considerazione per la concorrenza tra i vari mezzi di distribuzione**, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

Or. en

Motivazione

Takes into account technological development and the resulting competition on the different distribution channels.

Emendamento presentato da Bernat Joan i Mari

Emendamento 481
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee **indipendenti** e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

Or. es

Motivazione

Il rafforzamento della produzione indipendente si è rivelato un valido strumento per porre fine all'atteggiamento monopolistico nella creazione di programmi e spazi televisivi.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 482

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6. ***Trattandosi di servizi non lineari, il sostegno potrebbe ad esempio assumere la forma di un importo minimo di investimento proporzionale al fatturato, di una quota minima di opere europee nei cataloghi dei "film su richiesta" o di una presentazione vantaggiosa di opere europee nelle guide elettroniche dei programmi.***

Or. fr

Motivazione

Il est nécessaire de préciser les principaux exemples de mesures que les Etats membres peuvent prendre pour atteindre l'objectif fixé par la première phrase. Cet ajout permet ainsi de favoriser la mise en œuvre de l'objectif, tout en maintenant la nécessaire flexibilité qui s'attache à cette mise en œuvre.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 483

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6. ***La promozione dei servizi non lineari può avvenire in particolare secondo le seguenti modalità: investimenti minimi nelle opere europee in proporzione al fatturato, quota minima di opere europee in seno ai cataloghi di "film su richiesta" e presentazione attraente delle opere europee***

nelle guide elettroniche dei programmi.

Or. fr

Motivazione

Les catalogues de films disponibles sur les services de contenu audiovisuel non linéaires devraient contenir une proportion raisonnable de contenu audiovisuel européen et assurer la promotion et la visibilité de cette offre à l'égard du public. D'autre par dans les services non linéaires, la liberté de l'accès aux programmes est conférée au public qui décide du moment et du type de programme qu'il souhaite regarder. A terme, les guides de programmes électroniques représenteront un outil incontournable de sélection des programmes. Dans ce contexte, il faut à tout prix envisager de préserver l'accès au contenu européen. Ainsi, les guides de programmes électroniques pourraient prévoir d'accorder une préférence à l'accès à des contenus européens.

Emendamento presentato da Henri Weber

Emendamento 484

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6. ***Trattandosi di servizi non lineari, tale promozione potrebbe avvenire in particolare secondo le seguenti modalità: investimenti minimi nelle produzioni europee in proporzione al fatturato, quota minima di produzioni europee in seno ai cataloghi di "film su richiesta" e presentazione attraente delle produzioni europee nelle guide elettroniche dei programmi.***

Or. fr

Motivazione

Le rapporteur décrit dans un considérant les principaux exemples de mesures que peuvent prendre les Etats membres pour atteindre l'objectif de diversité culturelle par la promotion des oeuvres européennes. Ce catalogue au caractère non limitatif et non contraignant dans la liste de mesures proposées, qui permet de favoriser sa mise en oeuvre, doit également figurer

dans le corps de la directive.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 485

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

1 bis. La promozione delle opere europee è attuata dai fornitori di servizi non lineari attraverso le seguenti misure: per assicurare l'effetto utile dell'articolo 3 septies, è necessario che siano previsti dispositivi concreti ed attuabili per la promozione dei contenuti europei. In particolare, oltre all'imposizione di investimenti minimi e proporzionati al fatturato dei fornitori, dovrebbe essere promossa l'integrazione delle opere europee nei cataloghi e l'utilizzo delle guide elettroniche come strumento per assicurare la visibilità delle medesime opere. Benché non tassativa, l'elencazione di misure a favore del cinema europeo potrà fornire un'utile guida agli Stati membri:

- investimenti minimi a favore delle opere europee in proporzione al fatturato realizzato da ciascun fornitore;***
- mantenimento di una proporzione minima di opere europee nei cataloghi dei servizi di "film su richiesta";***
- esposizione delle opere europee nelle guide elettroniche dei programmi con criteri e modalità che ne favoriscano la fruizione.***

Or. it

Motivazione

Per assicurare l'effetto utile dell'articolo 3 septies, è necessario che siano previsti dispositivi concreti ed attuabili per la promozione dei contenuti europei. In particolare, oltre all'imposizione di investimenti minimi e proporzionati al fatturato dei fornitori, dovrebbe

essere promossa l'integrazione delle opere europee nei cataloghi e l'utilizzo delle guide elettroniche come strumento per assicurare la visibilità delle medesime opere. Benché non tassativa, l'elencazione di misure a favore del cinema europeo potrà fornire un'utile guida agli Stati membri.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 486
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 septies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti. *soppresso*

Or. es

Motivazione

Con la specializzazione dei servizi nascono canali tematici e l'era digitale comporta una maggiore diversificazione dei servizi lineari e non lineari, dinanzi alla quale la fissazione di quote risulta obsoleta. È l'interesse dell'utente, e non il legislatore, che deve dettare quale tipo di servizi i fornitori devono offrire.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 487
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 septies, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro la fine del quarto anno dall'adozione della presente direttiva, e in seguito ogni tre anni, una relazione sull'attuazione delle misure di cui al paragrafo 1. *soppresso*

Or. es

Motivazione

Con la specializzazione dei servizi nascono canali tematici e l'era digitale comporta una maggiore diversificazione dei servizi lineari e non lineari, dinanzi alla quale la fissazione di

quote risulta obsoleta. È l'interesse dell'utente, e non il legislatore, che deve dettare quale tipo di servizi i fornitori devono offrire.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 488

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro la fine del quarto anno dall'adozione della presente direttiva, e in seguito ogni tre anni, una relazione sull'attuazione delle misure di cui al paragrafo 1.

3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro la fine del quarto anno dall'adozione della presente direttiva, e in seguito ogni tre anni, una relazione sull'attuazione delle misure di cui al paragrafo 1. ***Sulla base di tali informazioni, la Commissione sottopone al Parlamento europeo e al Consiglio ogni tre anni una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto delle evoluzioni commerciali e tecnologiche e dell'obiettivo della diversità culturale.***

Or. fr

Motivazione

Afin d'assurer un suivi effectif des mesures prises au titre du paragraphe 1 du présent article, il importe que les informations communiquées par les Etats membres fassent l'objet d'un rapport périodique de la Commission.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 489

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro la fine del quarto anno dall'adozione della presente direttiva, e in seguito ogni tre anni, ***una relazione sull'attuazione delle misure*** di cui al paragrafo 1.

3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro la fine del quarto anno dall'adozione della presente direttiva, e in seguito ogni tre anni, una relazione ***sulle modalità con cui si è tenuto conto della promozione*** di cui al paragrafo 1.

Or. de

Motivazione

Gemäß Abs. 1 steht den Mitgliedstaaten in Bezug auf die Ausgestaltung der Förderung, insbesondere hinsichtlich der Bestimmung des Umfangs und der Maßnahmen der Förderung ein Ermessensspielraum zu. Diese Flexibilität muss auch in Absatz 3 zum Ausdruck kommen.

Absatz 4 ist zu streichen, um dem grundsätzlichen Ziel des Bürokratieabbaus und der Deregulierung Rechnung zu tragen.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 490

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici. *soppresso*

Or. de

Motivazione

Entfällt konsekutiv zu vorhergehendem Änderungsantrag.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 491

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici. *soppresso*

Or. es

Motivazione

Con la specializzazione dei servizi nascono canali tematici e l'era digitale comporta una maggiore diversificazione dei servizi lineari e non lineari, dinanzi alla quale la fissazione di quote risulta obsoleta. È l'interesse dell'utente, e non il legislatore, che deve dettare quale tipo di servizi i fornitori devono offrire.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 492

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici.

4. Al massimo entro la fine del quinto anno a decorrere dall'adozione della presente direttiva, il Consiglio riesamina l'attuazione del presente articolo sulla base di una relazione della Commissione che formula, se del caso, proposte di adeguamento tenendo conto delle evoluzioni commerciali e tecnologiche e dell'obiettivo della diversità culturale, nonché sulla base di uno studio indipendente sull'impatto delle misure prese ai sensi del paragrafo 1.

Or. fr

Motivazione

Afin de veiller à la mise en œuvre effective du présent article, il convient de prévoir un système de réexamen de cet article qui s'inspire du dispositif actuellement en vigueur pour les services de radiodiffusion télévisuelle.

Emendamento presentato da Henri Weber

Emendamento 493

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri **e di uno studio indipendente**, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio **ogni tre anni** una relazione sull'applicazione del

dei progressi tecnologici.

paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici **e dell'obiettivo della diversità culturale.**

Or. fr

Motivazione

Le texte proposé par la Commission est trop vague, il convient de préciser, à la fois l'objet et les modalités du rapport d'application.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 494

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici.

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri **e di uno studio indipendente**, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio **ogni due anni** una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto **dell'obiettivo della diversità culturale e** degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici.

Or. fr

Motivazione

Il conviendrait d'améliorer les modalités de monitoring des mesures prises par les Etats membres au titre de la promotion des contenus sur les services en ligne. Pour cela une étude indépendante permettrait une collecte d'informations plus complète et permettrait le cas échéant à la Commission de proposer des améliorations au texte. Pour cela il est souhaitable que la Commission européenne présente au Parlement européen un rapport sur l'application du paragraphe 1 tous les deux ans.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 495

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. Sulla base delle informazioni comunicate

(4) **Ogni due anni**, sulla base delle

dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici.

informazioni comunicate dagli Stati membri **e di uno studio indipendente**, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli obiettivi perseguiti, degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici.

Or. it

Motivazione

La realizzazione di uno studio indipendente, oltre ad essere una garanzia di imparzialità, assicura uniformità nei criteri di valutazione dell'attività degli Stati membri. La relazione della Commissione dovrà comunque valutare i risultati della trasposizione della presente direttiva tenendo in considerazione anche il diverso livello di sviluppo dei servizi audiovisivi negli Stati membri ed il livello qualitativo e quantitativo della produzione di opere europee. In un mercato ad alto potenziale di sviluppo commerciale e tecnologico come quello dei servizi non lineari, un margine di tempo di due anni garantisce la possibilità di un monitoraggio sufficientemente tempestivo, che possa permettere un intervento efficace, ove necessario.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 496

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

4 bis. Al massimo entro la fine del quinto anno dall'adozione della presente direttiva, la Commissione presenta, se del caso, proposte di adeguamento dell'articolo 3 septies, paragrafo 1, tenendo conto dell'obiettivo della diversità culturale e degli sviluppi commerciali e tecnologici.

Or. fr

Motivazione

Le réexamen de cette disposition relative à la promotion du contenu européen en ligne à l'issue d'une période de cinq ans est nécessaire.

Emendamento presentato da Mario Mauro

Emendamento 497

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 septies, paragrafo 4 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

4 bis. In caso di mancata utilizzazione, per un lasso di tempo ragionevole, di un servizio di media audiovisivo o programma costituente opera europea, gli Stati membri possono prevedere una licenza d'uso temporanea a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie.

Or. it

Motivazione

Ai fini degli interessi generali di circolazione della cultura è opportuno rivitalizzare il circuito e l'utilizzazione delle opere europee (evitando accaparramenti monopolisti a scopo di protezione e alterazione della concorrenza).

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 498

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, alinea (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che le comunicazioni commerciali audiovisive ***fornite*** dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione rispettino le seguenti prescrizioni:

Gli Stati membri assicurano che le comunicazioni commerciali audiovisive ***effettuate nel quadro di programmi di media audiovisivi lineari trasmessi*** dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione rispettino le seguenti prescrizioni:

Or. en

Motivazione

Restricting the definition to linear audiovisual commercial communications will minimise scope for confusion with definitions of commercial communications in other EU legislation, such as the eCommerce Directive and Electronic Communications Data Protection Directive.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 499
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, alinea (direttiva 89/552/CEE)

Gli Stati membri assicurano che le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione rispettino le seguenti prescrizioni:

Gli Stati membri assicurano che le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione rispettino ***i principi stabiliti dalla Carta dei diritti fondamentali e segnatamente*** le seguenti prescrizioni:

Or. it

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 500
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera a) (direttiva 89/552/CEE)

(a) le comunicazioni commerciali devono essere chiaramente identificabili come tali; sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte;

(a) le comunicazioni commerciali devono essere chiaramente identificabili come tali ***ed essere nettamente distinte dal resto del programma, sia in termini temporali che in termini spaziali, con mezzi ottici e acustici***; sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte;

Or. fr

Motivazione

Le principe de stricte séparation de la publicité et du contenu éditorial est essentiel et nécessite une identification claire de la publicité par des moyens à la fois optiques et acoustiques.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 501
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera a) (direttiva 89/552/CEE)

(a) le comunicazioni commerciali devono

(a) le comunicazioni commerciali devono

essere chiaramente identificabili come tali;
sono proibite le comunicazioni commerciali
audiovisive occulte;

essere chiaramente identificabili come tali *ed
essere nettamente distinte dal resto del
programma, sia in termini temporali che in
termini spaziali, con mezzi ottici e acustici*;
sono proibite le comunicazioni commerciali
audiovisive occulte;

Or. fr

Motivazione

Le principe de stricte séparation de la publicité et du contenu éditorial est essentiel pour la protection du téléspectateur/consommateur, nécessitant une identification claire de la publicité par des moyens à la fois optiques et acoustiques.

Emendamento presentato da Maria Badia I Cutchet e Gyula Hegyi

Emendamento 502

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera a bis) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

***(a bis) le comunicazioni commerciali
audiovisive rispettano l'integrità e le
interruzioni naturali del programma
durante il quale sono trasmesse;***

Or. en

Motivazione

Most pieces of cultural works such as operas, theater plays are often broadcasted on television. In order to preserve the coherence of such works, it is of importance to adapt audiovisual commercial communications for the natural breaks of the programmes.

Emendamento presentato da Erna Hennicot-Schoepges

Emendamento 503

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera b) (direttiva 89/552/CEE)

(b) le comunicazioni commerciali
audiovisive non devono utilizzare tecniche
subliminali;

(b) le comunicazioni commerciali
audiovisive non devono utilizzare tecniche
subliminali. ***In tal senso il volume sonoro
delle sequenze pubblicitarie, nonché delle
immagini che le precedono e le seguono,***

non deve eccedere il volume sonoro medio del resto del programma. Ciò implica sia la responsabilità dei pubblicitari sia quella delle emittenti, che devono assicurarsi che i pubblicitari rispettino tale obbligo allorché forniscono i loro messaggi;

Or. fr

Motivazione

En général la moyenne des écarts publicité/programmes dépasse significativement le volume sonore moyen du reste du programme et ceci cause des désagréments et peut être considéré comme un moyen utilisé par les annonceurs pour attirer l'attention sur leurs produits ou services à l'insu des téléspectateurs.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 504

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) le comunicazione commerciali audiovisive non devono: ***soppresso***

(i) comportare discriminazioni basate su razza, sesso o nazionalità;

(ii) offendere convinzioni religiose o politiche;

(iii) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;

(iv) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

Or. en

Motivazione

These provisions risk harming freedom of expression unnecessarily. Sanction for unacceptable content should be left to the criminal law where appropriate eg inciting racial hatred.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 505

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) le comunicazione commerciali audiovisive non devono: **soppresso**

(i) comportare discriminazioni basate su razza, sesso o nazionalità;

(ii) offendere convinzioni religiose o politiche;

(iii) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;

(iv) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

Or. de

Motivazione

Es handelt sich um politische motivierte Beschränkungen voller Meinungsfreiheit, die im frequenzknappen Rundfunk gerechtfertigt werden konnten, aber nicht mehr zeitgemäß sind. Für Art. 3 g c) i gilt die Feststellung aus KOM 2003(657), S. 24, dass das Diskriminierungsverbot die Medienfreiheit nicht beeinträchtigen und deshalb nicht für Medien- und Werbeinhalte gelten darf. Art. 3 g c) ii) enthält eine massive Beschneidung der Meinungsfreiheit, da die Zulässigkeit der Kritik eines Predigers oder Politikers nicht von dessen Empfindlichkeit abhängen kann und eine Vielzahl typischer freier Meinungsäußerungen gerade durch dieses Gefühlsverletzungspotenzial gekennzeichnet sind. Auch Werbung kann politisch sein, wie die Benetton-Kampagnen gezeigt haben. Art. 3 g c) iii) und iv) sind zu diffus und zudem ebenfalls unangemessene Meinungsfreiheitsbeschränkungen. [Selbst wenn man für den Rundfunk an dieser Sonderregulierung festhalten will, muss jedenfalls jegliche Ausdehnung über den Rundfunk hinaus verhindert werden. Es muss dann einfach in Art. 3g c) in der Kommissionsfassung hinter „Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation“ eingefügt werden „in linearen audiovisuellen Mediendiensten“, so dass das Verbot entsprechend beschränkt wird.]

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 506

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c), punto –i) (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

(-i) offendere la dignità umana;

Or. de

Motivazione

Als überragendes elementares Schutzgut ist die Menschenwürde in den Katalog des Art. 3g (c) zu integrieren . Diese Erweiterung der zu schützenden Güter steht in Einklang mit Art. 1 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, in der die Menschenwürde an erster Stelle als unantastbares oberstes Gebot aufgeführt wird.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 507

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) le comunicazione commerciali audiovisive non devono:

(i) comportare discriminazioni basate su razza, sesso o nazionalità;

(ii) offendere convinzioni religiose o politiche;

(iii) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;

(iv) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

(c) le comunicazione commerciali audiovisive non devono:

(iii) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;

(iv) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

Or. de

Motivazione

Der von der Richtlinie vorgeschlagene Artikel 3e ist hinreichend, eine Wiederholung und eine Antidiskriminierungsvorschrift nicht notwendig.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 508

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c), punto i) (direttiva 89/552/CEE)

(i) **comportare** discriminazioni basate su

(i) **offendere a causa di** discriminazioni

razza, **sesso** o nazionalità;

basate su razza, **genere** o nazionalità;

Or. en

Motivazione

To ban adverts on grounds of discrimination is too broad and would be difficult to regulate.

Emendamento presentato da Henri Weber

Emendamento 509

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c), punto i) (direttiva 89/552/CEE)

(i) comportare discriminazioni basate **su**
razza, **sesso** o nazionalità;

(i) comportare discriminazioni basate **sul**
 sesso, sulla razza, **sull'origine etnica, sulla**
nazionalità, **sull'orientamento sessuale,**
 sull'età, sulla disabilità, **sulla religione,**
 sulle convinzioni; recare pregiudizio alla
 dignità e al rispetto della persona;

Or. fr

Motivazione

Il est nécessaire de compléter et de rationaliser la liste des discriminations interdites.

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Monica Frassoni

Emendamento 510

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera c), punto ii) (direttiva 89/552/CEE)

(ii) offendere convinzioni religiose o
 politiche;

soppresso

Or. en

Motivazione

There should be a common protection standard for all audiovisual media services and for the audiovisual commercial communication and therefore we propose this change to avoid further restrictions in comparison to the freedom of press related communication. Human dignity will remain the outstanding subject of protection.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 511
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera c), punto iv) (direttiva 89/552/CEE)

(iv) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

(iv) incoraggiare comportamenti **gravemente** pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

Or. en

Motivazione

This Commission's text is too far-reaching.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 512
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera d) (direttiva 89/552/CEE)

(d) è vietata qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva **e di televendita** avente per oggetto sigarette e altri prodotti a base di tabacco;

(d) è vietata qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva avente per oggetto sigarette e altri prodotti a base di tabacco;

Or. de

Motivazione

Teleshopping wird durch die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation mitumfasst, so dass eine eigenständige Erwähnung nicht notwendig ist.

Emendamento presentato da Carl Schlyter

Emendamento 513
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera e) (direttiva 89/552/CEE)

(e) **le comunicazioni commerciali**

(e) **è vietata qualsiasi forma di**

audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche **non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande;**

comunicazione commerciale audiovisiva per l'alcol e le bevande alcoliche;

Or. fr

Motivazione

La limitation de la publicité pour les boissons alcoolisées est insuffisantes au regard des risques que fait courir une consommation excessive d'alcool. Celle-ci peut entraîner une dépendance physique et psychique pouvant entraîner une détérioration grave de la santé (cirrhoses, augmentation des risques de maladies cardiovasculaires et neurologiques, cancers, ...). Chez les femmes enceintes, la consommation d'alcool entraîne des risques pour le fœtus. En France, le nombre de décès attribuables à l'alcool est de 45000 par an. (La fraction des décès attribuable à l'alcool atteint 27 % entre 45 et 65 ans chez les hommes et 9% chez les femmes. Parmi ces 45 000 décès, l'alcool est responsable de 16 000 décès par cancer, soit un décès par cancer sur 9 (dont un décès masculin sur 7). Dans la population de 45 à 64 ans, plus d'un décès par cancer sur 4 est attribuable à l'alcool chez les hommes. - Institut Gustave-Roussy 1995.)

Si le consommateur peut sans ambiguïté identifier le caractère commercial des publicités pour les produits alcoolisés, en revanche dans le cas du parrainage, la nature publicitaire est beaucoup moins explicite pour les téléspectateurs. C'est pourquoi, à l'instar du tabac, il est impératif que les publicités pour l'alcool soient interdites.

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 514

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera e) (direttiva 89/552/CEE)

(e) le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche **non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande;**

(e) è vietata qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva e di televendita avente per oggetto le bevande alcoliche;

Or. en

Motivazione

Alcohol-attributable disease, injury and violence is an economic burden to society in the health, welfare, employment and criminal justice sectors, with a total calculated tangible cost of €125bn in 2003. €59bn of these tangible costs due to alcohol result from lost production (absenteeism, unemployment and lost working years through premature mortality), and can

be an impediment to the competitiveness of Europe as envisaged by the Lisbon strategy.

Emendamento presentato da Maria Badia I Cutchet

Emendamento 515
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera e) (direttiva 89/552/CEE)

(e) le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande;

(e) le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande; ***gli Stati membri stabiliscono pertanto norme adeguate di programmazione per le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto bevande alcoliche, al fine di garantire la tutela dei minori;***

Or. en

Motivazione

As alcohol is not an ordinary commodity but a substance that can lead to both physical and psychological dependence, it is important for the the protection of minors that Member States establish appropriate scheduling for audiovisual commercial communication of alcoholic beverages, in order to avoid the exposure to alcohol cmmunication by minors.

Emendamento presentato da Marian Harkin

Emendamento 516
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera e) (direttiva 89/552/CEE)

(e) le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande;

(e) le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande; ***le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto bevande alcoliche non dovrebbero pertanto essere trasmesse tra le ore 6.00 e le ore 21.00;***

Or. en

Emendamento presentato da Ivo Belet

Emendamento 517

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera e bis) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

(e bis) sono vietate le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto medicinali e cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi audiovisivi;

Or. nl

Motivazione

Het verbod op geneesmiddelen en medische behandelingen die enkel op doktersvoorschrift verkrijgbaar zijn, moet ook gelden voor de niet-lineaire diensten.

Emendamento presentato da Manolis Mavrommatis

Emendamento 518

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera e bis) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

(e bis) le comunicazioni commerciali audiovisive che si rivolgono ai minori non devono contenere prodotti e bevande antigienici (alimenti con elevato contenuto di grassi, zucchero e sale);

Or. el

Motivazione

Η παχυσαρκία είναι ένα σοβαρό διατροφικό πρόβλημα που συναντάται πολύ συχνά στην παιδική και εφηβική ηλικία, λόγω της αλλαγής των ρυθμών ζωής στη σύγχρονη κοινωνία. Ο περιορισμός της διαφήμισης ανθυγιεινών προϊόντων θα συνέβαλλε στον περιορισμό του προβλήματος.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 519
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera f) (direttiva 89/552/CEE)

(f) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni. Non devono pertanto esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio sfruttando la loro inesperienza o credulità, né incoraggiarli a persuadere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati, né sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone, né mostrare senza motivo minori che si trovano in situazioni di pericolo.

(Non concerne la versione italiana)

Or. de

Motivazione

(Non concerne la versione italiana)

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 520
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera f) (direttiva 89/552/CEE)

(f) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni. Non devono pertanto esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio **sfruttando la loro inesperienza o credulità**, né incoraggiarli a persuadere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati, né sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone, né mostrare **senza motivo** minori che si trovano in situazioni di pericolo.

(f) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni. Non devono pertanto esortare **direttamente o indirettamente** i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, né incoraggiarli **direttamente o indirettamente** a persuadere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati, né sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone, né mostrare minori che si trovano in situazioni di pericolo, **a meno che ciò non sia giustificato da scopi di**

insegnamento o di formazione.

Gli Stati membri dovrebbero incoraggiare i fornitori di servizi di media audiovisivi ad elaborare un codice di condotta concernente i programmi per bambini che contengono o sono interrotti da pubblicità, sponsorizzazioni o qualunque forma di commercializzazione di cibi e bevande malsani e inadeguati, come quelli ad elevato contenuto di grassi, zuccheri e sale, e di bevande alcoliche.

Or. en

Motivazione

Media service providers should take a responsible attitude regarding children's welfare, which can be achieved via self-regulation.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 521

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera f) (direttiva 89/552/CEE)

(f) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni. ***Non devono pertanto esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio sfruttando la loro inesperienza o credulità, né incoraggiarli a persuadere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati, né sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone, né mostrare senza motivo*** minori che si trovano in situazioni di pericolo.

(f) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni né mostrare minori che si trovano in situazioni di pericolo.

Or. en

Motivazione

The wording should be changed for practical reasons. The definition is protective enough as it is.

Emendamento presentato da Helga Trüpel, Jean-Luc Bennahmias, Caroline Lucas, Carl Schlyter e Monica Frassoni

Emendamento 522
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera f bis) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

(f bis) i servizi di media audiovisivi per bambini non possono contenere alcuna forma di comunicazione commerciale audiovisiva o di televendita di cibi e bevande ad elevato contenuto di grassi, zuccheri e sale sulla base dei profili nutrizionali, conformemente ai principi elaborati nel regolamento sulle indicazioni nutrizionali e di salute.

Or. en

Motivazione

Obesity is growing alarmingly in Europe. The increase in child obesity is particularly worrying. There is scientific evidence that shows that the promotion of unhealthy foods to children over audiovisual media services is decisive in children's diet choices. There fore there should be no advertising of such food at least before, during and after children's programmes.

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 523
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 octies, lettera f bis) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

(f bis) Le comunicazioni commerciali audiovisive non devono mirare a richiamare l'attenzione dei bambini di età inferiore ai 12 anni e non devono comparire immediatamente prima o dopo un programma o parte di un programma rivolto principalmente ai bambini di età inferiore ai 12 anni;

Or. sv

Motivazione

Barn kan inte särskilja reklam från andra program. Barn kan inte jämföras med andra konsumenter då de saknar möjlighet att kritiskt bedöma budskapen i reklam.

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 524

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 octies, lettera f ter) (nuova) (direttiva 89/552/CEE)

(f ter) è vietata prima delle ore 21.00 qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva e di televendita avente per oggetto alimenti e bevande a elevato contenuto di grassi, zuccheri o sale sulla base dei profili nutrizionali, secondo i principi elaborati nel regolamento relativo alle indicazioni sulla salute.

Or. en

Motivazione

Tighter controls on the TV advertising of unhealthy food to children are necessary due to the harmful influence on children's food choices. As children watch television to a large extent outside typical children programmes, protection against commercial communications of unhealthy food and drinks to children can only be guaranteed if it covers the programs actually watched by the children. A pre-9pm watershed on advertisements - supported by the UK Food Standards Agency - seems adequate. This would offer a practical means of extending protection to older children on advertisements for products high in fat, salt or sugar. Unhealthy food can be identified based on nutrient profiles. The concept of nutrient profiles has already been developed in many Member States and is already being used by a number of food companies to provide a clear description of the nutritional content of food and to identify foods high in fat, saturated fat, salt or sugar to implement the regulation of advertising and promotion to children.

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 525

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo -1 (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

-1. Sono formalmente proibiti l'integrazione di prodotti e l'inserimento di

temi e prodotti.

Or. fr

Motivazione

Le placement de produits est contraire au principe de séparation de la publicité et du contenu éditorial. De par sa nature même, il crée pour le téléspectateur une confusion qui à la longue peut entraîner une perte de crédibilité générale des programmes. Aucune mesure d'encadrement n'est suffisante pour garantir au téléspectateur que le contenu éditorial n'a pas été influencé par des intérêts commerciaux. Les études disponibles montrent que le recours au placement de produits ne générerait pas de financements supplémentaires au bénéfice de la production européenne, mais provoquerait une simple réaffectation de budgets publicitaires consacrés aujourd'hui à d'autres formes de publicité. S'agissant du parrainage, il est recommandé d'encadrer davantage les références au parrain en cours d'émission en vue de prévenir toute prééminence induite de ses produits ou services.

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 526

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, alinea (direttiva 89/552/CEE)

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati **o contenenti inserimenti di prodotti** devono rispettare le seguenti prescrizioni:

2. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati devono rispettare le seguenti prescrizioni:

Or. fr

Motivazione

Le placement de produits est contraire au principe de séparation de la publicité et du contenu éditorial. De par sa nature même, il crée pour le téléspectateur une confusion qui à la longue peut entraîner une perte de crédibilité générale des programmes. Aucune mesure d'encadrement n'est suffisante pour garantir au téléspectateur que le contenu éditorial n'a pas été influencé par des intérêts commerciaux. Les études disponibles montrent que le recours au placement de produits ne générerait pas de financements supplémentaires au bénéfice de la production européenne, mais provoquerait une simple réaffectation de budgets publicitaires consacrés aujourd'hui à d'autres formes de publicité. S'agissant du parrainage, il est recommandé d'encadrer davantage les références au parrain en cours d'émission en vue de prévenir toute prééminence induite de ses produits ou services.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 527

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, alinea (direttiva 89/552/CEE)

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati o contenenti inserimenti di prodotti devono rispettare le seguenti prescrizioni:

1. I servizi di media audiovisivi **lineari** sponsorizzati o contenenti inserimenti di prodotti devono rispettare le seguenti prescrizioni:

Or. en

Motivazione

These restrictions are not appropriate for non-linear audiovisual services.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 528

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, alinea (direttiva 89/552/CEE)

1. ***I servizi di media audiovisivi*** sponsorizzati ***o contenenti inserimenti di prodotti*** devono rispettare le seguenti prescrizioni:

1. ***I programmi di radiodiffusione televisiva*** sponsorizzati devono rispettare le seguenti prescrizioni:

Or. en

Motivazione

Sponsorship and product placement restrictions should apply only to linear television services.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 529

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, alinea (direttiva 89/552/CEE)

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati ***o contenenti inserimenti di prodotti*** devono rispettare le seguenti prescrizioni:

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati devono rispettare le seguenti prescrizioni:

Motivazione

Le placement de produit peut représenter un risque pour la crédibilité des programmes et le respect des oeuvres télévisuelles. D'autre part les chaînes thématiques ou les radiodiffuseurs proposant des programmes majoritairement culturels ou d'information seront à terme défavorisés au regard du financement que représenterait le placement de produits. Par ailleurs, conformément au (d) de l'article 3 octies, la protection de la santé publique doit être tout autant garantie sur les services non linéaires que linéaires. Cette uniformisation s'inscrit dans la droite ligne de la directive 2003/33/CE du 26 mai 2003 relative à la publicité et au parrainage en faveur des produits du tabac. L'indication du parrainage pendant l'émission, sous une forme ponctuelle et discrète (par exemple l'apparition du logo du parrain au moment du rappel du score d'une épreuve sportive en cours) est une pratique courante qui n'interrompt le programme et sans confusion possible avec le contenu éditorial.

Emendamento presentato da Helga Trüpel, Jean-Luc Bennahmias e Carl Schlyter

Emendamento 530

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, alinea (direttiva 89/552/CEE)

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati o contenenti ***inserimenti di prodotti*** devono rispettare le seguenti prescrizioni:

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati o contenenti ***ausili alla produzione*** devono rispettare le seguenti prescrizioni:

Or. en

Motivazione

This change goes throughout the text.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 531

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, alinea (direttiva 89/552/CEE)

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati ***o contenenti inserimenti di prodotti*** devono rispettare le seguenti prescrizioni:

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati devono rispettare le seguenti prescrizioni:

Motivazione

Die Streichung aller Bestimmungen zum Product Placement und ihre Verlagerung in einen neuen Artikel 3i erfolgt, um die unterschiedliche Behandlung der verschiedenen Werbeformen klarer zu machen und einem Grunderfordernis jeglicher verständlichen Gesetzgebung nachzukommen.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 532

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera b)(direttiva 89/552/CEE)

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi; ***soppresso***

Motivazione

Prevents the use of promotional and discount offers, particularly considering the advancement of technology.

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 533

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera b) (direttiva 89/552/CEE)

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi; ***(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi o facendo riferimenti che non siano puntuali e discreti a tali prodotti o servizi durante la trasmissione;***

Motivazione

Le placement de produits est contraire au principe de séparation de la publicité et du contenu éditorial. De par sa nature même, il crée pour le téléspectateur une confusion qui à la longue peut entraîner une perte de crédibilité générale des programmes. Aucune mesure d'encadrement n'est suffisante pour garantir au téléspectateur que le contenu éditorial n'a pas été influencé par des intérêts commerciaux. Les études disponibles montrent que le recours au placement de produits ne générerait pas de financements supplémentaires au bénéfice de la production européenne, mais provoquerait une simple réaffectation de budgets publicitaires consacrés aujourd'hui à d'autres formes de publicité. S'agissant du parrainage, il est recommandé d'encadrer davantage les références au parrain en cours d'émission en vue de prévenir toute prééminence induite de ses produits ou services.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 534

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera b) (direttiva 89/552/CEE)

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi;

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi ***o facendo riferimenti che non siano puntuali e discreti a tali prodotti o servizi durante la trasmissione;***

Or. fr

Motivazione

Le placement de produit peut représenter un risque pour la crédibilité des programmes et le respect des oeuvres télévisuelles. D'autre part les chaînes thématiques ou les radiodiffuseurs proposant des programmes majoritairement culturels ou d'information seront à terme défavorisés au regard du financement que représenterait le placement de produits.

Par ailleurs, conformément au (d) de l'article 3 octies, la protection de la santé publique doit être tout autant garantie sur les services non linéaires que linéaires. Cette uniformisation s'inscrit dans la droite ligne de la directive 2003/33/CE du 26 mai 2003 relative à la publicité et au parrainage en faveur des produits du tabac.

L'indication du parrainage pendant l'émission, sous une forme ponctuelle et discrète (par exemple l'apparition du logo du parrain au moment du rappel du score d'une épreuve sportive en cours) est une pratique courante qui n'interrompt le programme et sans confusion possible avec le contenu éditorial.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 535
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera b) (direttiva 89/552/CEE)

(b) non devono incoraggiare ***direttamente*** all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi;

(b) non devono incoraggiare all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi;

Or. it

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 536
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione ***e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti***. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.***

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi.

Or. fr

Motivazione

Le placement de produits est contraire au principe de séparation de la publicité et du contenu éditorial. De par sa nature même, il crée pour le téléspectateur une confusion qui à la longue peut entraîner une perte de crédibilité générale des programmes. Aucune mesure d'encadrement n'est suffisante pour garantir au téléspectateur que le contenu éditorial n'a pas été influencé par des intérêts commerciaux. Les études disponibles montrent que le

recours au placement de produits ne générerait pas de financements supplémentaires au bénéfice de la production européenne, mais provoquerait une simple réaffectation de budgets publicitaires consacrés aujourd'hui à d'autres formes de publicité. S'agissant du parrainage, il est recommandé d'encadrer davantage les références au parrain en cours d'émission en vue de prévenir toute prééminence induite de ses produits ou services.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 537

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione *e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti*. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.***

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi.

Or. fr

Motivazione

Le placement de produit peut représenter un risque pour la crédibilité des programmes et le respect des oeuvres télévisuelles. D'autre part les chaînes thématiques ou les radiodiffuseurs proposant des programmes majoritairement culturels ou d'information seront à terme défavorisés au regard du financement que représenterait le placement de produits.

Par ailleurs, conformément au (d) de l'article 3 octies, la protection de la santé publique doit être tout autant garantie sur les services non linéaires que linéaires. Cette uniformisation s'inscrit dans la droite ligne de la directive 2003/33/CE du 26 mai 2003 relative à la publicité et au parrainage en faveur des produits du tabac.

L'indication du parrainage pendant l'émission, sous une forme ponctuelle et discrète (par exemple l'apparition du logo du parrain au moment du rappel du score d'une épreuve sportive en cours) est une pratique courante qui n'interrompt le programme et sans confusion possible avec le contenu éditorial.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 538

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione *e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti*. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.***

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi.

Or. de

Motivazione

Die Streichung aller Bestimmungen zum Product Placement und ihre Verlagerung in einen neuen Artikel 3i erfolgt, um die unterschiedliche Behandlung der verschiedenen Werbeformen klarer zu machen und einem Grunderfordernis jeglicher verständlichen Gesetzgebung nachzukommen.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 539

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione *e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti*. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello

del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.***

sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***Il conduttore non può svolgere anche il ruolo di pubblicitario.***

Or. it

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 540

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c)(direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione ***e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti.*** I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.***

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi.

Or. en

Motivazione

It is appropriated to split sponsorship and product placement in two different articles since sponsoring retains the separation of advertising and editorial content, while in the case of product placement that fundamental separation is removed. Moreover, the insertion of a sponsors name or logo during the programme however is a long lasting practice in EU broadcasting that has been confirmed by the ECJ on the 12th December 1996 Reti Televisive Italiane SpA (RTI) (C-320/94 and joined cases).

Emendamento presentato da Helga Trüpel, Jean-Luc Bennahmias, Carl Schlyter

Emendamento 541
ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c)(direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza **dell'inserimento di prodotti**. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono **inserimento di prodotti** devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza **di ausili alla produzione**. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio **e/o** durante e/o alla fine dei programmi. I programmi **commissionati o prodotti dall'emittente** che contengono **ausili alla produzione** devono essere adeguatamente identificati all'inizio **o alla fine** della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore. **Gli Stati membri stabiliscono regole dettagliate in materia, compreso un limite minimo.**

Or. en

Motivazione

Viewers should be clearly informed about the usage of production aid.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 542
ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione

del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio *e/o* durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore. ***Il fornitore di servizi di media audiovisivi non è responsabile dell'inserimento di prodotti effettuato da terzi a lui non vincolati.***

Or. es

Motivazione

È opportuno precisare che non è responsabilità dell'organismo di radiodiffusione l'inserimento di prodotti effettuato da terzi che non sono a lui vincolati.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 543

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c)(direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati ***all'inizio della trasmissione***, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio *e/o* durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore. ***La presente norma non si applica alle produzioni di terzi che non sono collegati al fornitore di servizi di media audiovisivi e***

nei casi in cui l'emittente non percepisce un compenso per l'inserimento di prodotti.

Or. en

Motivazione

Provided viewers are clearly informed of product placement, the details can be left to Member States. The service provider can only be expected to do this in his own productions and if he receives payment.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 544

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante *e/o* alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere **adeguatamente** identificati **all'inizio della trasmissione**, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante *o* alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere identificati **in modo evidente, al momento in cui tale inserimento avviene, con un logo che lo segnala (e che deve apparire, nella forma comprensibile nel paese di trasmissione, almeno per un secondo e al massimo per tre secondi)** per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

Or. de

Motivazione

Produktplatzierung ist eine kurze, für den Konsumenten wenig störende Unterbrechung des Programms. Sie muss klar gekennzeichnet sein, nicht irgendwann davor oder danach, sondern im gleichen Moment, weil es dem Konsumenten nicht zumutbar ist, auf den Hinweis zu warten. Der kommerzielle Mehrwert durch eine solche Einblendung ist für den

Gesetzgeber unerheblich, für ihn zählt einzig der Schutz des Verbrauchers.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 545

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c) (direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione ***e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti***. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.***

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. ***Il richiamo alla sponsorizzazione è possibile nel corso della trasmissione purché sia puntuale e discreto.***

Or. fr

Motivazione

L'indication du parrainage pendant l'émission, sous une forme ponctuelle et discrète (par exemple l'apparition du logo du parrain au moment du rappel du score d'une épreuve sportive en cours) est une pratique courante qui n'interrompt le programme et sans confusion possible avec le contenu éditorial.

Emendamento presentato da Ivo Belet

Emendamento 546

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 1, lettera c)(direttiva 89/552/CEE)

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere

chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio **e/o alla fine** della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

Or. nl

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 547
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

1 bis. La pubblicità televisiva non deve arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni e deve pertanto rispettare i seguenti criteri a loro tutela:

(a) non esortare direttamente i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità;

(b) non esortare direttamente i minorenni a persuadere i genitori o altre persone ad acquistare tali prodotti o servizi;

(c) non sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone;

(d) non mostrare, senza motivo, minorenni in situazioni pericolose.

Or. it

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 548
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 1 bis (direttiva 89/552/CEE)

1 bis. Sono vietati l'inserimento di prodotti e la pubblicità occulta aventi per oggetto alimenti malsani, bevande alcoliche, prodotti a base di tabacco e medicinali.

Or. en

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 549
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

Or. de

Motivazione

Die Streichung aller Bestimmungen zum Product Placement und ihre Verlagerung in einen neuen Artikel 3i erfolgt, um die unterschiedliche Behandlung der verschiedenen Werbeformen klarer zu machen und einem Grunderfordernis jeglicher verständlichen Gesetzgebung nachzukommen.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 550
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. ***Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.***

2. I ***programmi o*** servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale ***sia*** la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco ***ovvero la produzione o la vendita di alcol.***

Or. fr

Motivazione

Le parrainage ne peut être admis pour les activités liées au tabac et à l'alcool.

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 551

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese ***la*** cui attività ***principale è*** la produzione ***o la vendita*** di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. ***Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.***

2. I ***programmi o*** servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese ***le*** cui attività ***comprendono*** la produzione di sigarette o altri prodotti a base di tabacco ***o la cui attività principale è costituita dalla vendita di tali prodotti.***

Or. en

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 552

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I ***servizi di media audiovisivi*** non

2. I ***programmi di radiodiffusione***

possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. ***Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.***

televisiva non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

Or. en

Motivazione

Sponsorship and product placement restrictions should apply only to linear television services.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 553
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono ***contenere inserimenti di*** prodotti a base di tabacco o di sigarette, ***né di prodotti di*** imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono ***ricevere ausili alla produzione consistenti in*** prodotti a base di tabacco o di sigarette ***o provenienti da*** imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

Or. en

Motivazione

There should not be any product placement but production aid.

Emendamento presentato da Carl Schlyter

Emendamento 554

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono **contenere inserimenti di** prodotti a base di tabacco o di sigarette, **né di prodotti di** imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco **ovvero di alcol o bevande alcoliche**. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono **ricevere ausili alla produzione consistenti in** prodotti a base di tabacco o di sigarette **ovvero in alcol o bevande alcoliche o provenienti da** imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco **ovvero di alcol o bevande alcoliche**.

Or. en

Motivazione

There should not be any product placement but production aid. Furthermore, limitation on advertising for alcohol or alcoholic beverages is insufficient when looking at the risk scientifically proven if there is an excessive consumption of those products. Like for tobacco, this should be prohibited.

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 555

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. **Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di**

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati **o finanziati in qualsiasi maniera** da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

tabacco.

Or. fr

Motivazione

Cet amendement découle des dispositions prises sur le placement de produit.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 556
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

(Non concerne la versione italiana)

Or. fr

Motivazione

(Non concerne la versione italiana).

Emendamento presentato da Hanna Foltyn-Kubicka

Emendamento 557
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività **principale** è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui

2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività è costituita dalla

attività *principale* è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

Or. pl

Motivazione

Reklamowanie firmy ma niejednokrotnie większe znaczenie niż reklamowanie produktu. Dlatego też pozostawienie możliwości reklamowania firmom, które produkują wyroby tytoniowe obok szeregu innych, w znaczny sposób osłabia treść zakazu i może prowadzić do jego łatwego obejścia.

Emendamento presentato da Maria Badia I Cutchet

Emendamento 558

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

2 bis. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di bevande alcoliche.

Or. en

Motivazione

As alcohol is not an ordinary commodity but a substance that can lead to both physical and psychological dependence, audiovisual media services should not be sponsored by undertakings whose principal activity is the manufacture or sale of alcoholic beverages.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 559

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. La sponsorizzazione di ***servizi di media audiovisivi*** da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non la promozione di

3. La sponsorizzazione di ***programmi di radiodiffusione televisiva*** da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma

specifici medicinali o di cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media.

non la promozione di specifici medicinali o di cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media.

Or. en

Motivazione

Sponsorship and product placement restrictions should apply only to linear television services.

Emendamento presentato da Carl Schlyter

Emendamento 560

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non la promozione di specifici medicinali o di cure mediche ***che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media.***

3. La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non la promozione di specifici medicinali o di cure mediche.

Or. fr

Motivazione

La limitation actuelle de la publicité pour les médicaments ou les traitements médicaux n'est limitée que lorsqu'il s'agit de prescription.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 561

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 3 (direttiva 89/552/CEE)

3. La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non la promozione di specifici medicinali o di cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media.

3. La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non la promozione di specifici medicinali o di cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media. ***Le specifiche del prodotto medico devono essere chiaramente comprensibili.***

Or. it

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 562
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 3 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

3 bis. I programmi di radiodiffusione televisiva non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di bevande alcoliche.

Or. en

Motivazione

Alcohol is responsible for 7.4% of all ill-health and premature death in the European Union. It is the third leading risk factor after high blood pressure and tobacco and a cause of over 25% of male deaths in the age group 15-29 years. An estimated 23 million Europeans are dependent on alcohol in any one year. Advertisements have a particular impact in promoting a more positive attitude to drinking amongst young people.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 563
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati ***né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti.***

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati.

Or. it

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 564
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati ***né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti.***

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati.

Or. en

Motivazione

There should not be any product placement but production aid.

Emendamento presentato da Henri Weber e Lissy Gröner

Emendamento 565
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati ***né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti.***

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati.

Or. fr

Motivazione

De nombreux magazines d'information existent hormis ceux d'information politique (économique, scientifique,...), qui peuvent être eux aussi soumis, à une pression éditoriale. Le placement de produit est interdit pour toutes les catégories de programmes.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 566

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti.

4. I notiziari, le trasmissioni di attualità e le **trasmissioni religiose** non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini, **le trasmissioni per bambini** e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti. **I servizi di media audiovisivi per bambini e le trasmissioni per bambini non possono essere sponsorizzati da prodotti alimentari non conformi ai profili nutrizionali definiti nel regolamento "Indicazioni nutrizionali e sulla salute".**

Or. fr

Motivazione

Le placement de produit peut représenter un risque pour la crédibilité des programmes et le respect des oeuvres télévisuelles. D'autre part les chaînes thématiques ou les radiodiffuseurs proposant des programmes majoritairement culturels ou d'information seront à terme défavorisés au regard du financement que représenterait le placement de produits. Par ailleurs, conformément au (d) de l'article 3 octies, la protection de la santé publique doit être tout autant garantie sur les services non linéaires que linéaires. Cette uniformisation s'inscrit dans la droite ligne de la directive 2003/33/CE du 26 mai 2003 relative à la publicité et au parrainage en faveur des produits du tabac. Enfin, la protection des seules chaînes destinées à la jeunesse ne serait pas satisfaisante. En vue de ne pas exploiter la crédulité du jeune public, aucune émission lui étant destinée ne doit comporter de placement de produits. D'autre part, il convient de soulever le problème spécifique des publicités et du parrainage portant sur des produits alimentaires riches en graisse, sucre et sel à destination spécifique des enfants.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 567

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi **per bambini e i documentari** non possono contenere inserimenti di prodotti.

4. L'inserimento di prodotti e le sponsorizzazioni possono avvenire solo nell'ambito di fiction e di trasmissioni sportive. I servizi di media audiovisivi **destinati esclusivamente a bambini** non possono contenere inserimenti di prodotti.

Or. de

Motivazione

Für Produktplatzierung und Sponsoring müssen besondere Regeln gelten. Eine ausschließliche Zulassung für bestimmte Programmarten ist eine sinnvolle Abgrenzung des Anwendungsbereiches.

Emendamento presentato da Carl Schlyter e Jean-Luc Bennahmias

Emendamento 568

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari **e** le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati **né contenere inserimenti di prodotti.** **I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti.**

4. I notiziari, le trasmissioni di attualità **e i servizi di media audiovisivi per bambini** non possono essere sponsorizzati.

Or. fr

Motivazione

Il ne doit pas y avoir de placement de produits mais de l'aide à la production. De plus, de nombreux pays européens, reconnaissant l'incapacité de l'enfant à discerner le message publicitaire de l'information, ont souligné la nécessité de les protéger du fait de leur inexpérience et ont déjà pris des mesures concernant la publicité ciblant les enfants. Alors que dans le cas du parrainage, la nature publicitaire est beaucoup moins explicite pour les téléspectateurs en général, il paraît en conséquence indispensable d'interdire le parrainage des programmes pour enfants.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 569

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini *e i documentari* non possono contenere inserimenti di prodotti.

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini non possono contenere inserimenti di prodotti.

Or. en

Motivazione

There is no reason why documentaries should lose out on potential revenue from product placement, provided that viewers are clearly informed of its existence.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 570

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini *e i documentari* non possono contenere inserimenti di prodotti.

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini, *i documentari e le trasmissioni a contenuto giornalistico* non possono contenere inserimenti di prodotti.

Or. de

Motivazione

Es darf zu keinem Zusammenstoß von journalistischer Integrität und wirtschaftlichem Interesse kommen. Deshalb sollte Produktplatzierung ausschließlich im Unterhaltungsbereich erlaubt werden. Mischformen wie Infotainment - Sendungen sollten jedenfalls frei von Produktplatzierung bleiben.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 571

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 (direttiva 89/552/CEE)

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati ***né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti.***

4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati.

Or. de

Motivazione

Die Streichung aller Bestimmungen zum Product Placement und ihre Verlagerung in einen neuen Artikel 3i erfolgt, um die unterschiedliche Behandlung der verschiedenen Werbeformen klarer zu machen und einem Grunderfordernis jeglicher verständlichen Gesetzgebung nachzukommen.

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 572

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

4 bis. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di bevande alcoliche. Inoltre, non possono contenere inserimenti di bevande alcoliche né di prodotti di imprese per promuovere la produzione o a fini di promozione della vendita di bevande alcoliche.

Or. en

Motivazione

Alcohol-attributable disease, injury and violence is an economic burden to society in the health, welfare, employment and criminal justice sectors, with a total calculated tangible cost of €125bn in 2003. €59bn of these tangible costs due to alcohol result from lost production (absenteeism, unemployment and lost working years through premature mortality), and can be an impediment to the competitiveness of Europe as envisaged by the Lisbon strategy.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 573

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

4 bis. I servizi di media audiovisivi di proprietà preponderantemente pubblica non possono generare introiti supplementari attraverso accordi di sponsorizzazione o inserimento di prodotti.

Or. de

Motivazione

Audiovisuelle Mediendienste, die durch ihren Träger mit einer zusätzlichen finanziellen Sicherung ausgestattet sind, wie dies bei den "öffentlich-rechtlichen" Rundfunkanstalten der Fall ist, sollten nicht die Möglichkeit haben Produktplatzierung und Sponsoring vorzunehmen.

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 574

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

4 bis. Qualsiasi programma proveniente da un paese terzo contenente l'inserimento di prodotti deve essere chiaramente contraddistinto da un'avvertenza al telespettatore.

Or. fr

Motivazione

Si le placement de produit est interdit dans les émissions en provenance des pays de l'Union, les programmes achetés hors du territoire européen doivent être clairement identifiés par un avertissement au téléspectateur.

Emendamento presentato da Henri Weber, Lissy Gröner e Giovanni Berlinguer

Emendamento 575

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies, paragrafo 4 bis(nuovo), lettere a), b) e c) (nuove) (direttiva 89/552/CEE)

(a) Il sostegno materiale alla produzione può essere autorizzato solo se sussistono le seguenti condizioni:

– non è esercitata nessuna influenza sul contenuto editoriale o artistico, soprattutto dalla persona giuridica o fisica interessata;

– non è effettuato alcun pagamento;

– non è incoraggiato l'acquisto di prodotti o la fornitura di servizi specifici;

– la presentazione di prodotti o servizi è puntuale e discreta, senza indebita preminenza;

– non concerne imprese la cui attività principale è la fabbricazione o la vendita di sigarette o altri prodotti del tabacco.

(b) Allorché non sussistano tutte le condizioni di cui alla lettera a), il sostegno materiale alla produzione costituisce inserimento di prodotto, peraltro non autorizzato.

(c) Qualsiasi programma proveniente da un paese terzo contenente inserimento di prodotti deve essere chiaramente contraddistinto da un'avvertenza al telespettatore.

Or. fr

Motivazione

Conditions d'encadrement de l'aide matérielle à la production.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 576

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. L'inserimento di prodotti è in via di principio vietato.

2. È eccezionalmente ammesso:

(a) in opere cinematografiche, in film per la televisione e in serie televisive, in trasmissioni sportive e in reality-show; oppure

(b) quando per esso non si fornisce alcun compenso ovvero se ne fornisce uno di modesta entità.

3. Il paragrafo 2 non si applica ai programmi per bambini, ai notiziari, ai documentari, ai programmi di attualità e ai programmi di consulenza.

4. Nella misura in cui è ammissibile, il ricorso agli inserimenti di prodotti deve rispettare le seguenti prescrizioni:

(a) la programmazione, ove opportuno, e il contenuto di tali servizi di media audiovisivi non devono in alcun caso essere influenzati in modo da compromettere la

responsabilità e l'indipendenza editoriali del fornitore dei servizi di media;

(b) l'inserimento di prodotti non deve invitare direttamente all'acquisto, al noleggio o alla locazione di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi;

(c) il prodotto non deve essere "messo eccessivamente in evidenza";

(d) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'inserimento di prodotti per evitare ogni possibile

confusione; i programmi che contengono inserimenti di prodotti devono essere

identificati come tali; l'identificazione va effettuata all'inizio del programma nonché,

durante lo svolgimento dello stesso, al momento in cui si procede all'inserimento

di un prodotto, ad esempio facendo apparire un logo non caratterizzato;

(e) inoltre, i programmi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di

tabacco o di sigarette né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

Or. de

Motivazione

Um die Grauzone im Bereich der Produktplatzierung zu beseitigen, wird ein konkreter Regelungsrahmen zur Rechtssicherheit beitragen. Sachdienlich ist ein Positivkatalog, der Produktplatzierung für Fälle zulässt, in denen die Meinungsbildungsfunktion keinen übergeordneten Stellenwert einnimmt, beziehungsweise die Gefahr der Einflussnahme auf den redaktionellen Inhalt nicht besteht. Besonders sensible Programme werden vollständig von der Zulässigkeit ausgeschlossen. Dem Verbraucherschutz ist durch geeignete Maßnahmen der Kennzeichnung Rechnung zu tragen.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 577

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. Sono formalmente vietati l'inserimento di prodotti e l'inserimento di temi. L'inserimento di prodotti è vietato nei programmi diversi da quelli di fiction e sportivi. Allorché taluni programmi contengono inserimenti di prodotti, devono soddisfare alle seguenti condizioni:

(a) il loro contenuto e, nell'ambito della radiodiffusione televisiva, la loro programmazione non devono in nessun caso essere influenzati in maniera tale da recare pregiudizio alla responsabilità e all'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi o dando loro indebita preminenza;

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati del fatto che i

programmi contengono inserimento di prodotto, stante che tale inserimento deve essere contraddistinto in modo appropriato all'inizio e alla fine del programma sì da evitare qualsiasi confusione da parte del telespettatore;

(d) i fornitori di servizi di media audiovisivi devono essere tenuti informati della presenza di qualsiasi inserimento di prodotto nelle opere audiovisive e cinematografiche che essi trasmettono.

2. I programmi non possono contenere inserimento di prodotti del tabacco o di sigarette o inserimento di prodotti che provengono da imprese che hanno per attività principale la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti del tabacco.

3. I notiziari e le trasmissioni di attualità, i programmi per bambini, i documentari e le trasmissioni religiose non possono contenere inserimento di prodotto.

Or. fr

Motivazione

Afin de répondre aux objectifs d'information et de confort du téléspectateur, le placement de produit doit être signalé en début et en fin de programme. Par ailleurs, dans la mesure où les fournisseurs de services de médias audiovisuels engagent leur responsabilité éditoriale, ces derniers doivent être tenus informés de la présence de placement de produit dans les œuvres afin de pouvoir en avertir les téléspectateurs.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 578

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. Sono formalmente vietati l'inserimento di prodotti e l'inserimento di temi. L'inserimento di prodotti è vietato nei programmi diversi da quelli di fiction e sportivi. Se dei programmi contengono

inserimento di prodotto, devono soddisfare alle seguenti condizioni:

(a) il loro contenuto e, nell'ambito della radiodiffusione televisiva, la loro programmazione non devono in nessun caso essere influenzati in maniera tale da recare pregiudizio alla responsabilità e all'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi o dando loro indebita preminenza;

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati del fatto che i programmi contengono inserimento di prodotto, stante che tale inserimento deve essere contraddistinto in modo appropriato all'inizio e alla fine del programma;

(d) i diritti di cessione di opere audiovisive e cinematografiche devono prevedere espressamente l'accordo del fornitore di servizi di media audiovisivi sul principio e sulle modalità di qualsiasi inserimento di prodotto che avvenga nell'opera che forma oggetto della cessione.

2. I programmi non possono contenere inserimento di prodotti del tabacco, di sigarette o di alcol o inserimento di prodotti che provengono da imprese che hanno per attività principale la fabbricazione o la vendita di sigarette o altri prodotti del tabacco o la fabbricazione o la vendita di alcol o altri prodotti connessi all'alcol.

3. I notiziari e le trasmissioni di attualità, i programmi per bambini, i documentari e le trasmissioni religiose non possono contenere inserimento di prodotto.

Or. fr

Motivazione

Le rappel du placement de produit au cours du programme renforcerait son impact sur le

télespectateur et dégraderait le confort d'écoute des télespectateurs. Par ailleurs, dans la mesure où ils engagent leur responsabilité éditoriale, les fournisseurs de services de médias audiovisuels doivent être tenus informés de la présence de placement de produit dans les œuvres. Cette information est d'autant plus nécessaire que ceux-ci doivent en avertir les télespectateurs , conformément au paragraphe c).

Emendamento presentato da Gyula Hegyi

Emendamento 579

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. In linea di principio l'integrazione di prodotti e l'inserimento di temi sono vietati. È vietato l'inserimento di prodotti in programmi diversi dalla fiction e dai programmi sportivi.

I programmi contenenti inserimenti di prodotti devono rispettare le seguenti prescrizioni:

(a) i loro contenuti e, nel caso della telediffusione, la programmazione non devono in alcun caso essere influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriali del fornitore di servizi di media;

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi o dando loro un'indebita rilevanza;

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di programmi contenenti inserimento di prodotti, che devono essere adeguatamente identificati all'inizio e alla fine del programma, nonché da un segnale ogniqualvolta l'inserimento di prodotti ha di fatto luogo nel corso del programma, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

2. I programmi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco.

3. I notiziari e i programmi di attualità, i programmi per bambini, i documentari e i programmi religiosi non possono contenere inserimenti di prodotti.

Or. en

Motivazione

The most effective way to inform viewers about product placement is if they are notified about the product placement, when it really takes place.

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 580

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. In linea di principio l'integrazione di prodotti e l'inserimento di temi sono vietati. È vietato l'inserimento di prodotti in programmi diversi dalla fiction e dai programmi sportivi.

I programmi contenenti inserimenti di prodotti devono rispettare le seguenti prescrizioni:

(a) i loro contenuti e, nel caso della telediffusione, la programmazione non devono in alcun caso essere influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriali del fornitore di servizi di media;

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi o dando loro un'indebita rilevanza;

c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di programmi contenenti inserimento di prodotti, che devono essere adeguatamente identificati all'inizio o alla fine del programma con la dicitura "Questo programma è stato oggetto di inserimento di prodotti" e con l'apposizione, nell'angolo dell'immagine, di un piccolo segnale giallo permanente "IP", per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

2. I programmi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco.

3. I notiziari e i programmi di attualità, i programmi per bambini, i documentari e i programmi religiosi non possono contenere inserimenti di prodotti.

Or. en

Motivazione

Product placement removes the separation between editorial content and advertising and may only be disseminated for selected formats, with appropriate additional information for viewers. It must be clearly identified.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 581

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. In linea di principio l'integrazione di prodotti e l'inserimento di temi sono vietati. È vietato l'inserimento di prodotti in programmi diversi dalla fiction e dai programmi sportivi.

I programmi contenenti inserimenti di prodotti devono rispettare le seguenti prescrizioni:

(a) i loro contenuti e, nel caso della telediffusione, la programmazione non devono in alcun caso essere influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriali del fornitore di servizi di media;

(b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi o dando loro un'indebita rilevanza;

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di programmi contenenti inserimento di prodotti, che devono essere adeguatamente identificati all'inizio e alla fine del programma, nonché da un segnale almeno ogni venti minuti nel corso del programma, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

2. I programmi non possono contenere inserimenti di bevande alcoliche o di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco.

Or. en

Motivazione

Product placement removes the separation between editorial content and advertising and may only be disseminated for selected formats, with appropriate additional information for viewers. Alcohol and tobacco are two of the main factors for ill-health and premature death in the European Union. Advertisements have a particular impact in promoting a more positive attitude to drinking and to smoking amongst young people.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 582

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. Nel caso di programmi contenenti inserimento di prodotti, sono rispettati i seguenti criteri:

(a) il contenuto dei programmi non deve in nessun caso essere influenzato in modo tale da incidere sulla responsabilità e l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;

(b) non si deve incoraggiare direttamente l'acquisto o l'affitto di beni o servizi dando loro un rilievo indebito o un'importanza eccessiva;

(c) i telespettatori devono essere chiaramente informati in merito ai programmi contenenti inserimento di prodotti all'inizio e/o alla fine dei programmi medesimi o all'inizio e alla fine delle pause pubblicitarie che hanno luogo durante i programmi, allo scopo di evitare di confondere i telespettatori;

2. I notiziari e i servizi religiosi non possono contenere inserimento di prodotti.

Or. es

Motivazione

L'inserimento di prodotti elimina la separazione tra i contenuti editoriali e la pubblicità, ragion per cui deve essere utilizzato in formati specifici e sempre fornendo agli spettatori le relative informazioni.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 583

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. Gli inserimenti di prodotti, cioè l'impiego di contenuti editoriali a fini pubblicitari su incarico di terzi, a pagamento o dietro altro compenso, ad esempio inserendo il marchio di un prodotto o di un servizio in un programma sulla base di un tale incarico,

sono consentiti solo nel caso della trasmissione di opere cinematografiche o di film per la televisione di tipo analogo. Il principio non si applica quando l'opera cinematografica o il film per la televisione di tipo analogo trattano argomenti o notizie di attualità. I servizi di media audiovisivi per bambini non possono in alcun caso contenere inserimenti di prodotti.

2. Nella misura in cui siano consentiti ai sensi del paragrafo 1, gli inserimenti di prodotti devono essere caratterizzati in modo che il telespettatore possa riconoscere chiaramente la presenza di alcuni elementi contenutistici di tipo editoriale pagati da terzi per fini pubblicitari e possa individuare di quali elementi e di quali fini pubblicitari si tratta. Occorre in particolare indicare l'inserimento di prodotti all'inizio del relativo programma nonché per tutta la durata dell'inserimento. Vanno comunque rispettate le disposizioni generali di cui all'allegato I, punto 11, della direttiva 2005/29/CE concernenti l'identificazione dei contenuti dei media che vengono utilizzati per promuovere un prodotto.

Or. de

Motivazione

Zu Artikel 3i Abs. 1: Wegen der besonderen Gefahr der Produktplatzierungen, die auch der Entwurf der Kommission anerkennt, muss die Art der Sendungen, in denen diese zulässig sein sollen, auf ein Minimum begrenzt werden. Mit dem Wortlaut „Kinofilmen oder diesen vergleichbare Fernsehspielfilme“ soll diese Begrenzung erfolgen und zudem verhindert werden, dass Produktplatzierungen in Fernsehserien stattfinden. Fernsehserien, z.B. Daily-Soaps sind, wie unter anderem in Deutschland die Sendungen Lindenstraße und Marienhof belegen, gerade auch wegen der ständigen Alltagsbegleitung der Zuschauer besonders dazu geeignet, an der öffentlichen Willens- und Meinungsbildung zu gesellschaftlichen und politischen Fragen mitzuwirken. Insoweit sind Produktplatzierungen in diesen Sendungen ebenso problematisch wie in Nachrichten, Dokumentationen oder Mischformen aus Dokumentationen und fiktionalen Stoffen. Aus diesem Grund muss auch die inhaltliche Einschränkung für Kinofilme und vergleichbare Fernsehfilme gemacht werden.

Zu Art. 3i Abs. 2: Der Trennungsgrundsatz von Werbung und redaktionellen Inhalten ist ein wesentliches Element des Verbraucherschutzes und auch des Wettbewerbsschutzes. Für den Bereich der Produktplatzierungen wird der Trennungsgrundsatz aufgehoben. Aus diesem

Grund müssen klare Voraussetzungen zumindest für die eindeutige Kennzeichnung dieser in redaktionelle Inhalte eingebetteten Werbeform geschaffen werden die nicht hinter denjenigen der Richtlinie 2005/29/EG zurückbleiben darf. Danach gilt eine Geschäftspraktik unter allen Umständen als unlauter, wenn redaktionelle Inhalte in Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung eingesetzt werden und der Gewerbetreibende hat diese Verkaufsförderung bezahlt, ohne dass dies aus dem Inhalt oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgeht. Da die Art der Integration einer Produktplatzierung in eine Sendung für den Zuschauer nie vollständig nachzuvollziehen sein wird, erscheint eine klare Einhaltung des Kennzeichnungsgrundsatzes hier schwer möglich, was insbesondere bei dem Medium mit der höchsten Suggestivkraft, also bei audiovisuellen Inhalten, kaum haltbar erscheint. Ein Hinweis zu Beginn oder am Schluss der Sendung ist schon deswegen nicht genügend, da die Nutzer oft erst während der Sendung zuschalten oder vorher abschalten. Eine Kennzeichnung der Produktplatzierung, während das Produkt in der Sendung zu sehen ist oder genannt wird (z.B. durch das Einblenden des Wortes „Werbung“ am oberen rechten Rand des Bildschirms) ist insoweit das geringste geeignete Mittel um zumindest die Möglichkeit einer Erkennbarkeit der Werbung zu gewährleisten.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 584

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

L'integrazione di prodotti e l'inserimento di temi sono vietati, tranne quando il telespettatore è chiaramente informato che il programma è stato impostato, dietro pagamento, in funzione di uno o più prodotti. L'integrazione del prodotto è adeguatamente identificata nel corso dell'intero programma onde evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

Or. en

Emendamento presentato da Henri Weber

Emendamento 585

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. Gli Stati membri assicurano attraverso misure appropriate che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione divengano in modo progressivo pienamente accessibili per le persone che soffrono di handicap visivo o uditivo.

2. Entro la fine del terzo anno a decorrere dall'adozione della presente direttiva, gli Stati membri presentano alla Commissione ogni due anni una relazione nazionale sull'applicazione del presente articolo. Tale relazione comprende in particolare statistiche sui progressi compiuti per raggiungere l'obiettivo dell'accessibilità quale descritto al paragrafo 1. Essa illustra gli eventuali blocchi e descrive le misure necessarie per rimuoverli.

Or. fr

Motivazione

Il est nécessaire d'ajouter un nouvel article faisant obligation aux Etats membres de prendre toutes les mesures appropriées pour garantir l'accès aux services media audiovisuels aux personnes handicapées et de présenter périodiquement un rapport sur les progrès faits en vue d'atteindre la pleine accessibilité à tous.

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 586

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

1. In una data ora di orologi la percentuale del tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali gli spot pubblicitari e di televendita non può superare il 20%.

2. Il paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, nonché gli annunci di sponsorizzazione.

Motivazione

Afin de ne pas nuire au confort d'écoute des téléspectateurs, les services linéaires et non linéaires devraient à tout le moins être soumis à une limite horaire du temps de publicité. Il convient donc d'introduire un article 3 undecies reprenant les termes du nouvel article 18 du paragraphe 2, pour faire figurer cette disposition dans le socle commun.

Emendamento presentato da Ruth Hieronymi

Emendamento 587

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione diventino gradualmente accessibili per le persone disabili.

Motivazione

Die Zugänglichkeit der audiovisuellen Mediendienste ist ein wichtiger Bestandteil der ordnungsgemäßen Funktionsweise des Binnenmarkts, denn Menschen mit Behinderungen und/oder ältere Menschen, für die die Frage der Zugänglichkeit ebenfalls von entscheidender Bedeutung ist, stellen einen wesentlichen Anteil der Verbraucher bei audiovisuellen Dienstleistungen dar.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 588

ARTICOLO 1, PUNTO 6

Articolo 3 nonies bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies bis

È vietato l'inserimento di prodotti.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 589
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies ter (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies ter

L'impiego di ausili alla produzione nei programmi di radiodiffusione televisiva deve rispettare le seguenti condizioni:

- (a) non deve essere collegato a una restrizione alla libertà giornalistica o artistica di presentazione;***
- (b) allorché, nell'utilizzare ausili alla produzione per motivi editoriali, è necessario menzionare o presentare prodotti, servizi, denominazioni, marchi o attività del produttore di un prodotto o del fornitore di un servizio, ciò deve avvenire senza un'evidenziazione specifica;***
- (c) la presentazione non deve essere effettuata dietro pagamento o altro compenso;***
- (d) il telespettatore deve essere informato dell'utilizzo di ausili alla produzione. Le regole dettagliate, compresa una norma de minimis, sono determinate dallo Stato membro.***

Or. en

Motivazione

This article defines the criteria for the admissibility of production aids, which are at present regulated in different ways -if at all- in the Member States. It ensures that viewer is informed about production aids leaving, at the same time, to the Member States the precision of rules labelling and determination of de minimis threshold. Moreover, sponsorship and product placement restriction should apply only to linear television services.

Emendamento presentato da Claire Gibault

Emendamento 590
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies ter (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies ter

1. Gli Stati membri prendono le misure appropriate per pervenire progressivamente a far sì che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione divengano pienamente accessibili per le persone disabili. Tuttavia, taluni programmi possono, in funzione della loro natura, fruire di deroghe giustificate.

Or. fr

Motivazione

L'accessibilité des services de médias audiovisuels contribue de manière importante au bon fonctionnement du marché intérieur, car les personnes handicapées ou les personnes âgées, pour lesquelles l'accessibilité est également cruciale, représentent un part importante des utilisateurs de services audiovisuels. Il est cependant évident que certains programmes ne nécessitent pas de traitement spécifique.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 591
ARTICOLO 1, PUNTO 6
Articolo 3 nonies quater (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

Articolo 3 nonies quater

Gli Stati membri adottano misure adeguate per garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione divengano progressivamente accessibili per tutti, in particolare per le persone con disabilità e per gli anziani.

Or. en

Motivazione

Accessibility of audiovisual media services is an important component of the proper operation of the internal market, since people with disabilities and/or elderly people, for whom the issue

of accessibility is also of crucial importance, make up a significant proportion of consumers of audiovisual services.