

PARLAMENT EUROPEJSKI

2004



2009

Komisja Kultury i Edukacji

25.9.2006

PE 378.740v01-00

POPRAWKI 380-591

**Projekt sprawozdania
Ruth Hieronimi**

(PE 376.676v03-00)

Wniosek dotyczący dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej

Wniosek dotyczący dyrektywy (COM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD) – akt zmieniający)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawki Parlamentu

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 380

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.

1. Państwa członkowskie **zapewniają, że podejmowanie i wykonywanie działalności dostawy medialnych usług audiowizualnych stanowiących usługi społeczeństwa informacyjnego w rozumieniu art. 1 pkt 2 dyrektywy 98/34/WE zmienionej dyrektywą 98/48/WE a nie usługi transmisji telewizyjnej w rozumieniu dyrektywy 89/552/EWG zmienionej dyrektywą 97/36/WE nie wymaga zezwolenia i nie podlega żadnym innym wymogom mającym równoważny skutek. Ponadto** państwa członkowskie

AM\631403PL.doc

PE 378.740v01-00

PL

PL

mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.

Or. de

Uzasadnienie

Swoboda podejmowania i wykonywania działalności dostawcy medialnych usług audiowizualnych, które – w szczególności nielinearne medialne usługi audiowizualne – stanowią usługi społeczeństwa informacyjnego w rozumieniu art. 1 pkt 2 dyrektywy 98/34/WE zmienionej dyrektywą 98/48/WE a nie usługi transmisji telewizyjnej w rozumieniu dyrektywy 89/552/EWG zmienionej dyrektywą 97/36/WE, jest dotychczas chroniona przed wymogom w zakresie zezwolenia lub innym wymogom mającym równoważny skutek zgodnie z art. 4 ust. 1 dyrektywy 2000/31/WE (dyrektywa o handlu elektronicznym). Jako część dorobku wspólnotowego i centralny element wolności tych mediów ochrona ta musi skutecznie obowiązywać także w przypadku wszystkich harmonizowanych niniejszą dyrektywą ograniczeń dotyczących treści i pozostałych wymogów. W celu jasnego określenia tej istotnej zasady europejskiego prawa dotyczącego mediów audiowizualnych we właściwej regulacji specjalnej, należy włączyć tę ochronę do zakresu niniejszej dyrektywy (patrz także punkt uzasadnienia 12).

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 381

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą, **przy czym takie przepisy nie mają zastosowania do dostawców usług medialnych świadczonych z innych państw członkowskich, zgodnie z zasadą kraju pochodzenia.**

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka ma na celu wyjaśnienie, że konieczne jest stosowanie zasady kraju pochodzenia w celu zapewnienia dostawcom usług podstawowego poziomu pewności prawnej.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 382

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą, **pod warunkiem, że środki te są zgodne z postanowieniami traktatu WE, w szczególności dotyczącymi swobodnego przepływu oraz zapobiegania zakłóceniom konkurencji pomiędzy różnymi podmiotami w Unii Europejskiej.**

Or. es

Uzasadnienie

No tiene sentido armonizar si luego se permite a los Estados miembros que impongan todas las restricciones que consideren conveniente a sus propios operadores lo que les coloca en una situación de desigualdad a la hora de competir con el resto de los operadores europeos.

Poprawkę złożył Ivo Belet

Poprawka 383

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.

1. Państwa członkowskie mogą zobowiązać dostawców usług medialnych podlegających ich jurysdykcji do przestrzegania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów w dziedzinach objętych niniejszą dyrektywą.

Państwa członkowskie dokładają wszelkich starań, aby przyjmowane przez nie strategie dotyczące działalności transmisyjnej były zgodne z ogólnymi wspólnotowymi zasadami dotyczącymi wspólnego rynku. Ponadto państwa członkowskie powiadamiają Komisję o podjęciu lub zamiarze podjęcia wszelkich takich środków zgodnie z ust. 1.

Poprawkę złożył Ivo Belet

Poprawka 384

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 1 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1a. Jeżeli dostawca usług medialnych podlegający jurysdykcji jednego z państw członkowskich świadczy usługi medialne, które są całkowicie lub w dużej mierze skierowane na terytorium innego państwa członkowskiego, wtedy drugie państwo członkowskie posiada swobodę nakładania bardziej szczegółowych lub surowszych przepisów dotyczących ogólnego interesu publicznego zgodnie z ust. 1.

W takim przypadku, na wniosek odbierającego państwa członkowskiego, państwo członkowskie, którego jurysdykcji podlega dostawca usług, gwarantuje przestrzeganie tych przepisów.

Uzasadnienie

Zabezpieczenia dotyczące zasady kraju pochodzenia, uzgodnione podczas dyskusji na temat dyrektywy usługowej, powinny także odnosić się do medialnych usług audiowizualnych.

Poprawkę złożyła Mary Honeyball

Poprawka 385

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Państwa członkowskie zapewniają, za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

skreślony

Uzasadnienie

Ustęp 2 jest zbędny, ponieważ każda dyrektywa skutkuje nałożeniem wymogu na państwa członkowskie, aby zapewniły przestrzeganie jej przepisów przez osoby podlegające ich jurysdykcji. Odniesienie do „ustawodawstwa” wzbudza wątpliwości co do połączonych skutków ust. 2 i 3. Dyrektywa powinna jednoznacznie stanowić, że zachęca się państwa członkowskie do wdrażania jej wymogów w drodze współregulacji tam, gdzie jest to stosowne (alternatywą może być pozostawienie ust. 2 w niezmienionej formie, ale rozpoczęcie ust. 3 zdaniem: „Aby osiągnąć cel wyznaczony w ust. 2...”). Wyjaśniłoby to, że zachęta do wprowadzania systemów współregulacji stanowi akceptowany instrument wdrażania dyrektywy).

Poprawkę złożył Bernat Joan i Mari

Poprawka 386

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy. **Państwa członkowskie muszą, stosownie do swoich odmiennych tradycji prawnych, uznać skuteczność samoregulacji jako elementu uzupełniającego istniejące ustawodawstwo oraz mechanizmy prawne i administracyjne, a także wspierającego realizację celów niniejszej dyrektywy. W związku z tym, państwa członkowskie zachęcają sektor do opracowania, finansowania i rozpowszechniania skutecznych systemów samoregulacji, w celu zapewnienia zaufania konsumentów do reklamy, w szczególności do przekazów handlowych, oraz wspierają dialog i ścisłą współpracę pomiędzy systemami.**

Uzasadnienie

Es necesario reforzar los regímenes de autorregulación publicitaria para dotar al consumidor de una herramienta útil de protección.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 387

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, **zgodnie z istniejącymi w poszczególnych państwach członkowskich procedurami nadzorczymi o wypróbowanej skuteczności oraz przy uwzględnieniu, jeśli jest to stosowne, nakładania kar pieniężnych**, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

Or. fr

Uzasadnienie

Dyrektywa proponuje racjonalną liczbę uregulowań, które obejmują również rygorystyczne zakazy. Państwa członkowskie muszą się do nich ściśle stosować, w szczególności jeżeli kwota zysków wynikających z ich nieprzestrzegania może przewyższać kwotę kary.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 388

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, **w szczególności z uwzględnieniem obowiązujących w nich przepisów prawa dotyczących wolności poglądów i mediów**, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy. **Pierwsze zdanie art. 3 ust. 1 pozostaje nienaruszone.**

Or. de

Uzasadnienie

Działania służące wdrażaniu wymagań dotyczących treści medialnych wciąż stanowią formy kontroli treści mediów i muszą być zgodne z odpowiednimi przepisami dotyczącymi wolności poglądów i mediów. Dlatego należy wyraźnie zaznaczyć, że odpowiednie przepisy dotyczące wolności poglądów i mediów należą do ram ustawodawstwa państw członkowskich, które muszą być uwzględnione w działaniach służących wdrażaniu niniejszej dyrektywy. W drugim zdaniu art. 3 ust. 2 zostało jasno określone, że ochrona medialnych usług audiowizualnych przed państwowymi działaniami kontrolnymi wynikająca z pierwszego zdania art. 3 ust. 1 pozostaje nienaruszona przez pierwsze zdanie art. 3 ust. 2.

Poprawkę złożyła Sarah Ludford

Poprawka 389

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

2. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji faktycznie przestrzegają przepisów niniejszej dyrektywy.

Państwa członkowskie, stosownie do swoich odmiennych tradycji prawnych, uznają skuteczność samoregulacji jako elementu uzupełniającego mechanizmu ustawodawcze, sądowe i administracyjne.

Or. en

Uzasadnienie

Samoregulacja jest skutecznym środkiem ochrony konsumentów i powinna zostać wyraźnie uznana w niniejszej dyrektywie.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Verardi i Lilli Gruber

Poprawka 390

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 2a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(2a) Państwa członkowskie przyjmują właściwe środki w celu zapewnienia pełnego wykonania przepisów niniejszej

dyrektywy. Środki te obejmują kary pieniężne i inne, które posiadają wystarczająco odstraszący charakter, a w przypadku poważnych i wielokrotnych naruszeń również zawieszenie lub wycofanie zezwolenia na wykonywanie telewizyjnej działalności transmisyjnej.

Or. it

Poprawkę złożył Luís Queiró

Poprawka 391

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. ***Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.***

3. Państwa członkowskie ***mogą wspierać*** systemy ***samoregulacji i/lub*** współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą.

Or. en

Uzasadnienie

Nie ma potrzeby podważać tradycji samoregulacji w mediach wydawniczych dlatego, że takie organizacje muszą zmieniać modele prowadzonej działalności, aby dostosować się do zmieniających się gustów konsumentów.

Poprawkę złożyła Ruth Hieronymi

Poprawka 392

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają ***systemy współregulacji*** w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały

3. Państwa członkowskie wspierają w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą, ***systemy współregulacji na szczeblu krajowym jako instrumenty regulacyjne oparte na współpracy między organami państwowymi i samoregulacyjnymi lub dokonują ustaleń***

skuteczne wykonanie.

bezpośrednio z zainteresowanymi stronami w państwach członkowskich, w których takie bezpośrednie ustalenia są stosowane, przy czym organy państwowe określają ramy prawne takiej współpracy. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony, *niedyskryminujące, stawiały wymóg równego traktowania* i przewidywały skuteczne wykonanie.

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka wyjaśnia relacje w zakresie współregulacji na szczeblu krajowym. Istotne jest, aby systemy współregulacji były akceptowane przez wszystkie zainteresowane strony.

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 393

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają **systemy współregulacji** w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. Państwa członkowskie wspierają w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą, **systemy współregulacji i samoregulacji na szczeblu krajowym jako instrumenty regulacyjne oparte na współpracy między organami państwowymi i samoregulacyjnymi**. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Or. en

Uzasadnienie

Punkt uzasadnienia 25 wniosku stanowi, że współregulacja, a także samoregulacja odgrywają kluczową rolę w zagwarantowaniu ochrony konsumenta i powinny być one brane pod uwagę w szczególności w aspekcie „lepszej regulacji”. Istnieją obawy, że bez elastyczności i poczucia odpowiedzialności branżowej, które zapewnia samoregulacja, regulacja ustawowa będzie niewykonalna i może nie zapewnić społeczeństwu takiego poziomu ochrony, jakiego ono oczekuje.

Poprawkę złożył Mario Mauro

Poprawka 394

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez **główne** zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji, **a także systemy samoregulacji, które obejmują w każdym przypadku udział zainteresowanych stron oraz stowarzyszeń obywateli, łącznie z tymi, które zajmują się ochroną małoletnich**, w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez **różne** zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Or. it

Uzasadnienie

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 provvederle secondo le proprie fonti di diritto, fermi restando gli obblighi che incombono agli stessi Stati membri in virtù del Trattato.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 395

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają **systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą**. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. **W ramach wdrażania i wypełniania przepisów niniejszej dyrektywy** państwa członkowskie wspierają **jako systemy regulacji współregulację i samoregulację**. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony **w danym państwie członkowskim** i przewidywały skuteczne wykonanie.

Uzasadnienie

W art. 3 ust. 3 dyrektywy należy jednoznacznie uwzględnić instrument samoregulacji, który jak dotąd w wielu przypadkach okazywał się skuteczny. Niemniej jednak należy zachować zasadę ostatecznej odpowiedzialności państwa, aby zezwolić na jego ingerencję w przypadku nieskuteczności alternatywnych mechanizmów regulacji. Jednocześnie w celu zagwarantowania utrzymania istniejących i dobrze funkcjonujących systemów należy zapewnić państwom członkowskim pewien zakres elastyczności w odniesieniu do konkretnych rozwiązań.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 396

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji *w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą*. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. Państwa członkowskie wspierają systemy *samoregulacji i* współregulacji *w dziedzinie handlowych przekazów audiowizualnych*. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Uzasadnienie

Wyłączenie systemów samoregulacji z zakresu tego artykułu skutecznie wyeliminowałoby dużą liczbę organizacji samoregulacji, które od wielu lat skutecznie funkcjonują na szczeblu krajowym. Jest sprawą zasadniczą, aby te systemy, zaklasyfikowane albo jako systemy samoregulacji, albo współregulacji, w zależności od zastosowanej definicji, były wspierane w oparciu o ich skuteczność, nie zaś spychane na margines z powodu ograniczonych definicji.

Poprawkę złożył Bernat Joan i Mari

Poprawka 397

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji *w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą*. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne

3. Państwa członkowskie wspierają systemy *samoregulacji i* współregulacji *w dziedzinie handlowych przekazów audiowizualnych*. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne

zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Or. es

Uzasadnienie

Es necesario reforzar los regímenes de autorregulación publicitaria para dotar al consumidor de una herramienta útil de protección.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 398
ARTYKUŁ 1 PUNKT 5
Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji *i samoregulacji* w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Or. es

Uzasadnienie

La autorregulación también contribuye a implementar y reafianzar los objetivos establecidos en la directiva.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 399
ARTYKUŁ 1 PUNKT 5
Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie *wspierają* systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. Państwa członkowskie *mogą wspierać* systemy *samoregulacji i* współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Uzasadnienie

Ze względu na znaczenie i skuteczności samoregulacji w licznych dziedzinach należy uwzględnić ją w art. 3 dyrektywy jako równorzędny instrument obok współregulacji. Przepis ma na celu stworzenie większych możliwości wdrażania niniejszej dyrektywy dla państw członkowskich bez nakładania nowego obowiązku prawnego.

Poprawkę złożyła Sarah Ludford

Poprawka 400

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji **i samoregulacji** w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Uzasadnienie

Samoregulacja jest skutecznym środkiem ochrony konsumentów i powinna zostać wyraźnie uznana w niniejszej dyrektywie.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 401

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

3. **Aby osiągnąć cel określony w ust. 2** państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji **i/lub samoregulacji** w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.

Uzasadnienie

Zarówno system współregulacji, jak i samoregulacji są skutecznymi środkami wdrażania i wykonania celów niniejszej dyrektywy.

Poprawkę złożyli Catherine Trautmann i Henri Weber

Poprawka 402

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą ***być tak skonstruowane, aby były szeroko akceptowane przez główne zainteresowane strony i przewidywały skuteczne wykonanie.***

3. Państwa członkowskie wspierają systemy współregulacji w dziedzinach koordynowanych niniejszą dyrektywą. Systemy te muszą ***stanowiąc wiarygodne i jasne ramy prawne regulujące odpowiedzialność i możliwość działania głównych zainteresowanych stron.***

Or. fr

Uzasadnienie

Instrumenty współregulacji i samoregulacji muszą być stosowane w sposób komplementarny, aby umożliwić skuteczne wdrożenie niniejszej dyrektywy.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 403

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

3a. Powiązania z pozostałymi przepisami prawa wspólnotowego.

Jeżeli przepisy niniejszej dyrektywy są sprzeczne z przepisami innych aktów wspólnotowych regulujących dostęp do działalności związanej z medialnymi usługami audiowizualnymi lub prowadzenia takiej działalności, przepisy niniejszej dyrektywy mają charakter nadrzędny.

Uzasadnienie

Powiązania między wnioskiem dotyczącym dyrektywy w sprawie medialnych usług audiowizualnych a innymi aktami wspólnotowymi nie zostały w nim sprecyzowane. Dlatego też w przypadku konfliktu między przepisami wniosku dotyczącego dyrektywy w sprawie medialnych usług audiowizualnych a innymi aktami wspólnotowymi wciąż brak pewności co do nadrzędności przepisów dyrektywy w stosunku do przepisów innych aktów wspólnotowych.

W celu zwiększenia pewności prawnej proponujemy, aby do dyrektywy w sprawie medialnych usług audiowizualnych włączyć nowy przepis, który gwarantowałby nadrzędność jej przepisów w przypadku sprzeczności z innym aktem wspólnotowym.

Poprawkę złożył Thomas Wise

Poprawka 404

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5

Artykuł 3 ustęp 3 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

3a. Ponieważ medialne usługi audiowizualne rozwijają się pod względem technologicznym na różnych platformach w takim stopniu, że niniejsza dyrektywa musi być neutralna pod względem technicznym, aby zachować swoją ważność przez dłuższy czas, a różnorodność kulturowa państw członkowskich sprawia, iż stosowanie zharmonizowanych przepisów jest niezwykle trudne, jasno z tego wynika, że samoregulacja jest najlepszym wyjściem w przypadku medialnych usług audiowizualnych. W tym celu niniejsza dyrektywa może być uznawana jedynie za wytyczne i ma zastosowanie na szczeblu państw członkowskich.

Or. en

Uzasadnienie

Tempo postępu technologicznego sprawia, że konieczna jest dyrektywa neutralna pod tym względem, aby nie uległa ono szybkiej dezaktualizacji. Ponadto nadmierna regulacja uszczywni branżę. Proaktywna samoregulacja medialnego przemysłu audiowizualnego, zgodna z różnorodnością kulturową państw członkowskich, w których on funkcjonuje, jest zatem najlepszym możliwym wyjściem.

Poprawkę złożyły Helga Trüpel i Monica Frassoni

Poprawka 405

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5 A (nowy)

Artykuł 3 a (nowy)(dyrektywa 89/552/EWG)

1. Każde państwo członkowskie może przyjąć, zgodne z prawem wspólnotowym, środki gwarantujące, że dostawcy usług medialnych podlegający jego jurysdykcji nie będą transmitować na prawach wyłączności podstawowych wydarzeń uznanych przez to państwo członkowskie za mające szczególne znaczenie społeczne, w sposób, który pozbawiałby znaczną część odbiorców w tym państwie członkowskim możliwości śledzenia takich wydarzeń w drodze bezpośredniej transmisji lub retransmisji przez bezpłatne medialne usługi audiowizualne. Jeżeli dane państwo członkowskie przyjmuje wspomniane środki, sporządza ono wykaz określonych wydarzeń, krajowych lub niekrajowych, które uważa za mające szczególne znaczenie społeczne. Czyni to w jasny i przejrzysty sposób, w należyтым i odpowiednim terminie. Dokonując tego państwo członkowskie określa również, czy wydarzenia te mają być udostępniane dzięki ich bezpośredniej transmisji w całości lub części lub, jeśli to konieczne bądź właściwe z obiektywnych przyczyn leżących w interesie publicznym, retransmisji w całości lub części.

2. Państwa członkowskie natychmiast powiadamią Komisję o podjęciu lub zamiarze podjęcia takich środków zgodnie z ust. 1. W okresie trzech miesięcy od powiadomienia Komisja sprawdza, czy środki te są zgodne prawem wspólnotowym i powiadami o nich inne państwa członkowskie. Zasięga w tym celu opinii komisji powołanej na mocy art. 23a. Natychmiast publikuje podjęte środki w Dzienniku Urzędowym Wspólnot Europejskich, a przynajmniej raz do roku

publikuje skonsolidowaną listę środków podjętych przez państwa członkowskie.

3. Państwa członkowskie dokładają wszelkich starań za pomocą odpowiednich środków w ramach swojego ustawodawstwa, aby dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji nie korzystali z praw wyłączności zakupionych przez tych dostawców usług medialnych po dacie publikacji niniejszej dyrektywy w taki sposób, że znaczna część odbiorców w innym państwie członkowskim zostanie pozbawiona możliwości śledzenia wydarzeń określonych przez to drugie państwo członkowskie zgodnie z poprzednimi ustępami, w drodze ich bezpośredniej transmisji w całości lub części lub, jeśli to konieczne bądź właściwe z obiektywnych przyczyn leżących w interesie publicznym, retransmisji w całości lub części przez bezpłatne medialne usługi audiowizualne, jak to zostało określone przez to drugie państwo członkowskie zgodnie z ust. 1.

Or. en

Uzasadnienie

Wykaz określonych wydarzeń, krajowych lub niekrajowych, które mogą zostać określone przez państwa członkowskie jako mające duże znaczenie dla społeczeństwa i mogą zatem być chronione przed transmisją przez płatną telewizję, jak dotąd ogranicza się do telewizji. Jednakże w przyszłości prawa te mogą być także nabywane przez operatorów telekomunikacyjnych dla ich własnych sieci – co ma miejsce w Niemczech, gdzie spółka Deutsche Telecom zakupiła część praw do transmisji meczów piłkarskich – a zatem ochrona konsumentów, będąca istotną kwestią, musi zostać rozszerzona na wszystkie medialne usługi audiowizualne.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 406

ARTYKUŁ 1 PUNKT 5 A (nowy)

Artykuł 3a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Każde państwo członkowskie może przyjąć, zgodnie z prawem wspólnotowym, środki gwarantujące, że nadawcy telewizyjni podlegający ich jurysdykcji nie będą transmitowali na zasadzie wyłączności

wydarzeń uznanych przez to państwo członkowskie za mające szczególne znaczenie społeczne, w sposób, który pozbawiałby znaczną część odbiorców w tym państwie członkowskim możliwości śledzenia takich wydarzeń w drodze bezpośredniej transmisji lub retransmisji w swobodnie dostępnej telewizji. Odbiór uważa się za swobodny jeżeli ponad 95% odbiorców każdego państwa członkowskiego może odbierać sygnał bezpośrednio, bez konieczności instalowania w mieszkaniu odbiorcy żadnych urządzeń ani wprowadzania dodatkowych zmian w infrastrukturze zamieszkałego przez niego budynku. Jeżeli dane państwo członkowskie przyjmuje wspomniane środki, sporządza ono wykaz określonych wydarzeń, krajowych lub niekrajowych, które uważa za mające szczególne znaczenie społeczne. Czyni to w jasny i przejrzysty sposób, w należyтым i odpowiednim terminie. Dokonując tego państwo członkowskie określa również, czy wydarzenia te mają być udostępniane dzięki ich bezpośredniej transmisji w całości lub części lub, jeśli to konieczne bądź właściwe z obiektywnych przyczyn leżących w interesie publicznym, retransmisji w całości lub części.

Or. es

Uzasadnienie

Należy dokładnie określić definicję telewizji o swobodnym dostępie, która powinna spełniać dwa warunki: nieodpłatność usługi oraz możliwość korzystania z usługi przez prawie wszystkich obywateli.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 407

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do skreślony

celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. en

Uzasadnienie

Obecne ramy prawne w zakresie dostępu do najnowszych informacji, na które składa się unijna dyrektywa w sprawie praw autorskich (2001/29/WE) oraz przestrzeganie postanowień Konwencji berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych, jak również kodeksy postępowania, ustalenia umowne oraz zalecenie Rady Europy z 1991 r. (nr R (91) 5), skutecznie gwarantują dostęp za pośrednictwem wielu źródeł do najnowszych informacji o wydarzeniach, w przypadku których uzyskano wyłączne prawa. Powyższe ramy przewidują, że dostęp ten zapewniany jest na równych, racjonalnych i niedyskryminujących warunkach, przy należyтым uwzględnieniu wyłącznych praw. Wprowadzenie nowego wyłączenia dotyczącego krótkich relacji wiązałoby się z koniecznością zmiany dyrektywy 2001/29/WE.

Poprawkę złożyli Helga Trüpel i Jean-Luc Bennahmias

Poprawka 408

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie **zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.**

1. Państwa członkowskie **podejmują wszystkie konieczne środki w celu zagwarantowania, że licencjonowani nadawcy podlegający ich jurysdykcji oraz nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji i otrzymywali za to uczciwe wynagrodzenie.**

Or. en

Uzasadnienie

Wniosek Komisji Europejskiej dotyczący praw do krótkich relacji nie gwarantuje pełnego dostępu obywateli do informacji o wydarzeniach mających znaczenie dla społeczeństwa.

Poprawkę złożyli Henri Weber i Catherine Trautmann

Poprawka 409

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. **Zgodnie z zasadą wolności dostępu do informacji, uwzględnioną w szczególności w art. 11 Karty praw podstawowych Unii, i bez uszczerbku dla istniejących porozumień umownych między nadawcami** państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich **i ich pośrednicy, którzy działają w ich imieniu**, nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. fr

Uzasadnienie

Aby uniknąć nieporozumień, w artykule należy sprecyzować, że pośrednicy mają prawo dostępu do sygnału, jeżeli działają w imieniu nadawców w przypadku danego wydarzenia.

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 410

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i

1. **Z zastrzeżeniem innych porozumień umownych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami** państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w

niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. fr

Uzasadnienie

Należy sprecyzować, że istnieje konieczność przestrzegania istniejących porozumień umownych.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 411

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. **Z zastrzeżeniem innych porozumień umownych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami** państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. fr

Uzasadnienie

Prawo do wykorzystywania krótkich relacji w ogólnych programach informacyjnych podlega różnym zasadom w poszczególnych państwach członkowskich. Nie należy dążyć do ich harmonizacji ze względu na ryzyko uniemożliwienia stosowania niektórych zasad krajowych, które są doskonale dostosowane do przedmiotowego rynku.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 412

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. ***Bez uszczerbku dla innych porozumień umownych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami telewizyjnymi*** państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach do ***materiałów filmowych nadawcy dokonującego transmisji ważnych*** wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Takie krótkie relacje:

- ***nie przekraczają 90 sekund;***
- ***nie są nadawane przed zakończeniem wydarzenia;***
- ***nie są emitowane po upływie 36 godzin od danego wydarzenia;***
- ***nie są wykorzystywane do tworzenia publicznego archiwum;***
- ***nie pomijają znaku firmowego lub innego oznaczenia nadawcy, którego sygnał jest wykorzystywany oraz***
- ***nie są wykorzystywane w usługach nielinearnych.***

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka wyjaśnia na jakich zasadach prawo to jest przyznawane, zawsze z zastrzeżeniem porozumień umownych między stronami, o ile takie istnieją. Należy zauważyć, że opłata nie została uznana za obowiązkową, ponieważ w wielu przypadkach oznaczałoby to wprowadzenie obowiązkowej opłaty za usługi, które obecnie są świadczone za darmo.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 413
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. **Państwa** członkowskie zapewniają, że, **do celów** krótkich relacji informacyjnych, nadawcy **mający** siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, **na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców**, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. **Z zastrzeżeniem innych porozumień umownych zawartych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami telewizyjnymi, państwa** członkowskie zapewniają, że **podczas nadawania** krótkich relacji informacyjnych **umieszczonych w programie jako część linearnych usług informacyjnych**, nadawcy, **którzy uzyskali koncesję zgodnie z prawem i mają** siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu **do materiałów z ważnych wydarzeń budzących duże ogólne zainteresowanie**, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji, **pod warunkiem, że odbywa się na rozsądnych i niedyskryminujących zasadach.**

Or. es

Uzasadnienie

Con el fin de evitar problemas de seguridad, planificación y capacidad, debe admitirse que los extractos cortos pueden ser extraídos de la señal de transmisión de los organismos de radiodifusión.

Poprawkę złożyli Miguel Portas i Věra Flasarová

Poprawka 414
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy **posiadający ważną koncesję i** mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez

nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Dostęp do takich krótkich relacji informacyjnych jest uważany za część prawa odbiorców do dostępu do informacji i wolności prasy i nie może podlegać handlowym zobowiązaniom umownym. Z tej przyczyny nie pobierane są opłaty za zapewnienie takiego dostępu.

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka wyjaśnia, że istniejące zobowiązania umowne muszą być zgodne z podstawowym prawem odbiorców do dostępu do informacji i z wolnością mediów, których nie można rozpatrywać z punktu widzenia kwestii handlowych.

Poprawkę złożył Hannu Takkula

Poprawka 415

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie **zapewniają**, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy **mający** siedzibę w innych państwach członkowskich nie **są** pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. **Z zastrzeżeniem innych porozumień umownych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami** państwa członkowskie **mogą zapewnić**, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy, **którzy uzyskali koncesję zgodnie z prawem i mają** siedzibę w innych państwach członkowskich nie **będą** pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. en

Uzasadnienie

Prawo do krótkich relacji jest tradycyjnie praktykowane za pośrednictwem porozumień dwustronnych, co powinno zostać potwierdzone w treści niniejszej dyrektywy. Umożliwienie bezpłatnego dostępu do sygnału nadawcy jest przyczyną istotnych problemów w zakresie praw autorskich, jak również stanowi naruszenie praw własności nadawców i/lub posiadaczy praw. W rzeczywistości nadawca nie zawsze jest posiadaczem praw do nadawania w innych

państwach członkowskich UE, a zatem ma miejsce podwójne naruszenie: i) po pierwsze, wobec nadawcy nadającego sygnał mający wartość handlową, i ii) wobec prawowitego posiadacza praw, tj. klubów, stowarzyszeń lub agencji praw autorskich. Ponieważ państwa członkowskie stosują różne rozwiązania w zakresie prawa do informacji, niniejsza dyrektywa powinna zawierać neutralną klauzulę, pozostawiając państwom członkowskim wybór instrumentu prawnego podczas transpozycji dyrektywy do przepisów prawa krajowego.

Poprawkę złożyła Marianne Mikko

Poprawka 416
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. ***Bez uszczerbku dla innych porozumień umownych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami telewizyjnymi*** państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy ***posiadający należyte koncesje i*** mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach ***oraz w zamian za odpowiednią zapłatę***, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka zapewnia pewność prawną w odniesieniu do już zawartych umów. Wprowadza pojęcie udzielania należytych koncesji, aby powstrzymać „pirackich” nadawców przed budowaniem swojej działalności na krótkich relacjach. Przewiduje się w niej, że wielkość opłaty za krótkie relacje nie powinna stanowić niepotrzebnego obciążenia dla którejkolwiek ze stron transakcji.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 417
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. ***Państwa*** członkowskie ***zapewniają***, że, do celów krótkich relacji informacyjnych,

1. ***Każde państwo*** członkowskie ***gwarantuje***, że, do celów krótkich relacji

nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. de

Uzasadnienie

Prawo do krótkich relacji powinno wykraczać poza proponowany we wniosku Komisji charakter niedyskryminujący i jako prawo wspólnotowe powinno w jednakowy sposób obowiązywać dla wszystkich państw członkowskich Unii Europejskiej. Takie sformułowanie służy zagwarantowaniu transgranicznego przepływu informacji, wspieraniu pluralizmu, a ponadto przyczynia się do wolności wypowiedzi i informacji, zagwarantowanych w art. 11 Karty praw podstawowych Unii.

Poprawkę złożyła Karin Resetarits

Poprawka 418

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.
Krótką relacją informacyjną musi być transmitowana jako jedna całość i nie może przekraczać 90 sekund.

Or. de

Uzasadnienie

Jeżeli rodzaj relacji nie zostanie dokładnie zdefiniowany, może dojść do nadużywania takich relacji, np. poprzez podział na wiele dziesięciosekundowych fragmentów i wykorzystanie jako element programu o charakterze magazynu, co nie jest zgodne z założeniami krótkich relacji.

Poprawkę złożył Manolis Mavrommatis

Poprawka 419
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych – **w tym relacji na potrzeby transmisji ogólnoeuropejskich** – nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. fr

Uzasadnienie

Należy sprecyzować, że „ogólnoeuropejskie” nadawanie krótkich relacji informacyjnych będzie sprzyjać rzeczywistemu korzystaniu z ogólnoeuropejskiego prawa do otrzymywania informacji.

Poprawkę złożyła Mary Honeyball

Poprawka 420
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. **Bez uszczerbku dla innych porozumień umownych pomiędzy zainteresowanymi nadawcami telewizyjnymi** państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych **przedstawianych w ramach stałych audycji ogólnoinformacyjnych za pośrednictwem usług linearnych**, nadawcy **posiadający ważną koncesję i** mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie

odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

Or. en

Uzasadnienie

Obecna praktyka bezpłatnego dostarczania krótkich relacji do wykorzystania w ramach stałych audycji ogólnoinformacyjnych powinna być kontynuowana zgodnie z prawem odbiorców do informacji. Ważne jest, aby uniknąć komercyjnych nadużyć, które prowadziłyby do powstania wtórnego rynku wiadomości.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 421

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że, do celów krótkich relacji informacyjnych, nadawcy mający siedzibę w innych państwach członkowskich nie są pozbawieni dostępu, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach, do wydarzeń budzących duże zainteresowanie odbiorców, które są transmitowane przez nadawcę podlegającego ich jurysdykcji, **lub że**

Or. de

Uzasadnienie

Prawo do krótkich relacji musi być sformułowane tak, aby w jak najmniejszym stopniu ograniczać prawa właścicieli praw do tych relacji. Należy tu także możliwość wyboru sygnału nadawczego, dostęp i stosowna zapłata.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 422

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 1a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1a. Państwa członkowskie mogą zaproponować, aby tego rodzaju wydarzenia o szczególnym znaczeniu

społecznym, niewymienione na liście, o której mowa w art. 3a, nie były transmitowane wyłącznie przez nadawców telewizyjnych podlegających ich jurysdykcji, w przypadku, gdy wymagają tego niezwykle ważne okoliczności, niemożliwe do przewidzenia również ze względów czasowych. Tego rodzaju wymogi poddawane są procedurze przyspieszonej weryfikacji, podobnej do procedury określonej w art. 3a ust. 2.

Or. it

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 423
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło. *skreślony*

Or. en

Uzasadnienie

Obecne ramy prawne w zakresie dostępu do najnowszych informacji, na które składa się unijna dyrektywa w sprawie praw autorskich (2001/29/WE) oraz przestrzeganie postanowień Konwencji berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych, jak również kodeksy postępowania, ustalenia umowne oraz zalecenie Rady Europy z 1991 r. (nr R (91) 5), skutecznie gwarantują dostęp za pośrednictwem wielu źródeł do najnowszych informacji o wydarzeniach, w przypadku których uzyskano wyłączne prawa. Powyższe ramy przewidują, że dostęp ten zapewniany jest na równych, racjonalnych i niedyskryminujących warunkach, przy należyтым uwzględnieniu wyłącznych praw. Wprowadzenie nowego wyłączenia dotyczącego krótkich relacji wiązałoby się z koniecznością zmiany dyrektywy 2001/29/WE.

Poprawkę złożył Hannu Takkula

Poprawka 424
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło. **skreślony**

Or. en

Uzasadnienie

Prawo do krótkich relacji jest tradycyjnie praktykowane za pośrednictwem porozumień dwustronnych, co powinno zostać potwierdzone w treści niniejszej dyrektywy. Umożliwienie bezpłatnego dostępu do sygnału nadawcy jest przyczyną istotnych problemów w zakresie praw autorskich, jak również stanowi naruszenie praw własności nadawców i/lub posiadaczy praw. W rzeczywistości nadawca nie zawsze jest posiadaczem praw do nadawania w innych państwach członkowskich UE, a zatem ma miejsce podwójne naruszenie: i) po pierwsze, wobec nadawcy nadającego sygnał mający wartość handlową, i ii) wobec prawowitego posiadacza praw, tj. klubów, stowarzyszeń lub agencji praw autorskich. Ponieważ państwa członkowskie stosują różne rozwiązania w zakresie prawa do informacji, niniejsza dyrektywa powinna zawierać neutralną klauzulę, pozostawiając państwu członkowskiemu wybór instrumentu prawnego podczas transpozycji dyrektywy do przepisów prawa krajowego.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 425

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

2. Nadawcy mogą swobodnie wybierać do transmisji krótkie relacje informacyjne z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

Or. it

Poprawkę złożyli Helga Trüpel i Jean-Luc Bennahmias

Poprawka 426

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z

2. Nadawcy mogą albo swobodnie wybierać krótkie relacje informacyjne z sygnału

sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło, **albo można im samym zapewnić dostęp do wydarzenia na potrzeby transmisji zgodnie z prawem danego państwa członkowskiego.**

Or. en

Uzasadnienie

Dostęp do samego wydarzenia może również stanowić ważną alternatywę dla uzyskania materiału potrzebnego w związku z prawem do krótkich relacji.

Poprawkę złożyła Karin Resetarits

Poprawka 427

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym **podczas transmisji** muszą oni przynajmniej podać ich źródło **w widoczny sposób. Emisja powinna się odbyć po zakończeniu wydarzenia w ciągu 24 godzin. Po tym terminie relacja nie może być już oferowana, transmitowana i dalej opracowywana.**

Or. de

Uzasadnienie

Ponieważ chodzi o najważniejsze momenty wydarzeń o dużym znaczeniu społecznym, należy dokładnie zdefiniować i uregulować zastosowanie krótkich relacji.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 428

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z

sygnału transmitującego nadawcy, **przy czym** muszą oni **przynajmniej** podać ich źródło.

sygnału transmitującego nadawcy, **lecz** muszą oni podać ich źródło.

Or. fr

Uzasadnienie

Niezbędna korekta, aby ułatwić tłumaczenie i uniknąć harmonizacji szczegółowych rozwiązań, które są różnie uregulowane w poszczególnych krajach.

Poprawkę złożyła Hanna Foltyn-Kubicka

Poprawka 429

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z **sygnału** transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z **programów** transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło. **Nadawcy mogą swobodnie wybrać więcej niż jedną relację z danego programu.**

Or. pl

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 430

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. **Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich**

2. **Nadawcy podlegający obowiązkowi wynikającym z niniejszego artykułu mogą swobodnie decydować o udostępnieniu swojego sygnału transmisyjnego lub o udzieleniu dostępu do wydarzenia na**

źródło.

potrzeby transmisji, zgodnie z prawem danego państwa członkowskiego.

Or. en

Uzasadnienie

Umożliwienie dostępu zależy od nadawców nadających sygnał transmitujący, i w każdym przypadku podlega ono prawu krajowemu.

Poprawkę złożyli Miguel Portas i Věra Flasarová

Poprawka 431
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

2. Nadawcy mogą albo swobodnie wybierać krótkie relacje informacyjne z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło, albo można im samym zapewnić w tym celu dostęp do wydarzenia.

Or. en

Uzasadnienie

Prawo dostępu na potrzeby krótkich relacji informacyjnych ma być przyznawane jako podstawowe prawo związane z wolnością mediów oraz prawem odbiorców do dostępu do informacji.

Poprawkę złożyła Emine Bozkurt

Poprawka 432
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

2. Fragmenty do krótkich relacji informacyjnych mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

Or. en

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 433
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło ***lub nadawcy mogą, wyłącznie jeżeli ustawodawstwo państwa członkowskiego przewiduje takie rozwiązanie, otrzymać samodzielny dostęp do wydarzenia w celu transmisji.***

Or. fr

Uzasadnienie

Prawo dostępu do wydarzenia musi być zgodne z właściwymi przepisami prawa krajowego.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 434
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, ***przy czym muszą oni przynajmniej podać ich źródło.***

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy. ***Jeżeli nadawca korzysta z prawa do krótkich relacji, jest on zobowiązany do zapłaty stosownego wynagrodzenia na rzecz właściciela wyłącznego prawa oraz do podania źródła.***

Or. de

Uzasadnienie

Należy w jasny sposób zaznaczyć, że nadawca telewizyjny powinien dokonać zapłaty należytego wynagrodzenia na rzecz właściciela praw, którego sytuacja w odniesieniu do tych praw ulega pogorszeniu. Pozbawienie pośredników prawa do krótkich relacji jest konieczne, aby wykluczyć wykorzystanie tego prawa dla celów gospodarczych.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 435
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym muszą oni **przynajmniej** podać ich źródło.

2. Krótkie relacje informacyjne mogą być wybierane swobodnie przez nadawców z sygnału transmitującego nadawcy, przy czym należy podać ich źródło.

Or. de

Uzasadnienie

Prawo do krótkich relacji musi być sformułowane tak, aby w jak najmniejszym stopniu ograniczać prawa właścicieli praw do tych relacji. Należy tu także możliwość wyboru sygnału nadawczego, dostęp i stosowna zapłata.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 436
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3b ustęp 2a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(2a) Przepisy niniejszego artykułu obowiązują bez uszczerbku dla obowiązku poszczególnych nadawców do przestrzegania przepisów dotyczących praw własności intelektualnej państwa członkowskiego, w którym mają siedzibę, oraz które zostały ustanowione w dyrektywie 2001/29/WE i/lub konwencji berneńskiej i nie wpływają na ten obowiązek.

Or. es

Uzasadnienie

Con el fin de evitar problemas de seguridad, planificación y capacidad, debe admitirse que los extractos cortos pueden ser extraídos de la señal de transmisión de los organismos de radiodifusión.

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 437

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

2a. Przepisy niniejszego artykułu obowiązują bez uszczerbku dla obowiązku różnych nadawców telewizyjnych do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa autorskiego oraz przepisów, które zostały ustanowione w dyrektywie 2001/29/WE i/lub konwencji berneńskiej i nie wpływają na ten obowiązek.

Or. fr

Uzasadnienie

Należy doprecyzować, że istniejące zobowiązania dotyczące praw autorskich nie zostaną zmienione niniejszą dyrektywą.

Poprawkę złożyła Ruth Hieronymi

Poprawka 438

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

2a. Przepisy niniejszego artykułu obowiązują bez uszczerbku dla obowiązku poszczególnych nadawców do poszanowania przepisów prawa autorskiego oraz przepisów, które zostały ustanowione w dyrektywie 2001/29/WE i/lub konwencji rzymskiej i nie wpływają na ten obowiązek.

Or. de

Uzasadnienie

Należy doprecyzować, że istniejące zobowiązania dotyczące praw autorskich nie zostaną zmienione niniejszą dyrektywą.

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 439

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

2a. Przepisy niniejszego artykułu obowiązują bez uszczerbku dla obowiązku poszczególnych nadawców do przestrzegania przepisów prawa autorskiego państwa członkowskiego, w którym mają siedzibę, oraz przepisów, które zostały ustanowione w dyrektywie 2001/29/WE i/lub konwencji rzymskiej i nie wpływają na ten obowiązek.

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka wyjaśnia, że niniejsza dyrektywa nie wpływa na dotychczasowe obowiązki w zakresie przestrzegania prawa autorskiego.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 440

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3b ustęp 2 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

2a. Korzystanie z prawa do krótkich relacji informacyjnych może odbywać się tylko w zamian za stosowne wynagrodzenie, a prawa autorskie muszą być chronione.

Or. de

Uzasadnienie

Prawo do krótkich relacji musi być sformułowane tak, aby w jak najmniejszym stopniu ograniczać prawa właścicieli praw do tych relacji. Należy tu także możliwość wyboru sygnału nadawczego, dostęp i stosowna zapłata.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 441
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają **za pośrednictwem odpowiednich środków**, że dostawcy **linearnych** medialnych usług audiowizualnych podlegający ich jurysdykcji udostępniają odbiorcom swoich usług w sposób łatwy, bezpośredni i trwały co najmniej następujące informacje:

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka zapewnia państwu członkowskiemu elastyczność w zakresie stosowania samoregulacji i współregulacji. Dyrektywa powinna dotyczyć jedynie usług linearnych.

Poprawkę złożył Luís Queiró

Poprawka 442
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c (dyrektywa 89/552/EWG)

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

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

Or. en

Uzasadnienie

Linearne medialne usługi audiowizualne oznaczają te, w przypadku których ma miejsce odpowiedzialność redakcyjna za tworzenie lub łączenie treści dla programów w ramach usług linearnych tj. podobnych do telewizyjnych. Zakres jest neutralny pod względem technicznym, ponieważ obejmuje wszystkie środki transmisji. Rozszerzenie dyrektywy poza taką działalność byłoby przedwczesne, biorąc pod uwagę bardzo wczesny etap jej opracowywania i potrzebę zagwarantowania europejskim przedsiębiorcom, że ich interesy nie zostaną zagrożone, w porównaniu do przedsiębiorców na całym świecie. Ponadto nawet częściowe rozszerzenie – stosunkowo surowych – uregulowań dotyczących nadawania na inne media, które mogą być oferowane przez dużo większą liczbę obywateli europejskich i powinna w stosunku do nich

obowiązywać zasada swobody wyrażania opinii i wolności prasy, groziłoby zachwianiem ram niezbędnych do funkcjonowania wolnego i odnoszącego sukcesy europejskiego społeczeństwa informacyjnego.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 443

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3c, część wprowadzająca (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy medialnych usług audiowizualnych podlegający ich jurysdykcji udostępniają odbiorcom swoich usług w sposób łatwy, bezpośredni i trwały **łatwo dostępny adres elektroniczny zawierający** co najmniej następujące informacje:

Or. es

Uzasadnienie

Ze względu na oszczędność czasu należałoby udostępnić użytkownikom dostęp do dokładnych informacji za pomocą mechanizmu niewymagającego podawania bez potrzeby dodatkowych danych.

Poprawkę złożyła Hanna Foltyn-Kubicka

Poprawka 444

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3c (dyrektywa 89/552/EWG)

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

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

Or. pl

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożyła Mary Honeyball

Poprawka 445
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają **za pośrednictwem odpowiednich środków**, że dostawcy medialnych usług audiowizualnych podlegający ich jurysdykcji udostępniają odbiorcom swoich usług w sposób łatwy, bezpośredni i trwały co najmniej następujące informacje:

Or. en

Uzasadnienie

Sformułowania powinny być spójne i zapewnić państwom członkowskim elastyczność w zakresie stosowania współregulacji.

Poprawkę złożyła Hanna Foltyn-Kubicka

Poprawka 446
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c litera b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) **adres geograficzny, pod którym** dostawca usług medialnych ma swoją siedzibę;

(b) **państwo i miejscowość, w której** dostawca usług medialnych ma swoją siedzibę;

Or. pl

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 447
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c litera b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) adres geograficzny, pod którym dostawca usług medialnych ma swoją siedzibę;

(b) adres geograficzny *i pocztowy*, pod którym dostawca usług medialnych ma swoją siedzibę;

Or. en

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 448
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c litera d) (dyrektywa 89/552/EWG)

(d) gdzie dotyczy, *właściwy* organ regulacyjny.

(d) gdzie dotyczy, *odpowiedni* organ regulacyjny *lub nadzorczy*.

Or. en

Uzasadnienie

W niektórych państwach członkowskich nadawcy (np. publiczni) nie podlegają kontroli organu regulacyjnego, ale pewnym środkiem nadzorczym.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 449
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3c litera (da) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(da) w przypadku braku wymaganych informacji, państwo członkowskie może zablokować sygnał nadawcy.

Or. it

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 450
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki

sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich. ***Dotyczy to w szczególności programów zawierających treści pornograficzne i sceny nieuzasadnionej przemocy. Wzywa się Komisję i państwa członkowskie do zachęcenia właściwych stron przemysłu medialnego do wsparcia wspólnotowego systemu oznaczania, oceny i filtrowania, będącego kolejnym środkiem ochrony małoletnich. Państwa członkowskie powinny wspierać działania umożliwiające osobom sprawującym nadzór nad małoletnimi lepszą kontrolę nad programami zawierającymi sceny nieuzasadnionej przemocy i treści pornograficzne.***

Or. de

Uzasadnienie

Z uwagi na fakt, że oferta medialna jest w znacznym zakresie wykorzystywana przez małoletnich, którzy spędzają w ten sposób dużo czasu, konieczne jest zwiększenie stopnia ich ochrony. Z tego względu należy wspierać wspólnotowe systemy oznaczania, oceny i filtrowania, jak również lepsze możliwości kontroli przez osoby sprawujące nadzór.

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 451

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich. ***Nie będzie to uważane za poważne ograniczenie, jeżeli dostawcy medialnych usług audiowizualnych uda się stworzyć sytuację, przy użyciu środków technicznych lub innych, albo dzięki wyborowi czasu, w***

jakim usługą jest oferowana, w której osoby małoletnie z przedmiotowej grupy wiekowej nie będą mogły oglądać takich usług.

Or. en

Uzasadnienie

Nowa klauzula ma na celu zapewnienie minimalnej harmonizacji dotyczącej wymogów technicznych w zakresie ochrony osób małoletnich na obszarze Wspólnoty. Propozycja ujmuje także w bardziej konkretny sposób wymogi wniosku Komisji w związku z nowymi technicznymi metodami ochrony. Propozycja ani nie ogranicza kompetencji państw członkowskich dotyczących określania, jakie środki techniczne są dopuszczalne, ani ich kompetencji dotyczących określania czasu, w jakim medialna usługa audiowizualna może być rozpowszechniana.

Poprawkę złożył Thomas Wise

Poprawka 452

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich, ***w szczególności przez programy zawierające sceny pornograficzne, nieuzasadnionej przemocy, podżeganie do przemocy wobec kobiet i dziewcząt lub do nietolerancji.***

Or. en

Uzasadnienie

Niniejsza dyrektywa powinna zapewniać przepis dotyczący pełnej ochrony grup szczególnie wrażliwych.

Poprawkę złożył Manolis Mavrommatis

Poprawka 453

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich, **a w szczególności nie obejmują programów zawierających sceny pornograficzne lub sceny nieuzasadnionej przemocy.**

Or. el

Uzasadnienie

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

Poprawkę złożył Mario Mauro

Poprawka 454

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji **nie zawierają szkodliwej treści i nie zachęcają do szkodliwego zachowania oraz** nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby **zaszkodzić lub** poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich, **zgodnie z przepisami art. 22.**

Or. it

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 455
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie **zapewniają poprzez** odpowiednie **działania**, że **linearne** medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

Or. en

Uzasadnienie

Poprawka zapewnia państwu członkowskiemu elastyczność w zakresie stosowania samoregulacji i współregulacji. Dyrektywa powinna dotyczyć jedynie usług linearnych.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 456
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie **zapewniają poprzez** odpowiednie **działania**, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

Or. en

Uzasadnienie

Sformułowania powinny być spójne i zapewniać państwu członkowskiemu elastyczność w zakresie stosowania współregulacji.

Poprawkę złożyła Mary Honeyball

Poprawka 457

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie *zapewniają poprzez* odpowiednie *działania*, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

Or. en

Uzasadnienie

Sformułowania powinny być spójne i zapewniać państwom członkowskim elastyczność w zakresie stosowania współregulacji.

Poprawkę złożyła Karin Resetarits

Poprawka 458

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

3d. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu **lub** moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

3d. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że medialne usługi audiowizualne podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu, moralnemu **lub zdrowotnemu** rozwojowi osób małoletnich.

Or. de

Uzasadnienie

Ze względu na obciążające państwo ogromne koszty powodowane przez choroby cywilizacyjne jak otyłość należy zaakcentować słowo „zdrowotny“.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 459

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3d (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, że **transmisje programów telewizyjnych** podlegające ich jurysdykcji nie są udostępniane w taki sposób, który mógłby poważnie zaszkodzić fizycznemu, umysłowemu lub moralnemu rozwojowi osób małoletnich.

Or. de

Uzasadnienie

W kulturach państw członkowskich z uzasadnionego powodu panuje częściowo różne zdanie co do tego, kiedy przedstawienie czegoś w mediach, np. drugiej wojny światowej, wojny w Iraku, przemocy lub seksualności, zagraża rozwojowi małoletnich. Dlatego dyrektywa o handlu elektronicznym prowadzi do stworzenia pragmatycznego i elastycznego systemu, w którym w praktyce każdy środek przekazu musi spełniać wymagania ochrony małoletnich kraju pochodzenia. Dopiero w (rzadkich) przypadkach sporów zgodnie z art. 3 ust. 4 dyrektywy o handlu elektronicznym w interesie ochrony małoletnich lub porządku publicznego kraj odbioru może zastosować swoje ewentualnie odbiegające normy. To skuteczne rozwiązanie zasługuje na pierwszeństwo względem wprowadzenia nieistniejącej do tej pory jednolitej europejskiej normy minimalnej. Europejska harmonizacja wykraczająca poza zakres telewizji wydaje się jednak nie na miejscu. Nielinearne medialne usługi audiowizualne o różnorodnej treści związanej z różnymi europejskimi kulturami oferowane są przez o wiele większą liczbę Europejczyków. Każdy system inny od systemu opartego na elastycznej i skutecznej dyrektywie o handlu elektronicznym mógłby zagrozić temu rzeczywistemu pluralizmowi poglądów europejskich obywateli.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 460

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek

1. Zabronione są transmisje lub medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne zawierające jakiegokolwiek formy podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania,

podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

2. Państwa członkowskie przyjmują odpowiednie środki gwarantujące przestrzeganie tego zakazu.

Or. it

Poprawkę złożył Thomas Wise

Poprawka 461
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji **gwarantują poszanowanie godności i integralności człowieka, nie mają charakteru bezpośrednio lub pośrednio dyskryminującego, ani** nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną **oraz nie transmitują one materiałów, które, ze względu na ich kontekst, propagują lub gloryfikują przemoc wobec kobiet.**

Or. en

Uzasadnienie

Niniejsza dyrektywa powinna zapewniać przepis dotyczący pełnej ochrony grup szczególnie wrażliwych.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 462
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

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

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

Or. de

Uzasadnienie

Zgodnie z Kartą praw podstawowych Unii, w której godności ludzkiej przyznaje się pierwszeństwo jako nienaruszalnej najwyższej wartości, konieczne jest włączenie tego podstawowego chronionego dobra do wykazu zawartego w art. 3e.

Poprawkę złożył Mario Mauro

Poprawka 463
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną **lub do zachowania mającego na celu poniżenie godności ludzkiej, poprzez przemoc lub inne środki, określone w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej.**

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożyła Sarah Ludford

Poprawka 464

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

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

1. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że **transmisje telewizyjne** rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

Uzasadnienie

Chociaż szczegółowe sektorowe uregulowania w tej dziedzinie dotyczące transmisji telewizyjnych są niewątpliwie właściwe, regulację usług na żądanie w kontekście podburzania do nienawiści z powodów innych niż rasizm najlepiej będzie pozostawić ogólnym przepisom prawa.

Poprawkę złożył Henri Weber

Poprawka 465

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich

Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich

jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną **ani nie naruszają godności i poszanowania człowieka.**

Or. fr

Uzasadnienie

W tekście proponowanym przez Komisję nie wymieniono godności i poszanowania człowieka.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 466
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

3e. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że **medialne usługi audiowizualne** i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

3e. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że **transmisje telewizyjne i towarzyszące im** handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

Or. de

Uzasadnienie

W różnych kulturach państw członkowskich z uzasadnionego powodu panuje częściowo różne zdanie co do tego, kiedy prowokacyjna dyskusja polityczna lub inna wypowiedź medialna podlega ochronie, a kiedy podburza do nienawiści z powodu jednego z wymienionych kryteriów. Europejska harmonizacja wykraczająca poza zakres telewizji wydaje się jednak niewskazana. Nielinearne medialne usługi audiowizualne o pluralistycznym charakterze i różnorodnej treści związanej z różnymi europejskimi kulturami oferowane są przez o wiele wyższą liczbę Europejczyków. Dyrektywa o handlu elektronicznym prowadzi do stworzenia pragmatycznego i elastycznego systemu, w którym w praktyce każdy środek przekazu musi spełniać wymagania ochrony porządku publicznego kraju pochodzenia. Dopiero w (rzadkich) przypadkach sporów zgodnie z art. 3 ust. 4 dyrektywy o handlu elektronicznym w interesie

ochrony małoletnich lub porządku publicznego kraj odbioru może zastosować swoje ewentualnie odbiegające normy. To skuteczne rozwiązanie zasługuje na pierwszeństwo przed wprowadzeniem nieistniejącej do tej pory jednolitej europejskiej normy minimalnej. Wszystko inne niż system oparty na elastycznej i skutecznej dyrektywie o handlu elektronicznym mogłoby zagrozić temu rzeczywistemu pluralizmowi poglądów europejskich obywateli.

Poprawkę złożyła Karin Resetarits

Poprawka 467

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

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

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

Or. en

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 468

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e (dyrektywa 89/552/EWG)

3e. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

3e. Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że medialne usługi audiowizualne i handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają jakiegokolwiek podburzania do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną **i zapewniają ogólne poszanowanie godności ludzkiej.**

Uzasadnienie

Ochrona godności ludzkiej ma kluczowe znaczenie dla medialnych usług audiowizualnych. Poprawkę należy rozpatrywać w powiązaniu z poprawką 11.

Poprawkę złożyła Sarah Ludford

Poprawka 469

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e ustęp 2 (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(2) Państwa członkowskie zapewniają za pomocą odpowiednich środków, że usługi świadczone na żądanie przez dostawców podlegających ich jurysdykcji nie zawierają żadnego podburzania do nienawiści ze względu na pochodzenie rasowe lub etniczne.

Uzasadnienie

Chociaż szczegółowe sektorowe uregulowania w tej dziedzinie dotyczące transmisji telewizyjnych są niewątpliwie właściwe, regulację usług na zamówienie w kontekście podburzania do nienawiści z powodów innych niż rasizm najlepiej będzie pozostawić ogólnym przepisom prawa.

Poprawkę złożył Karin Resetarits

Poprawka 470

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3e ustęp 2 (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(2) Od (dzień) (miesiąc) (rok), państwa członkowskie dostarczają Komisji co dwa lata krajowe sprawozdania w sprawie wdrażania niniejszego artykułu. Sprawozdanie to obejmuje w szczególności dane statystyczne na temat postępów poczynionych w celu osiągnięcia dostępności w rozumieniu ust. 1, powód wszelkich niepowodzeń w osiąganiu postępów oraz środki, które zostały przyjęte lub są planowane w celu ich osiągnięcia.

Komisja zapewnia stosowanie niniejszego artykułu zgodnie z przepisami traktatu.

Or. en

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 471
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3e a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

Państwa członkowskie nie zezwalają na transmitowanie wydarzeń pokazujących szczególnie i dobitnie cierpienia zwierząt podczas układu programów dziecięcych, a w żadnym wypadku pomiędzy godz. 6.00 i 21.00.

Or. en

Uzasadnienie

Należy chronić dzieci, uniemożliwiając im oglądanie transmisji wydarzeń na żywo, które w dobitny sposób pokazują cierpienia zwierząt.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 472
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich. ***skreślony***

Or. es

Uzasadnienie

Conforme los servicios se especializan, nacen los canales temáticos y la era digital trae

consigo el correspondiente aumento de la diversidad de servicios lineales y no lineales, el establecimiento de cuotas resulta más obsoleto. Es el interés del usuario y no el del legislador el que dicta qué tipo de servicios habrán de ofrecer los proveedores.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 473
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie **zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający** ich jurysdykcji **wspierają**, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, **produkcję** europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie **zachęcają dostawców usług medialnych podlegających** ich jurysdykcji **do wspierania**, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, **produkcji** europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

Or. en

Uzasadnienie

Z uwagi na większą różnorodność oferowaną przez większą ilość usług przepisy dotyczące limitów nie są konieczne. Istnieją skuteczniejsze sposoby zachęcania do produkcji i transmitowania utworów europejskich.

Poprawkę złożyli Helga Trüpel, Monica Frassoni oraz Jean-Luc Bennahmias

Poprawka 474
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, **rozwój i** produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich. **W przypadku nielinearnych medialnych usług audiowizualnych wsparcie i propagowanie mogą przybrać formę minimalnej kwoty proporcjonalnej do wyniku ekonomicznego, minimalnego udziału europejskich i niezależnych utworów w katalogach wideo**

na żądanie lub atrakcyjnej prezentacji europejskich i niezależnych utworów w elektronicznych przewodnikach po programach.

Or. en

Uzasadnienie

Proponowane sformułowane uzupełnia zadania w zakresie propagowania, o których mowa w przedmiotowym artykule; w celu zagwarantowania propagowania europejskich utworów we wszystkich usługach medialnych konieczne jest zawarcie wskazówek dotyczących wdrożenia także w tekście podstawowym.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni i Donato Tommaso Veraldi

Poprawka 475

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, ***wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i*** za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, za pomocą odpowiednich środków, ***przy poszanowaniu konkurencji między poszczególnymi rynkami dystrybucji***, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich ***w ilości co najmniej 50% transmitowanych utworów, przy czym ilość ta ustalana jest w stosunku dziennym. Ponadto, w stosunku tygodniowym, co najmniej 40% okresów największej oglądalności musi być przeznaczony na utwory europejskie.***

Or. it *Uzasadnienie*

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 (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.

Poprawkę złożyła Maria Badia I Cutchet

Poprawka 476
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, **wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i** za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich, **przy czym szczególną uwagę należy poświęcić europejskim utworom pochodzenia niekrajowego, aby chronić i wspierać różnorodność kulturową i językową oraz wspomóc rozwój obywatelstwa europejskiego.**

Or. en

Uzasadnienie

Państwa członkowskie mogą wprowadzać środki wspierające nadawanie nie tylko europejskich utworów pochodzenia krajowego, ale także europejskich utworów pochodzenia niekrajowego. Może to pomóc we wspieraniu różnorodności kulturowej i językowej oraz rozwoju obywatelstwa europejskiego.

Poprawkę złożył Gyula Hegyi

Poprawka 477
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich, **przy czym szczególną uwagę należy poświęcić europejskim utworom pochodzenia niekrajowego.**

Or. en

Uzasadnienie

Państwa członkowskie mogą wprowadzać środki wspierające nadawanie nie tylko europejskich utworów pochodzenia krajowego, ale także europejskich utworów pochodzenia niekrajowego.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 478

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji *wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.*

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji *nie transmitują utworów kinematograficznych poza okresami uzgodnionymi z posiadaczami praw.*

Or. de

Uzasadnienie

Osobne wspieranie produkcji europejskich nie jest konieczne. Produkcje europejskie wysokiej jakości muszą być w stanie sprostać konkurencji.

Poprawkę złożyła Ruth Hieronymi

Poprawka 479

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków *oraz respektując konkurencję pomiędzy różnymi platformami dystrybucji*, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

Or. de

Uzasadnienie

Uwzględnienie postępu technologicznego i wynikającej z niego konkurencji na różnych platformach dystrybucji.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 480

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków **oraz z właściwym uwzględnieniem konkurencji pomiędzy różnymi środkami dystrybucji**, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

Or. en

Uzasadnienie

Uwzględnienie postępu technologicznego i wynikającej z niego konkurencji w różnych kanałach dystrybucji.

Poprawkę złożył Bernat Joan i Mari

Poprawka 481

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję **niezależnych** europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

Or. es

Uzasadnienie

Reforzar producción independiente ha sido un instrumento vital para acabar con la actitud

monopolística en la creación de programas y espacios televisivos.

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 482
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich. ***W przypadku nieliniarnych medialnych usług audiowizualnych wsparcie może na przykład przybrać formę minimalnej kwoty inwestycji proporcjonalnej do obrotów, minimalnego udziału europejskich utworów w katalogach wideo na żądanie lub atrakcyjnego prezentowania europejskich utworów w elektronicznych przewodnikach po programach.***

Or. fr

Uzasadnienie

Należy sprecyzować najważniejsze przykłady środków, które państwa członkowskie mogą wprowadzić, aby osiągnąć cel, o którym mowa w pierwszym zdaniu. Takie uzupełnienie sprzyja realizacji celu, a jednocześnie zapewnia niezbędną elastyczność, która się z tym wiąże.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 483
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

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

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

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

odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich. *Wspieranie usług nielinearnych może przybrać następujące formy: minimalne inwestycje w utwory europejskie proporcjonalnie do obrotów, minimalny udział utworów europejskich w katalogach wideo na żądanie i atrakcyjna prezentacja utworów europejskich w elektronicznych przewodnikach po programach.*

Or. fr

Uzasadnienie

Katalogi filmów dostępnych w ramach usług dotyczących nielinearnych treści audiowizualnych powinny zawierać rozsądny udział europejskich utworów audiowizualnych, a także zapewniać promocję i reklamę oferty wśród użytkowników. Z drugiej strony, w przypadku usług nielinearnych użytkownicy posiadają swobodę dostępu do programów i decydują o czasie i rodzaju programu, który chcą oglądać. Docelowo elektroniczne przewodniki po programach będą niezbędnym narzędziem wyboru programów. W tym kontekście należy bezwzględnie zapewnić dostęp do treści europejskich. Dlatego też elektroniczne przewodniki po programach mogłyby zapewniać preferencyjny dostęp do treści europejskich.

Poprawkę złożył Henri Weber

Poprawka 484

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich.

1. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji wspierają, wtedy gdy jest to możliwe do zrealizowania i za pomocą odpowiednich środków, produkcję europejskich utworów w rozumieniu art. 6 oraz dostęp do nich. *Wspieranie usług nielinearnych może przebiegać w następujący sposób: minimalne inwestycje w produkcje europejskie proporcjonalnie do obrotów, minimalny udział utworów europejskich w katalogach wideo na żądanie i atrakcyjna prezentacja utworów europejskich w elektronicznych*

przewodnikach po programach.

Or. fr

Uzasadnienie

W jednym z punktów uzasadnienia sprawozdawca przedstawia najważniejsze przykłady środków, które państwa członkowskie mogą zastosować, aby osiągnąć cel różnorodności kulturowej przez wspieranie utworów europejskich. Katalog o nieograniczonym i dowolnym charakterze jako jeden z proponowanych środków, sprzyja realizacji tego celu i dlatego powinien zostać uwzględniony w treści dyrektywy.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 485

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 1a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(1a) Dostawcy usług nieliniarnych wspierają utwory europejskie poprzez następujące środki: w celu zapewnienia skutecznego wykonania przepisów art. 3f konieczne jest ustanowienie praktycznych i wykonalnych środków na rzecz wspierania europejskich treści. W szczególności obok wymogu dokonywania minimalnych inwestycji o wartości proporcjonalnej do obrotów dostawców, należy zachęcać ich do umieszczania europejskich utworów w katalogach programowych, a także w elektronicznych przewodnikach, co pozwoli zapewnić im odpowiednią ekspozycję. Wykaz środków na rzecz wspierania europejskich produkcji filmowych, choć nie ma charakteru obligatoryjnego, mógłby stanowić użyteczny wzór dla państw członkowskich.

- minimalne inwestycje w utwory europejskie o wartości proporcjonalnej do obrotu każdego z usługodawców;

- umieszczanie minimalnej części europejskich utworów w katalogach usług wideo na żądanie;

- wyświetlanie utworów europejskich w elektronicznych przewodnikach po programach w sposób zachęcający do ich wykorzystania.

Or. it

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 486

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Państwa członkowskie zapewniają, że dostawcy usług medialnych podlegający ich jurysdykcji nie transmitują utworów kinematograficznych poza okresami uzgodnionymi z posiadaczami praw. **skreślony**

Or. es

Uzasadnienie

Conforme los servicios se especializan, nacen los canales temáticos y la era digital trae consigo el correspondiente aumento de la diversidad de servicios lineales y no lineales, el establecimiento de cuotas resulta más obsoleto. Es el interés del usuario y no el legislador el que dicta qué tipo de servicios habrán de ofrecer los proveedores.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 487

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie składają Komisji sprawozdanie ze stosowania środka **skreślony**

określonego w ust. 1, nie później niż do końca czwartego roku po przyjęciu niniejszej dyrektywy, a następnie co trzy lata.

Or. es

Uzasadnienie

Conforme los servicios se especializan, nacen los canales temáticos y la era digital trae consigo el correspondiente aumento de la diversidad de servicios lineales y no lineales, el establecimiento de cuotas resulta más obsoleto. Es el interés del usuario y no el legislador el que dicta qué tipo de servicios habrán de ofrecer los proveedores.

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 488
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie składają Komisji sprawozdanie ze stosowania środka określonego w ust. 1, nie później niż do końca czwartego roku po przyjęciu niniejszej dyrektywy, a następnie co trzy lata.

3. Państwa członkowskie składają Komisji sprawozdanie ze stosowania środka określonego w ust. 1, nie później niż do końca czwartego roku po przyjęciu niniejszej dyrektywy, a następnie co trzy lata. ***Na podstawie otrzymanych informacji, co trzy lata Komisja składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania ust. 1 przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego oraz celu różnorodności kulturowej.***

Or. fr

Uzasadnienie

Skuteczny nadzór nad środkami podjętymi na podstawie ust. 1 niniejszego artykułu wymaga, aby informacje przekazywane przez państwa członkowskie były uwzględniane w okresowych sprawozdaniach Komisji.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 489
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Państwa członkowskie składają Komisji sprawozdanie **ze stosowania środka określonego w ust. 1**, nie później niż do końca czwartego roku po przyjęciu niniejszej dyrektywy, a następnie co trzy lata.

3. Państwa członkowskie składają Komisji sprawozdanie **dotyczące sposobu udzielania wsparcia zgodnie z ust. 1** nie później niż do końca czwartego roku po przyjęciu niniejszej dyrektywy, a następnie co trzy lata.

Or. de

Uzasadnienie

Zgodnie z ust. 1 państwowi członkowskim przysługuje prawo do swobodnego kształtowania sposobów udzielania wsparcia, w szczególności w odniesieniu do określania jego zakresu i środków. Taka elastyczność powinna być również uwzględniona w ust. 3.

Należy skreślić ust. 4, aby uwzględnić podstawowy cel, jakim jest eliminacja biurokracji i deregulacja.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 490
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy. **skreślony**

Or. de

Uzasadnienie

Poprawka wynikająca z poprzedniej.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 491
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy.

skreślony

Or. es

Uzasadnienie

Conforme los servicios se especializan, nacen los canales temáticos y la era digital trae consigo el correspondiente aumento de la diversidad de servicios lineales y no lineales, el establecimiento de cuotas resulta más obsoleto. Es el interés del usuario y no el legislador el que dicta qué tipo de servicios habrán de ofrecer los proveedores.

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 492

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy.

4. Najpóźniej pod koniec piątego roku od przyjęcia niniejszej dyrektywy Rada przeprowadza ponowny przegląd wdrożenia niniejszego artykułu na podstawie sprawozdania Komisji, która w razie potrzeby przedstawia propozycje zmian przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego oraz celu różnorodności kulturowej, a także udostępnia niezależną analizę oddziaływania środków podjętych na podstawie ust. 1.

Or. fr

Uzasadnienie

Aby zapewnić skuteczne wdrożenie niniejszego artykułu należy przewidzieć system okresowych przeglądów na podobieństwo obecnie obowiązującego przepisu dotyczącego usług transmisji telewizyjnej.

Poprawkę złożył Henri Weber

Poprawka 493

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1.

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i **niezależnej analizy oraz** przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego **oraz celu różnorodności kulturowej, co trzy lata** składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1.

Or. fr

Uzasadnienie

Tekst proponowany przez Komisję jest zbyt ogólny, należy sprecyzować przedmiot i zasady sporządzania sprawozdania.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 494

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy.

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i **niezależnej analizy oraz** przy uwzględnieniu **celu różnorodności kulturowej i** rozwoju rynkowego i technologicznego, **co dwa lata** składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1.

Or. fr

Uzasadnienie

Należy udoskonalić zasady monitorowania środków podejmowanych przez państwa członkowskie na potrzeby promocji treści w ramach usług on-line. Niezależna analiza pozwoli zgromadzić bardziej kompletne informacje, a w razie potrzeby umożliwi Komisji zgłoszenie poprawek do tekstu. Dlatego też co dwa lata Komisja Europejska powinna przedstawiać Parlamentowi Europejskiemu sprawozdanie ze stosowania ust. 1.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 495
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy.

4. **Co dwa lata** Komisja, na podstawie informacji przekazanych przez państwa członkowskie **oraz niezależnej analizy** i przy uwzględnieniu rozwoju rynkowego i technologicznego, składa Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie dotyczące stosowania ust. 1, nie później niż do końca piątego roku od daty przyjęcia niniejszej dyrektywy.

Or. it

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 496
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3f ustęp 4a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

4a. Najpóźniej pod koniec piątego roku od przyjęcia niniejszej dyrektywy Komisja przedstawia w razie potrzeby propozycje dostosowania art. 3,7,1 przy uwzględnieniu różnorodności kulturowej oraz rozwoju rynkowego i technologicznego.

Uzasadnienie

Po upływie pięciu lat niezbędna jest ponowna analiza przepisu dotyczącego promowania treści europejskich on-line.

Poprawkę złożył Mario Mauro

Poprawka 497

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3f ustęp 4a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

W przypadku niemożności korzystania, przez rozsądny okres czasu, z medialnej usługi audiowizualnej lub programu stanowiącego utwór europejski, państwo członkowskie może dostarczyć tymczasowej licencji użytkownika, na uczciwych, rozsądnych i niedyskryminujących zasadach.

Uzasadnienie

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)

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 498

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają, że handlowe przekazy audiowizualne ***dostarczane jako część linearnych medialnych programów audiowizualnych*** rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji spełniają następujące wymagania:

Uzasadnienie

Ograniczenie definicji do linearnych handlowych przekazów audiowizualnych zminimalizuje zakres pokrywania się z innymi definicjami przekazów handlowych w innych aktach prawodawczych UE, takich jak dyrektywa w sprawie handlu elektronicznego oraz dyrektywa dotycząca przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 499

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g (dyrektywa 89/552/EWG)

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

Państwa członkowskie zapewniają, że handlowe przekazy audiowizualne rozpowszechniane przez dostawców podlegających ich jurysdykcji **zgodne są z zasadami określonymi w Karcie Praw Podstawowych Unii i spełniają w szczególności** następujące wymagania:

Or. it

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 500

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera a) (dyrektywa 89/552/EWG)

(a) handlowe przekazy audiowizualne muszą być łatwe do zidentyfikowania jako takie. Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych;

(a) handlowe przekazy audiowizualne muszą być łatwe do zidentyfikowania jako takie **i wyraźnie odróżniać się od pozostałej części programu zarówno w ujęciu czasowym, jak i przestrzennym, za pomocą środków wizualnych i akustycznych.** Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych;

Or. fr

Uzasadnienie

Zasada wyraźnego oddzielenia reklamy od treści redakcyjnej ma zasadnicze znaczenie i

wymaga jasnego wyróżnienia reklamy za pomocą środków wizualnych i akustycznych.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 501

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera a) (dyrektywa 89/552/EWG)

(a) handlowe przekazy audiowizualne muszą być łatwe do zidentyfikowania jako takie. Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych;

(a) handlowe przekazy audiowizualne muszą być łatwe do zidentyfikowania jako takie **i wyraźnie odróżniać się od pozostałej części programu zarówno w ujęciu czasowym, jak i przestrzennym, za pomocą środków wizualnych i akustycznych.** Zakazuje się ukrytych handlowych przekazów audiowizualnych;

Or. fr

Uzasadnienie

Zasada wyraźnego oddzielenia reklamy od treści redakcyjnej ma zasadnicze znaczenie dla ochrony widzów/konsumentów i wymaga jasnego wyróżnienia reklamy za pomocą środków wizualnych i akustycznych.

Poprawkę złożyli Maria Badia I Cutchet oraz Gyula Hegyi

Poprawka 502

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera a) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(aa) handlowe przekazy audiowizualne przestrzegają integralności i naturalnych przerw w programie, w trakcie którego są transmitowane;

Or. en

Uzasadnienie

Większość utworów kulturalnych, takich jak opery, sztuki teatralne, jest często transmitowana w telewizji. W celu zachowania spójności takich dzieł, ważne jest dostosowanie handlowych przekazów audiowizualnych do naturalnych przerw w programach.

Poprawkę złożyła Erna Hennicot-Schoepges

Poprawka 503

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą wykorzystywać technik podprogowych;

(b) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą wykorzystywać technik podprogowych. *W tym względzie poziom dźwięku w blokach reklamowych, a także planszach, które poprzedzają reklamę i następują po niej, nie może przekraczać średniego poziomu pozostałych programów. Za powyższe uregulowania odpowiadają reklamodawcy i nadawcy, którzy muszą dopilnować, aby reklamodawcy przestrzegali tego wymogu w przekazach reklamowych;*

Or. fr

Uzasadnienie

Zasadniczo średnia różnica między reklamą a programami znacznie przekracza średni poziom dźwięku pozostałej części programu, co powoduje rozdrażnienie, a także może być uważane za środek stosowany przez reklamodawców mający na celu zwrócenie uwagi na ich produkty lub usługi bez wiedzy widzów.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 504

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą:

skreślona

(i) zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na rasę, płeć lub narodowość;

(ii) obrażać przekonania religijnych lub politycznych;

(iii) zachęcać do zachowania szkodliwego dla zdrowia lub bezpieczeństwa;

(iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla ochrony środowiska;

Uzasadnienie

Niniejsze przepisy mogą niepotrzebnie zagrażać wolności słowa. Przyznawanie kar za emisję nieakceptowanych treści powinno, w przypadku gdy jest to stosowne (np. gdy ma miejsce podburzanie do nienawiści na tle rasowym), podlegać prawu karnemu.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 505
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3g litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą: *skreślona*

(i) zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na rasę, płeć lub narodowość;

(ii) obrażać przekonania religijnych lub politycznych;

(iii) zachęcać do zachowania szkodliwego dla zdrowia lub bezpieczeństwa;

(iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla ochrony środowiska;

Or. de

Uzasadnienie

Chodzi o politycznie umotywowane ograniczenie pełnej wolności słowa, które mogło być uzasadnione w transmisjach na mało wydajnych częstotliwościach, lecz obecnie jest już nie na czasie. Do art. 3g lit. c) odnosi się stwierdzenie z COM 2003(657), zgodnie z którym zakaz dyskryminacji nie może wpływać na wolność mediów, a więc nie może odnosić się do zawartości mediów i reklamy. Art. 3g lit. c) ii) zawiera znaczne ograniczenie wolności słowa, ponieważ dopuszczalność krytyki karnodziei lub polityka nie może zależeć od jego wrażliwości, a swobodne wyrażanie poglądów niejednokrotnie niesie ze sobą właśnie takie ryzyko urażenia uczuć. Także reklama może być polityczna, jak wykazały kampanie firmy Benetton. Art. 3g lit. c) pkt iii) i iv) są zbyt niejasne, a ponadto stanowią niestosowne ograniczenie wolności słowa. [Nawet jeżeli pozostanie się przy tej specjalnej regulacji w przypadku transmisji telewizyjnej, należy uniknąć rozszerzenia jej poza nią. Należy po prostu w art. 3g lit. c) w wersji Komisji za „handlowym przekazem audiowizualnym” dodać „w linearnych medialnych usługach audiowizualnych, aby zakaz został ograniczony w odpowiedni sposób.]

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 506
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3g litera c) punkt -i) (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(-i) naruszać godności ludzkiej;

Or. de

Uzasadnienie

Godność ludzką, będącą nadrzędnym podstawowym dobrem chronionym, należy uwzględnić w wykazie zawartym w art. 3g lit. c). Takie rozszerzenie wykazu wartości chronionych jest zgodne z art. 1 Karty Praw Podstawowych Unii, w której godności ludzkiej przyznaje się pierwszeństwo jako nienaruszalnej i najwyższej wartości.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 507
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3g litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą:

(i) zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na rasę, płeć lub narodowość;

(ii) obrażać przekonania religijnych lub politycznych;

(iii) zachęcać do zachowania szkodliwego dla zdrowia lub bezpieczeństwa;

(iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla ochrony środowiska;

(c) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą:

(iii) zachęcać do zachowania szkodliwego dla zdrowia lub bezpieczeństwa;

(iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla ochrony środowiska;

Or. de

Uzasadnienie

Proponowany w dyrektywie art. 3e jest wystarczający, powtórzenie i przepis antidyskryminacyjny nie jest konieczny.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 508

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera c) punkt (i) (dyrektywa 89/552/EWG)

(i) **zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji** ze względu na rasę, płeć lub narodowość;

(i) **być obraźliwe** ze względu na **dyskryminację z uwagi na** rasę, płeć lub narodowość;

Or. en

Uzasadnienie

Zakaz emisji reklam ze względu na dyskryminację jest zbyt szeroki i byłby trudny do uregulowania.

Poprawkę złożył Henri Weber

Poprawka 509

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera c) (i) (dyrektywa 89/552/EWG)

(i) zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na **rasę**, płeć **lub** narodowość;

(i) zawierać jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na płeć, **rasę, pochodzenie etniczne**, narodowość, **orientację seksualną, wiek, wyznanie, przekonania, naruszać godności i poszanowania człowieka;**

Or. fr

Uzasadnienie

Należy uzupełnić i opracować w racjonalny sposób wykaz zakazanych rodzajów dyskryminacji.

Poprawkę złożyły Helga Trüpel i Monica Frassoni

Poprawka 510

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera c) punkt (ii) (dyrektywa 89/552/EWG)

(ii) **obrażać przekonania religijnych lub politycznych;**

skreślony

Uzasadnienie

Musi istnieć wspólny standard ochrony dla wszystkich medialnych usług audiowizualnych oraz dla handlowego przekazu audiowizualnego. Proponowana zmiana ma na celu uniknięcie dodatkowych ograniczeń w porównaniu do wolności przekazu związanego z prasą. Godność ludzka pozostanie głównym przedmiotem ochrony.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 511

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera c) punkt (iv) (dyrektywa 89/552/EWG)

(iv) zachęcać do zachowania szkodliwego dla ochrony środowiska;

(iv) zachęcać do zachowania **rażąco** szkodliwego dla ochrony środowiska;

Uzasadnienie

Tekst Komisji jest zbyt daleko idący.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 512

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera d) (dyrektywa 89/552/EWG)

(d) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych **oraz telezakupów** dotyczące papierosów i innych produktów tytoniowych są zakazane;

(d) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych dotyczące papierosów i innych produktów tytoniowych są zakazane;

Uzasadnienie

Handlowy przekaz audiowizualny obejmuje telezakupy, zatem odrębne odniesienie nie jest konieczne.

Poprawkę złożył Carl Schlyter

Poprawka 513

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera e) (dyrektywa 89/552/EWG)

(e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;

(e) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych dotyczących alkoholu są zakazane;

Or. fr

Uzasadnienie

Ograniczenie reklamy napojów alkoholowych jest niedostateczne w obliczu ryzyka związanego z nadmiernym spożywaniem alkoholu. Może ono prowadzić do uzależnienia fizycznego i psychicznego, a w konsekwencji do poważnego pogorszenia stanu zdrowia (marskość wątroby, wzrost ryzyka chorób serca i naczyń krwionośnych oraz chorób neurologicznych, nowotworów itp.). Spożywanie alkoholu w czasie ciąży może być szkodliwe dla płodu. We Francji 45 000 zgonów rocznie przypisuje się spożyciu alkoholu. (Proporcja zgonów przypisywanych alkoholowi wynosi 27% u mężczyzn i 9% u kobiet między 45 a 65 rokiem życia. Wśród 45 000 zgonów alkohol odpowiada za 16 000 zgonów w wyniku nowotworu, co daje jeden zgon w wyniku nowotworu na dziewięć (w tym jeden zgon mężczyzny na siedem). Wśród mężczyzn między 45 a 64 rokiem życia ponad jeden zgon w wyniku nowotworu na cztery jest przypisywany spożyciu alkoholu. - Instytut Gustave-Roussy, 1995.)

O ile konsument może bez trudu zidentyfikować handlowy charakter reklam produktów alkoholowych, w przypadku sponsorowania charakter reklamowy jest mniej oczywisty dla widzów. Dlatego też, podobnie jak w przypadku tytoniu, należy zakazać reklamy alkoholu.

Poprawkę złożyła Åsa Westlund

Poprawka 514

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera e) (dyrektywa 89/552/EWG)

(e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;

(e) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych oraz telezakupów dotyczące napojów alkoholowych są zakazane;

Or. en

Uzasadnienie

Powodowane przez alkohol choroby, urazy i przemoc są ekonomicznym obciążeniem dla społeczeństwa w sektorze ochrony zdrowia, opieki społecznej, zatrudnienia oraz wymiaru sprawiedliwości, którego całkowity rzeczywisty koszt obliczony w 2003 r. wyniósł 125 miliardów euro. Z tych wymiernych kosztów spowodowanych przez alkohol 59 miliardów euro wynika z utraconej produkcji (nieobecność w pracy, bezrobocie oraz utracone lata pracy z powodu przedwczesnej śmierci) oraz może stanowić utrudnienie dla podnoszenia konkurencyjności Europy, co jest celem strategii lizbońskiej.

Poprawkę złożyła Maria Badia I Cutchet

Poprawka 515

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera (e) (dyrektywa 89/552/EWG)

(e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;

(e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów; **państwa członkowskie ustanawiają zasady dotyczące odpowiedniego harmonogramu dla handlowych przekazów audiowizualnych dotyczących napojów alkoholowych w celu zapewnienia ochrony małoletnich.**

Or. en

Uzasadnienie

Ponieważ alkohol nie jest zwykłym towarem, ale substancją, która może prowadzić zarówno do fizycznego, jak i psychicznego uzależnienia, dla ochrony małoletnich ważne jest, aby państwa członkowskie ustanowiły odpowiedni harmonogram dla handlowego przekazu audiowizualnego napojów alkoholowych, w celu uniknięcia narażenia małoletnich na przekaz dotyczący alkoholu.

Poprawkę złożyła Marian Harkin

Poprawka 516

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera e) (dyrektywa 89/552/EWG)

(e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą

(e) handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie mogą

być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów;

być kierowane do osób małoletnich i nie mogą zachęcać do nieumiarkowanej konsumpcji takich napojów; ***handlowe przekazy audiowizualne dotyczące napojów alkoholowych nie powinny być nadawane pomiędzy godz. 6.00 a 21.00.***

Or. en

Poprawkę złożył Ivo Belet

Poprawka 517
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3g litera e a) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(ea) Handlowe przekazy audiowizualne dotyczące produktów i zabiegów leczniczych, dostępnych tylko na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług audiowizualnych, są zakazane.

Or. nl

Uzasadnienie

Zakaz reklamowania produktów i zabiegów leczniczych, dostępnych tylko na receptę, powinien mieć zastosowanie także do usług nielinearnych.

Poprawkę złożył Manolis Mavrommatis

Poprawka 518
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3g litera ea) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(ea) handlowe ogłoszenia audiowizualne skierowane do młodych ludzi nie mogą zawierać niezdrowych produktów i napojów (żywność z wysoką zawartością tłuszczu, cukru lub soli).

Or. el

Uzasadnienie

Otyłość jest poważnym problemem żywieniowym, z którym często borykają się dorastające dzieci z uwagi na zmianę tempa życia w nowoczesnym społeczeństwie. Ograniczanie reklamowania niezdrowych produktów przyczyni się do rozwiązania tego problemu.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 519

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera f) (dyrektywa 89/552/EWG)

(f) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą powodować moralnej lub fizycznej szkody dla osób małoletnich. W związku z tym nie mogą one bezpośrednio nawoływać małoletnich do kupowania produktu lub usługi wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność, bezpośrednio zachęcać ich do namawiania rodziców lub osób trzecich do zakupu reklamowanych produktów lub usług, wykorzystywać specjalnego rodzaju zaufania, którym osoby małoletnie obdarzają rodziców, nauczycieli i inne osoby lub bez uzasadnienia pokazywać osoby małoletnie w niebezpiecznych sytuacjach.

Poprawka nie dotyczy wersji polskiej.

Or. de

Uzasadnienie

Poprawka nie dotyczy wersji polskiej.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 520

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera f) (dyrektywa 89/552/EWG)

(f) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą powodować moralnej lub fizycznej szkody dla osób małoletnich. W związku z tym nie mogą one bezpośrednio nawoływać małoletnich do kupowania produktu lub

(f) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą powodować moralnej lub fizycznej szkody dla osób małoletnich. W związku z tym nie mogą one bezpośrednio **lub pośrednio** nawoływać małoletnich do

usługi **wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność**, bezpośrednio zachęcać ich do namawiania rodziców lub osób trzecich do zakupu reklamowanych produktów lub usług, wykorzystywać specjalnego rodzaju zaufania, którym osoby małoletnie obdarzają rodziców, nauczycieli i inne osoby lub **bez uzasadnienia** pokazywać osoby małoletnie w niebezpiecznych sytuacjach.

kupowania produktu lub usługi, bezpośrednio **lub pośrednio** zachęcać ich do namawiania rodziców lub osób trzecich do zakupu reklamowanych produktów lub usług, wykorzystywać specjalnego rodzaju zaufania, którym osoby małoletnie obdarzają rodziców, nauczycieli i inne osoby lub pokazywać osoby małoletnie w niebezpiecznych sytuacjach, z **wyjątkiem sytuacji, w których jest to uzasadnione ze względów edukacyjnych lub szkoleniowych**.

Państwa członkowskie powinny zachęcać dostawców medialnych usług audiowizualnych do sporządzenia kodeksu postępowania dotyczącego programów dziecięcych zawierających lub przerywanych przez reklamy, sponsorowanie lub promocje niezdrowej lub niewłaściwej żywności i napojów, np. o wysokiej zawartości tłuszczu, cukru i soli oraz napojów alkoholowych.

Or. en

Uzasadnienie

Dostawcy usług medialnych powinni przyjąć odpowiedzialną postawę dla dobra dzieci, co można osiągnąć w drodze samoregulacji.

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 521

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera f) (dyrektywa 89/552/EWG)

(f) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą powodować moralnej lub fizycznej szkody dla osób małoletnich. **W związku z tym nie mogą one bezpośrednio nawoływać małoletnich do kupowania produktu lub usługi wykorzystując ich brak doświadczenia lub łatwowierność, bezpośrednio zachęcać ich do namawiania rodziców lub osób trzecich do zakupu reklamowanych produktów lub usług, wykorzystywać specjalnego rodzaju**

(f) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą powodować moralnej lub fizycznej szkody dla osób małoletnich lub pokazywać osoby małoletnie w niebezpiecznych sytuacjach.

zaufania, którym osoby małoletnie obdarzają rodziców, nauczycieli i inne osoby lub bez uzasadnienia pokazywać osoby małoletnie w niebezpiecznych sytuacjach.

Or. en

Uzasadnienie

Powyższe sformułowanie powinno zostać zmienione ze względów praktycznych. Definicja w obecnej formie zapewnia wystarczającą ochronę.

Poprawkę złożyli Helga Trüpel, Jean-Luc Bennahmias, Caroline Lucas, Carl Schlyter i Monica Frassoni

Poprawka 522
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3g litera f a) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(fa) handlowe usługi audiowizualne skierowane do dzieci nie mogą zawierać w żadnej formie handlowych przekazów audiowizualnych lub teledruków odnoszących się do żywności lub napojów o wysokiej zawartości tłuszczu, cukru lub soli w oparciu o profile składników odżywczych, zgodnie z takimi samymi zasadami, jakie zostały zawarte w rozporządzeniu w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych.

Or. en

Uzasadnienie

Otyłość alarmująco wzrasta w Europie. Szczególnie niepokojący jest wzrost otyłości wśród dzieci. Dowiedziono naukowo, że promocja niezdrowej żywności dla dzieci poprzez medialne usługi audiowizualne ma decydujące znaczenie dla wyboru produktów żywieniowych przez dzieci. Nie powinno się więc reklamować takiej żywności przynajmniej przed, w trakcie i po programach przeznaczonych dla dzieci.

Poprawkę złożyła Åsa Westlund

Poprawka 523
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera f a) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(fa) handlowe przekazy audiowizualne nie mogą mieć na celu przyciągania uwagi dzieci w wieku poniżej 12 lat, nie mogą one także ukazywać się bezpośrednio przed lub po programie, lub części programu, która jest przeznaczona głównie dla dzieci w wieku poniżej 12 lat.

Or. sv

Uzasadnienie

Dzieci nie są w stanie rozróżnić reklamy od programów. Dzieci nie mogą być porównywane z innymi konsumentami, ponieważ nie posiadają zdolności dokonania krytycznej oceny informacji zawartej w reklamie.

Poprawkę złożyła Åsa Westlund

Poprawka 524

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g litera f b) (nowa) (dyrektywa 89/552/EWG)

(fb) wszelkie formy handlowych przekazów audiowizualnych oraz telezakupów odnoszących się do żywności i napojów o wysokiej zawartości tłuszczu, cukru lub soli w oparciu o profile wartości odżywczych, zgodnie z takimi samymi zasadami, jakie zostały opracowane w rozporządzeniu w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych, są zabronione przez godz. 21.00.

Or. en

Uzasadnienie

Ścisła kontrola telewizyjnych reklam niezdrowej żywności dla dzieci jest konieczna z uwagi na szkodliwy wpływ na wybory dokonywane przez dzieci. Ponieważ dzieci bardzo często oglądają telewizję poza okresami nadawania programów dziecięcych, ochrona przed handlowymi przekazami dotyczącymi niezdrowej żywności i napojów dla dzieci może być zagwarantowana tylko wtedy, gdy obejmuje ona programy rzeczywiście oglądane przez dzieci. Podział reklam pod tym względem na bloki nadawane przed i po godz. 21.00 – popierany przez brytyjską Agencję Norm Żywności (Food Standards Agency) – wydaje się być

odpowiedni. Zapewnia on praktyczne środki rozszerzenia ochrony na starsze dzieci w odniesieniu do reklam dotyczących produktów o wysokiej zawartości tłuszczu, soli lub cukru. Niezdrowa żywność może być zidentyfikowana na podstawie profili składników odżywczych. Pojęcie profili składników odżywczych zostało już opracowane w wielu państwach członkowskich oraz jest obecnie używane przez wiele przedsiębiorstw zajmujących się żywnością, w celu dostarczenia jasnego opisu wartości odżywczej produktów spożywczych oraz oznaczenia produktów o wysokiej zawartości tłuszczów, tłuszczów nasyconych, soli lub cukru, w celu wdrożenia regulacji dotyczących reklam i promocji kierowanych do dzieci.

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 525

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp -1 (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

-1. Integracja produktu, lokowanie tematyczne i lokowanie produktu są formalnie zabronione.

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu jest sprzeczne z zasadą oddzielania reklamy od treści redakcyjnych. Lokowanie samo w sobie powoduje u widzów poczucie dezorientacji, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do utraty ogólnej wiarygodności programów. Żadne środki regulacyjne nie mogą w wystarczającym stopniu zagwarantować widzom, że interesy handlowe nie miały wpływu na treść redakcyjną. Dostępne wyniki badań wskazują, że stosowanie lokowania produktu nie przyczynia się do zdobycia dodatkowych środków finansowych z korzyścią dla produkcji europejskiej, lecz prowadzi jedynie do przesunięcia budżetów reklamowych, które obecnie są przeznaczane na inne formy reklamy. Jeżeli chodzi o sponsorowanie, zaleca się dodatkowe uregulowanie odniesień dotyczących sponsora w trakcie programu, tak aby uniknąć nadmiernego eksponowania jego produktów i usług.

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 526

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, **lub które zawierają lokowanie produktu**, muszą spełniać następujące wymagania:

2. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, muszą spełniać następujące wymagania:

Uzasadnienie

Lokowanie produktu jest sprzeczne z zasadą oddzielania reklamy od treści redakcyjnych. Lokowanie samo w sobie powoduje u widzów poczucie dezorientacji, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do utraty ogólnej wiarygodności programów. Żadne środki regulacyjne nie mogą w wystarczającym stopniu zagwarantować widzom, że interesy handlowe nie miały wpływu na treść redakcyjną. Dostępne wyniki badań wskazują, że stosowanie lokowania produktu nie przyczynia się do zdobycia dodatkowych środków finansowych z korzyścią dla produkcji europejskiej, lecz prowadzi jedynie do przesunięcia budżetów reklamowych, które obecnie są przeznaczane na inne formy reklamy. Jeżeli chodzi o sponsorowanie, zaleca się dodatkowe uregulowanie odniesień dotyczących sponsora w trakcie programu, tak aby uniknąć nadmiernego eksponowania jego produktów i usług.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 527

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. **Medialne** usługi audiowizualne, które są sponsorowane, lub które zawierają lokowanie produktu, muszą spełniać następujące wymagania:

1. **Linearne medialne** usługi audiowizualne, które są sponsorowane, lub które zawierają lokowanie produktu, muszą spełniać następujące wymagania:

Uzasadnienie

Ograniczenia nie są odpowiednie do nielinearnych usług audiowizualnych.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 528

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. **Medialne usługi audiowizualne**, które są sponsorowane, **lub które zawierają lokowanie produktu**, muszą spełniać następujące wymagania:

1. **Transmitowane programy**, które są sponsorowane, muszą spełniać następujące wymagania:

Uzasadnienie

Ograniczenia dotyczące sponsorowania i lokowania produktu powinny mieć zastosowanie tylko do linearnych usług telewizyjnych.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 529
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, **lub które zawierają lokowanie produktu**, muszą spełniać następujące wymagania:

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, muszą spełniać następujące wymagania:

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu może podważyć wiarygodność programu i poszanowanie utworów telewizyjnych. Z drugiej strony, kanały tematyczne lub nadawcy, którzy proponują głównie programy kulturalne lub informacyjne, w dłuższej perspektywie znajdują się na mniej uprzywilejowanej pozycji pod względem finansowania, które wiąże się z lokowaniem produktu.

Ponadto, zgodnie z art. 3g lit. d), ochrona zdrowia publicznego musi być gwarantowana w takim samym stopniu w ramach usług nielinearnych jak i linearnych. Taka uniformizacja jest zgodna z dyrektywą 2003/33/WE z dnia 26 maja 2003 r. odnoszącą się do reklamy i sponsorowania wyrobów tytoniowych.

Informacja o sponsorowaniu w trakcie programu w formie pojedynczego i dyskretnego odniesienia (na przykład pojawienie się znaku firmowego sponsora podczas przypominania wyniku rozgrywanego turnieju sportowego) jest praktyką powszechnie stosowaną. Informacja taka nie przerywa programu i nie prowadzi do błędnego utożsamienia z treścią redakcyjną.

Poprawkę złożyli Helga Trüpel, Jean-Luc Bennahmias i Carl Schlyter

Poprawka 530
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, lub które zawierają **lokowanie produktu**, muszą spełniać

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, lub które zawierają **wsparcie dla produkcji**, muszą spełniać następujące

następujące wymagania:

wymagania:

Or. en

Uzasadnienie

Zmiana ta została wprowadzona w całym tekście.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 531
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 1 (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, **lub które zawierają lokowanie produktu**, muszą spełniać następujące wymagania:

1. Medialne usługi audiowizualne, które są sponsorowane, muszą spełniać następujące wymagania:

Or. de

Uzasadnienie

Skreślenie wszystkich przepisów dotyczących lokowania produktu i ich przeniesienie do nowego art. 3i odbywa się w celu wyjaśnienia różnic w traktowaniu różnych form reklamy i pozostania w zgodności z podstawowym wymaganiami zrozumiałego ustawodawstwa.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 532
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 1 litera (b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) Usługi te nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług;

skreślona

Or. en

Uzasadnienie

Zapobiega wykorzystywaniu ofert dotyczących promocji i obniżek, w szczególności

uwzględniając postęp technologiczny.

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 533

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) Usługi te nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług;

(b) Usługi te nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług **lub innych odniesień, z wyjątkiem pojedynczych i dyskretnych informacji na temat tych towarów i usług podczas programu;**

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu jest sprzeczne z zasadą oddzielania reklamy od treści redakcyjnych. Lokowanie samo w sobie powoduje u widzów poczucie dezorientacji, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do utraty ogólnej wiarygodności programów. Żadne środki regulacyjne nie mogą w wystarczającym stopniu zagwarantować widzom, że interesy handlowe nie miały wpływu na treść redakcyjną. Dostępne wyniki badań wskazują, że stosowanie lokowania produktu nie przyczynia się do zdobycia dodatkowych środków finansowych z korzyścią dla produkcji europejskiej, lecz prowadzi jedynie do przesunięcia budżetów reklamowych, które obecnie są przeznaczane na inne formy reklamy. Jeżeli chodzi o sponsorowanie, zaleca się dodatkowe uregulowanie odniesień dotyczących sponsora w trakcie programu, tak aby uniknąć nadmiernego eksponowania jego produktów i usług.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 534

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) Usługi te nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź

(b) Usługi te nie mogą bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług **lub innych odniesień, z wyjątkiem**

usług;

pojedynczych i dyskretnych informacji na temat tych towarów i usług podczas programu;

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu może podważyć wiarygodność programu i poszanowanie utworów telewizyjnych. Z drugiej strony, kanały tematyczne lub nadawcy, którzy proponują głównie programy kulturalne lub informacyjne, w dłuższej perspektywie znajdują się na mniej uprzywilejowanej pozycji pod względem finansowania, które wiąże się z lokowaniem produktu.

Ponadto, zgodnie z art. 3g lit. d), ochrona zdrowia publicznego musi być gwarantowana w takim samym stopniu w ramach usług nielinearnych jak i linearnych. Taka unifikacja jest zgodna z dyrektywą 2003/33/WE z dnia 26 maja 2003 r. odnoszącą się do reklamy i sponsorowania wyrobów tytoniowych.

Informacja o sponsorowaniu w trakcie programu w formie pojedynczego i dyskretnego odniesienia (na przykład pojawienie się znaku firmowego sponsora podczas przypominania wyniku rozgrywanego turnieju sportowego) jest praktyką powszechnie stosowaną. Informacja taka nie przerywa programu i nie prowadzi do błędnego utożsamienia z treścią redakcyjną.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 535

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g ustęp 1 litera b) (dyrektywa 89/552/EWG)

(b) Usługi te nie mogą **bezpośrednio** zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług;

(b) Usługi te nie mogą zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług;

Or. it

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 536

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania ***i/lub zastosowaniu lokowania produktu***. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. ***Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.***

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu.

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu jest sprzeczne z zasadą oddzielania reklamy od treści redakcyjnych. Lokowanie samo w sobie powoduje u widzów poczucie dezorientacji, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do utraty ogólnej wiarygodności programów. Żadne środki regulacyjne nie mogą w wystarczającym stopniu zagwarantować widzom, że interesy handlowe nie miały wpływu na treść redakcyjną. Dostępne wyniki badań wskazują, że stosowanie lokowania produktu nie przyczynia się do zdobycia dodatkowych środków finansowych z korzyścią dla produkcji europejskiej, lecz prowadzi jedynie do przesunięcia budżetów reklamowych, które obecnie są przeznaczane na inne formy reklamy. Jeżeli chodzi o sponsorowanie, zaleca się dodatkowe uregulowanie odniesień dotyczących sponsora w trakcie programu, tak aby uniknąć nadmiernego eksponowania jego produktów i usług.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 537

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania ***i/lub zastosowaniu lokowania produktu***. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak

symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu.

Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu.

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu może podważyć wiarygodność programu i poszanowanie utworów telewizyjnych. Z drugiej strony, kanały tematyczne lub nadawcy, którzy proponują głównie programy kulturalne lub informacyjne, w dłuższej perspektywie znajdują się na mniej uprzywilejowanej pozycji pod względem finansowania, które wiąże się z lokowaniem produktu.

Ponadto, zgodnie z art. 3g lit. d), ochrona zdrowia publicznego musi być gwarantowana w takim samym stopniu w ramach usług nieliniowych jak i liniowych. Taka uniformizacja jest zgodna z dyrektywą 2003/33/WE z dnia 26 maja 2003 r. odnoszącą się do reklamy i sponsorowania wyrobów tytoniowych.

Informacja o sponsorowaniu w trakcie programu w formie pojedynczego i dyskretnego odniesienia (na przykład pojawienie się znaku firmowego sponsora podczas przypominania wyniku rozgrywanego turnieju sportowego) jest praktyką powszechnie stosowaną. Informacja taka nie przerywa programu i nie prowadzi do błędnego utożsamienia z treścią redakcyjną.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 538

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania **i/lub zastosowaniu lokowania produktu**. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego

do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. **Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.**

charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu.

Or. de

Uzasadnienie

Skreślenie wszystkich przepisów dotyczących lokowania produktu i ich przeniesienie do nowego art. 3i odbywa się w celu wyjaśnienia różnic w traktowaniu różnych form reklamy i pozostania w zgodności z podstawowym wymaganie zrozumiałego ustawodawstwa.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 539

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3g ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania **i/lub zastosowaniu lokowania produktu**. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. **Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.**

Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. **Prezenter programu nie może pełnić jednocześnie roli osoby reklamującej.**

Or. it

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 540

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania **i/lub zastosowaniu lokowania produktu**. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. **Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.**

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu.

Or. en

Uzasadnienie

Należy oddzielić sponsorowanie od lokowania produktu i umieścić je w dwóch odrębnych artykułach, ponieważ sponsorowanie zachowuje podział na reklamę i treść redakcyjną, podczas gdy w przypadku lokowania produktu brak jest tego podstawowego podziału. Ponadto włączenie nazwy lub znaku firmowego sponsora do programu jest wieloletnią praktyką stosowaną w działalności transmisyjnej w UE, która została potwierdzona przez ETS w dniu 12 grudnia 1996 r. w wyroku w sprawie Reti Televisive Italiane SpA (RTI) (C-320/94 i sprawy połączone).

Poprawkę złożyli Helga Trüpel, Jean-Luc Bennahmias i Carl Schlyter

Poprawka 541

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu **lokowania produktu**. Programy

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu **wsparcia dla produkcji**. Programy sponsorowane

sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. Programy zawierające **lokowanie produktu** muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku **i/lub** w trakcie, i/lub na końcu programu. Programy **zlecane lub produkowane przez nadawcę** zawierające **wsparcie dla produkcji** muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku **lub na końcu** programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów. **Państwa członkowskie określają szczegółowe zasady, wraz z minimalnym ograniczeniem.**

Or. en

Uzasadnienie

Widzowie powinni być jasno poinformowani o zastosowaniu wsparcia dla produkcji.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 542

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów. **Dostawca medialnych usług**

audiowizualnych nie jest odpowiedzialny za lokowane produktu zastosowane przez osoby trzecie, z którymi nie jest on w żaden sposób powiązany.

Or. es

Uzasadnienie

Conviene clarificar que no será responsabilidad del organismo de radiodifusión la colocación de producto efectuada por terceras partes no vinculadas a él.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 543

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone **na początku programu**, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku **i/lub** w trakcie, i/lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów. **Zasada ta nie ma zastosowania do produkcji pochodzących z państw trzecich, które nie są powiązane z dostawcą medialnych usług audiowizualnych, oraz w przypadku, gdy nadawca nie otrzymuje wynagrodzenia w zamian za lokowanie produktu.**

Or. en

Uzasadnienie

O ile widzowie są jasno poinformowani o lokowaniu produktu, określenie szczegółów można

pozostawić państwowym członkowskim. Od dostawcy usług można jedynie oczekiwać, że zadba o to w przypadku własnych produkcji oraz jeśli otrzymuje wynagrodzenie.

Poprawkę złożyła Karin Resetarits

Poprawka 544

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c)(dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być **w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu**, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie lub na końcu programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być oznaczone **w chwili, kiedy się ono odbywa, w sposób czytelny, przy pomocy odpowiedniego znaku firmowego (w wersji zrozumiałej w danym państwie nadawania przez co najmniej jedną i nie dłużej niż przez trzy sekundy)**, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

Or. de

Uzasadnienie

Lokowanie produktu to krótka przerwa w programie, która nie jest nazbyt dokuczliwa dla konsumenta. Musi ona być jasno oznaczona, nie przed lub po nadaniu lecz w danej chwili, ponieważ nie można wymagać od konsumenta, że będzie oczekiwał na oznaczenie. Handlowa wartość adodana takiej transmisji jest nieistotna dla ustawodawcy, dla którego istotna jest jedynie ochrona konsumenta.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 545

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania *i/lub zastosowaniu lokowania produktu*. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku lub na końcu programu. **Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.**

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku lub na końcu programu. **Istnieje możliwość przypomnienia o sponsorowaniu w trakcie programu, o ile będzie ono miało formę pojedynczego i dyskretnego odniesienia.**

Or. fr

Uzasadnienie

Informacja o sponsorowaniu w trakcie programu w formie pojedynczego i dyskretnego odniesienia (na przykład pojawienie się znaku firmowego sponsora podczas przypominania wyniku rozgrywanego turnieju sportowego) jest praktyką powszechnie stosowaną. Informacja taka nie przerywa programu i nie prowadzi do błędnego utożsamienia z treścią redakcyjną.

Poprawkę złożył Ivo Belet

Poprawka 546

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 litera c) (dyrektywa 89/552/EWG)

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu

(c) Widzowie muszą być jasno poinformowani o istnieniu umowy sponsorowania i/lub zastosowaniu lokowania produktu. Programy sponsorowane muszą być jasno oznaczone jako takie za pomocą nazwy, znaku firmowego i/lub jakiegokolwiek innego symbolu sponsora, takiego jak odniesienie do jego produktu(-ów) lub usług(i) lub do jego charakterystycznego znaku zamieszczonego we właściwy sposób na początku, w trakcie i/lub na końcu

programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

programu. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być w odpowiedni sposób oznaczone na początku *i/lub na końcu* programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia u widzów.

Or. nl

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 547

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1a. Reklama telewizyjna nie może powodować szkód moralnych lub fizycznych u nieletnich i dlatego musi spełniać następujące wymogi służące ich ochronie:

(a) nie może zachęcać bezpośrednio małoletnich do nabycia produktu lub usługi, wykorzystując ich łatwowierność lub brak doświadczenia;

(b) nie może zachęcać bezpośrednio małoletnich do przekonywania rodziców lub innych osób do nabycia danych produktów lub usług;

(c) nie może wykorzystywać szczególnego zaufania, jakim małoletni darzą rodziców, nauczycieli lub inne osoby;

(d) bez uzasadnionej przyczyny nie może pokazywać małoletnich w sytuacjach niebezpiecznych.

Or. it

Poprawkę złożyła Åsa Westlund

Poprawka 548

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 1 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1a. Lokowanie produktu i kryptoreklama niezdrowej żywności, alkoholu, wyrobów tytoniowych i produktów leczniczych są zakazane.

Or. en

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 549
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. **Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.**

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Or. de

Uzasadnienie

Skreślenie wszystkich zapisów dotyczących lokowania produktu i przeniesienie ich do nowego artykułu 3i ma na celu wyjaśnienie, że różne formy reklamy są traktowane w odmienny sposób, oraz spełnienie podstawowego wymogu, jakim jest zrozumiałe prawodawstwo.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 550
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. **Ponadto**

2. Medialne **programy lub** usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest **albo** produkcja lub sprzedaż papierosów i innych

medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

wyrobów tytoniowych, *albo też produkcja lub sprzedaż alkoholu.*

Or. fr

Uzasadnienie

Sponsorowanie nie może być dozwolone w przypadku działalności związanej z tytoniem lub alkoholem.

Poprawkę złożyli Miguel Portas i Věra Flasarová

Poprawka 551

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których *głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż* papierosów i innych wyrobów tytoniowych. *Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.*

2. Medialne usługi *lub programy* audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których *działalność obejmuje produkcję* papierosów i innych wyrobów tytoniowych *lub których głównym przedmiotem działalności jest sprzedaż tych wyrobów.*

Or. en

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 552

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. *Medialne usługi audiowizualne* nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności

2. *Transmitowane programy* nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności

jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. **Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.**

jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Or. en

Uzasadnienie

Ograniczenia dotyczące sponsorowania i lokowania produktu powinny mieć zastosowanie wyłącznie do linearnych usług telewizyjnych

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 553
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą **zawierać lokowania** papierosów lub wyrobów tytoniowych ani **lokowania** produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą **być wspierane poprzez pomoc produkcyjną w postaci** papierosów lub wyrobów tytoniowych ani produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Or. en

Uzasadnienie

Lokowanie produktu należy zastąpić pomocą produkcyjną.

Poprawkę złożył Carl Schlyter

Poprawka 554
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą **zawierać lokowania** papierosów lub wyrobów tytoniowych **ani lokowania** produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych **lub alkoholu i napojów alkoholowych**. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą **być wspierane poprzez pomoc produkcyjną w postaci** papierosów lub wyrobów tytoniowych **albo alkoholu lub napojów alkoholowych lub** produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych **albo alkoholu lub napojów alkoholowych**.

Or. en

Uzasadnienie

Lokowanie produktu należy zastąpić pomocą produkcyjną. Ponadto ograniczenie dotyczące reklamy alkoholu lub napojów alkoholowych jest niewystarczające, jeśli uwzględni się naukowo dowiedzione ryzyko istniejące w przypadku nadmiernej konsumpcji tych produktów. Podobnie jak w przypadku wyrobów tytoniowych, reklama ta powinna być zakazana.

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 555
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. **Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których**

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane **lub finansowane w jakikolwiek sposób** przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

***głównym przedmiotem działalności jest
produkcja lub sprzedaż papierosów i innych
wyrobów tytoniowych.***

Or. fr

Uzasadnienie

Niniejsza poprawka wynika z przepisów dotyczących lokowania produktów.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 556
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. **Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.**

***Poprawka nie dotyczy wersji
polskiej***

Or. fr

Uzasadnienie

Poprawka nie dotyczy wersji polskiej.

Poprawkę złożyła Hanna Foltyn-Kubicka

Poprawka 557
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 (dyrektywa 89/552/EWG)

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których ***głównym*** przedmiotem działalności

2. Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których przedmiotem działalności jest

jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których **głównym** przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Or. pl

Uzasadnienie

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.

Poprawkę złożyła Maria Badia I Cutchet

Poprawka 558
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 2 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(2a) Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych.

Or. en

Uzasadnienie

Ponieważ alkohol nie jest zwykłym towarem, ale substancją, która może prowadzić zarówno do fizycznego, jak i psychologicznego uzależnienia, medialne usługi audiowizualne nie powinny być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 559
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Sponsorowanie *medialnych usług audiowizualnych* przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.

3. Sponsorowanie *transmitowanych programów telewizyjnych* przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.

Or. en

Uzasadnienie

Ograniczenia dotyczące sponsorowania i lokowania produktu powinny mieć zastosowanie wyłącznie do linearnych usług telewizyjnych.

Poprawkę złożył Carl Schlyter

Poprawka 560
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Sponsorowanie medialnych usług audiowizualnych przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych *dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.*

3. Sponsorowanie medialnych usług audiowizualnych przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych.

Or. fr

Uzasadnienie

Obecne ograniczenie reklamy produktów lub zabiegów leczniczych dotyczy wyłącznie produktów i zabiegów na receptę.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 561
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 3 (dyrektywa 89/552/EWG)

3. Sponsorowanie medialnych usług audiowizualnych przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych.

3. Sponsorowanie medialnych usług audiowizualnych przez przedsiębiorstwa, których działalność obejmuje produkcję lub sprzedaż produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych może promować nazwę lub wizerunek przedsiębiorstwa, lecz nie może promować konkretnych produktów leczniczych lub zabiegów leczniczych dostępnych wyłącznie na receptę w państwie członkowskim, którego jurysdykcji podlega dostawca usług medialnych. ***Specyfikacja produktu leczniczego musi być zrozumiała.***

Or. it

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 562
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 3a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(3a) Transmitowane programy telewizyjne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych.

Or. en

Uzasadnienie

Alkohol jest przyczyną 7,4% wszystkich chorób oraz przypadków przedwczesnej śmierci w Unii Europejskiej. Jest to trzeci najistotniejszy czynnik ryzyka, po nadciśnieniu i tytoniu, oraz przyczyna śmierci ponad 25% mężczyzn w grupie wiekowej od 15 do 29 lat. Szacuje się, że każdego roku 23 miliony Europejczyków jest uzależnionych od alkoholu. Reklamy mają szczególny wpływ na promowanie bardziej pozytywnej postawy wobec picia wśród młodych ludzi.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 563
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane ***i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.***

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane.

Or. it

Poprawkę złożyła Helga Trüpel

Poprawka 564
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane ***i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.***

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane.

Or. en

Uzasadnienie

Lokowanie produktu należy zastąpić pomocą produkcyjną.

Poprawkę złożyli Henri Weber i Lissy Gröner

Poprawka 565
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne ***i dotyczące spraw bieżących*** nie mogą być sponsorowane ***i nie***

4. Programy informacyjne nie mogą być

***mogą zawierać lokowania produktu.
Medialne usługi audiowizualne
przeznaczone dla dzieci oraz programy
dokumentalne nie mogą zawierać
lokowania produktu.***

sponsorowane.

Or. fr

Uzasadnienie

Oprócz publicystyki politycznej istnieją liczne magazyny informacyjne (o tematyce gospodarczej lub naukowej), które również mogą podlegać presji redakcyjnej. Lokowanie produktu jest zabronione we wszystkich rodzajach takich programów.

Poprawkę złożyła Marielle De Sarnez

Poprawka 566
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących, ***a także programy religijne*** nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci, ***programy dla dzieci*** oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu. ***Medialne usługi audiowizualne dla dzieci i programy dla dzieci nie mogą być sponsorowane przez producentów żywności niezgodnej z profilami składników odżywczych, określonymi w rozporządzeniu w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności.***

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu może podważyć wiarygodność programu i poszanowanie utworów telewizyjnych. Z drugiej strony kanały tematyczne lub nadawcy, którzy proponują głównie programy kulturalne lub informacyjne, znajdują się docelowo na mniej uprzywilejowanej pozycji pod względem finansowania, które wiąże się z lokowaniem produktu.

Ponadto, zgodnie z art. 3g lit. d), ochrona zdrowia publicznego musi być gwarantowana w ramach usług linearnych i nielinearnych. Taka uniformizacja jest zgodna z dyrektywą 2003/33/WE z dnia 26 maja 2003 r. w sprawie reklamy i sponsorowania wyrobów

tytoniowych.

Co więcej, ochrona ograniczająca się do kanałów dla dzieci byłaby niedostateczna. Dla zagwarantowania, że łatwowierność młodych widzów nie będzie wykorzystywana, żaden skierowany do nich program nie może zawierać lokowania produktu. Z drugiej strony należy zasygnalizować szczególny problem reklam i sponsorowania skierowanych do dzieci produktów żywnościowych o wysokiej zawartości tłuszczu, cukru i soli.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 567

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci **oraz programy dokumentalne** nie mogą zawierać lokowania produktu.”

4. Lokowanie produktu i sponsorowanie może być stosowane tylko w fabularnych programach rozrywkowych oraz programach sportowych. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone **wyłącznie** dla dzieci nie mogą zawierać lokowania produktu.”

Or. de

Uzasadnienie

Muszą obowiązywać szczególne przepisy dla lokowania produktu i sponsorowania. Wyłączne dopuszczenie w określonych rodzajach programów stanowi zasadne rozgraniczenie zakresu stosowania.

Poprawkę złożyli Carl Schlyter i Jean-Luc Bennahmias

Poprawka 568

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne **i** dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane **i nie mogą zawierać lokowania produktu.** **Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.**”

4. Programy informacyjne, **programy** dotyczące spraw bieżących **i medialne usługi audiowizualne dla dzieci** nie mogą być sponsorowane.”

Or. fr

Uzasadnienie

Lokowanie produktu powinno zostać zastąpione pomocą produkcyjną. Ponadto w wielu krajach europejskich, w których uznaje się niezdolność dziecka do odróżnienia przekazu reklamowego od informacji, podkreślana jest potrzeba ochrony dzieci ze względu na ich brak doświadczenia. Kraje te przyjęły już środki dotyczące reklamy skierowanej do dzieci. Z uwagi na to, że w przypadku sponsorowania reklamowy charakter przekazu jest o wiele mniej czytelny dla widzów, zakaz sponsorowania programów dla dzieci wydaje się konieczny.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 569

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci **oraz programy dokumentalne** nie mogą zawierać lokowania produktu.

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci nie mogą zawierać lokowania produktu.

Or. en

Uzasadnienie

Nie ma powodu, dla którego programy dokumentalne miałyby stracić możliwość czerpania dochodów z lokowania produktu, pod warunkiem, że widzowie będą jasno informowani o jego stosowaniu.

Poprawkę złożyła Karin Resetarits

Poprawka 570

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci **oraz** programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci, programy dokumentalne **oraz programy o treści dziennikarskiej** nie mogą zawierać lokowania produktu.

Uzasadnienie

Nie może dochodzić do sprzeczności pomiędzy uczciwością dziennikarską i interesem gospodarczym. Dlatego lokowanie produktu powinno być dopuszczalne tylko w zakresie rozrywki. Formy mieszane jak programy informacyjno-rozrywkowe (infotainment) nie powinny jednak zawierać lokowania produktu.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 571

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 (dyrektywa 89/552/EWG)

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane ***i nie mogą zawierać lokowania produktu. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci oraz programy dokumentalne nie mogą zawierać lokowania produktu.***

4. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących nie mogą być sponsorowane.

Uzasadnienie

Skreślenie wszystkich zapisów dotyczących lokowania produktu i przeniesienie ich do nowego artykułu 3i ma na celu wyjaśnienie, że różne formy reklamy są traktowane w odmienny sposób, oraz spełnienie podstawowego wymogu, jakim jest zrozumiałe prawodawstwo.

Poprawkę złożyła Åsa Westlund

Poprawka 572

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(4a) Medialne usługi audiowizualne nie mogą być sponsorowane przez przedsiębiorstwa, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych. Ponadto medialne usługi audiowizualne nie mogą zawierać lokowania napojów alkoholowych lub lokowania produktów przedsiębiorstw,

w celu promowania produkcji lub sprzedaży napojów alkoholowych.

Or. en

Uzasadnienie

Powodowane przez alkohol choroby, urazy i przemoc są ekonomicznym obciążeniem dla społeczeństwa w sektorze ochrony zdrowia, opieki społecznej, zatrudnienia oraz wymiaru sprawiedliwości, którego całkowity rzeczywisty koszt obliczony w 2003 r. wyniósł 125 miliardów euro. Z tych wymiernych kosztów spowodowanych przez alkohol 59 miliardów euro wynika z utraconej produkcji (nieobecność w pracy, bezrobocie oraz utracone lata pracy z powodu przedwczesnej śmierci) oraz może stanowić utrudnienie dla podnoszenia konkurencyjności Europy, co jest celem strategii lizbońskiej.

Poprawkę złożył Jorgo Chatzimarkakis

Poprawka 573

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

4a. Uzyskiwanie dodatkowych przychodów z umów o sponsorowanie lub lokowanie produktu poprzez medialne usługi audiowizualne, należące w przeważającym stopniu do sektora publicznego, jest zabronione.

Or. de

Uzasadnienie

W przypadku medialnych usług audiowizualnych posiadających dodatkowe zabezpieczenie finansowe, tak jak w przypadku publiczno-prawnych instytucji nadawczych nie powinno być możliwości lokowania produktu ani sponsorowania.

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 574

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

4a. Programy pochodzące z krajów trzecich i zawierające lokowanie produktu muszą

być oznaczane w sposób jasny dla widzów.”

Or. fr

Uzasadnienie

Skoro lokowanie produktu jest zabronione w programach pochodzących z krajów UE, widzowie muszą otrzymywać wyraźną informację o tym, że program został zakupiony poza terytorium Unii.

Poprawkę złożyli Henri Weber, Lissy Gröner i Giovanni Berlinguer

Poprawka 575

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h ustęp 4 a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

(a) Materialna pomoc produkcyjna jest dopuszczalna, wyłącznie gdy spełnione są następujące warunki:

- żadna osoba fizyczna ani prawna nie wpływa na treść redakcyjną lub artystyczną;

- nie dokonano żadnej płatności;

- pomoc nie wiąże się z zakupem konkretnych produktów lub świadczeniem konkretnych usług;

- prezentacja produktów lub usług ma charakter pojedynczy i dyskretny; produkty i usługi nie są nadmiernie wyeksponowane;

- pomoc nie dotyczy przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

(b) Jeżeli nie są spełnione wszystkie warunki określone w lit. a), materialna pomoc produkcyjna stanowi lokowanie produktu i jako taka jest zabroniona.

(c) Widzowie muszą być wyraźnie informowani o programach z krajów trzecich zawierających lokowanie produktu.

Or. fr

Uzasadnienie

Warunki regulujące udzielanie materialnej pomocy produkcyjnej.

Poprawkę złożył Karsten Friedrich Hoppenstedt

Poprawka 576

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Lokowanie produktu jest zasadniczo zabronione.

2. Jest ono w drodze wyjątku dopuszczalne

(a) w utworach kinematograficznych, filmach wyprodukowanych dla telewizji i serialach telewizyjnych, transmisjach sportowych i programach typu reality-show;

(b) w przypadku gdy za lokowanie produktu nie uzyskano żadnych świadczeń lub uzyskano niewielkie świadczenia.

3. Ustęp 2 nie ma zastosowania do programów dziecięcych, programów informacyjnych, filmów dokumentalnych, programów dotyczących spraw bieżących oraz programów poradnikowych.

4. Jeżeli lokowanie produktu jest dopuszczalne, musi ono spełniać następujące wymogi:

(a) treść tego rodzaju medialnych usług audiowizualnych, a w odpowiednich przypadkach również ich układ, nie może w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na redakcyjną odpowiedzialność i niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) lokowanie produktu nie może w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług;

(c) produkt nie może być „nadmiernie

wyeksponowany”;

(d) widzowie muszą być jasno poinformowani o zastosowaniu lokowania produktu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia. Programy zawierające lokowanie produktu muszą być odpowiednio oznaczone. Oznaczenie powinno być widoczne na początku programu, jak również w trakcie lokowania produktu w programie, na przykład za pomocą neutralnego znaku firmowego;

(e) ponadto programy nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Or. de

Uzasadnienie

W celu likwidacji istniejącej obecnie szarej strefy odnoszącej się do lokowania produktu, konkretne ramy regulacyjne umożliwią powstanie pewności prawnej. Właściwy wydaje się zatwierdzony katalog, dopuszczający lokowanie produktu w takich przypadkach, które nie mają nadrzędnej funkcji opiniotwórczej i w których nie ma niebezpieczeństwa wpływu na treści redakcyjne. Szczególnie wrażliwe programy są całkowicie wyłączone z lokowania produktu. Odpowiednie działania dotyczące oznaczania służą celom ochrony konsumentów.

Poprawkę złożyła Marie-Hélène Descamps

Poprawka 577

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Integracja produktu i lokowanie tematyczne są co do zasady zabronione. Lokowanie produktu jest zabronione we wszystkich programach z wyjątkiem programów fabularnych oraz programów sportowych. Programy zawierające lokowanie produktu muszą spełniać następujące wymogi:

(a) ich treść, a w przypadku transmisji telewizyjnych również ich układ, nie może

w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) nie mogą w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług lub poprzez nadmierne ich eksponowanie;

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o tym, że program zawiera lokowanie produktu. Lokowanie takie musi być we właściwy sposób oznaczone na początku i na końcu programu, tak aby uniknąć nieporozumienia po stronie widzów;

(d) dostawcy medialnych usług audiowizualnym muszą być informowani o lokowaniu produktu w utworach audiowizualnych i kinematograficznych, które rozpowszechniają.

2. Programy nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

3. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących, programy dla dzieci oraz programy dokumentalne i religijne nie mogą zawierać lokowania produktu.”

Or. fr

Uzasadnienie

Aby zrealizować cele związane z informowaniem i ostrzeganiem widzów, informacja o lokowaniu produktu musi pojawiać się na początku i na końcu programu. Ponadto w przypadku gdy dostawcy medialnych usług audiowizualnych ponoszą odpowiedzialność redakcyjną, muszą być informowani o lokowaniu produktu w utworach, tak aby mogli uprzedzić widzów.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 578

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Integracja produktu i lokowanie tematyczne są co do zasady zabronione. Lokowanie produktu jest zabronione we wszystkich programach z wyjątkiem programów fabularnych oraz programów sportowych. Programy zawierające lokowanie produktu muszą spełniać następujące wymogi:

(a) ich treść, a w przypadku transmisji telewizyjnych również ich układ, nie może w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) nie mogą w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług lub poprzez nadmierne ich eksponowanie;

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o tym, że program zawiera lokowanie produktu. Lokowanie takie musi być we właściwy sposób oznaczone na początku i na końcu programu, tak aby uniknąć nieporozumienia po stronie widzów;

(d) dostawcy medialnych usług audiowizualnym muszą być informowani o lokowaniu produktu w utworach audiowizualnych i kinematograficznych, które rozpowszechniają.

2. Programy nie mogą zawierać lokowania papierosów, wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

3. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących, programy dla dzieci oraz programy dokumentalne i religijne nie mogą zawierać lokowania produktu.”

Or. fr

Uzasadnienie

Przypomnienie o lokowaniu produktu w trakcie programu wzmacnia jego wpływ na widza i zmniejsza przyjemność oglądania. Ponadto w przypadku gdy dostawcy medialnych usług audiowizualnych ponoszą odpowiedzialność redakcyjną, muszą być informowani o lokowaniu produktu w utworach. Informacja ta jest niezbędna, gdyż zgodnie z lit. c) dostawcy muszą przekazać ją widzom.

Poprawkę złożył Gyula Hegyi

Poprawka 579

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Integracja produktu i lokowanie tematyczne są zasadniczo zabronione. Lokowanie produktu jest zabronione we wszystkich programach z wyjątkiem programów fabularnych oraz programów sportowych. Programy zawierające lokowanie produktu muszą spełniać następujące wymogi:

(a) ich treść, a w przypadku transmisji telewizyjnej również ich układ, nie może w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) nie mogą w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług lub poprzez nadmierne ich wyeksponowanie;

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o tym, że program zawiera lokowanie produktu, które musi być we

właściwy sposób oznaczone na początku i na końcu programu oraz sygnałem w trakcie programu za każdym razem, gdy ma miejsce lokowanie produktu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia po stronie widzów;

2. Programy te nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

3. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących, programy dla dzieci oraz programy dokumentalne i religijne nie mogą zawierać lokowania produktu.

Or. en

Uzasadnienie

Najskuteczniejszym sposobem poinformowania widzów o lokowaniu produktu jest podanie im informacji o lokowaniu produktu w momencie, gdy rzeczywiście ma to miejsce.

Poprawkę złożyli Miguel Portas i Věra Flasarová

Poprawka 580

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Integracja produktu i lokowanie tematyczne są zasadniczo zabronione. Lokowanie produktu jest zabronione we wszystkich programach z wyjątkiem programów fabularnych oraz programów sportowych. Programy zawierające lokowanie produktu muszą spełniać następujące wymogi:

(a) ich treść, a w przypadku transmisji telewizyjnej również ich układ, nie może w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) nie mogą w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług lub poprzez nadmierne ich wyeksponowanie;

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o tym, że program (zarówno pochodzący z UE jak i państw trzecich) zawiera lokowanie produktu, które musi być we właściwy sposób oznaczone na początku i na końcu programu poprzez wzmiankę „W niniejszym programie zastosowano lokowanie produktu” oraz poprzez mały żółty znak „LP” umieszczony w rogu ekranu przez cały czas trwania programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia po stronie widzów;

2. Programy te nie mogą zawierać lokowania papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

3. Programy informacyjne i dotyczące spraw bieżących, programy dla dzieci oraz programy dokumentalne i religijne nie mogą zawierać lokowania produktu.

Or. en

Uzasadnienie

Lokowanie produktu znosi rozgraniczenie pomiędzy treścią redakcyjną i reklamą, i może być rozpowszechniane tylko w wybranych formatach, wraz z odpowiednimi dodatkowymi informacjami dla widzów. Musi ono być jasno oznaczone.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 581

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Integracja produktu i lokowanie tematyczne w transmisjach telewizyjnych są zasadniczo zabronione. Lokowanie produktu jest zakazane w programach innych niż utwory kinematograficzne, filmy nakręcone dla telewizji oraz serie i seriale fabularne, a także programy sportowe. Programy zawierające lokowanie produktu muszą spełniać następujące wymogi:

(a) ich treść oraz ich układ nie mogą w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) nie mogą w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług, w szczególności poprzez dokonywanie specjalnych, wspierających sprzedaż odniesień do tychże towarów bądź usług lub poprzez nadmierne ich wyeksponowanie;

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o tym, że program zawiera lokowanie produktu, które musi być we właściwy sposób oznaczone na początku i na końcu programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia po stronie widzów;

2. Programy te nie mogą zawierać lokowania napojów alkoholowych, papierosów lub wyrobów tytoniowych ani lokowania produktów przedsiębiorstw, których głównym przedmiotem działalności jest produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych, papierosów i innych wyrobów tytoniowych.

Or. en

Uzasadnienie

Lokowanie produktu znosi rozgraniczenie pomiędzy treścią redakcyjną i reklamą, i może być rozpowszechniane tylko w wybranych formatach, wraz z odpowiednimi dodatkowymi informacjami dla widzów. Alkohol i tytoń to dwa główne czynniki powodujące choroby i przedwczesną śmierć w Unii Europejskiej. Reklamy mają szczególny wpływ na promowanie bardziej pozytywnej postawy wobec picia i palenia wśród młodych ludzi.

Poprawkę złożył Luis Herrero-Tejedor

Poprawka 582
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Programy zawierające lokowanie produktu muszą spełniać następujące wymogi:

(a) ich treść nie może w żadnych okolicznościach być przedmiotem działań, które miałyby wpływ na odpowiedzialność i redakcyjną niezależność dostawcy usług medialnych;

(b) nie mogą w sposób bezpośredni zachęcać do zakupu lub najmu towarów bądź usług poprzez nadmierne ich wyeksponowanie;

(c) widzowie muszą być jasno poinformowani o tym, że program zawiera lokowanie produktu na początku i/lub na końcu programu albo na początku i/lub na końcu przerw reklamowych pojawiających się w trakcie programu, tak aby uniknąć nieporozumienia po stronie widzów;

2. Programy informacyjne i transmisje uroczystości religijnych nie mogą zawierać lokowania produktu.

Or. es

Uzasadnienie

La colocación de productos suprime la separación entre los contenidos editoriales y la publicidad, por lo que ha de emplearse en formatos específicos y aportando la correspondiente información al espectador.

Poprawkę złożył Michl Ebner

Poprawka 583
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Lokowanie produktu, czyli wykorzystywanie treści redakcyjnych do celów reklamowych na zlecenie osób trzecich w zamian za zapłatę lub podobne wynagrodzenie np. poprzez włączenie marki produktu lub usługi do programu na skutek takiego zlecenia jest dozwolone tylko w przypadku nadawania utworów kinematograficznych lub porównywalnych filmów wyprodukowanych dla telewizji. Nie obowiązuje to, gdy utwór kinematograficzny lub porównywalny film wyprodukowany dla telewizji dotyczy spraw bieżących lub wiadomości. Medialne usługi audiowizualne przeznaczone dla dzieci nie mogą w żadnym wypadku zawierać lokowania produktu.

2. Lokowanie produktu, jeżeli jest dopuszczalne zgodnie z ust. 1, jest oznaczone w sposób pozwalający widzom na jednoznaczne rozpoznanie, że pewne elementy treści redakcyjnych zostały opłacone przez osoby trzecie w celach reklamowych, oraz stwierdzenie, które elementy i w jakich celach reklamowych zostały wykorzystane. W szczególności konieczne jest wskazanie na lokowanie produktu na początku oraz w trakcie lokowania produktu w programie. Ogólne wymogi zawarte w załączniku I pkt 11 dyrektywy 2005/29/WE, dotyczące oznaczania treści publicystycznej w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu, muszą w każdym wypadku zostać spełnione.

Or. de

Uzasadnienie

Dotyczy art. 3i ust. 1: Z powodu szczególnego zagrożenia stwarzanego przez lokowanie produktu, które także Komisja uznaje w swoim wniosku, należy ograniczyć do minimum liczbę rodzajów programów, w których będzie ono dozwolone. Ograniczenie to ma nastąpić poprzez sformułowanie „utworów kinematograficznych lub porównywalnych filmów wyprodukowanych dla telewizji”, co ponadto ma zapobiec lokowaniu produktu w serialach telewizyjnych. Seriale telewizyjne, np. wyświetlane codziennie, jak m. in. w Niemczech Lindenstraße i Marienhof, właśnie ze względu na codzienne zaangażowanie widzów

szczególnie dobrze nadają się do kształtowania woli i opinii publicznej w sprawach społecznych i politycznych. Z tego względu lokowanie produktu w tych programach jest równie problematyczne, jak w przypadku programów informacyjnych, dokumentalnych lub formach mieszanych złożonych z materiałów dokumentalnych i fikcyjnych. Z tego powodu należy wprowadzić także ograniczenie pod względem treści dla utworów kinematograficznych lub porównywalnych filmów wyprodukowanych dla telewizji.

Dotyczy art. 3i ust. 2: Zasada oddzielenia reklamy i treści redakcyjnych stanowi istotny element ochrony konsumentów oraz konkurencji. W przypadku lokowania produktu zasada ta zostaje zniesiona. Z tego powodu należy stworzyć jasno określone warunki przynajmniej dla jednoznacznego oznaczania tej formy reklamy włączanej do treści redakcyjnych, nie pozostające w tyle za podobnymi przepisami dyrektywy 2005/29/WE. Zgodnie z nią za nieuczciwe uważa się praktyki, gdy treści redakcyjne wykorzystywane są w środkach masowego przekazu w celu propagowania sprzedaży w sytuacji, gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta. Ponieważ taki rodzaj integracji lokowania produktu w programie nigdy nie będzie dla widza w pełni rozpoznawalny, jednoznaczne przestrzeganie zasady oznaczania wydaje się w tym przypadku trudne do osiągnięcia, co zwłaszcza w przypadku mediów o wysokiej sugestywności, a więc treści audiowizualnych, wydaje się praktycznie niewykonalne. Oznaczenie na początku lub na końcu programu jest niewystarczające choćby dlatego, że użytkownicy często rozpoczynają oglądanie już w trakcie programu lub wyłączają program przed jego zakończeniem. Oznaczenie lokowania produktu w czasie, kiedy jest on widoczny lub wymieniany w programie (np. przy pomocy wyświetlenia słowa „reklama” w górnym prawym rogu ekranu) jest minimalnym stosownym środkiem umożliwiającym przynajmniej rozpoznanie reklamy.

Poprawkę złożył Christopher Heaton-Harris

Poprawka 584

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

Integracja produktu i lokowanie tematyczne są zabronione, chyba że widz zostanie jasno poinformowany o tym, że program został zbudowany wokół jednego lub więcej produktów w zamian za wynagrodzenie. Integracja produktu jest właściwie oznaczona w trakcie programu, tak aby uniknąć jakiegokolwiek nieporozumienia po stronie widzów.

Or. en

Poprawkę złożył Henri Weber

Poprawka 585
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

„Artykuł 3ha

- 1. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie działania w celu stopniowego zapewnienia nieograniczonego dostępu do medialnych usług audiowizualnych podlegających ich jurysdykcji osobom z upośledzeniem wzroku lub słuchu.**
- 2. Najpóźniej pod koniec trzeciego roku od przyjęcia niniejszej dyrektywy, a następnie co dwa lata państwa członkowskie przekazują Komisji sprawozdania krajowe dotyczące stosowania niniejszego artykułu. Sprawozdania te zawierają w szczególności dane statystyczne dotyczące postępów w zakresie realizacji celu zapewnienia dostępności w rozumieniu ust. 1. Sprawozdanie określa także przyczyny ewentualnego braku postępów i działania konieczne w celu przewyższenia przeszkód.”**

Or. fr

Uzasadnienie

Należy dodać nowy artykuł, który nakłada na państwa członkowskie obowiązek stosowania wszelkich właściwych środków gwarantujących dostęp osób niepełnosprawnych do usług audiowizualnych i przygotowywania okresowego sprawozdania w sprawie postępów w zapewnieniu pełnej dostępności tych usług dla wszystkich.

Poprawkę złożyli Henri Weber i Giovanni Berlinguer

Poprawka 586
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

„Artykuł 3ha

- 1. Udział krótkich form reklamowych, takich jak spoty reklamowe i spoty**

telezakupowe w ciągu godziny zegarowej nie może przekroczyć 20%.

2. Ustęp 1 nie stosuje się do ogłoszeń zamieszczanych przez nadawcę w związku z jego własnymi programami oraz w związku z produktami towarzyszącymi wywodzącymi się bezpośrednio z tych programów oraz ogłoszeń związanych ze sponsorowaniem.

Or. fr

Uzasadnienie

Aby nie zakłócać widzom przyjemności oglądania, usługi linearne i nielinearne powinny podlegać przynajmniej ograniczeniu czasu reklamowego. Należy zatem wprowadzić nowy art. 3ha, który powieli przepisy nowego art. 18 ust. 2, aby przepisy te stanowiły część przepisów wspólnych.

Poprawkę złożył Ruth Hieronimi

Poprawka 587

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h a (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie działania w celu stopniowego zapewnienia nieograniczonego dostępu do medialnych usług audiowizualnych podlegających ich jurysdykcji osobom niepełnosprawnym.

Or. de

Uzasadnienie

Dostępność medialnych usług audiowizualnych jest ważnym elementem prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego, ponieważ osoby niepełnosprawne i/lub osoby starsze, dla których kwestia dostępności także ma decydujące znaczenie, stanowią istotną grupę wśród konsumentów korzystających z usług audiowizualnych.

Poprawkę złożyli Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi i Lilli Gruber

Poprawka 588
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

Lokowanie produktu jest zabronione.

Or. it

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 589
ARTYKUŁ 1 PUNKT 6
Artykuł 3h b (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

Korzystanie z pomocy produkcyjnej w transmitowanych programach spełnia następujące warunki:

(a) nie może wiązać się z ograniczeniem dziennikarskiej lub artystycznej wolności wypowiedzi;

(b) jeżeli podczas stosowania pomocy produkcyjnej z przyczyn redakcyjnych konieczne jest przedstawienie za pomocą słów lub obrazów towarów, usług, nazw, znaków towarowych lub działalności producenta towarów lub usługodawcy, powinno się to odbywać bez szczególnego wyeksponowania;

(c) z prezentacją nie może wiązać się żadna zapłata ani podobne wynagrodzenie;

(d) należy poinformować widza o zastosowaniu pomocy produkcyjnej. Dokładne zasady, łącznie z poziomem de minimis, określają państwa członkowskie.

Or. en

Uzasadnienie

W artykule tym zdefiniowane są kryteria dopuszczalności wsparcia dla produkcji, które obecnie są w różny sposób regulowane w państwach członkowskich lub nie podlegają żadnym

regulacjom. Zapewnia się w nim, że widzowie będą informowani o pomocy produkcyjnej, jednak wdrożenie dokładnych zasad oznaczania i określania poziomu de minimis pozostawia się państwom członkowskim. Ponadto ograniczenia dotyczące sponsorowania i lokowania produktu powinny mieć zastosowanie tylko do linearnych usług telewizyjnych.

Poprawkę złożyła Claire Gibault

Poprawka 590

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h b (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

„Artykuł 3hb

1. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie działania w celu stopniowego zapewnienia osobom niepełnosprawnym nieograniczonego dostępu do medialnych usług audiowizualnych podlegających ich jurysdykcji. Jednakże w uzasadnionych przypadkach niektóre programy, w zależności od ich charakteru, mogą zostać objęte odstępstwem od tego zapisu.

Or. fr

Uzasadnienie

Dostępność medialnych usług audiowizualnych jest ważnym elementem prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego, ponieważ osoby niepełnosprawne i/lub osoby starsze, dla których kwestia dostępności także ma decydujące znaczenie, stanowią istotną grupę wśród konsumentów korzystających z usług audiowizualnych. Nie ulega jednak wątpliwości, że niektóre programy nie wymagają specjalnego traktowania.

Poprawkę złożył Ignasi Guardans Cambó

Poprawka 591

ARTYKUŁ 1 PUNKT 6

Artykuł 3h c (nowy) (dyrektywa 89/552/EWG)

1. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie działania w celu stopniowego zapewnienia wszystkim, a w szczególności osobom niepełnosprawnym i starszym, nieograniczonego dostępu do medialnych usług audiowizualnych podlegających ich

jurysdykcji.

Or. en

Uzasadnienie

Dostępność medialnych usług audiowizualnych jest ważnym elementem prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego, ponieważ osoby niepełnosprawne i/lub osoby starsze, dla których kwestia dostępności także ma decydujące znaczenie, stanowią istotną grupę wśród konsumentów korzystających z usług audiowizualnych.